



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Nachhaltigkeit im Tourismus – Eine Analyse der
Handlungsmöglichkeiten für Reisende“

Verfasserin

Elisabeth Helmich

angestrebter akademischer Grad

Magistra (Mag.)

Wien, im Jänner 2013

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 057 390

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Individuelles Diplomstudium Internationale Entwicklung
UniStG

Betreuerin:

Mag. Dr. Evelyne Puchegger-Ebner

Ich danke

Evelyne Puchegger-Ebner

Christine Plüss

Birgit Steck

Franz Helmich

Veronika Helmich

Rainer Sendlinger

Doris Emprechtlinger

Nora Mayr

Felicitas Sager

Anja Brucker

Nora Kerling

Christine Bendl

Nicole Scheiber

INHALTSVERZEICHNS

Danksagung	2
1. EINLEITUNG	7
2. RELEVANZ UND AUFBAU DER DIPLOMARBEIT	9
3. RECHERCHE UND METHODE.....	11
3.1. Literaturrecherche.....	11
3.2. Methode	13
3.2.1. Allgemein.....	13
3.2.2. Grounded Theory.....	14
3.2.2.1. Grounded Theory Essentials.....	15
3.2.2.2. Sozialwissenschaftliche Hermeneutik.....	15
3.2.3. Übersetzungen	16
4. EINSTIEG: DEFINITIONEN / BEGRIFFLICHKEITEN.....	17
4.1. Tourismus.....	17
4.1.1. Tourismus per Definition	17
4.1.1.1. Positive und negative Wirkungen des Tourismus auf die Umwelt.....	19
4.1.2. Tourismus in Zahlen	21
4.1.3. Das Phänomen „Tourismus in Entwicklungsländern“	25
4.2. Nachhaltige Entwicklung	27
4.2.1. Gestern und Heute.....	27
4.2.2. Grundsätze	28
4.2.3. Systematisierung	29
4.2.3.1. Kritik am Drei-Säulen-Modell.....	33
4.2.3.2. Das Integrierende Nachhaltigkeitsdreieck.....	34
4.2.3.3. Eine vierte Dimension?	35
4.3. Nachhaltiger Tourismus.....	36
4.3.1. Der dynamische Entwicklungsprozess von Nachhaltigem Tourismus	42
4.3.2. Positive und negative Wirkungen	45
4.3.3. Kritik zur Literatur über Nachhaltigkeit im Tourismus	47
5. INDIKATOREN FÜR NACHHALTIGKEIT IM TOURISMUS.....	48
5.1. Indikatoren in der Theorie.....	48
5.1.1. Definition von Indikatoren.....	48
5.1.2. Ein Messverfahren zur Nachhaltigkeit	50
5.1.3. Verwendungen von Indikatoren.....	54
5.1.4. Kriterien für Nachhaltige Indikatoren	55
5.2. Indikatoren in der Praxis.....	56
5.2.1. Das „Finden“ von Indikatoren.....	56
5.2.2. Eine Bewertung der Indikatoren-Arbeit im Nachhaltigen Tourismus.....	58

5.3.	Verwendete Indikatoren	59
6.	AKTEURINNEN, DIE HANDLUNGSMÖGLICHKEITEN AUFZEIGEN.....	61
6.1.	„respect“	62
6.2.	„fairunterwegs“ von „Akte“	63
6.3.	„TourismWatch“	64
6.4.	„Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend“	64
6.5.	„Studienkreis für Tourismus und Entwicklung“	65
7.	HANDLUNGSMÖGLICHKEITEN FÜR ÖKOLOGISCH, ÖKONOMISCH UND SOZIAL NACHHALTIGEN TOURISMUS	65
7.1.	Annäherung an Themenbereiche	65
7.2.	Themenbereich Nr. 1 – Saisonabhängigkeit von Arbeitsplätzen	69
7.3.	Themenbereich Nr. 2 – Beschäftigung: unqualifizierte Arbeitskräfte	72
7.4.	Themenbereich Nr. 3 – Sextourismus – v.a. Sex mit Minderjährigen	76
7.5.	Themenbereich Nr. 4 – Lokale Wertschöpfung und Geldabflüsse.....	80
7.6.	Themenbereich Nr. 5 – Transport: Luftverschmutzung, Lärmbelästigung & Mobilitätsfragen	86
7.7.	Themenbereich Nr. 6 – Sicherheitsaspekte.....	95
7.8.	Themenbereich Nr. 7 – Energieverbrauch.....	100
7.9.	Themenbereich Nr. 8 – Gesundheitsprobleme.....	103
7.10.	Themenbereich Nr. 9 – Wasserversorgung, -schutz und -qualität.....	107
7.11.	Themenbereich Nr. 10 – Abfall und Abwässer	111
7.12.	Themenbereich Nr. 11 – Landrechte.....	115
7.13.	Themenbereich Nr. 12 – Natur- und Artenschutz.....	116
7.14.	Conclusio zu den Themenbereichen	122
8.	EXPERTINNENINTERVIEWS	127
8.1.	Expertinneninterview mit Frau Christine Plüss, Akte	128
8.2.	Expertinneninterview mit Frau Birgit Steck, Dt. Studienkreis für Tourismus & Entwicklung.....	135

9. CONCLUSIO	140
10. LITERATURVERZEICHNIS	143
11. ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS	151
12. ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	152
13. ANHANG	153
13.1. Anhang 1 – „Fair-Tipps“ von „fairunterwegs“	153
13.2. Anhang 2 – Expertinneninterview I.....	154
13.3. Anhang 3 – Expertinneninterview II.....	162
Deutsche Zusammenfassung.....	168
English abstract.....	170
Lebenslauf.....	172

1. Einleitung

Diese Diplomarbeit widmet sich dem Thema „Nachhaltigkeit im Tourismus“ bzw. dem „Nachhaltigen Reisen“. Mein Interesse dazu hat sich im Laufe meiner Reisen entwickelt. Als ich 2006 verschiedene asiatische Länder besuchte, wurde ich mit Themen wie „Auswirkungen des Tourismus auf Einheimische“, „Armut“, „Verhalten von Reisenden“, usw. konfrontiert. Besonders intensiv beschäftigte ich mich mit den „Folgen von Tourismus“ in Burma¹, da dieses Land im Jahr 2006 diktatorisch geführt wurde, für den Tourismus aber geöffnet war. Deswegen stellte ich mir Fragen wie: „Ist es richtig oder falsch in so ein Land zu reisen?“, „Welche Verantwortung trägt der/die Reisende“, „Was soll der/die TouristIn beachten, wenn er/sie ‚richtig‘ reisen möchte?“ und schlussfolgernd „Was ist eigentlich Faires Reisen?“.

Da ich diese Fragen für mich nicht schlüssig beantworten konnte, sie aber eine bedeutende Rolle spielen, besuchte ich im Rahmen meines Studiums „Internationale Entwicklung“ verschiedene Seminare und Vorlesungen zu Themengebieten des „Tourismus“. Durch diese erfuhr ich mehr über globale Zusammenhänge und zu Problematiken rund um das Phänomen „Tourismus“, jedoch fand ich nur wenige Antworten auf die Fragen nach Handlungsmöglichkeiten hin zu einem „faireren“ Tourismus aus der Perspektive des Individuums. Aber dabei ist es ja der/die Einzelne, der/die eine Reise unternimmt. Deswegen stehen bei den Überlegungen zu dieser Arbeit die Handlungsmöglichkeiten der Reisenden im Zentrum der Betrachtung.

Unter diesem Blickwinkel erachte ich folgende Fragestellung als relevant: WER sagt, was „richtig“ oder „falsch“ hinsichtlich Reisen ist? Im deutschsprachigen Raum gibt es verschiedene Einrichtungen (diese werden noch angeführt), die Reisetipps rund um „Faires Reisen“ aussprechen. Diese Hinweise sollen TouristInnen in ihren Entscheidungen und Taten im Verlauf der Reisevorbereitung und -durchführung unterstützen.

Da diese empfohlenen Reisetipps für mich einen wichtigen Beitrag zur Wissensbildung über Nachhaltigkeit im Tourismus darstellen und diese die

¹ Burma wurde im Jahr 1989 von der Militärjunta in Myanmar unbenannt. Das südostasiatische Land wurde seit 1962 von einer Militärdiktatur regiert und hatte erst im November 2010 einen Weg in Richtung Demokratisierung eingeschlagen (Wikipedia 2012d).

Perspektive des/der Einzelnen einnehmen, findet im Zuge meiner Diplomarbeit eine Analyse dieser Tipps statt. Dazu werden Kriterien, welche die Ziele für Nachhaltigen Tourismus durch konkrete Maßnahmen darstellen und Indikatoren, die als Maßstab zur Beurteilung von Kriterien dienen, in die Untersuchung miteinbezogen. Damit soll eine auf Nachhaltigkeit fokussierte Betrachtung der Handlungsmöglichkeiten gewährleistet werden. Aus den obigen Überlegungen generierte sich auch meine Forschungsfrage:

Wie spiegeln sich die erteilten Handlungsmöglichkeiten bzw. Reisetipps der vier ausgewählten deutschsprachigen Institutionen („Akte“, „respect“, „BMWfJ“ und „EED“)² in den international anerkannten Kriterien des GSTC³ und in den Indikatoren der WTO⁴ wider?⁵

Im Zusammenhang mit diesen Fragen sind folgende Rahmenbedingungen festzuhalten:

- Der Schwerpunkt der Handlungsmöglichkeiten liegt auf Reisen in Entwicklungsländer⁶.
- Es werden nur die Reisetipps der vier deutschsprachigen Einrichtungen bearbeitet.

² „Akte“: Arbeitskreis für Tourismus und Entwicklung; „BMWfJ“: Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend; „EED“: Evangelischer Entwicklungsdienst.

³ GSTC: Global Sustainable Tourism Council.

⁴ WTO: World Tourism Organization.

⁵ Die verwendeten Kriterien werden in Kapitel 7.1 näher vorgestellt. Das Kapitel 5 widmet sich den Indikatoren, im Speziellen denen der WTO. Auf die verschiedenen Institutionen, von denen die Handlungsmöglichkeiten stammen, wird in Kapitel 6 eingegangen.

⁶ In Bezug auf die Begriffe „Entwicklungsländer“, „Schwellenländer“ und „Dritte-Welt-Länder“ herrscht im Entwicklungsdiskurs eine rege Debatte über deren Bedeutung und Verwendung. In dieser Arbeit verwende ich die Begriffserklärungen gemäß dem Nachschlagewerk „Lexikon Dritte Welt“ (Nohlen 2002).

„Was ein [Entwicklungsland] ist, welche Merkmale Grundlage einer Definition sind, ist umstritten. Der bedeutsamste Unterschied in den Definitionsversuchen liegt darin, ob [Unterentwicklung] als Zustand/Stadium oder als Struktur begriffen wird. [Entwicklungsländer] sind dann entweder durch Kennzahlen wirtsch. und sozialer Entwicklung oder durch die Struktur ihrer Einbindung in die internationale Arbeitsteilung und deren interne Konsequenzen begrifflich und pol. bestimmt“ (Nohlen 2002:233).

Der Begriff „Schwellenland“ tauchte Mitte der 1970er-Jahre in der entwicklungspolitischen Debatte auf. „Ausgangspunkt der [Schwellenländer]-Diskussion waren ökon. Ausdifferenzierungsprozesse innerhalb der Gruppe der [Entwicklungsländer]“ (Nohlen 2002:708). Der Grad der Industrialisierung oder auch das Pro-Kopf-Einkommen wurden und werden u.a. als Indikatoren für die Diskussion rund um Schwellenländer verwendet (Nohlen 2002:709).

„Die Dritte Welt bilden strukturell heterogene Länder mit ungenügender Produktivkraftentfaltung (unabh. vom Pro-Kopf-Einkommen), die sich zur Durchsetzung ihrer wirtsch. und pol. Ziele gegenüber dem <reichen Norden> und aufgrund gemeinsamer geschichtlicher Erfahrungen und Interessen pol. solidarisiert und in verschiedenen Aktionseinheiten lose organisiert haben“ (Nohlen/Nuscheler 1982 in Nohlen 2002:194).

- Die gewählten Themenbereiche (siehe Kapitel 7) stammen aus der wissenschaftlichen Literatur zu Nachhaltigem Tourismus. Dabei besteht nicht der Anspruch auf Vollständigkeit, weder bei den Themenbereichen noch bei den einzelnen Teilen wie Kriterien, Indikatoren oder Reisetipps.⁷

2. Relevanz und Aufbau der Diplomarbeit

Während meines Studiums der „Internationalen Entwicklung“ wurde ich oft von FreundInnen, Bekannten und Verwandten gefragt, was sie gegen das „Ungleichgewicht“ dieser Welt machen könnten. Eine Antwort darauf fiel mir nicht immer leicht. Allerdings bin ich der Meinung, dass jede Person im eigenen Umfeld unzählige Möglichkeiten hat, auch durch kleine Handlungen etwas zu bewirken. Das Studium zeigte mir, wo es diese Möglichkeiten gibt, wo anzusetzen ist. Ich möchte mich daher mit den Handlungsmöglichkeiten und -kompetenzen für TouristInnen auseinandersetzen.

Der Schwerpunkt auf Entwicklungsländer, das Aufzeigen von Problematiken in diesem Bereich und die konkrete Auseinandersetzung mit einem Thema, welches durch die wirtschaftliche, ökologische und soziokulturelle Betrachtungsweise eine Transdisziplinarität aufweist, spiegelt vieles aus meinem Studium wider. Ich kann somit gelernte Inhalte in dieser Diplomarbeit weiterverarbeiten.

Die Thematik rund um „Handlungsmöglichkeiten hin zu Nachhaltigem Reisen“ ist meiner Recherche nach bisher kaum in der wissenschaftlichen Literatur behandelt worden. Ich persönlich werte das als Lücke und werde deshalb versuchen, mit der vorliegenden Diplomarbeit einen Beitrag zur Schließung dieser Kluft zu leisten.

Die Umsetzung dieses Anliegens erfolgt über eine theoretische Auseinandersetzung mit der Thematik. Dabei wurde während des Arbeitsprozesses auf vorhandene Literatur zurückgegriffen und diese mittels der *grounded theory*⁸ bearbeitet. In Kapitel 4 wird ein Überblick über die verschiedenen Themen „Tourismus“, „Nachhaltige Entwicklung“ und „Nachhaltiger Tourismus“ gegeben, um ein theoretisches

⁷ In Anlehnung an Margraf et. al. 1999.

⁸ Mehr zur *grounded theory* in Kapitel 3.2.2.

Grundgerüst zu schaffen. Im Anschluss daran widme ich mich in Kapitel 5 den Indikatoren, die als Messwerkzeug im Nachhaltigen Tourismus verwendet werden können. Die Institutionen („Akte“, „respect“, „BMWFJ“ und „EED“), die für TouristInnen Handlungsmöglichkeiten hin zu „Fairem Reisen“ aufzeigen, stehen im Zentrum der Betrachtung des Kapitels 6.

Im nächsten Kapitel, Nummer 7, werden die Kriterien und die Indikatoren mit den praktischen Handlungsmöglichkeiten zusammengeführt. Dazu erfolgt zunächst eine Beschreibung der Vorgangsweise des Analyseprozesses, bevor die einzelnen Themenbereiche gebildet werden. Jeder Themenbereich beinhaltet mehrere Elemente, stellt ein in sich geschlossenes Gebiet dar und befasst sich mit einer unterschiedlichen Thematik wie z.B. „Saisonabhängigkeit von Arbeitsplätzen“, „Landrechte“ oder „Wasserversorgung, -schutz und -qualität“. Die einzelnen Themengebiete werden zu Beginn der Analyse kurz charakterisiert und die damit verbundene Problematik erläutert. Darauf folgt eine Vorstellung der zu dem jeweiligen Themenbereich passenden Kriterien, Indikatoren und Reisetipps. Anschließend werden die Informationen zusammengefasst und die daraus resultierenden Schlüsse gezogen. Am Ende von Kapitel 7 erfolgt eine Conclusio zu den Themenbereichen.

Das Kapitel 8 zeigt die praktische Sicht von Nachhaltigem Tourismus auf, denn für diese Diplomarbeit wurden zwei Expertinneninterviews durchgeführt: Eines mit Frau Christine Plüss von der Schweizer „Akte“ und ein anderes mit Frau Birgit Steck vom Deutschen Studienkreis für Tourismus und Entwicklung. In der Conclusio, Kapitel 9, werden die Ergebnisse aus den Analysen der Themenbereiche und der Interviews resümiert, sowie die Forschungsfrage beantwortet. Außerdem gebe ich einen kurzen Ausblick auf weiteren Forschungsbedarf.

3. Recherche und Methode

3.1. Literaturrecherche

Diese theoriegeleitete Diplomarbeit entstand durch Auf- und in weiterer Folge Verarbeitung von bestehender Literatur – das heißt in Auseinandersetzung mit bereits Publiziertem. Deshalb spielt die Literatur in dieser Arbeit eine sehr große Rolle. Ich begann mit einer groben Recherche zu dem Diplomarbeitsthema. Das war besonders wichtig, um einen Überblick über die verschiedenen Teilbereiche und Aspekte des Forschungsfeldes zu bekommen. Im weiteren Verlauf stand die Vertiefung und Präzisierung der Literatur für die Beantwortung der Forschungsfrage im Vordergrund. Bei diesem Vorgang begann ich mit der Be- und Ausarbeitung der Literatur⁹ und verschriftlichte die relevanten Aspekte. Im gesamten Arbeitsprozess wendete ich die Methode der *grounded theory* an, welche ich im nächsten Kapitel genauer beschreibe.

Da die Literatur, wie bereits erwähnt, für diese Arbeit eine sehr große Bedeutung hat, spiegelt folgende Liste¹⁰ den Pool an wissenschaftlicher Literatur wider, aus der ich wählen konnte:

- Hand- und Lehrbücher zu den Fachbereichen
- Sammelbände zur Themenstellung
- Bücher zur Fragestellung
- Themenspezifische Schwerpunktheft von Fachzeitschriften
- Artikel in Fachzeitschriften (vor allem online sehr gut zugänglich)
- Forschungsberichte (von universitären und außeruniversitären Forschungseinrichtungen)
- Schriftenreihen (von Forschungsinstituten, Verbänden, ...)
- Diplomarbeiten und Dissertationen
- Zusätzlich: fachspezifische Informationen von Nicht-Regierungs-Organisationen

⁹ Die in dieser Arbeit zitierten Quellen werden mit orthografischen Fehlern und - falls nicht angewendet - ohne Splitting wiedergegeben. Ledigliche grammatikalische Fehler wurden - so vorhanden - mit [sic!] versehen.

¹⁰ In Anlehnung an Steiner (Steiner 2004:17).

Um die passende Literatur für meine Diplomarbeit zu finden, standen mir folgende Suchquellen¹¹ zur Verfügung:

- Bibliothekskataloge
- Internet (für einen Überblick bzw. auch für Online-Ausgaben von Büchern)
- Online-Datenbanken
- Homepages verschiedener Institutionen bzw. auch von Nicht-Regierungs-Organisationen
- Literaturverzeichnisse in Büchern (dadurch kann ein Schneeballeffekt entstehen)

Nützliche Hilfsmittel wie Memos, Notizen und Diagramme habe ich in zwei verschiedenen Arbeitsphasen verwendet. Einerseits dienten sie zur Ordnung und anschließender Verschriftlichung von Gedankeninhalten in der Analysephase und andererseits sollten sie helfen, Inhalte während des Schreibprozesses in Erinnerung zu rufen, um ein stetiges Reflektieren zu ermöglichen. Anselm Strauss¹² bewertet das Erstellen von Diagrammen und Memos als bedeutendes Element des Analysierens. Dieses Analysetool blieb während des gesamten Forschungsprozesses ein wichtiger Bestandteil (Strauss/Corbin 1996:XIII,170).

Anbei ein Mindmap meines Forschungsthemas in der Phase der genauen Themenfindung bzw. Themenaufbereitung.

¹¹ In Anlehnung an Steiner (Steiner 2004:18).

¹² Anselm Strauss, ein Soziologe, entwickelte gemeinsam mit Barney Glaser (Strauss/Corbin 1996:VII) Anfang der 1960er-Jahre die *grounded theory*.

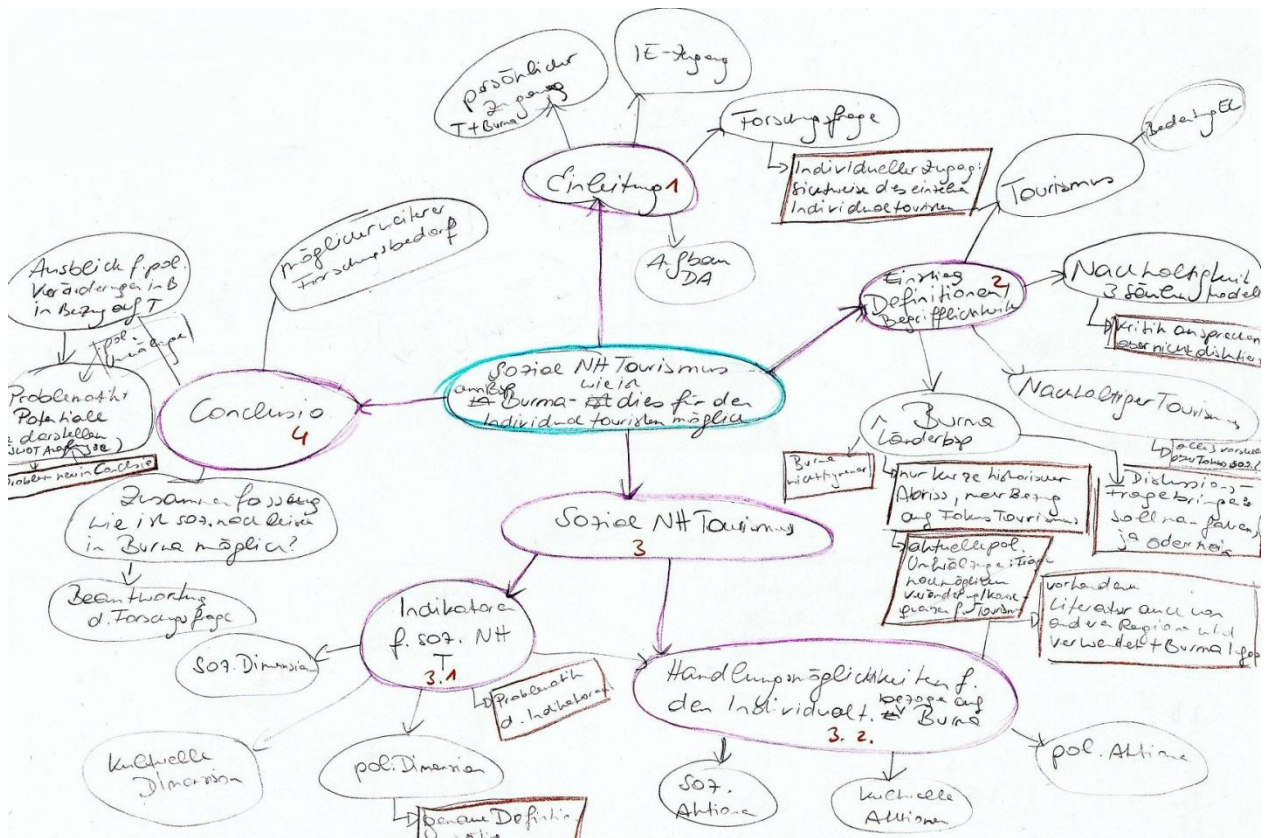


Abbildung 1 - Mindmap

3.2. Methode

3.2.1. Allgemein

Da diese Diplomarbeit in die qualitative Forschungskategorie fällt, spricht, die Ergebnisse weder in statistischen Verfahren noch in anderen Arten der Quantifizierbarkeit ihren Ursprung haben, standen mir Methoden aus dem qualitativen Bereich zur Verfügung. Generell sind bei der qualitativen Forschung viele einzelne Schritte notwendig. Zuerst ist es wichtig, von der behandelten Materie Abstand zu nehmen und die Situation kritisch zu analysieren. Ebenso spielt es eine Rolle, die eigenen Vorlieben und Neigungen zu erkennen, um diese im nächsten Schritt zu vermeiden. Damit ist es möglich, valide und verlässliche Daten zu erhalten und abstrakt zu denken (Strauss/Corbin 1996:3f).

3.2.2. Grounded Theory

Für qualitatives Forschen gibt es einige Methoden, die angewendet werden können – ich habe mich für die *grounded theory* entschieden. Anselm Strauss sieht die *grounded theory* – im Gespräch mit Heiner Legewie und Barbara Schervier-Legewie¹³ – weniger als Methode, sondern als eine Vielzahl von Methoden. Damit ist es möglich, analytisch über soziale Phänomene nachzudenken (A. Strauss in Breuer 2009:41). Ziel der *grounded theory* ist es, eine Theorie zu erstellen, die dem untersuchten Forschungsbereich gerecht wird und diesen erhellt. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen vier zentrale Kriterien erfüllt werden: Übereinstimmung, Verständlichkeit, Allgemeingültigkeit und Kontrolle (Strauss/Corbin 1996:8).

- Übereinstimmung: Die abgeleiteten Daten sollen mit der Wirklichkeit des Forschungsbereichs übereinstimmen und daher widerspruchsfrei sein.
- Verständlichkeit: Die Theorie soll für die befragten und untersuchten Personen, sowie für Personen, welche in diesem Bereich forschen, verständlich sein.
- Allgemeingültigkeit: Wenn es umfassende Daten im beforschten Bereich gibt und die daraus folgenden Interpretationen weitreichend sind, sollte die Theorie abstrakt gewählt werden. Dadurch wird eine Vielzahl an Variationen und Konnexen ermöglicht, die mit dem untersuchten Phänomen in Beziehung stehen.
- Kontrolle: Die Theorie eignet sich zur Kontrolle des Handelns, da die Hypothesen über die Beziehung des Themas mit den Phänomenen in Zusammenhang stehen.

(Strauss/Corbin 1996:8)

Des Weiteren ist die Kreativität des Forschers/der Forscherin ein wichtiges Element. Durch sie kann er/sie anhand angemessener Fragen die Daten auswerten und anschließend Vergleiche anstellen. Somit werden neue Einblicke in das untersuchte

¹³ Legewie, Heiner/Schervier-Legewie, Barbara (2004): Research is Hard Work, it's Always a bit Suffering. Therefore, on the Other Side Research Should be Fun. Anselm Strauss im Interview mit Heiner Legewie und Barbara Schervier-Legewie. Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research. Volume 5, Nummer 3.

URL: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0403222> [letzter Zugriff 02.08.2012, MEZ 21:21].

Phänomen ermöglicht und neue theoretische Formulierungen generiert (Strauss/Corbin 1996:18).

3.2.2.1. Grounded Theory Essentials

Als Essenz der *grounded theory* sehe ich die *grounded theory essentials*. Diese wesentlichen Bestandteile – Art des Kodierens, Samplings, Vergleiche – gaben für mich Aufschluss über die Verwendung der *grounded theory* und machten die Theorie greifbar.

Zunächst ist die Art des Kodierens von Bedeutung. Dabei werden theoretische Konzepte mit denen man/frau arbeitet, dargestellt. Bei meiner Arbeit entspricht dies z.B. dem Konzept der Nachhaltigkeit. Die nächste Stufe ist die des theoretischen *samplings*. Dabei ist es wichtig, von Anfang an mit bereits erhaltenen Informationen zu arbeiten, diese stets weiter anzuwenden und damit auch in einem immerwährenden Prozess Hypothesen zu formulieren. Als im Strauss gibt dazu folgendes Beispiel (A. Strauss in Breuer 2009:41):

„Ich habe sehr früh begriffen, dass es darauf ankommt, schon nach dem ersten Interview mit der Auswertung zu beginnen, Memos zu schreiben und Hypothesen zu formulieren, die dann die Auswahl der nächsten Interviewpartner nahe legen“ (A. Strauss in Breuer 2009:41).

Der nächste Schritt sind die Vergleiche. Diese werden zwischen Phänomenen und Kontexten gezogen und daraus erwachsen die theoretischen Konzepte (Breuer 2009:41).

3.2.2.2. Sozialwissenschaftliche Hermeneutik

Neben den bereits erwähnten Details von der *grounded theory* ist der Forschungsstil noch hervorzuheben: Es handelt sich dabei um ein Verfahren der sozialwissenschaftlichen Hermeneutik (Breuer 2009:39) –

„[...] der Lehre von Verstehen, Deuten, Auslegen von Texten und anderen sozialweltlichen Artefakten und Symbolisierungen. Auf der Basis von Erfahrungsdaten aus alltagsweltlichen Kontexten werden – von einer vorläufigen Problematisierungsperspektive ausgehend – theoretische Konzepte und Modellierungen entwickelt und dabei fortwährend rekursiv an die Erfahrungsebene zurückgebunden. Die

entsprechende Theorie eines sozialen Weltausschnitts bzw. eines Problemthemas wird ‚gegenstandgegründet‘ herausgearbeitet („grounded“ (Breuer 2009:39).

Gut veranschaulicht wird dieses Verfahren durch den hermeneutischen Zirkel oder die hermeneutische Spiralbewegung. Der Prozess beginnt mit Vor-/Verständnis, welches mit Phänomenen wie Ereignissen, Handlungen oder empirischen Daten konfrontiert wird. Dies führt zu einem Verstehen/Deuten des Ereignisses. Dem folgt ein Veränderungsprozess, welcher das Verständnis verändert und es vollzieht sich ein zirkularer Prozess. Beim wiederholten Durchlaufen dieses Kreises ergibt sich eine spiralförmige Erkenntnisbewegung (Breuer 2009:48).

Die folgende Abbildung zeigt diesen Kreislauf:

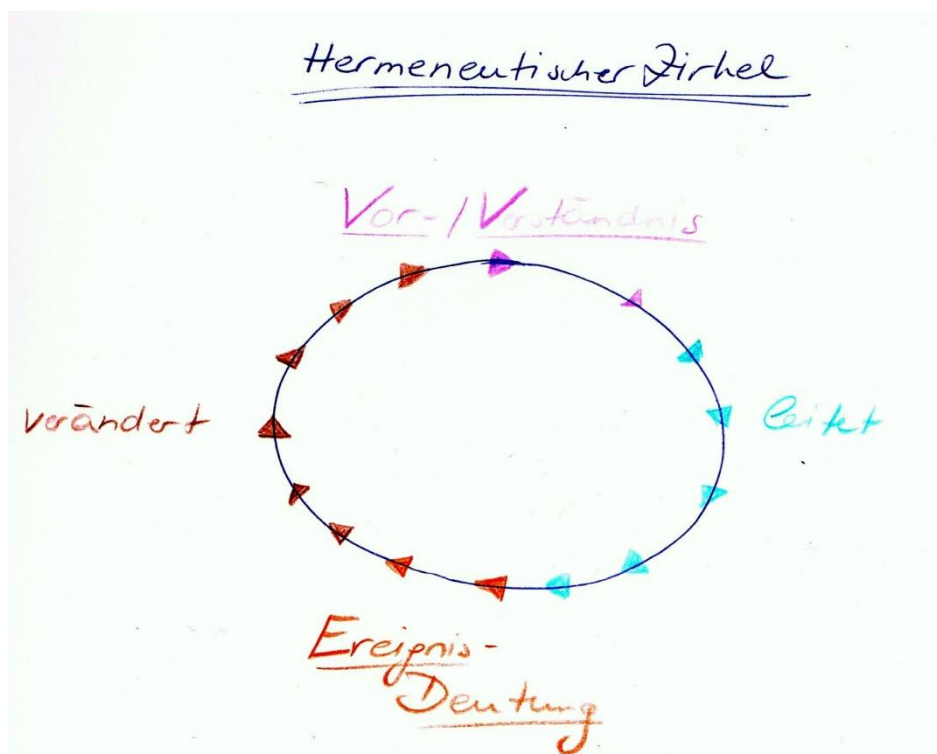


Abbildung 2 - Hermeneutischer Zirkel

3.2.3. Übersetzungen

Im Zuge der Bearbeitung der einzelnen Themenbereiche, welche in Kapitel 7 nachzulesen sind, fanden Translationen statt. So wurden alle angeführten Indikatoren der WTO (2004) für ein besseres Verständnis der Inhalte und für einen

erleichterten Lesefluss von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt. Dabei wurde eine gendergerechte, bzw. -neutrale Schreibweise verwendet.

4. Einstieg: Definitionen / Begrifflichkeiten

.....

„Tourism should be developed in a way so that it benefits the local communities, strengthens the local economy, employs local workforce and wherever ecologically sustainable, uses local materials, local agricultural products and traditional skills. Mechanisms, including policies and legislation should be introduced to ensure the flow of benefits to local communities. Tourism activities should respect the ecological characteristics and capacity of the local environment in which they take place. All efforts should be made to respect traditional lifestyles and cultures”
(The Berlin Declaration 1997 in Sirakaya/Jamal/Choi 2001:411).

.....

In diesem Kapitel gebe ich einen Überblick über Tourismus, Nachhaltigkeit und Nachhaltigen Tourismus, um die Basis für die Beantwortung der Forschungsfrage zu schaffen.

4.1. Tourismus

4.1.1. Tourismus per Definition

Tourismus kann als Industrie definiert werden. Diese besteht aus Unternehmen, welche Leistungen für die Bedürfnisse und Anliegen der TouristInnen erbringen (Leiper 1979 in Bieger 2006:33). Dabei ist festzuhalten, dass viele Branchen nicht ausschließlich dem Tourismus zuarbeiten, wie z.B. Gaststätten, denn diese werden auch von einheimischen Kunden frequentiert (Bieger 2006:33).

Das bringt mich zur Frage: Was bedeutet Tourismus genau? Dazu verwende ich die Definition der United Nation World Tourism Organisation (UNWTO) von 1993:

„Tourismus umfasst die Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten“ (UNWTO 1993 in Freyer 2011:2).

Diese Definition beinhaltet somit auch Geschäfts- und Freizeitreisen. Die Bewegung außerhalb des normalen Arbeits- und Wohnumfelds ist dabei das ausschlaggebende Kriterium (Bieger 2006:36).

In einer ganzheitlichen Betrachtung müssen zum Tourismus mehrere Phänomene hinzugezählt werden, welche wirtschaftlicher, gesellschaftlicher, politischer oder ökologischer Art sein können. Als wirtschaftliches Beispiel sind Einnahmen eines/einer Bauerns/Bäuerin, der/die seine/ihre Produkte an ein touristisches Restaurant liefert, zu nennen. Aus der gesellschaftlichen Perspektive sind z.B. Veränderungen der Kultur der Einheimischen durch den/die Touristen/Touristin in die Betrachtung miteinzuschließen (Bieger 2006:36). Somit ist der Tourismus nicht nur als Wirtschaftsbereich zu betrachten, sondern auch als Lebensbereich (Bieger 1993 in Bieger 2006:36), denn im Tourismus sind der Mensch, sein Verhalten und seine Wirkung(en) außerhalb seines Wohnorts inkludiert (Bieger 2006:36).

Mit Tourismus und dessen gerade angesprochenen komplexen Zusammenhängen beschäftigt sich Claude Kasper (1996 in Bieger 2006:68). Er teilt das System „Tourismus“ für die wissenschaftliche Betrachtung in Subsysteme ein. Ein Subsystem stellt das Tourismussubjekt dar, sprich den/die Touristen/in, und ein weiteres Subsystem ist das Tourismusobjekt. Das Objekt wird unterteilt in den Tourismusort, die Tourismusbetriebe bzw. -unternehmen und die Tourismusorganisationen. Die einzelnen Komponenten des Systems stehen untereinander in Wechselbeziehungen. Quasi als Außenhülle um das System des Tourismus fungiert die Umwelt, welche Kasper in 5 Kategorien einteilt: ökonomische, soziokulturelle, technologische, politische und ökologische Umwelt. Auch hier zeigen sich vielfältige Beziehungen (Bieger 2006:68f). Diese Wechselwirkungen werden in folgender Zeichnung dargestellt:

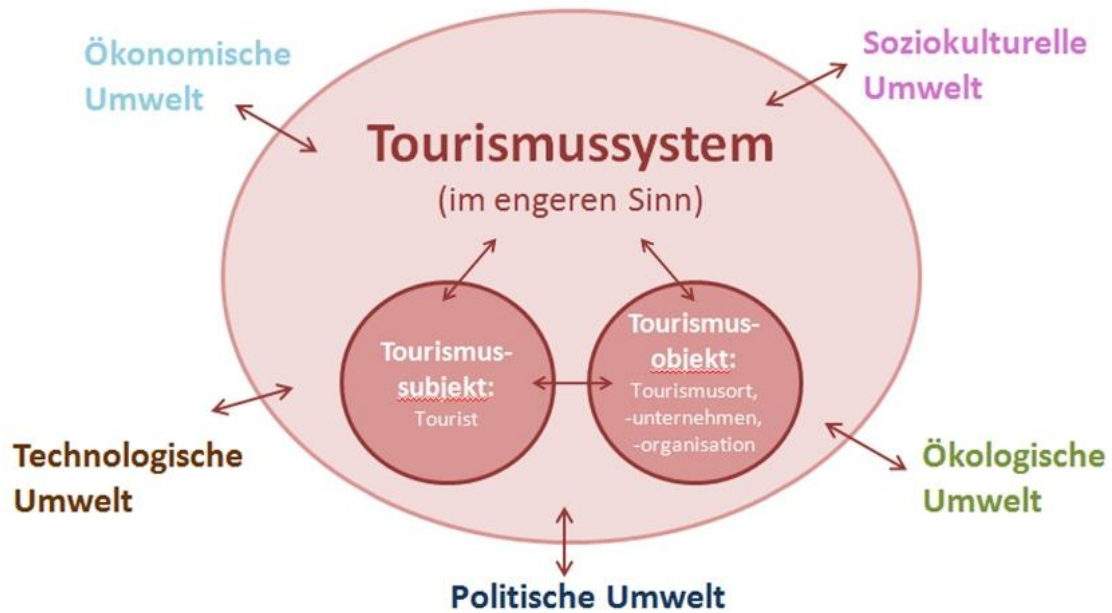


Abbildung 3 - Tourismussystem

4.1.1.1. Positive und negative Wirkungen des Tourismus auf die Umwelt

Dies führt zur Frage: Welche Wechselwirkungen gibt es konkret auf die einzelnen Umweltbereiche? Thomas Bieger unterscheidet in seinen Analysen zwischen der natürlichen/ökologischen, der ökonomischen und gesellschaftlichen/soziokulturellen Umwelt. Er zeigt die Wirkungen des Tourismus auf, die in dem jeweiligen Umfeld Nutzen stiften bzw. Schaden anrichten (Bieger 2002 in Bieger 2006:241f). Konrad Buchwald (1998:4ff) hat sich mit den Belastungen durch den Tourismus auf den drei angesprochenen Ebenen zuzüglich einer politischen Ebene auseinandergesetzt. Die Ergebnisse von Bieger und Buchwald bilden die folgende Auflistung¹⁴.

Die Wirkungen des Tourismus sehen für die **ökologische Umwelt** wie folgt aus:

- Der Nutzen für Reisende besteht in der Sensibilisierung für die „schöne“ Natur.
- Die positiven Wirkungen des Tourismus für die bereiste Destination sind vielfältig:
 - Nutzung von Brachland,

¹⁴ Die Auflistung der Wirkungen auf die jeweiligen Umweltbereiche ist im Folgenden immer gleich aufgebaut: Zuerst wird der Nutzen bzw. die positive Wirkung für den Reisenden und dann für die bereiste Destination aufgezählt. Im Anschluss wird der Schaden bzw. die negative Wirkung als erstes für den Reisenden und als zweites für die Tourismusregion angeführt.

- Schutz vor Verödung,
- Finanzierung von Umweltschutzmaßnahmen,
- Sensibilisierung für die Schönheiten der Natur.
- Schaden für Reisende können eventuelle gesundheitliche Beeinträchtigungen z.B. durch den entstehenden Verkehr bei der Anreise sein.
- Negative Wirkungen für die bereiste Destination können folgende sein:
 - Beeinträchtigung der Umwelt (z.B. Schadstoffe, die durch vom Tourismus hervorgerufenen, höheren Verkehrsaufkommen entstehen; vermehrte Abwässer, ausgelöst durch eine höhere Wasserkonsumation der TouristInnen; zunehmender Abfall, verursacht von Reisenden),
 - Beeinträchtigung des Landschaftsbildes durch Bauten für den Tourismus,
 - Verstärkte Bodenbenützung durch Sport und daraus resultierende Schäden wie z.B. Bodenverdichtung und -erosion,
 - Zerstörung von Tier- und Pflanzenwelt, z.B. durch Waldrodungen für den Bau von Skipisten oder durch Wintersport abseits der Piste,
 - Wind- und Wassererosion, z.B. in viel beanspruchten Gebieten wie Skipisten.

Für die **ökonomische Umwelt** sieht das Bild wie folgt aus:

- Als Nutzen für Reisende wird die Wiederherstellung der persönlichen Leistungsfähigkeit angesehen.
- Die positiven Wirkungen für die bereisten Destinationen sind vielseitig:
 - Arbeitsplätze,
 - Umsätze,
 - Einkommen,
 - Devisen,
 - Verbesserung der Infrastruktur,
 - Erschließung neuer Märkte für einheimische Produkte.
- Für die Zielregion kann der Anstieg der Bodenpreise und der Lebenshaltungskosten als Schaden genannt werden. Des Weiteren können wirtschaftliche Belastungen durch die Verschuldung von Gemeinden oder durch die Herausbildung ungünstiger Arbeitsmarktsituationen entstehen.

Die **gesellschaftliche Umwelt** beinhaltet ebenso wie die beiden zuvor genannten Umwelten negative wie auch positive Wirkungen auf Reisende und die bereiste Destination:

- Als Nutzen für Reisende ist Folgendes zu nennen:
 - Erholung, Entspannung, Wiederherstellung der Leistungsfähigkeit,
 - Kulturelle Begegnung, Erweiterung des Wissens.
- Positive Wirkungen für das Reiseziel sind:
 - Stopp der Abwanderung,
 - Kulturpflege, die durch den Tourismus finanziert wird (Denkmalschutz, kulturelle Anlässe),
 - Neues Wissen und Technologietransfer,
 - Begegnung mit neuen Kulturen und damit Neudefinition der eigenen Identität.
- Ein Schaden für Reisende kann entstehen, sobald die Ferienkultur die Kultur der Quellregion prägt.
- Negative Effekte des Tourismus auf die Tourismusregion können die Entfremdung/Entwurzelung der eigenen Werte und Traditionen und der Verlust der kulturellen Identität sein.

Bei der **politischen Umwelt** können folgende negative Wirkungen auf die Tourismusdestination genannt werden:

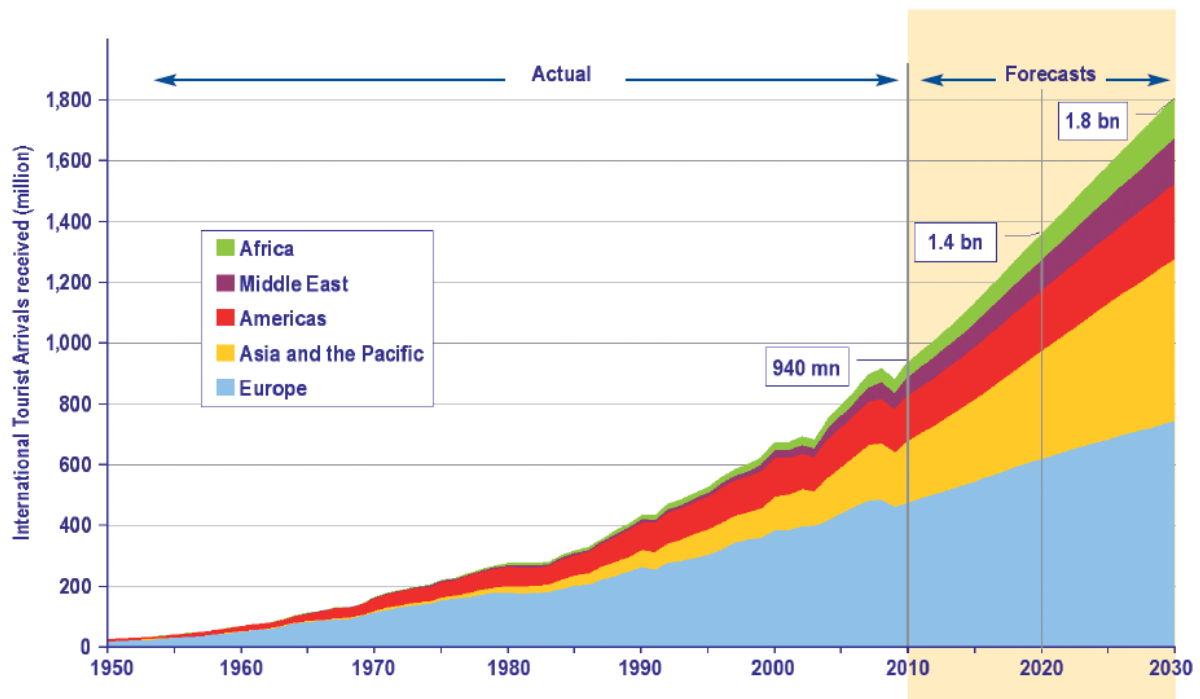
- Ein negatives Belastungsbeispiel ist der Verlust der politischen Autonomie,
- Ebenso kann die Erhöhung des politischen Konfliktpotenzials durch Privatisierung von Freiräumen oder Verstärkung divergierender Interessen in den Gemeinden mit Problemen verbunden sein.

(Bieger 2002 in Bieger 2006:241f; Buchwald 1998:4ff)

4.1.2. Tourismus in Zahlen

Um das Phänomen „Tourismus“ in seiner wirtschaftlichen Bedeutung besser verständlich zu machen, nun ein paar Zahlen dazu: Tourismus ist in den letzten sechs Jahrzehnten zu dem größten und am schnellsten wachsenden Industriezweig

der Welt geworden (UNWTO 2012:2). Die Entwicklung des kontinuierlichen Aufwärtstrends zeigt die folgende Grafik anhand der TouristInnenankünfte weltweit.



**Abbildung 4 - Internationale TouristInnenankünfte¹⁵
im Zeitraum 1950 - 2010 mit Ausblick bis 2020**

In dieser Übersicht ist die Aufteilung der TouristInnenankünfte in den einzelnen Regionen ersichtlich. Es zeigt sich, dass seit den 1950er-Jahren der Hauptanteil der Ankünfte in Europa und Amerika zu verbuchen ist. Ab den 1980er-Jahren nehmen die TouristInnenankünfte in Asien und der pazifischen Region, ab den 1990er-Jahren in Afrika und ab 2000 im Mittleren Osten stetig zu. Für das Jahr 2012 wird erwartet, dass die Marke „Eine Milliarde TouristInnenankünften pro Jahr“ erreicht wird (UNWTO 2012:14).

Im Jahr 2011 zählte Europa mit 51 % der internationalen TouristInnenankünfte nach wie vor zu den am schnellsten wachsenden Regionen der Welt: Ein Plus von 6 % an Ankünften gegenüber 2010, genauso wie in Asien und der pazifischen Region, war in relativen Zahlen zu verbuchen. In absoluten Zahlen war Europa ebenso der Spitzenreiter mit einem Plus von 29 Millionen Besuchern gegenüber dem Vorjahr

¹⁵ Die Bezeichnung „Internationale TouristInnenankünfte“ bezieht sich auf die Summe aller internationalen TouristInnenreisen (Cernat/Gourdon 2007:5). Damit sind Grenzübertritte gemeint und somit wird der Binnentourismus in dieser Statistik nicht erfasst. Auch werden Aspekte wie Aufenthaltsdauer oder Reisezweck damit nicht wiedergegeben (Job/Weizenegger 2003:630).

(UNWTO 2012:2). Die folgende Grafik zeigt, in welchen Regionen der Welt wie viele Ankünfte im Jahr 2011 zu verbuchen waren. Mehr als die Hälfte der Ankünfte fiel auf Europa, gefolgt von Asien und der pazifischen Region, anschließend Amerika und mit jeweils sehr kleinen Teilen der Mittlere Osten und Afrika.

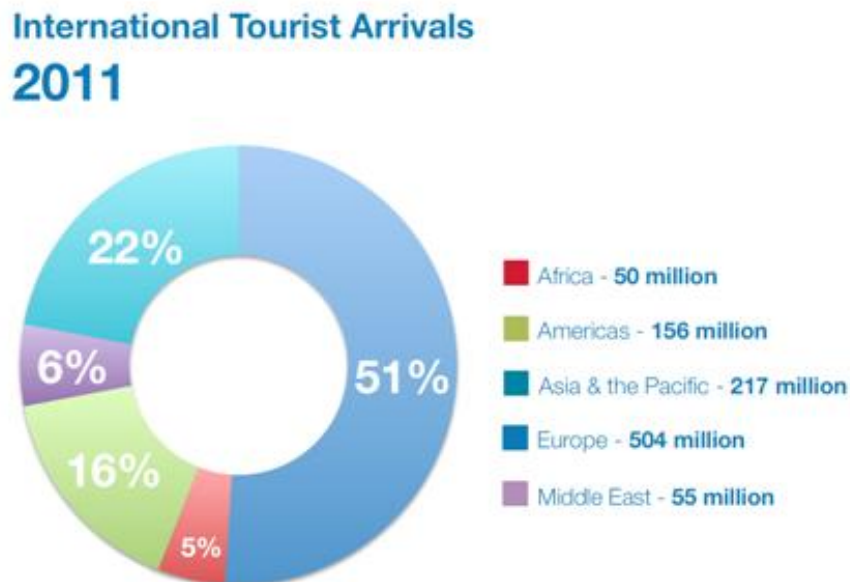


Abbildung 5 - Aufteilung nach Regionen der internationalen TouristInnenankünfte im Jahr 2011

Betrachtet man/frau den gesamten Reisemarkt, so sind die internationalen TouristInnenankünfte 2011 im Vergleich zum Vorjahr um 4,6 % gestiegen. Weltweit wurden 2011 983 Millionen Ankünfte registriert.

Wirft man/frau einen Blick auf die vergangenen 20 Jahre (UNWTO 2012:5), so zeigt sich folgendes Bild: Die TouristInnenankünfte zwischen Industrie- und Schwellenländern¹⁶ nähern sich immer mehr an. Im Jahr 2011 lag der Marktanteil der Industrieländer bei 53,2 % und der der Schwellenländer bei 46,8 %. Die unterschiedlichen Wachstumszahlen aus diesen beiden Regionen – für die erste lagen diese in den Jahren zwischen 2005 und 2011 bei durchschnittlich 2,4 % und für die zweite bei 5,0 % – erklären die Angleichung in den letzten Jahren. Die hier als Vorzeigebeispiel gewählte Region Südostasien wies eine Wachstumsrate von 8 % zwischen den Jahren 2005 und 2011 auf. Der Marktanteil betrug im Jahr 2011 7,8 %. Die anschließende Tabelle gibt das eben beschriebene Bild wieder:

¹⁶ Definition Industrieland und Schwellenland nach dem *International Monetary Fund* (in UNWTO 2012:5). Es gibt keine weitere Unterscheidung in „Entwicklungsländer“ in den Daten der WTO.

Tabelle 1 - Internationale TouristInnenankünfte ab 1990, absolut und relativ

	Internationale TouristInnenankünfte (in Millionen)				Marktanteil in % 2011	Durchschn. jährl. Wachstum in % von '05-'11
	1990	2000	2010	2011		
Welt	435	674	940	983	100	3,5
Industrie- länder	296	417	499	523	53,2	2,4
Schwellen- länder	139	256	441	460	46,8	5,0
Bsp: Süd- Ost Asien	21,2	36,1	69,9	77,2	7,8	8,0

Ein ähnliches Bild der beispielhaft angeführten Region Asien und des pazifischen Raums zeigen folgende Zahlen: Das Wachstum von Asien und der pazifischen Region von 6 % (= Zuwachsrate zwischen 2010 und 2011¹⁷) war auf die großen Zuwächse im Raum Süostasien zurückzuführen. Die Unterregion Südostasien hatte im internationalen Vergleich mit 10 % die höchste Zuwachsrate an TouristInnenankünften. Innerhalb dieses Gebiets unterschieden sich die Quoten. So konnte Burma mit einem relativen Plus von 26 % glänzen, gefolgt von Kambodscha und Thailand mit jeweils 20 %. In absoluten Zahlen spielte allerdings nur Thailand eine größere Rolle. Im Jahr 2011 wurden hier über 19 Millionen BesucherInnen gezählt – im Vergleich dazu: Österreich meldete im gleichen Zeitraum 23 Millionen Ankünfte (UNWTO 2012:7ff).

Die steigenden Wachstumswahlen für Schwellenländer (von 5 % zwischen 2005 und 2011) belegen, dass der Tourismus in diesen Ländern eine immer größere Rolle spielt. Bei dieser Betrachtung fehlen allerdings die Informationen, wer von den Tourismuseinkünften profitiert, bzw. sind Disparitäten zwischen gesellschaftlichen

¹⁷ Zuwachsraten zwischen 2010 und 2011 sind für alle Prozentangaben im gesamten Absatz gültig.

Schichten und Regionen nicht ersichtlich. Diesen Aspekten wird im nächsten Kapitel nachgegangen.

4.1.3. Das Phänomen „Tourismus in Entwicklungsländern“

Einleitend ist festzuhalten, dass die meisten Entwicklungsländer nach wirtschaftlichem Wachstum streben, denn dieses wird gleichgesetzt mit „Entwicklung“ im ökonomischen Sinn. Da Tourismus eine sehr schnell wachsende Industrie ist, verwundert es nicht, dass Entwicklungsländer versuchen, über den Ausbau des Fremdenverkehrs das Wirtschaftswachstum zu beschleunigen. Daher enthalten Entwicklungspläne der Länder im Zusammenhang mit Tourismus Ziele wie Erhöhung der Deviseneinnahmen, Schaffung von Arbeitsplätzen und Steigerung der Einkommen der Bevölkerung. Wobei in den letzten Jahren Fragen nach der Sozial- und Umweltverträglichkeit von Tourismus einen immer höheren Stellenwert erhalten. Jedoch müssen meist die sozio-kulturellen und ökologischen Argumente in der Planung und Durchführung von Projekten hinten angestellt werden, da die wirtschaftlichen Vorteile den ersten Rang inne haben (Vorlaufer 1996:2f, 22).

Welche Vorteile erhoffen sich Entwicklungsländer konkret durch den Tourismus? Oft wird an erster Stelle der Deviseneffekt genannt (Job/Weizenegger 2003:635). Durch den Fremdenverkehr wird es den Entwicklungsländern ermöglicht, dringend benötigte Devisen zu erwirtschaften, die zur Minderung von Zahlungsbilanzdefiziten verwendet werden (Vorlaufer 1996:12). Wichtig in der Beurteilung der Leistungsbilanz von Entwicklungsländern ist dabei die Höhe der Nettodeviseneinnahmen: Deviseneinnahmen können durch die sogenannte Sickerrate – Importe, die zur Erstellung von touristischen Angeboten getätigt werden müssen – sehr stark reduziert werden, sodass die Leistungsbilanz sogar negativ ausfallen kann (Vorlaufer 1996:136). Dementsprechend gilt:

„Je weniger Waren, Dienstleistungen, Sach- und Humankapital ein Land zur Erstellung des touristischen Angebotes importieren muß [sic!], desto geringer ist die Sickerrate. Dieser Importbedarf wird einmal durch die in einem Land vorherrschenden Tourismusarten, zum anderen auch durch die Größe, Struktur und den Entwicklungsstand der Volkswirtschaft bestimmt. Ein an die heimischen Ressourcen angepaßter [sic!] Tourismus, der vorrangig die mit heimischen Inputs erstellten Güter nachfragt, wird einen geringeren Importbedarf aufweisen als z.B. ein auch auf den

Konsum und Einsatz von Waren aus den Industrieländern basierender Fremdenverkehr“ (Vorlaufer 1996:136).

In Bezug auf die Deviseneinnahmen ist generell auch die Beherbergungsinfrastruktur zu nennen, denn dieses Gewerbe ist die wichtigste Branche der Tourismusindustrie. Es werden etwa 25 – 40 % aller Deviseneinnahmen im Tourismus durch Leistungen im Hotelgewerbe erzielt. Des Weiteren ist diese Branche der wichtigste Arbeitgeber der Fremdenverkehrswirtschaft (Vorlaufer 1996:83,93).

Ein Phänomen der Globalisierung der 1980er-Jahre ist das der Hotelketten. Diese treten weltweit mit dem gleichen Namen auf und bieten ein identisches oder zumindest ähnliches Angebot. Diese Unternehmen, meist in Besitz des „Nordens“, tragen dazu bei, dass die Abhängigkeit der Entwicklungsländer von den entwickelten Staaten ausgebaut wird. Wie Kritiker argumentieren, verbleibt nur ein geringer Teil der touristischen Einnahmen im Zielgebiet, denn oft erfolgt ein Devisentransfer über diese Abhängigkeit vom „Süden“ in den „Norden“ oder ein großer Teil der Ausgaben verbleibt z.B. im Zuge einer Pauschalbuchung gleich im „Norden“ (Vorlaufer 1996:83,93).

Die Dominanz von transnationalen Reisekonzernen stellt die nächste Problematik dar: Je stärker nämlich ein Reiseziel von den Tourismuskonzernen abhängig ist, desto stärker ist der Anpassungsdruck z.B. auf den Preis des heimischen Fremdenverkehrsgewerbes (Vorlaufer 1996:39).

Als wichtiger positiver Aspekt der touristischen Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung von Entwicklungsländern ist der Beschäftigungsfaktor zu nennen, denn dieser kann in vielen Ländern, besonders regional gesehen, die Arbeitslosigkeit mildern. Dazu zählen auch Beschäftigungen, die nur teilweise mit dem Tourismus zusammenhängen (z.B. Ärzte/Ärztinnen, Polizisten/Polizistinnen, Zollbeamte/Zollbeamtinnen). Von großer Bedeutung sind die zusätzlichen Beschäftigten in Branchen, die den Fremdenverkehr mit Gütern und Dienstleistungen beliefern (Vorlaufer 1996:141f).

Ein möglicher negativer Effekt auf das Beschäftigungspotenzial kann eine Saisonabhängigkeit sein. Kritisch ist auch die Vergabe von Positionen innerhalb der Tourismusbetriebe zu betrachten: In einfachen Beschäftigungsmöglichkeiten werden

Einheimische eingesetzt, für bessere Positionen werden jedoch teilweise Auswärtige/AusländerInnen angestellt (Job/Weizenegger 2003:635).

Weitere mögliche negative Effekte durch den Tourismus für Entwicklungsländer können sein: Fehlallokation knapper Produktionsfaktoren, Verdrängung traditioneller, „unrentabler“ Wirtschaftszweige oder überangepasstes Konsumverhalten (Vorlaufer 1996:128).

Viele andere positive wie auch negative Wirkungen des Tourismus decken sich mit den bereits im Vorfeld aufgezählten „positiven und negativen Wirkungen des Tourismus auf die Umwelt“ (Kapitel 4.1.1.1).

4.2. Nachhaltige Entwicklung

4.2.1. Gestern und Heute

Nachhaltigkeit ist in aller Munde. So wirbt z.B. die deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel für nachhaltiges Wirtschaften, die Supermarktkette „Billa“ denkt mit ihrem eigenen „Nachhaltigkeitsprogramm“ an morgen und das Industrieunternehmen OMV spricht von *resource fulness* als Weg zu profitablen und nachhaltigem Wachstum (Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2012; BILLA AG 2012; OMV-Konzern 2012). Welches Konzept steckt dahinter und kann es konkret angewendet werden? In diesem Kapitel werde ich diesen Fragen nachgehen.

Der Begriff der „Nachhaltigen Entwicklung“, auf Englisch *sustainable development*, fand im deutschsprachigen Raum seine Anfänge in der Forstwirtschaft im 18. Jahrhundert. Damals bedeutete es, nur soviel Holz aus dem Wald zu entnehmen, wie im selben Zeitraum neue Bäume nachwachsen konnten (Amelung et.al. 2008:5).

Laut einer aktuellen Definition zielt das Konzept der Nachhaltigen Entwicklung (Brandner ua 1995; Interdepartementaler Ausschuss Rio 1996 in Bieger 2006:279)

„[...] auf eine Zufriedenstellung der Bedürfnisse der heutigen Generation hin ohne Ressourcen aufs Spiel zu setzen, die für die kommenden Generationen verfügbar sein müssen. [...] Für die Umsetzung des Konzepts der nachhaltigen Entwicklung wird von drei Dimensionen ausgegangen. Damit Maßnahmen und Projekte auch für die

Nachwelt verträglich sind, müssen diese die ökologische, wirtschaftliche und soziale Dimension berücksichtigen“ (Brandner ua 1995; Interdepartementaler Ausschuss Rio 1996 in Bieger 2006:279).

Gegenwärtig ist der Begriff der „Nachhaltigkeit“ zu einem Leitbild geworden und wird für die unterschiedlichsten Zwecke eingesetzt. Das Problem dabei ist, dass das Konzept sehr unscharf ist und so teilweise sinnentfremdet wird, denn es folgt keine intensive Auseinandersetzung mit dem Konzept der Nachhaltigen Entwicklung und dies bietet der Politik, Unternehmen, MeinungsbildnerInnen und anderen die Möglichkeit, den Begriff als politisches Instrument inflationär einzusetzen (Amelung et.al. 2008:5f).

4.2.2. Grundsätze

Bei dem Konzept der Nachhaltigen Entwicklung stellt sich die Frage, ob es besondere Grundsätze verfolgt. Diese Frage ist mit Ja zu beantworten, denn es basiert auf den folgenden vier Grundsätzen:

- **Gerechtigkeitskonzept:** Im Fokus steht die langfristige Sicherung des Überlebens der Erde und der Menschen unter Berücksichtigung der Lebensqualität. Dafür sind gerechte, an der Nachhaltigkeit orientierte Regeln notwendig, um dauerhaft zusammenzuleben. Bei diesem Grundsatz ist die intergenerative Gerechtigkeit von Bedeutung, welche die Gerechtigkeit zwischen den heutigen und künftigen Generationen anspricht. Neben der intergenerativen spielt auch die intragenerative Gerechtigkeit eine entscheidende Rolle. Dieser Aspekt bezieht sich auf alle heute lebenden Generationen und bedeutet eine globale Gerechtigkeit. Dies impliziert eine faire Gesellschaft auch zwischen Industrie- und Entwicklungsländern (Amelung et.al. 2008:8f).
- Perspektive der **Langfristigkeit:** Bei dem Konzept der Nachhaltigen Entwicklung besteht der Anspruch weltweit gültige Rahmenbedingungen zu schaffen, die dauerhaft gültig sind. Diese zeitliche Dimension – die Langfristigkeit – berücksichtigt die Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge und soll unerwünschte Konsequenzen vermeiden (Amelung et.al. 2008:8).

- **Globalität:** Durch die zunehmenden globalen Zusammenhänge wird es immer wichtiger gemeinsam zu agieren. Besonders Umweltthemen sind nicht mehr auf Nationalstaaten begrenzt und machen daher ein grenzüberschreitendes Agieren notwendig (Amelung et.al. 2008:8f).
- Art der **Problemwahrnehmung** (Brand/Fürst 2002 in Amelung et.al. 2008:9):
 „[Es] werden die globalen Umwelt- und Armutprobleme nun mittels einer integrativen Perspektive in ihrer systematischen Verbindung betrachtet. Daraus entsteht die Notwendigkeit, den Herausforderungen mit integrativen Strategien zu begegnen, die die ökologischen, sozialen, ökonomischen, institutionellen und kulturellen Aspekte von Problemen nicht isoliert voneinander behandeln (Brand/Fürst 2002 in Amelung et.al. 2008:9).

Diese vier Aspekte des Konzepts rund um Nachhaltige Entwicklung zeigen, dass es ein komplexes ist und keine Anleitung mit konkreten Handlungsschritten beinhaltet. Da es keine übergeordneten Instanzen gibt, die Durchsetzungsfähigkeit besitzen, liegt eine hohe Bedeutung bei den Gruppen, die sich dahingehend engagieren (Amelung et.al. 2008:9).

4.2.3. Systematisierung

Der ursprünglich ökologische Ansatz der Nachhaltigkeit entwickelte sich Mitte der 1990er-Jahre zu einem **3-Säulen-Konzept**. Dies soll eine gleichberechtigte Berücksichtigung der drei Dimensionen¹⁸ „Ökologie“, „Ökonomie“ und „Soziales“ erzielen. In manchen Überlegungen findet noch eine weitere, vierte Dimension Beachtung, auf welche ich noch etwas später zu sprechen komme (Hauff/Kleine 2009:9,17).

Im Folgenden werden nun die einzelnen Dimensionen definiert, bzw. deren Ziele und Kapitale¹⁹ näher beschrieben:

¹⁸ Die Begriffe „Säulen“ und „Dimensionen“ können in Bezug auf „Nachhaltigkeit“ synonym verwendet werden.

¹⁹ Die „Kapitale“ dienen zur quantitativen Konkretisierung der einzelnen Dimensionen (Hauff/Kleine 2009:15).

„Die ökologische Nachhaltigkeit zielt [...] auf die Erhaltung des ökologischen Systems bzw. ökologischen Kapitalstocks ab. Das ist dadurch begründet, dass das ökologische System die Lebensgrundlage (Life Support System) aller menschlichen Aktivitäten bildet. Anders formuliert: Das ökonomische System kann für sich alleine nicht nachhaltig sein, da seine dauerhafte Existenz von dem Zusammenspiel der Wirtschaft mit dem ökologischen System abhängt“ (Mayer 2003 in Hauff/Kleine 2009:18).

Daraus folgernd zählt zu den Zielen ökologischer Nachhaltigkeit (Becker/Job/Witzel 1996; Burger 1997; Grunwald/Kopfmüller 2006 in Freericks/Hartmann/Stecker 2010:250):

- „Verbesserung der Umweltqualität
- Verringerung des Rohstoffverbrauchs
- Verringerung des Energieverbrauchs
- Erhaltung und Schutz der natürlichen Ressourcen
- Vermeidung unvertretbarer technischer Risiken.“

Um die ökologische Dimension verständlicher zu machen, ist es wichtig das ökologische Kapital zu definieren.

„[Dieses] umfasst den in Ökosystemen vorhandenen Bestand an erneuerbaren Ressourcen, Land und ökologische Faktoren wie Nahrungskreisläufe, Klimasysteme, solare Einstrahlung, Gleichgewichte und Tragfähigkeit. [...] Darüber hinaus schließt das „Naturkapital“ das ökologische Kapital eines geografisch abgegrenzten Raums zuzüglich der darin verfügbaren nicht-erneuerbaren Ressourcen ein“ (Hauff/Kleine 2009:16).

„Das Ziel der ökonomischen Nachhaltigkeit ist die Aufrechterhaltung einer ausreichenden bzw. gewünschten Lebensqualität im Zeitablauf. Das erfordert eine grundsätzliche Änderung der bestehenden Produktionsweise und Konsumstile, die nicht als nachhaltig bezeichnet werden können. Eine gewünschte Lebensqualität erfordert neben der Erhaltung der materiellen auch die Erhaltung der immateriellen Lebensgrundlagen²⁰“ (Vornholz 1991 in Hauff/Kleine 2009:18).

Zusammengefasst sind die fünf nachfolgenden Ziele der ökonomischen Nachhaltigkeit zu nennen (Becker/Job/Witzel 1996; Burger 1997; Grunwald/Kopfmüller 2006 in Freericks/Hartmann/Stecker 2010:250):

- „Sicherung der Grundlagen materieller Bedürfnisbefriedigung
- Erhalt der Leistungsfähigkeit des gesamten Produktionsvermögens
- Vollbeschäftigung, fairer Lastenausgleich zwischen den Generationen
- Beitrag zur internationalen wirtschaftlichen Stabilität
- Ausgleich extremer Einkommens- und Vermögensunterschiede.“

In Bezug auf das ökonomische Kapital ist Nachstehendes festzuhalten:

„[Es] bildet das wirtschaftliche Produktionskapital in Form von Sach-, Wissens- und Humankapital (z. B. technische Anlagen, Patente und qualifizierte Mitarbeiter) sowie die in die Wirtschaft eingebrachten Ressourcen ab. Immaterielles Vermögen²¹ ist hierbei ein Bestandteil ökonomischen Kapitals, was auf die weite Definition des Kapitalbegriffs hinweist“ (Hauff/Kleine 2009:16; Veränderung durch Verfasserin).

²⁰ Zu immateriellen Ressourcen bzw. Lebensgrundlagen, welche vom Menschen geschaffen wurden und natürlicherweise kein knappes Gut sind, zählen: „Software, Kunst, Kultur, Musik (Töne, Akkorde, Rhythmen, Volkslieder), Patente, Wissen, Standarts [sic!], Informationen, Sprache, Schrift, Märchen und Sprichworte, traditionelles Wissen (z.B. um Heilkräuter, Heilpraktiken und Saatgut), religiöse Praktiken und Meditationstechniken“ (Wiki zu nuevalandia.net 2012).

²¹ „Immaterieller Vermögensgegenstand, immaterieller Wert = nichtstofflicher Vermögenswert eines Unternehmens, wie (1) Standort, Kundenkreis, Firmenname, Organisation, Leitung und Mitarbeiterstamm (Firmenwert); (2) Konzessionen; (3) Kontingente; (4) Erfindungen; (5) verschiedene Rechte (Patente, Lizenzen, Warenzeichen- und Gebrauchsmusterrechte, Bezugs- und Belieferungsrechte, Urheberrechte, Verlagsrechte etc.). Immaterielle Wirtschaftsgüter tragen wesentlich zur Bildung des Gesamtunternehmenswerts (Unternehmensbewertung) bei“ (Gabler Wirtschaftslexikon 2010).

„Im Sinne des Grundbedürfniskonzeptes geht es um einen gerechten Zugang zu den sozialen Grundgütern. [...] Hervorzuheben ist besonders die Konzeption der Verwirklichungschancen [...]. Dabei geht es um die Möglichkeiten oder Fähigkeiten der Menschen, ein Leben so führen zu können, dass die Selbstachtung nicht in Frage gestellt wird. Das ermöglicht besonders sozial schwachen Gruppen eine Erweiterung von Handlungsspielräumen und ein Herauslösen aus dem passiven Empfängerstatus. Dadurch wird es dem Individuum oder einer Gruppe möglich, ein sicheres, würdiges und selbstbestimmtes Leben zu gestalten [...]. In einem weiteren Sinne gehören zu den Grundgütern aus soziale Ressourcen, wie Toleranz, Solidarität, Integrationsfähigkeit, Gemeinwohlorientierung, Rechts- und Gerechtigkeitssinn“ (Hauff/Kleine 2009:20f). „Das wesentliche Ziel der sozialen Nachhaltigkeit besteht [...] in der Erhaltung des sozialen Friedens“ (Fischer-Kowalski 1995 in Hauff/Kleine 2009:20f).

Der Fokus sozialer Kriterien liegt bei den Fragen zur gesellschaftlichen Partizipation und Emanzipation. Neben gesundheitlichem und sozialem Wohlbefinden sollen auch der Zugang zu allen gesellschaftlichen und politischen Bereichen und die Beteiligung daran sicher gestellt sein (Busch-Lüty 1993 in Becker/Job/Witzel 1996:6).

„Unter Sozialkapital ist ganz allgemein der Bestand an sozialen Netzwerken, Vertrauen und kooperationsfördernden Werten und Normen einer Gesellschaft zu verstehen“ (Haug/Gerlitz 2007 in Hauff/Kleine 2009:21). Im Vergleich zu dem ökologischen und dem ökonomischen Kapital ist das Sozialkapital „[...] weniger eindeutig abgegrenzt: In der Volkswirtschaftslehre versteht man unter Sozialkapital bislang die vorwiegend materielle Infrastruktur wie Sachanlagen und öffentliche Einrichtungen. Neuere Publikationen aus der Politikwissenschaft fordern hingegen einen umfassenderen und ‚weicheren‘ Ansatz. Demnach sollen die Grundbedürfnisse befriedigt, die gesellschaftliche Integration gefördert und die Weiterentwicklung der Gesellschaft ermöglicht werden“ (Empacher/Wehling 2002 in Hauff/Kleine 2009:16).

Nach dieser inhaltlichen Abgrenzung der drei Dimensionen von Nachhaltigkeit, stellt sich die Frage nach ihrer Beziehung zueinander. Die einzelnen Dimensionen bzw. deren jeweilige Kapitalarten können sich gegenseitig beeinflussen – sowohl positiv, als auch negativ – und stehen somit in Wechselwirkungen zueinander. Allerdings ist zu bedenken, dass Nachhaltige Entwicklung je nach Richtung der ökonomischen Diskussion unterschiedlich beurteilt wird. Dementsprechend müssen auch die Ziele der ökonomischen Theorien in die Analyse miteinfließen (Hauff/Kleine 2009:23). In diesem Zusammenhang sind folgende Ansätze zu unterscheiden: die neoklassische Position (vgl. ebd.24-29), die Ökologische Ökonomie (vgl. ebd.29-32) und die Auflösung der Nachhaltigkeitsparadigmen (vgl. ebd.32-40).

Zusätzlich wird in der Diskussion noch zwischen einem „harten“ und einem „weichen“ Nachhaltigkeitsbegriff unterschieden. Bei der „harten“ Definition wird die Einhaltung von Belastungsgrenzen der natürlichen Knappheit gefordert. Somit dürfen keine nicht erneuerbaren Ressourcen verbraucht werden. Die „weiche“ Auslegung von Nachhaltigkeit erlaubt unter gewissen Bedingungen die Substitution zwischen den einzelnen Umweltbereichen (Müller/Flügel 1999 in Bieger 2006:280).

4.2.3.1. Kritik am Drei-Säulen-Modell

Wie bereits beschrieben, gestaltet sich die Nachhaltigkeitsdebatte entlang von drei Säulen. Dabei besteht das Problem, dass bei dieser Betrachtung die möglichen Wechselwirkungen und -beziehungen kaum einsehbar sind. Die Kritik lautet, dass die einzelnen Säulen isoliert nebeneinander stehen und jede Säule ihre eigenen Ziele ohne Berücksichtigung einer/zweier anderen/r Säulen beinhaltet (Hauff/Kleine 2009:114-117).

Die Grafik rechts zeigt das besprochene Drei-Säulen-Modell und die thematisierte Isoliertheit der einzelnen Säulen.

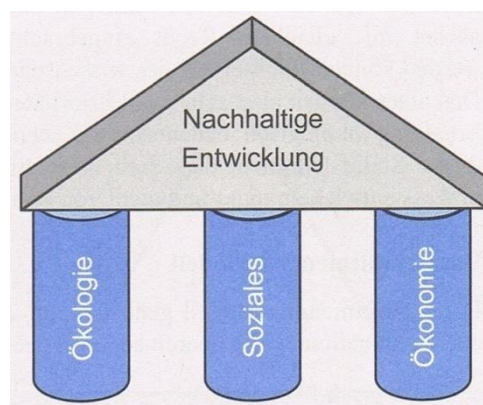


Abbildung 6 - klassisches Drei-Säulen-Modell

4.2.3.2. Das Integrierende Nachhaltigkeitsdreieck

Michael von Hauff und Alexandro Kleine haben in Anlehnung an das bereits überholte Drei-Säulen-Konzept (es wurde in Form eines Dreiecks weiterentwickelt) das „Integrierende Nachhaltigkeitsdreieck“ im Jahr 2005 vorgestellt. Mit dieser neuen Anschauung stehen bereits optisch die einzelnen Aspekte der Nachhaltigkeit in Beziehung zueinander. Die Fläche innerhalb dieses entstandenen Dreiecks wird als Kontinuum²² der drei Dimensionen ausgefüllt (Hauff/Kleine 2009:124f).

„Dabei soll die neue Methodik die Betrachtung bestimmter ‚Mischverhältnisse‘ ermöglichen, wonach die betrachteten Elemente einer Nachhaltigen Entwicklung unterschiedlich stark den drei Dimensionen zugeordnet werden können“ (Hauff/Kleine 2009:124).

Die Einheiten innerhalb des Dreiecks sind so gewählt, dass damit eine analytische Differenzierung nach den drei Nachhaltigkeitsdimensionen möglich ist. Es entstehen dadurch starke, teilweise und schwache Zuordnungen (Hauff/Kleine 2009:125f).

²² Kontinuum = lückenlos Zusammenhängendes, Stetiges (Duden 2006:600)

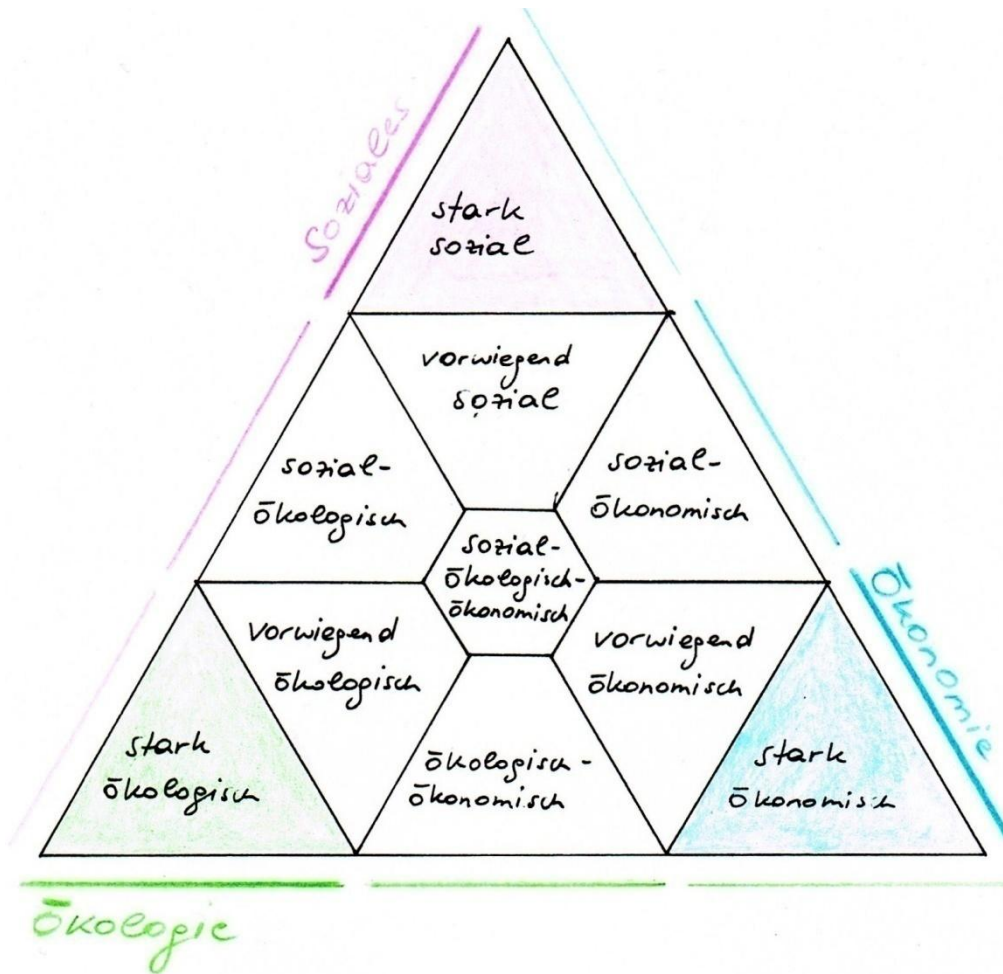


Abbildung 7 - Integrierendes Nachhaltigkeitsdreieck

Jedes Feld wird im weiteren Verwendungsverlauf mit Indikatoren besetzt und erhält dadurch eine Bedeutung, deren Messung gegebenenfalls möglich ist. So könnte das sozial-ökonomische Feld vor allem solche Indikatoren beinhalten, „[...] die sowohl die sozialen und menschlichen Bedürfnisse als auch Erfordernisse der Wirtschaft abdecken“ (Hauff/Kleine 2009:165).

Bei der Betrachtung und Interpretation des Integrierenden Nachhaltigkeitsdreiecks ist zu bedenken, dass die Mitte nicht das erstrebenswerte Ziel, sprich den Ausgleich von Ökologie, Ökonomie und Sozialem, darstellt. Das Augenmerk soll auf den Ecken liegen, denn hier stehen die jeweiligen effektiven Ziele (Hauff/Kleine 2009:130).

4.2.3.3. Eine vierte Dimension?

Seitdem das Thema „Nachhaltigkeit“ ein immer präsenteres wird, laufen Diskussionen, ob das drei Dimensionen umfassende Nachhaltigkeitskonzept um weitere Ebenen ergänzt werden soll.

Spangenberg (2004:75) erweitert sein Nachhaltigkeitskonzept um die „Institutionelle Dimension“. In seiner grafischen Umsetzung entsteht optisch ein Tetraeder²³. Alle drei bisherigen Ebenen bilden den Grundriss und die Institution die Spitze. Dadurch soll die Beteiligung von Institutionen gestärkt werden.

Ferner gibt es eine Debatte um die Einführung einer kulturellen Ebene – entweder gleichberechtigt wie die drei anderen Ebenen oder als „quer liegende Dimension“ auf dem Drei-Säulen-Konzept. Diese kulturelle Dimension der Nachhaltigkeit könnte laut dem deutschen Rat für Nachhaltige Entwicklung erstens Bildung und Kultur, zweitens Alltagskultur und Schönheit, drittens Kunst und Kultur und viertens Ethik beinhalten (Rat für Nachhaltige Entwicklung 2002:6).

Abschließend ist festzuhalten, dass eine Nachhaltige Entwicklung mittels Nachhaltigkeitsstrategien, welche aus Zielen, Indikatoren und Handlungsvorgaben bestehen, umgesetzt werden sollte (Hauff/Kleine 2009:130).

4.3. Nachhaltiger Tourismus²⁴

Nach den Definitionen und der Auseinandersetzung mit dem Phänomen „Tourismus“ und dem Konzept der „Nachhaltigen Entwicklung“ führe ich nun diese beiden Themengebiete zusammen und widme mich dem „Nachhaltigen Tourismus“.

Einleitend ein Zitat von Tae Gyou Ko (2005:435), der die Frage nach dem ‘Warum Nachhaltiger Tourismus?’ auf den Punkt bringt:

„Development is meant to improve human condition, and sustainable development should ensure the survival of a system at a higher level – otherwise, it is not worth doing. Tourism is a form of development, and therefore, the same criteria apply as for development generally” (Ko 2005:435).

Nun die Definition des Nachhaltigen Tourismus des Forums „Umwelt und Entwicklung“ (in Freericks/Hartmann/Stecker 2010:249), welche sich an die

²³ Eine Pyramide, die als Grundfläche ein gleichseitiges Dreieck hat und deren drei Seitenflächen ebenfalls gleichseitige, zur Grundfläche kongruente Dreiecke sind, nennt man (regelmäßiges) Tetraeder (Vierflächner). Wenn man sie umkippen würde, würde sie noch genauso aussehen wie vorher (Wikipedia 2012a).

²⁴ Das Schlagwort „Nachhaltiger Tourismus“ inkludiert laut WTO auch die Themen wie „rural development, eco tourism, environmental impact, cultural and natural heritages, urban development, alternative tourism, indigenous people, wildlife, natural parks, etc“ (Cernat/Gourdon 2007:1).

Grundsätze der Rio-Deklaration²⁵ und den Empfehlungen der Agenda 21²⁶ anlehnt. Diese Erklärung fordert, dass Nachhaltiger Tourismus ökologische, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Verträglichkeitskriterien erfüllen muss.

„Nachhaltiger Tourismus ist langfristig, in Bezug auf heutige wie auf zukünftige Generationen, ethisch und sozial gerecht und kulturell angepasst, ökologisch tragfähig sowie wirtschaftlich sinnvoll und ergiebig“ (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:249).

Im Detail haben die einzelnen Dimensionen der Nachhaltigkeit in Bezug auf Tourismus folgende Bedeutungen:

„Die **ökologische Dimension** fokussiert die Vermeidung bzw. Minimierung der Umweltfolgen touristischer Aktivitäten. Die Berechnung des touristischen Fassungsvermögens einer Region ist eine wichtige Methode, um die Umweltfolgen von Tourismusaktivitäten und ihre Konsequenzen für den nachhaltigen Entwicklungspfad abzuschätzen. In den meisten Fällen ist die ökologische Kapazität deutlich geringer als die rein physische Kapazität, die räumlich determiniert ist“ (Saleem 1994 in Smeral 2003:85f).

„Die **wirtschaftliche Nachhaltigkeit** ist gegeben, wenn der ökonomische Gewinn ein Niveau erreicht, das entweder ausreicht, die Kosten der Versorgung von Touristen zu decken und die Effekte der Anwesenheit von Touristen mildert, oder das erwirtschaftete Einkommen von der Gesellschaft als angemessen empfunden wird, um die Nachteile der ‚bereisten‘ Kommune auszugleichen“ (Smeral 2003:86).

²⁵ „Die Deklaration von Rio über Umwelt und Entwicklung wurde 1992 auf der Rio-Konferenz (‚Erdgipfel‘) verabschiedet und besagt, dass ein wirtschaftlicher Fortschritt langfristig einzig und allein in Verbindung mit Umweltschutz möglich sei. Dies könne nur gehen, wenn die Staaten weltweit eine neue und gerechte Partnerschaft unter Beteiligung der Regierungen, des Volkes und der Schlüsselemente der Gesellschaften eingehen.“ (Lexikon der Nachhaltigkeit 2012a).

²⁶ „Auf der Rio-Konferenz 1992 ist deutlich geworden, dass eine nachhaltige Entwicklung nur durch ein weltweites Aktionsprogramm erreicht werden kann. Mit der in Rio verabschiedeten Agenda 21 werden detaillierte Handlungsaufträge (sozial, ökologisch, ökonomisch) gegeben, um einer weiteren Verschlechterung der Situation des Menschen und der Umwelt entgegenzuwirken und eine nachhaltige Nutzung der natürlichen Ressourcen sicherzustellen“ (Lexikon der Nachhaltigkeit 2012b).

„Unter **sozialer Nachhaltigkeit** wird die Fähigkeit einer Gesellschaft verstanden, von außen stammende Einflüsse (wie z.B. Gastarbeiter, mehr Touristen) zu verkraften, ohne dass soziale Disharmonien entstehen. Das Ausmaß des verkraftbaren Absorptionsschocks kann als oberes Limit der sozialen Nachhaltigkeit in der touristischen Entwicklung aufgefasst werden“ (Smeral 2003:86).

„Die **kulturelle Nachhaltigkeit** ist gegeben, wenn die Gesellschaft – trotz neuer Einflüsse durch den Tourismus – in sozialer Harmonie existieren kann. [...] Die kulturelle Nachhaltigkeit einer Entwicklung ist dann die Fähigkeit der Gesellschaft, entweder spezifische Attribute ihrer Kultur zu bewahren oder wichtige kulturelle Elemente so zu adaptieren, dass im Dynamischen ein signifikanter Unterschied zu anderen Kulturen bestehen bleibt“ (Smeral 2003:86).

Die allgemeine Definition von Nachhaltigem Tourismus, wie auch die der einzelnen Dimensionen, ist wie die gängigen Erklärungen zum Thema „Nachhaltigkeit“ allgemein gehalten und darum stellt sich die Frage, welche Ziele es im Bereich Nachhaltigen Tourismus gibt. Folgende Tabelle (Johnsen/Umbach-Daniel/Schnell 2003 in Bieger 2006:282-284) vergleicht die einzelnen Komponenten von Nachhaltigem Tourismus der verschiedenen Institutionen und gibt somit einen Überblick über die Ziele dieser Einrichtungen.

Tabelle 2 - Vergleich der Komponenten von verschiedenen Definitionen der Nachhaltigkeit

System	Ziele			
	Ökologie	Ökonomie	Gesellschaft	Beteiligung
Brundtland-Bericht	Nachhaltig ist eine Entwicklung, wenn sie die Bedürfnisse heutiger Generationen befriedigt, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zur Befriedigung ihrer eigenen Bedürfnisse zu beeinträchtigen.			
WTO, WTTC, EarthCouncil (1995)	Als nachhaltig wird Tourismus dann angesehen, wenn er einen Umgang mit allen Ressourcen in einer Art und Weise ermöglicht, dass ökologische, soziale und ästhetische Bedürfnisse erfüllt werden können und gleichzeitig die kulturelle Integrität, essentielle ökologische Vorgänge und die Biodiversität erhalten bleibt. (Übersetzung aus www.nachhaltigkeit.at)	Nachh. Tourismusprodukte müssen/ werden im Einklang stehen mit der lokalen Umwelt, Gemeinschaft und Kultur, so dass diese Nutznießer der touristischen Entwicklung werden, nicht Opfer	„NTE befriedigt die Bedürfnisse heutiger Touristen und Gastregionen während gleichzeitig die Chancen für die Zukunft erhalten und erweitert werden.“	Verteilungsgerechtigkeit
Strategie für nachhaltigen Tourismus der EU	Ein Wachstum des Tourismus, das nicht mehr mit einer Beeinträchtigung der Umwelt und mit Ressourcenverbrauch einher geht und das negative Auswirkungen vermeidet oder auf ein Minimum reduziert	Einbezug <i>aller</i> Akteure	Ein Tourismus, der wirtschaftlich und sozial ausgewogene Vorteile bringt.	

27

²⁷ „Die Brundtland-Kommission, auch Weltkommission für Umwelt und Entwicklung genannt, veröffentlichte 1987 den Report ‚Unsere gemeinsame Zukunft‘, in dem erstmals das Konzept der nachhaltigen Entwicklung

System	Ziele				
	Ökologie	Ökonomie	Gesellschaft	Beteiligung	Verteilungsgerechtigkeit
Alpenkonvention	<p>umweltverträgl. Besiedelung und Sicherung einer sparsamen und rationellen Raumnutzung, Vermeidung von Über- und Unternutzung, Erhaltung und Wiederherstellung von nat. Lebensräumen, Klärung und Abwägung der Nutzungsansprüche, Vorausschauende integrale Planung und Abstimmung der Maßnahmen</p> <p>Luft-, Boden-, Wasser- und Naturschutz; Verkehr, energie, Abfall</p> <p>Einschränkung umweltschädigender Aktivitäten aus tourist. Nutzungen</p>	<p>Wirtschaftl. Entwicklung, Standort- und umweltgerechte Landwirtschaft</p>	<p>Achtung, Erhaltung, Förderung der kulturellen und gesellschaftlichen Eigenständigkeit der ansässigen Bevölkerung, Sicherstellung ihrer Lebensgrundlagen, Förderung des gegenseitigen Verständnisses, Partnerschaftliches Verhalten</p>	<p>Abstimmung relevanter Raumplanungsmaßnahmen, Grenzüberschreitende Zusammenarbeit</p>	<p>Ausgewogene Berücksichtigung der Interessen aller Alpenstaaten, Regionen, EU</p>

28

formuliert und definiert wurde und damit der Anstoss für einen weltweiten Diskurs und öffentliche Aufmerksamkeit für das Thema Nachhaltigkeit war“ (Lexikon der Nachhaltigkeit 2012c).

²⁸ „Die Alpenkonvention ist ein internationales Abkommen, das die Alpenstaaten (Deutschland, Frankreich, Italien, Liechtenstein, Monaco, Österreich, Schweiz und Slowenien) sowie die EU verbindet. Sie zielt auf die

System	Ziele				Verteilungs- gerechtigkeit
	Ökologie	Ökonomie	Gesellschaft	Beteiligung	
Alpenkonvention, Tourismus	Umweltverträglicher Tourismus (Förderung landschafts- und umweltschonender Projekte)	Wettbewerbsfähigkeit des naturnahen T. im Alpenraum stärken Beitrag des T. zu sozioökonom. Entwicklung beachten (Innovation und Diversifizierung) Ausgewogene Mischung intensiver und extensiver Tourismusformen Qualitätsförderung		Erfahrungsaustausch Gemeinsame Aktionsprogramme zur Qualitätsverbesserung	
Strategie Nachhaltige Entwicklung 2002 (Such-, Lern- und Gestaltungsprozess)	Lebensraum für Menschen, Tiere und Pflanzen erhalten Ressourcen mit Rücksicht auf nachfolgende Generationen nutzen	Wohlstand und Entwicklungsfähigkeit der Wirtschaft erhalten (Einkommen und Beschäftigung erhalten/mehren, Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft verbessern, nicht auf Kosten zukünftiger Generationen)	Umfassende Zukunftsverantwortung Entwicklungsfähige und lebenswerte Heimat für die Bürger Leben und Entwicklung der Menschen in Solidarität und Wohlbefinden (Gesundheit, Sicherheit fördern, Bildung und Entwicklung der Identität fördern, Erhaltung und Entwicklung gesellschaftlicher Werte)	Transparente Abwägungsprozesse Einbezug verschiedener Akteure Subsidiaritätsprinzip	Gleiche Rechte und Rechtssicherheit für alle gewährleisten, Gleichstellung, Gleichberechtigung von Minderheiten Solidarität innerhalb und zwischen Generationen

(Johnsen/Umbach-Daniel/Schnell 2003 in Bieger 2006:282-284)

nachhaltige Entwicklung des Alpenraums und den Schutz der Interessen der ansässigen Bevölkerung ab und schließt die ökologische, soziale, wirtschaftliche und kulturelle Dimension ein“ (Alpenkonvention 2012).

4.3.1. Der dynamische Entwicklungsprozess von Nachhaltigem Tourismus

Ziele → Potenziale → Wirkungen → Konflikte → Handlungsmöglichkeiten

Nach den verschiedenen Definitionen und Zielen von Nachhaltigem Tourismus und dessen Dimensionen, komme ich zum Entwicklungsprozess von Nachhaltigem Tourismus.

Ein ganzheitlicher Lösungsansatz des Nachhaltigen Tourismus ist als komplexer, dynamischer Prozess zu sehen. Bei diesem sind zur Steuerung der Entwicklungen Ziele, Potenziale, Wirkungen, Konflikte und Handlungsmöglichkeiten in die Überlegungen miteinzubeziehen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:255).

Die folgende Grafik zeigt das Gesamtsystem der Nachhaltigen Freizeitgestaltung²⁹ mit deren konkreten Zielen, Potenzialen, Wirkungen, Konflikten und Handlungen im Zusammenhang mit den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit. Zusätzlich sind in der Abbildung die AkteurInnen in der Politik (Kommunen, lokale Behörden), Freizeitwirtschaft (Veranstalter, Anlagenbetreiber, Verkehrsbetriebe), aktive Freizeitbetreibende (Naherholungssuchende, AusflüglerInnen, FreizeitsportlerInnen) und Umwelt- und Fachverbände angeführt (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:254).

²⁹ Der Begriff der „Freizeit“ ist nicht als Synonym für „Tourismus“ zu sehen. Die Freizeitwissenschaft ist eine Querschnittsdisziplin, die sich mit der Analyse und Synthese der Spektren der Freizeit (Kultur, Gesundheit, Sport, Tourismus etc.) befasst (Freericks/Hartmann/Stecker 2010: 19). Da die Definition von „Freizeit“ auch den Begriff „Tourismus“ umfasst und diese die gleichen Nachhaltigkeitsziele anstrebt, verwende ich hier den Begriff der „Freizeit“, im Sinne der AutorInnen dieser Literatur.

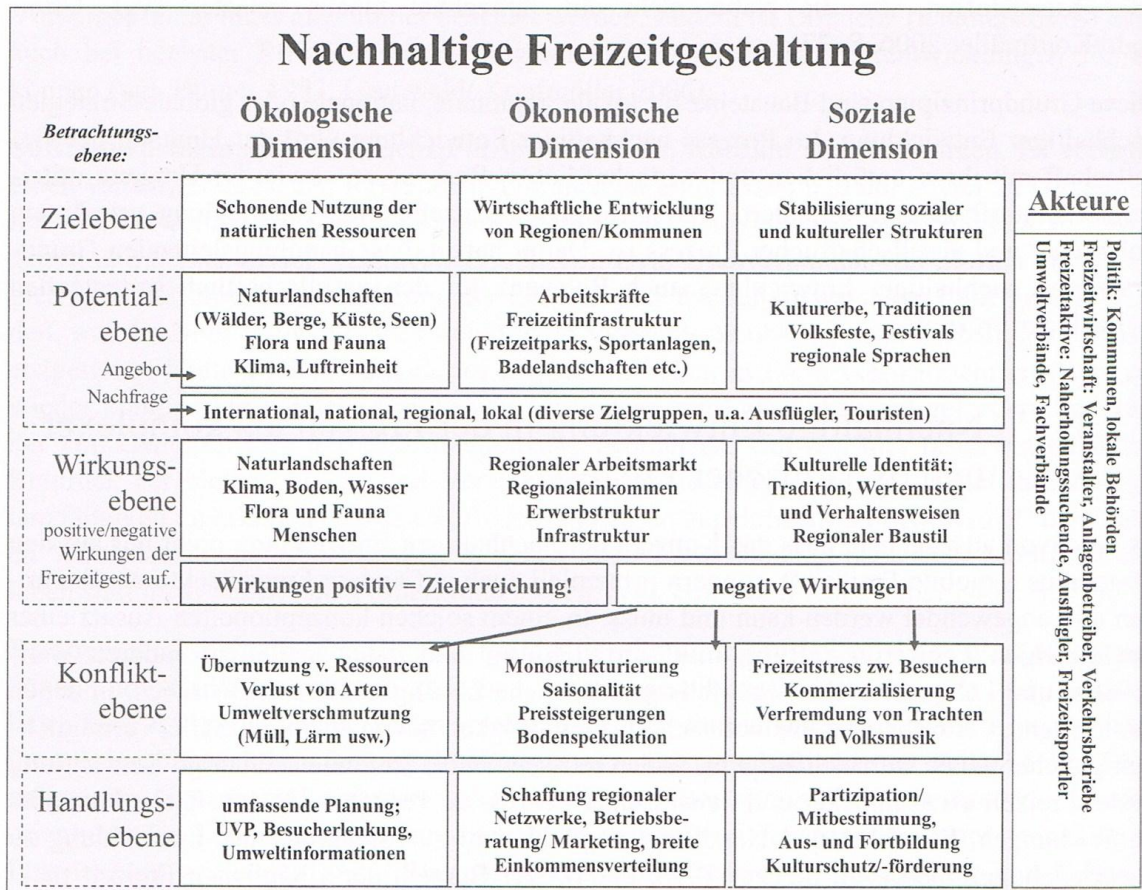


Abbildung 8 - Gesamtsystem Nachhaltige Freizeitentwicklung

Die aufeinander folgenden Ebenen des Lösungsansatzes hin zur Nachhaltigen Freizeitgestaltung werden nun Schritt für Schritt erläutert.

Die **Ziele**, diese stellen die erste von fünf Ebenen dar, sind nicht leicht zu definieren, denn es gibt auf den zahlreichen Freizeitmärkten ein großes Angebot und dem gegenüber stehen unterschiedliche Nachfragen. Dadurch entstehen unterschiedliche Prioritäten der Ziele (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:255). Trotzdem lassen sich grundlegende Nachhaltigkeitsziele festmachen, die besagen, dass eine nachhaltige Gestaltung und Entwicklung der Freizeit so durchzuführen ist, dass

- „natürliche Ressourcen möglichst schonend und unter größtmöglichem Einsatz regenerierbarer Ressourcen eingesetzt werden;
- der durch Freizeitinfrastruktur und -aktivitäten genutzte (Natur-)Raum in seiner vollen Leistungsfähigkeit, d.h. mit seinen wesentlichen Funktionen (biologisches Ertragspotenzial, Widerstandsfähigkeit der Böden gegenüber Erosion, Grundwasserneubildung und -schutz, Habitatfunktion) erhalten bleibt, oder sich in kurzer Zeit wieder dahingehend regeneriert;

- vom Freizeitsektor ausgehende Störungen auf Flora und Fauna minimiert werden bzw. keine nicht kompensierbaren Auswirkungen auf die biologische Vielfalt entstehen;
- Freizeitinfrastruktur und -aktivitäten zur dauerhaften wirtschaftlichen Entwicklung von Regionen und Kommunen beitragen;
- Freizeitveranstaltungen und die Ausübung von Freizeitaktivitäten gewachsene, tragfähige soziale und kulturelle Strukturen nicht gefährden bzw. zu ihrer Stabilisierung beitragen.“

(Freericks/Hartmann/Stecker 2010:255)

Die zweite Ebene bei der Betrachtung der nachhaltigen Freizeitgestaltung stellen die **Potenziale** dar. Um die Ziele der obersten Ebene zu erfüllen, müssen von Nachfrage- und Angebotsseite gleichermaßen Potenziale vorhanden sein (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:255).

Durch politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen kommt es zu einer unterschiedlichen Nutzung der Potenziale der zweiten Ebene. Daraus entstehen unterschiedliche (Aus-)**Wirkungen** auf den ökologischen, ökonomischen und soziokulturellen Bereich. Die Wirkungen können entweder positiv oder negativ in Bezug auf die Nachhaltigkeit beurteilt werden. Durch Lenkungen ist ein Steuern der Potenziale möglich. Das Idealresultat dieses Eingreifens wäre die Erreichung der Ziele der ersten Ebene und somit eine positive Gesamtwirkung. Der Realität entspricht allerdings ein anderes Bild: Es kommt sehr oft zu negativen Auswirkungen, welche in der nächsten Ebene, in der Konfliktebene, behandelt werden (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:255).

Der Ursprung dieser **Konflikte** liegt meist in den unterschiedlichen Interessen der verschiedenen AkteurlInnen. Somit ist eine Analyse der Interessenskonflikte auf dieser Ebene unumgänglich (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:256).

Die letzte Ebene in diesem dynamischen Prozess stellt die **Handlungsebene** dar. Die Erkenntnisse der Konfliktebene sollen auf dieser Ebene produktiv bearbeitet werden, um im Endeffekt zu einer positiven Wirkungsbeurteilung zu gelangen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:256).

In der soeben besprochenen Abbildung wurde veranschaulicht, welche übergeordneten Ziele in der jeweiligen Dimension im Vordergrund stehen und wie diese durch verschiedene Schritte bei etwaigen Konflikten durch Handlungen erreicht

werden können. Welche negativen Wirkungen es konkret gibt, zeigt die im nächsten Kapitel abgebildete Tabelle. Den negativen Wirkungen sind die positiven gegenüber gestellt, denn in einer nachhaltigen Entwicklung soll es Ziel sein, die negativen Wirkungen durch die vorher beschriebenen Handlungsmöglichkeiten zu vermeiden bzw. zu minimieren und positive Entwicklungen in allen drei Dimensionen zu fördern und zu stärken oder, falls noch nicht vorhanden, zu etablieren. Dabei ist es wichtig, die Grundprinzipien einzuhalten und die drei Dimensionen untereinander auszubalancieren (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:277).

4.3.2. Positive und negative Wirkungen

Nachdem der ganzheitliche Lösungsansatz hin zum Nachhaltigen Tourismus auf den einzelnen Ebenen vorgestellt wurde, wird nun die Wirkungsebene eingehender beleuchtet.

Wie schon im Kapitel der Nachhaltigen Entwicklung, so stellt sich auch hier die Frage nach den positiven und negativen Wirkungen in den drei verschiedenen Dimensionen des Nachhaltigen Tourismus. Eine Antwort liefert folgende Gegenüberstellung der Effekte durch Freizeitaktivitäten auf Ökologie, Ökonomie und Soziales:

Tabelle 3 - Positive und negative Wirkungen der Freizeit in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen

	Positive Wirkungen	Negative Wirkungen
Ökologie	<p>Erhaltung der Biodiversität durch Schutz intakter Natur- und Kulturlandschaften</p> <p>Erweiterung bzw. Ausweisung neuer Schutzgebiete</p> <p>Erhöhung des Umweltbewusstseins durch Lernen in Erlebniswelten; Naturschutz durch Naturgenuss</p>	<p>Energieverbrauch, Emissionen, Treibhauseffekt; Luftverschmutzung</p> <p>Flächenverbrauch und Beeinträchtigung von Biodiversität</p> <p>Bodenverdichtung/-erosion, Trittbelastung</p> <p>Wasserverbrauch und -verschmutzung</p> <p>Abfallaufkommen</p> <p>Lärmbelästigung</p>
Ökonomie	<p>Schaffung von Einkommen und Arbeitsplätzen; Erwerbsalternativen für lokale Bevölkerungen</p> <p>Multiplikatoreffekte auf vor- und nachgelagerte Wirtschaftssektoren (z.B. Handwerk, Baugewerbe, Landwirtschaft)</p> <p>Regionale Entwicklungsimpulse: Infrastrukturausbau (z.B. Verkehrswege, Kommunikationsnetze, Energieversorgung)</p> <p>Gewinne für AnbieterInnen von Freizeitinfrastruktur und -dienstleistungen</p> <p>Deviseneffekte</p>	<p>Saisonalität der Arbeitsplätze; unqualifizierte Arbeitsplätze [sic!]</p> <p>„Import“ regionsfremder Arbeitskräfte; Sogwirkungen</p> <p>Hohe Investitionskosten für Ausbau von Freizeitinfrastruktur (Kredite, Schulden)</p> <p>Abfluss von Kapital/Einnahmen aus Zielgebieten (Entzugseffekte)</p> <p>Anstieg der Verbraucher- und Bodenpreise für Ortsansässige</p> <p>Gefahr von Monostrukturierung und Abhängigkeit</p>
Soziales	<p>Stärkung bzw. Wiederbelebung regionaler Kunst, Kultur und Identität</p> <p>Schutz von Kulturdenkmälern</p> <p>Horizontenerweiterung für BesucherInnen und Besuche</p> <p>Qualifizierung, Aus- und Fortbildung im Freizeit- und Tourismussektor</p> <p>Erhöhung der Lebensqualität</p>	<p>Kommerzialisierung regionaler Kunst und Kultur („Kitsch“)</p> <p>Verfestigung von Vorurteilen durch Oberflächlichkeit der Begegnungen</p> <p>Konflikte und Stress zwischen unterschiedlichen Nutzergruppen</p> <p>Ästhetische Beeinträchtigungen durch Freizeitinfrastruktur</p> <p>Zerstörung traditioneller Lebensformen</p> <p>(Kinder-)Prostitution</p> <p>Anstieg von Kriminalität</p> <p>Betteln</p>

(Freericks/Hartmann/Stecker 2010:278; Job/Weizenegger 2003:635)

4.3.3. Kritik zur Literatur über Nachhaltigkeit im Tourismus

Um Nachhaltige Entwicklungen im Bereich Tourismus vollständig vorzustellen, folgt nun eine kompakte Darstellung von Schwachstellen und Messproblematiken in der wissenschaftlichen Literatur zu Nachhaltigem Tourismus. Zhenhua Liu (2003:461-471) beschreibt in seinem Paper sechs Schwachstellen in der Nachhaltigkeitsliteratur, welche seiner Meinung nach mehr Berücksichtigung finden sollten.

1. Es wird der Rolle der Tourismusnachfrage zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt.
2. Die Frage zu Nachhaltigkeit bei den touristischen Ressourcen wird zu wenig beachtet. Zu diesen Ressourcen zählen laut dem Autor die touristischen Attraktionen, die Infrastruktur (diese dient dazu, die touristische Attraktivität zu unterstützen) und die physischen und sozialen Hintergründe, welche die Gastfreundlichkeit der GastgeberInnen beinhaltet.
3. Die intragenerative Gerechtigkeit, welche die gerechte Verteilung von Vorteilen und Kosten unter den beteiligten AkteurInnen bedeutet, wird kaum beachtet. Dieser Punkt ist besonders bei der Betrachtung von Entwicklungsländern von Bedeutung.
4. Die Entwicklung rund um die soziale Nachhaltigkeit in den Gastgeberregionen wird zu wenig differenziert betrachtet. Es wird von vielen AutorInnen behauptet, dass die sozialen und kulturellen Auswirkungen des Tourismus überwiegend negativ auf die lokale Bevölkerung sind. Für Zhenhua Liu bedarf die Betrachtung der sozialen Nachhaltigkeit allerdings eines weiteren Blickwinkels, als es bisher der Fall war.
5. Dieser Punkt betrifft die Messung von Nachhaltigkeit. Dabei stellen sich Fragen wie: ‚Was ist das richtige Maß an Nachhaltigem Tourismus?‘ ‚Wie kann man/frau Nachhaltigen Tourismus messen?‘ ‚Wie viele Veränderungen sind zu viele?‘
6. Die vorgeschlagenen Mittel und Instrumente um Nachhaltigen Tourismus zu erreichen, sind laut dem Autor oft voller vereinfachter und naiver Ansichten.

(Liu 2003:461-471)

Zhenhua Liu schlägt in seiner Konklusion vor, einen ausgewogeneren Blick auf das Konzept der Nachhaltigkeit zu haben. Des Weiteren urgiert er Messmöglichkeiten – nicht nur theoretisch, sondern auch praktisch. Es könnten ferner mehr Anstrengungen unternommen werden, um Codes, Standards und Vorzeigebispiele zu etablieren. Ein Fokus sollte in Bezug auf Nachhaltigkeit auch auf dem Massentourismus liegen, anstatt nur den *off-the-beaten-track*-Bereich zu forcieren. Außerdem wirbt er für einen offeneren/breiteren Blick auf die Thematik und einen interdisziplinären Zugang um Synergieeffekte zu nutzen (Liu 2003:472).

5. Indikatoren für Nachhaltigkeit im Tourismus

.....

Wenn Nachhaltige Entwicklung eines der wichtigsten Ziele der Industrie ist, dann muss diese im Stande sein ihre Leistungen und Auswirkungen zu messen (Ko 2005:1).

.....

Nachdem im vorherigen Kapitel unter anderem die Ziele des Nachhaltigen Tourismus erläutert wurden, stellt sich die Frage, wie diese erreichbar und in weiterer Folge auch messbar sind. In diesem Kapitel widme ich mich dem letzten Teil dieser Frage, den Messgrößen, sprich, den Indikatoren. Wie kann man/frau Nachhaltigen Tourismus haltbar/greifbar machen? Die Problematik rund um die Indikatoren und die schwierige Auswahl werden in diesem Kapitel ebenso behandelt. Den letzten Teil dieses Kapitels zeigt die praktische Anwendung von Indikatoren.

5.1. Indikatoren in der Theorie

5.1.1. Definition von Indikatoren

Was ist ein Indikator und wie kann man/frau diesen nutzen. Dazu einfache Beispiele: Man/frau kommt im täglichen Leben ständig mit Indikatoren in Berührung: Z.B. wenn

es um die Gesundheit geht – so wird die Gesichtsfarbe, die Körpertemperatur, der „Body-Maß-Index“ und ähnliches zu verschiedenen Typen von Indikatoren. Um eine objektive Einschätzung zu erhalten, kann man/frau eine/n Ärztin/Arzt aufsuchen. Diese/r verwendet ein Bündel an Indikatoren, welche auf Tests, wissenschaftlichen Kenntnissen und Erfahrungen mit ähnlichen Symptomen beruhen. Durch diese Beispiele wird erkenntlich, wie Indikatoren, seien sie subjektiv oder objektiv, das Alltagsleben begleiten (Sirakaya/Jamal/Choi 2001:414). Diese Indikatoren aus dem Bereich der Medizin sind, wie mit den Beispielen belegt, konkret messbar – im Bereich des Nachhaltigen Tourismus ist das nicht immer so. Dazu etwas später.

Zuerst ist es wichtig, eine Definition zu Indikatoren zu kennen – anbei die der „Organization for Economic Cooperation and Development“ (OECD 1997 in Sirakaya/Jamal/Choi 2001:415):

“An indicator is an empirical interpretation of reality and not reality itself. Indicators are commonly used to present a quantitative account of a complex situation or process. They can also be used to point out or identify something, which is not immediately visible, audible or perceived in a precise situation. Indicators usually translate data and statistics and can be aggregated and attributed weighted values in order to produce composite measure known as indices. Finally, three major functions of indicators are simplification, quantification, and communication” (OECD 1997 in Sirakaya/Jamal/Choi 2001:415).

Eine andere Begriffsbildung von Indikatoren ist die von Rossi und Gilmartin (1980 in Sirakaya/Jamal/Choi 2001:416): „An indicator:

- assists to describe a state of a society such as the quality of life in various social strata (quality of life of poor, quality of life of elderly, etc.);
- is used to conduct analytical studies of social changes including identifying sources of influence on an indicator's trend and suggesting the causal sequence and importance of relevant variables used to estimate future values of selected indicator (i.e. forecasts or projections);
- is used to evaluate the effectiveness of social programs;
- can help policy makers and managers to set goals and establish priorities;
- can be used to develop social accounting systems.”

(Rossi/Gilmartin 1980 in Sirakaya/Jamal/Choi 2001:416)

5.1.2. Ein Messverfahren zur Nachhaltigkeit

Wie bereits im Kapitel 4 erwähnt, besteht die Gefahr einer inflationären Verwendung des Nachhaltigkeitsbegriffs. Es gibt daher Bedarf an so genannten Nachhaltigkeitsbilanzen, um die verschiedenen Auswirkungen des Tourismus besser einschätzen und jene Bereiche identifizieren zu können, bei denen ein besonders großes Optimierungspotenzial besteht. Man/frau benötigt dazu Indikatoren, mit denen der Ist-Zustand und Veränderungen quantitativ und qualitativ erfasst werden können (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:315). Prinzipiell stellt sich dabei die Frage: Und warum Indikatoren? Diese sind die am meisten anerkannten Evaluierungsinstrumente für eine Implementierung von Nachhaltigkeitsstrategien im Tourismus (Tanguay/Rajaonson/Therrien 2011:3).

Im Folgenden wird ein hierarchisch aufgebautes, methodisches Verfahren – bestehend aus Zielen, Kriterien und Indikatoren – vorgestellt, welches zur Messung einer Nachhaltigen Freizeitgestaltung und deren Entwicklung eingesetzt werden kann (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:315). Zuerst eine grafische Darstellung dieses Verfahrens:

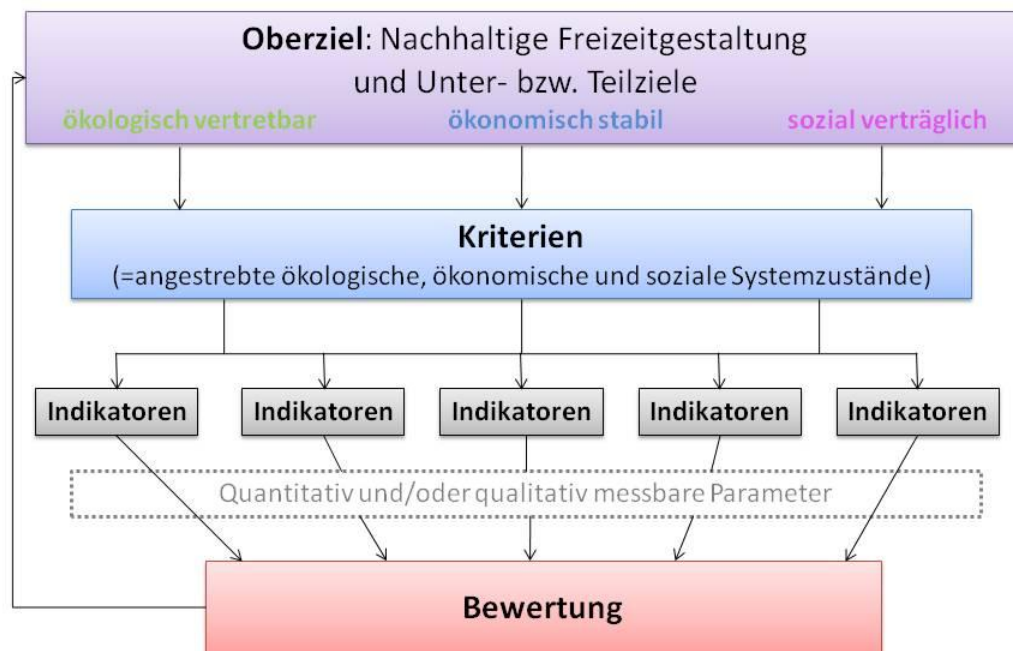


Abbildung 9 - Hierarchische Ebenen mit Zielen, Kriterien und Indikatoren

Im Kapitel 4 (Abbildung 8) wurde bereits die gesamte Systematisierung des Nachhaltigen Tourismus besprochen. In diesem nun vorgestellten Verfahren steht der Indikator im Fokus. Es folgt eine Schritt-für-Schritt-Erklärung für dieses Messverfahren.

Zuerst müssen die **Oberziele und Unter- bzw. Teilziele** definiert werden, denn diese dienen als Bezugsgrundlage. Die Ziele basieren in erster Linie auf ExpertInnenmeinungen und werden durch Abwägungs- und Entscheidungsprozesse gefunden. Aus diesen Zielen, die die Ebenen Ökologie, Ökonomie und Soziales abdecken, werden im zweiten Schritt die **Kriterien** abgeleitet. Diese dienen dazu, die Teilziele der oberen Ebene mit konkreten und möglichst operationalen Merkmalen zu untermauern. Ein Kriterium zeigt, welcher Zustand oder welche Maßnahme angestrebt wird, damit die Ziele erreicht werden. Alle Kriterien zusammen sollten alle Ziele abdecken (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:315ff).

Der nächste Schritt ist vom Kriterium zum **Indikator**. Die Indikatoren sollen die Ziele vollständig darstellen. Außerdem haben sie die Funktion, die Kriterien mit quantitativen und qualitativen Parametern zu erfassen. Sie dienen als Maßstab zur

Beurteilung, ob bzw. inwieweit die Kriterien erfüllt sind und den einzelnen Teilzielen nachgekommen wird. Einem Kriterium können mehrere Indikatoren zugeordnet werden (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:317).

Zusammengefasst bedeutet das:

„Kriterien werden gebildet, indem Ziele analysiert werden. Es werden einzelne Bausteine herausgearbeitet, die zum Erreichen des Ziels notwendig sind. Indikatoren sind die messbaren Ausprägungen solcher Bausteine. Mit ihrer Hilfe kann man den Grad der Zielerreichung feststellen: Indikator xy sagt aus, ob das Kriterium XY nach Menge und Qualität erfüllt wird oder nicht“ (Thierstein/Walser 2000 in Bieger 2006:286).

Welche Anforderungen sollten Kriterien und Indikatoren erfüllen um eine aussagekräftige Beurteilung zu ermöglichen? Scherer und Walser nennen folgende Ansprüche (Scherer/Walser 2002 in Bieger 2006:286f):

- **„Einfache Handhabbarkeit:** Die Erhebung und Aktualisierung der erforderlichen Daten muss ohne allzu hohen Aufwand in das Alltagsgeschäft der beteiligten Institutionen und Projektträger integriert werden können. Dies betrifft sowohl die Menge als auch die Qualität der Daten.
- **Anschaulichkeit:** Die engagierte Bevölkerung muss anhand der Kriterien leicht erkennen können, was die Ziele des jeweiligen Agenda-Prozesses sind und worin die Qualität des Konzepts einer nachhaltigen Entwicklung besteht.
- **Attraktivität:** Zumindest eine repräsentative Auswahl von Kriterien sollte aufgrund ihrer emotionalen Aussage dazu in der Lage sein, das Interesse von Bürgerinnen und Bürgern als auch der Medien zu wecken und die Kommunikation über die Ziele voranzubringen.
- **Fähigkeit zur Motivation:** Die Kriterien sollen nicht einen weit in der Ferne liegenden Idealzustand repräsentieren und damit die notwendigerweise unvollständigen Bemühungen engagierter Akteure abschrecken, sondern vielmehr als Hilfestellung zur laufenden Verbesserung der Aktivitäten verstanden werden.
- **Objektivität und Messbarkeit:** Die Kriterien müssen logisch fundiert sein und wissenschaftlich verteidigt werden können. Ein Teil der Indikatoren sollte auch quantitativ messbar sein, um Fortschritte über die Zeit feststellen zu können.“

(Scherer/Walser 2002 in Bieger 2006:286f)

Generell können Indikatoren sowohl in der Wissenschaft als Analyseinstrument als auch in der Praxis zur Steuerung einer Nachhaltigen Entwicklung verwendet werden. Wenn man/frau Indikatoren direkt messen kann, z.B. mittels Anzahl, Menge, Volumen, Prozent, so sind sie als quantitative Parameter einzustufen. Ein qualitativer Indikator hingegen ist nicht messbar – er beschreibt einen Zustand oder Prozess. Mit diesem Parameter wird überprüft, ob ein Kriterium erfüllt ist (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:317). Die WTO unterscheidet in ihrem „Guidebook“ (WTO 2004:49) zwischen vier verschiedenen Arten von Indikatoren:

- Quantitative Indikatoren: Ein Beispiel wäre der Wasserverbrauch in Litern pro TouristIn. Durch eine jährliche Erhebung sind Vergleiche (z.B. zum Vorjahr) gut möglich.
- Qualitative Indikatoren: Damit wird z.B. abgefragt, wie viel Prozent der TouristInnen meinen, dass die Urlaubsdestination sauber ist.
- Normative Indikatoren: Durch diese kann z.B. die Anzahl der Strände, die den „Blue Flag Standard“³⁰ erreichen, gezählt werden.
- Deskriptive Indikatoren: Mit diesen Indikatoren werden z.B. die Fragen nach einem ökologischen Fahrplan für eine Region/Anlage, welche mit Ja oder Nein beantwortet werden, gestellt. Durch eine Aggregation der Antworten können Prozentangaben aufgezeigt werden. Ein Beispiel: XY % der Anlagen haben solch einen Plan.

(WTO 2004:49)

Im letzten Schritt des Verfahrens werden die Indikatoren beurteilt. In dem **Bewertungsverfahren** ist es das Ziel, eine Einstufung der neutral erhobenen Indikatoren vorzunehmen (Stecker 1998 in Freericks/Hartmann/Stecker 2010:318).

Für die Beurteilung der Indikatoren ist die Festlegung von Grenzwerten und Qualitätsstandards, welche unumstritten und größtenteils akzeptiert sein sollten, von Bedeutung. In der Praxis ist dies nicht immer möglich, da oft die wissenschaftliche Expertise fehlt und die Rahmenbedingungen sehr variieren. Deswegen werden Indikatoren oft deskriptiv dargestellt. Die Beurteilung dieser erfolgt dann in Richtung

³⁰ “The Blue Flag is a voluntary eco-label awarded to 3850 beaches and marinas in 46 countries across Europe, South Africa, Morocco, Tunisia, New Zealand, Brazil, Canada and the Caribbean. The Blue Flag works towards sustainable development of beaches and marinas through strict criteria dealing with Water Quality, Environmental Education and Information, Environmental Management, and Safety and Other Services” (Blue Flag 2012).

von Tendenzen (z.B.: negativ – positiv, günstig – ungünstig, gut – mittel – schlecht) (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:318). Dadurch entsteht allerdings ein Interpretationsspielraum, der die Umsetzung des Konzepts der Nachhaltigkeit erschwert (Bieger 2006:286).

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass durch Indikatoren der Ist-Zustand bewertet wird und diese damit als Grundlage für die Verfolgung und Kontrolle von Zielen, Entwicklungen und Veränderungen dienen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:317f).

Indikatoren sind somit als bedeutsame Faktoren einzustufen und können wichtige Funktionen übernehmen:

- „Sie helfen bei der Identifizierung von Fortschritten gegenüber vereinbarten Zielen.
- Sie signalisieren, wo Verbesserungen und/oder Verschlechterungen stattfinden.
- Sie können deutlich machen, wo Handlungsbedarf besteht.
- Sie dienen der Kommunikation über Ziele der Nachhaltigkeit.
- Sie lassen den Vergleich mit anderen Städten bzw. Regionen zu.
- Sie können Lücken in den vorhandenen Datenbeständen identifizieren.“

(Freericks/Hartmann/Stecker 2010:318)

5.1.3. Verwendungen von Indikatoren

Wenn Ziele klar abgesteckt sind, dienen Indikatoren ganz konkret zur Überwachung und Messung der Zielerreichung. Dabei ist zu bedenken, dass Indikatoren regelmäßig auf den neuesten Stand gebracht werden sollten. Dadurch können vorherige Inkonsistenzen ausgebessert werden (Tanguay/Rajaonson/Therrien 2011:4).

Im Zusammenhang mit Nachhaltigem Tourismus werden Indikatoren in zwei unterschiedlichen Kontexten verwendet:

Einerseits werden Indikatoren zur Messung des Nachhaltigen Tourismus zu einem generellen Set gebündelt um verschiedene Destinationen untereinander vergleichen zu können. Andererseits wird ein spezifisches Set an Indikatoren zusammengestellt um die Ziele einer bestimmten Destination zu bewerten. Über Ersteres kann durch den Vergleich von Regionen Konkurrenz entstehen und die Verantwortlichen bekommen eine kritischere Haltung ihren eigenen Initiativen gegenüber. Beim

zweiten, spezifischen Set besteht die Gefahr, dass die Indikatoren so gewählt werden, wie man/frau sie gerade benötigt und somit „Tür und Tor zur Schönfärberei“ öffnen. Allerdings kann man/frau bei diesem Set mehr auf regionale Themen fokussieren (Tanguay/Rajaonson/Therrien 2011:4).

5.1.4. Kriterien für Nachhaltige Indikatoren

Im Paper „Developing Indicators for Destination Sustainability“ (Sirakaya/Jamal/Choi 2001:416-421) wird unter anderem diskutiert, dass ein Indikator nicht gleich Indikator ist. Die Autoren zeigen auf, dass sich die Nachhaltigen Indikatoren von den traditionellen Indikatoren unterscheiden. So sind erstere detaillierter und sollten Rücksicht auf Wechselwirkungen im System, auf immaterielle und kumulierende Effekte sowie Auswirkungen auf die Vollkostenrechnung nehmen. Während die traditionelle Methode vorwiegend quantitativ ökonomische Größen wie Wachstum und Fortschritt forciert, versucht der Nachhaltige Ansatz eine qualitative Verbesserung in sozialen, natürlichen und humanen Systemen zu etablieren (Gunn 1994 in Choi/Sirakaya 2006:1277).

Viele ExpertInnen haben bereits zu Nachhaltigen Indikatoren geforscht. Aus diesen Untersuchungen ergeben sich folgende Richtlinien zu Indikatoren dieser AutorInnen (Liverman et.al. 1988; Kuik/Verbruggen 1991; Jamieson 1997; Hart 1998; Bossell 1999 in Sirakaya/Jamal/Choi 2001:419):

- „Indicators must be created to guide policies and decision at all levels of society and cover the entire spectrum of socioeconomic, cultural, natural and political environments at the local, regional, national and international levels.
- The number of indicators must be manageable and be implemented with ease at the destination and community level in a timely fashion.
- Community participation must be maximized in order to reflect the visions and values of a community-based destination, and a long-term welfare-view of the destination is required in order to facilitate long-term sustainability.
- Indicators must have a high degree of reliability, predictive capacity and integrative ability.

- The process of developing indicators cannot be haphazard in that it requires a systematic approach to developing indicators that are robust, measureable, affordable and able to provide an integrated view of specific and overall conditions pertaining to the sustainability of the destination and its natural and cultural resources.”

(Liverman et.al. 1988; Kuik/Verbruggen 1991; Jamieson 1997; Hart 1998; Bossell 1999 in Sirakaya/Jamal/Choi 2001:419)

5.2. Indikatoren in der Praxis

5.2.1. Das „Finden“ von Indikatoren

Eine entscheidende Frage ist, wie gelangt man/frau zu den Indikatoren? Diese müssen ja die jeweiligen Ziele repräsentieren und von einer breiten Bevölkerungsschicht akzeptiert werden. Dieser Frage geht die Untersuchung von Graham Miller mittels der Delphi-Technik nach. Nach dieser Erhebungsmethode befragt Miller (2001:351) die Entwicklung von Indikatoren zur Messung von Tourismusprodukten im Unternehmens-/Ressortbereich hin zu mehr oder weniger Nachhaltigkeit. Da die Delphi-Methode im Paper von Sirakaya, Jamal und Choi (2001:428) als gängige Methode zur Erstellung von Indikatoren angeführt und im Paper von Choi und Sirakaya (2006:1278) ebenfalls verwendet wird, gehe ich näher auf diese ein.

Graham Miller (2001:252f) bearbeitet die Thematik des Entwickelns von Indikatoren für den Nachhaltigen Tourismus mit der Delphi-Methode. Wie definiert sich diese?

„[...] a method of structuring a group communication process so that the process is effective in allowing a group of individuals as a whole to deal with a complex problem“
(Linstone/Turoff 1975 in Miller 2001:353).

Es geht um eine gemeinsame Entscheidung, die durch eine Gruppe von Individuen getroffen wird. Bei dieser Methode wird angenommen, dass eine Gruppenentscheidung besser ist als eine, die von nur einem/einer Experten/Expertin getroffen wird (Miller 2001:353).

In der Umfrage, die von Miller beschrieben wird, sollen in der ersten von zwei Runden relevante Probleme im Zusammenhang mit dem Thema mittels eines Fragebogens identifiziert werden (Taylor/Judd 1989 in Miller 2001:354). In diesem Fragebogen sollen offene Fragen verwendet werden. Problematisch kann bei dieser Prozedur sein, dass gewisse Fragen/Themen nicht gestellt werden (Linstone/Simmonds 1977 in Miller 2001:354). Um diesem Problem vorzubeugen, wird eine Literaturrecherche unternommen. Außerdem werden die bisher aufgestellten Indikatoren (z.B. von WTO oder UN) gefiltert und des Weiteren soll zusätzlicher Input zu dem Thema von anderen ExpertInnen dazu eingeholt werden. Die SpezialistInnen auf diesem Gebiet sollten „bunt“ durchgemischt sein und somit z.B. AkademikerInnen, Geschäftsleute und Einheimische umfassen (Wheeller/Hart/Whysall 1990 in Miller 2001:354). Die Autoren Sirakaya, Jamal und Choi (2001:428) empfehlen, dass einem Delphi-Forum vier bis fünf ExpertInnen aus jedem der folgenden Bereiche vertreten sein sollte: Ökonomie, Soziales, Kultur, Ökologie, Politik und Tourismus. Jede/r Expertin/Experte verfasst, kommentiert und bewertet ihre/seine eigenen Indikatoren, die im Anschluss gesammelt werden. In der zweiten Runde findet eine Auswertung der Indikatoren statt. Die Ergebnisse werden nochmals an die Ansprechpersonen zur Nachprüfung geschickt. Das paradoxe Ziel dieser Technik ist, einen Gruppenkonsens zu finden, ohne dass Gruppendenken stattfindet. Das bedeutet, dass ohne jegliches Zusammentreffen der TeilnehmerInnen der Mitläufereffekt vermieden werden und trotzdem ein Konsens entsteht kann (Miller 2001:355).

Als wesentlich beurteilen die Autoren Sirakaya, Jamal und Choi (2001:422) die **Partizipation** von *stakeholdern* (wie z.B. Nationalpark-ManagerIn, ÖkotourismusveranstalterInnen, AnwohnerInnen, TouristInnen, ...) in dem Prozess der Entwicklung und Anwendung von Nachhaltigen Indikatoren. Weitere erforderliche Bestandteile sind das **Monitoring** des gesamten Prozesses und eine fortlaufende **Adaptierung** des gesamten Ablaufs (ed:424f).

5.2.2. Eine Bewertung der Indikatoren-Arbeit im Nachhaltigen Tourismus

Nach der Theorie über das Finden von Indikatoren nun zur Praxis. Wie wird Nachhaltiger Tourismus in der Realität untersucht? Einen Überblick bringt die Arbeit von Tae Gyou Ko (2005). Diese setzt sich mit zwölf repräsentativen Studien zum Nachhaltigen Tourismus auseinander. Ko fasst seine Erkenntnisse daraus wie folgt zusammen (Ko 2005:432, 434):

1. Die Indikatoren variieren von Region zu Region.
2. Die meisten Beurteilungen werden vom Autor/von der Autorin gefällt ohne die Beteiligung von anderen AkteurInnen.
3. Nur eine kleine Anzahl von Indikatoren wurde jeweils untersucht.
4. Die Selektion der Indikatoren wurde nicht vorgestellt.
5. Das Datensammeln wurde nicht präsentiert oder verständlich dargestellt.
6. Eine Skalierung der Nachhaltigkeit hat nicht stattgefunden, denn eine Qualitätsangabe hätte messbar gemacht und klar präsentiert werden müssen.
7. Es wurden keine Abstufung (z.B. über Sektoren, Bandbreiten oder Skalierungen) gemacht. Es gab nur zwei Kategorien: nachhaltig oder nicht nachhaltig.
8. Dokumente, die verwendet und auch produziert wurden, waren für die Öffentlichkeit nicht nachvollziehbar oder verständlich.
9. Es fehlten Zukunftstrends in den Studien, wodurch zukünftiges Monitoring erschwert wird.

(Ko 2005:432, 434)

Nachdem Ko diese Diskrepanzen identifizierte, entwickelt er einen konzeptionellen Handlungsrahmen zur Beurteilung von Nachhaltigem Tourismus. Dieser basiert auf acht Dimensionen: Politische, ökonomische, sozio-kulturelle Dimension, produktionsverwandte Aspekte, Umweltbelastung, Qualität des Ökosystems, Biodiversität und Umweltpolizzen. Jede Dimension wird auf Basis von verschiedener quantitativen und qualitativen Indikatoren bewertet. Jeder Indikator wird skaliert und gebündelt um die Nachhaltigkeit von Tourismusdestinationen zu bewerten (Ko 2004 in Cernat/Gourdon 2007:3).

5.3. Verwendete Indikatoren

In dieser Arbeit wird konkret mit den Indikatoren der WTO gearbeitet, denn zum Einen ist die WTO nicht nur eine internationale und offizielle Einrichtung im Tourismus und zum Anderen benennen die Autoren Sirakaya, Jamal und Choi (2001:422) die Indikatoren der WTO als exzellenten Start für weitere Untersuchungen.

Das „Guidebook“ der WTO „Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations“ (WTO 2004) präsentiert 13 verschiedene Kategorien zum Nachhaltigen Tourismus. Die einzelnen Kategorien sind in viele Untergruppen unterteilt. In den jeweiligen Bereichen können die passenden Indikatoren und deren Erklärungen, teilweise ergänzt durch Beispiele, nachgelesen werden (WTO 2004:55-243).

In der Arbeit von Blancas et.al. (2011) wird konkret mit den Indikatoren der WTO geforscht. Die AutorInnen beschreiben das „Guidebook“ der WTO als Arbeit, die auf internationalen Studien, Workshops und Erfahrungen von ExpertInnen beruht. Es werden darin Richtlinien für die wesentlichen Themen des Nachhaltigen Tourismus dargestellt, die für die meisten Regionen unverzichtbar sind (Blancas et.al. 2011:32).

„[F]or each issue, a set of theoretical indicators that is commonly used and relevant to their measurement is established, and in each case the variability indicates the level of sustainability. Likewise, the WTO work establishes the key or specific character of the indicators“ (Blancas et.al. 2011:32; Veränderung durch die Verfasserin).

Es folgt nun ein Überblick über die von der WTO festgelegten, wesentlichen Themen zum Nachhaltigen Tourismus und den dazugehörigen Indikatoren, welche aus dem „Guidebook“ stammen (WTO 2004:244f).

Tabelle 4 - Baseline Issues and Baseline Indicators of Sustainable Tourism

“Baseline Issue	Suggested Baseline Indicator(s)
Local satisfaction with tourism	➤ Local satisfaction level with tourisms (Questionnaire)
Effects of tourism on communities	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ratio of tourists to locals (average and peak period/days) ➤ % who believes that tourism has helped bring new services or infrastructure. (questionnaire-based) ➤ Number and capacity of social services available to

	community (% which are attributable to tourism)
Sustaining tourist satisfaction	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Level of satisfaction by visitors (questionnaire-based) ➤ Perception of value for money (questionnaire-based) ➤ Percentage of return visitors
Tourism seasonality	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tourist arrivals by month or quarter (distribution throughout the year) ➤ Occupancy rates for licensed (official) accommodation by month (peak periods relative to low season) and % of all occupancy in peak quarter or month) ➤ % of business establishments open all year ➤ Number and % of tourist industry jobs which are permanent or full-year (compared to temporary jobs)
Economic benefits of tourism	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Number of local people (and ratio of men to woman) employed in tourism (also ratio of tourism employment to total employment) ➤ Revenues generated by tourism as % of total revenues generated in the community
Energy management	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Per capita consumption of energy from all sources (overall, and by tourist sector – per person day) ➤ Percentage of businesses participating in energy conservation programs, or applying energy saving policy and techniques ➤ % of energy consumption from renewable resources (at destinations, establishments)
Water availability and conservation	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Water use (Total volume consumed and litres per tourist per day) ➤ Water saving (% reduced, recaptured or recycled)
Drinking water quality	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Percentage of tourism establishments with water treated to international potable standards ➤ Frequency of water-borne diseases: number/percentage of visitors reporting water-borne illnesses during their stay
Sewage treatment (wastewater management)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Percentage of sewage from site receiving treatment (to primary, secondary tertiary levels) ➤ Percentage of tourism establishments (or accommodation) on treatment system(s)
Solid waste management (garbage)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Waste volume produced by the destination (tonnes) (by month) ➤ Volume of waste recycled (m³) / Total volume of waste (m³) (specify by different types) ➤ Quantity of waste strewn in public areas (garbage counts)

Development control	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Existence of a land use or development planning process, including tourism ➤ % of area subject to control (density, design, etc.)
Controlling use intensity	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Total number of tourist arrivals (mean, monthly, peak periods) ➤ Number of tourists per square metre of the site (e.g., at beaches, attractions), per square kilometre of the destination, - mean number/peak period average”

(WTO 2004:244f; eigene Darstellung)

Zum Abschluss der Erörterung der Thematik von (Nachhaltigen) Indikatoren ein Zitat von Munro (1995 in Ko 2005:435), das die wesentlichen Punkte für mich zusammenfasst:

„The key is to develop a protocol for assessing sustainability and to follow it consistently to ensure a comprehensive, careful, and deliberate decision-making process“ (Munro 1995 in Ko 2005:435).

6. AkteurInnen, die Handlungsmöglichkeiten aufzeigen

.....

„Fair Reisen mit Herz und Verstand

Reisen in ferne Länder bildet, erweitert den Horizont und ist ein unvergessliches Erlebnis. Auf der anderen Seite werden aber Umweltprobleme und soziale Konflikte gerade im Tourismus immer größer. Augen zu und durch?

Wir möchten zeigen, dass Rücksicht auf Umwelt und Soziales nicht zu tun haben muss mit Komfortverzicht, Verboten und Einschränkungen.

Im Gegenteil: Gerade durch Achtung der Umwelt und Respekt gegenüber den bereisten Ländern und Menschen gewinnt eine Reise an Qualität“ (EED 2009:78).

.....

Viele verschiedene Organisationen und Institutionen setzen sich mit dem Thema Nachhaltige Entwicklung und Tourismus auseinander. Im Folgenden werden nun einzelne, bedeutende Einrichtungen und Institutionen im deutschsprachigen Raum vorgestellt, die sich mit Reisetipps und Handlungsempfehlungen für Reisende beschäftigen. Die Aufzählung erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit, repräsentiert aber meines Erachtens nach die wichtigsten AkteurInnen für diesen Arbeitsbereich im deutschsprachigen Raum.

6.1. „respect“

Den Beginn macht „**respect**“ – das österreichische Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung, das seit 2011 bei den Naturfreunden International (NFI) eingegliedert ist. Als Ziel sieht „respect“ die Mitgestaltung von Nachfrage, Angebot und gesetzlichen Rahmenbedingungen im Sinne einer Nachhaltigen Entwicklung. Es werden dabei verschiedene AkteurInnen wie Reisende, Wirtschaftstreibende und politische EntscheidungsträgerInnen angesprochen. Diese sollen motiviert und befähigt werden, „im Rahmen ihrer Handlungsmöglichkeiten auf ökologische und soziale Missstände im Tourismus einzugehen und diesen entgegen zu wirken“ (NFI 2012). Unterstützt durch die Österreichische Entwicklungszusammenarbeit findet jedes Jahr ein Programm zur entwicklungspolitischen Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit für tourismusbezogene Themen statt (NFI 2012).

In dieser Diplomarbeit wird mit den „Tipps für faires Reisen“ von „respect“ gearbeitet. Die Tipps sind in gebundener Form³¹ zu beziehen und enthalten neben Reisetipps einleitende Worte, Internetverweise, Hinweise zu Reiseführern, Sprachhilfen und Praxistipps³², weiterführende Literatur, „wichtige“ Adressen³³ und (Werbe-)Anzeigen (Respect 2005).

³¹ Ca. A6, über 80 Seiten Umfang.

³² Die „Hinweise zu Reiseführern, Sprachhilfen und Praxistipps“ zählen u.a. Reisehandbücher wie „Reise-Know-How“, „DuMont“ oder Zeitschriften wie „Geo“, „National Geographic“ auf. Konkrete Verweise auf Sprachhilfen und Praxistipps sind nicht zu finden (Respect 2005).

³³ In der Rubrik „Adressen“ sind Kontakte in Österreich (z.B. „respect“, „Südwindagentur“, „Österreichische Forschungsstiftung für Entwicklungshilfe“ usw.) und Kontakte in Europa (z.B. „Akte“, „Studienkreis für Tourismus und Entwicklung“, „Tourism Concern“ usw.) angeführt (Respect 2005).

Dieses Handbuch mit „Tipps für faires Reisen“ ist meiner Recherche nach nur auf Bestellung in Papierform oder in einigen wenigen Büchereien erhältlich.³⁴

6.2. „fairunterwegs“ von „Akte“

Ein anderer wichtiger Akteur ist der „Schweizer Arbeitskreis für Tourismus und Entwicklung“ („Akte“). Dies ist eine Fachstelle, die mit einer entwicklungspolitischen Sicht den Tourismus hinterfragt und sich im Dialog mit Tourismusunternehmen für gerechte Beziehungen im Tourismus engagiert. Weitere Ziele sind: Menschen in der Schweiz über die Probleme der Tourismusentwicklung zu informieren und zu sensibilisieren, vielschichtige Auswirkungen des Tourismus zu analysieren und Verhaltensänderungen in Richtung faire, gleichberechtigte Beziehungen zu unterstützen (Akte 2012a; Akte 2012b).

„Akte“ betreibt das Reiseportal „www.fairunterwegs.org – die andere Reiseseite“, das 1997 zum Aufbau des Fairen Handels ins Leben gerufen wurde. Schwerpunkte sind dabei gezielte Informationen für Reisende, Stärkung von neuen, fairen Tourismusinitiativen, Einführung von konkreten Maßnahmen für *Corporate Social Responsibility* (CSR) in Tourismusunternehmen, Lobbyarbeit für faire Handelsbedingungen auf globaler Ebene und Bildungsarbeit für Jugendliche, Erwachsene und Studierende. Neben der Fokussierung auf Reisende ist auf der Homepage auch ein Info-Corner für Reisebüros zu finden (Akte 2012c).

In dieser Diplomarbeit wird mit den „Fair-Tipps“ von der Plattform „**fairunterwegs**“ gearbeitet. Um „fair unterwegs“ zu sein, sind auf der Homepage fünf Faustregeln nachzulesen: Zeit nehmen, fairer Austausch, Nutzen für die Einheimischen, faire Preise und Respekt vor Lebensgrundlagen. Im Anhang 1 (Kapitel 13.1) ist die Kurzfassung der fünf „Fair-Tipps“ nachzulesen. Jeder „Fair-Tipp“ ist noch in einige weitere Unterthemen aufgeteilt. Des Weiteren sind auf der Internetseite die fünf „fairunterwegs“-Kriterien angeführt. Diese sollen eine Entscheidungshilfe bei der Wahl von umwelt- und sozialverantwortlichen Angeboten darstellen (fairunterwegs 2012a+b).

³⁴Online erhältlich (und mit Links dazu auf der Internetseite der NFI) sind die Reisetipps von „respect“ für die ÖBB (ÖBB 2010) und für den Reiseveranstalter TUI (TUI 2011). Ich habe mich in dieser Arbeit allerdings bewusst gegen diese beiden Reisetipps entschieden, da ich mit Reisetipps arbeiten wollte, die keine „kommerzielle Färbung“ oder keine Fokussierung auf eine spezielle TouristInnengruppe haben.

6.3. „TourismWatch“

Der Informationsdienst „**TourismWatch**“ – auch unter dem Namen „Informationsdienst Dritte Welt Tourismus“ bekannt – ist in den „Evangelischen Entwicklungsdienst“ (**EED**) eingegliedert. Dieser liefert alle drei Monate Berichte und Hintergründe über Ferntourismus und weist auf aktuelle Veranstaltungen und neue Literatur hin. Die Schwerpunkte der Arbeitsstelle „TourismWatch“ sind der Dialog mit der Tourismuswirtschaft, Sensibilisierung von TouristInnen für ein verantwortliches Reisen, Qualifizierung kirchlicher Reiseangebote, Engagement für Menschenrechte und soziale Standards, Förderung von Alternativen im Tourismus und die Zusammenarbeit mit Medien und politischen EntscheidungsträgerInnen (TourismWatch 2012).

Der „EED“ hat 2009 die Broschüre „Fair Reisen mit Herz und Verstand – Tipps für verantwortungsvolles Reisen“ herausgebracht. Die Inhalte beruhen zu einem Großteil auf dem Heft „Reisen mit Respekt“ von „respect“. Nur einzelne Kapitel bzw. kurze Textpassagen unterscheiden sich von der Ausgabe von „respect“. Ansonsten ist das Aussehen (ähnliches Format) und die Bildgestaltung ident (EED 2009).

6.4. „Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend“

In Österreich hat sich das „**Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend**“ (BMWFJ) gemeinsam mit „respect“/NFI dem Thema Nachhaltigkeit im Tourismus angenommen. So entstand die Broschüre „Erfolgreich mit Corporate Social Responsibility – Ein Leitfaden für den Tourismus“ im Jahr 2012 (BMWFJ 2012a). Dem Thema „Ethik im Tourismus“ hat sich das „BMWFJ“ besonders gewidmet. So sind auf Grundlage des Globalen Ethikkodes für Tourismus der UNWTO, der zehn "Spielregeln für ethisches Verhalten im Tourismus" beinhaltet, folgende österreichische Ethikkodizes entstanden: für Hotels, Regionen, ReisevermittlerInnen und die Tourismuswirtschaft (BMWFJ 2012b).

Ein weiterer, für diese Arbeit interessanter, Leitfaden ist „Clever Reisen – 10 Tipps für ökologisches und erlebnisreiches Reisen“ (BMWFJ 2012c), der, wie der Titel schon sagt, zehn hilfreiche Reisetipps auflistet.

6.5. „Studienkreis für Tourismus und Entwicklung“

Eine weitere deutsche Einrichtung ist der „**Studienkreis für Tourismus und Entwicklung**“, welcher sich mit entwicklungsbezogener Informations- und Bildungsarbeit im Tourismus beschäftigt. Der „Studienkreis“ nennt zwar keine konkreten Handlungsmöglichkeiten, doch ist er meines Erachtens im deutschsprachigen Raum eine wichtige Institution und ein bedeutender Meinungsbildner (Studienkreis 2012).

So gibt der „Studienkreis“ das „SympathieMagazin“ zu verschiedenen Ländern und Themen heraus und beteiligt sich an den Diskussionen rund um touristische Entwicklung. Die Einrichtung veranstaltet des Weiteren Aus- und Fortbildungsseminare für im Tourismus Beschäftigte und arbeitet in der Tourismusforschung und -beratung. Außerdem führt der „Studienkreis“ internationale Wettbewerbe durch, wie z.B. der „ToDo!“-Wettbewerb für sozialverantwortlichen Tourismus (Studienkreis 2012).

Die Reisetipps der nun vorgestellten Organisationen werden im nächsten Kapitel bearbeitet.

7. Handlungsmöglichkeiten für ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltigen Tourismus

.....

„A key challenge remains in making certain that information useful to the tourists is available, understandable and useful to their decisions on where to go and what to do“ (WTO 2004:465)

.....

7.1. Annäherung an Themenbereiche

In diesem Kapitel werden sogenannte „Themenbereiche“ behandelt. Jeder der von mir gebildeten Bereiche hat einen eigenen Themenschwerpunkt und ist in sich

geschlossen, er kann sozusagen unabhängig von den anderen Gebieten betrachtet werden. Des Weiteren behandelt jeder Themenbereich ein eigenes Thema und besteht aus mehreren Elementen. Nämlich Kriterien, Indikatoren und Reisetipps – jeweils passend zum Untersuchungsgebiet.

Bevor im folgenden Teil die einzelnen zwölf Themenbereiche des Tourismus bearbeitet werden, bedarf es einer Erläuterung der Vorgangsweise, wie die Handlungsmöglichkeiten der verschiedenen NGOs mit den Kriterien des GSTC und mit den Indikatoren der WTO in dieser Arbeit zusammengeführt werden.

Der erste Schritt ist das Bilden der oben angesprochenen **Themenbereiche**. Diese Themengebiete stammen aus der wissenschaftlichen Literatur in Bezug auf Nachhaltigkeit im Tourismus³⁵ und werden auch von den in Kapitel 6 genannten Organisationen behandelt. Beispiele solcher Themenbereiche sind Energieverbrauch, Geldabfluss, Sextourismus usw.³⁶ Da es bei diesen Blöcken vor allem im Detail zu Überschneidungen zwischen den einzelnen Dimensionen der Nachhaltigkeit kommen kann, wird auf eine Zuordnung der Themenbereiche in einzelne Dimensionen verzichtet. Es fand außerdem bereits im Kapitel über Nachhaltigen Tourismus eine grobe Zuteilung statt.

Der **Aufbau** jedes einzelnen Themenbereichs sieht wie folgt aus:

1. Zuerst erfolgt eine kurze Problemdarstellung, welche im Kapitel über Nachhaltigkeit im Tourismus bereits mit wissenschaftlicher Literatur behandelt wurde.³⁷
2. Im nächsten Schritt werden die passenden Kriterien zum jeweiligen Themenbereich dargestellt. Die in diesem Schritt vorgestellten Kriterien und die im Weiteren behandelten Indikatoren werden zurzeit nur im wissenschaftlichen Bereich und von fachkundigen Personen verwendet.

Die Kriterien stammen vom GSTC. Dieser hat globale Kriterien für den Nachhaltigen Tourismus (für Hotels/ReiseveranstalterInnen und für

³⁵ Siehe Tabelle 3 - Positive und negative Wirkungen der Freizeit in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:278; Job/Weizenegger 2003:635).

³⁶ Es werden nur jene Themenbereiche behandelt, bei denen passende Indikatoren, Kriterien und Reistipps vorhanden sind. Es besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit.

³⁷ Die verwendeten Schlagworte stammen aus der Tabelle 3 - Positive und negative Wirkungen der Freizeit in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:278; Job/Weizenegger 2003:635); nur der Themenbereich Nr. 8: Gesundheit stammt nicht aus dieser Tabelle.

Destinationen) aufgestellt, um ein gemeinsames Verständnis von Nachhaltigem Tourismus zu erzielen und Mindeststandards zu schaffen (GSTC 2012a+b)³⁸.

Der GSTC befindet sich unter dem Schutz der Vereinten Nationen³⁹. Der Rat repräsentiert eine vielfältige und globale Mitgliederschaft, inklusive UN-Agenturen, leitenden Reiseunternehmen, Hotels, Tourismusgremien verschiedener Länder, ReiseveranstalterInnen usw. (GSTC 2012d).

Über die Kriterien sagt der GSTC (2012c) Folgendes:

“The Criteria are the minimum, not the maximum, which businesses and destinations should achieve to approach social, environmental, cultural, and economic sustainability. Since tourism destinations each have their own culture, environment, customs, and laws, the Criteria are designed to be adapted to local conditions and supplemented by additional criteria for the specific location and activity” (GSTC 2012c).

Aus diesem Kriterienkatalog des GSTC wird für die Bearbeitung der Themenbereiche geschöpft und es werden daraus die passenden Kriterien zu den genannten Wirkungen vorgestellt⁴⁰.

3. Danach werden die entsprechenden Indikatoren, die zur Messung/Darstellung der Problematik zu Rate gezogen werden können, angegeben. Diese stammen, wie bereits im Kapitel 5 angekündigt, aus dem „Guidebook“ der WTO⁴¹. Die Indikatoren sind – wie bereits beschrieben – dazu da, um Kriterien zu bemessen und anschließend zu bewerten. Daher fragen Indikatoren sehr genau nach – viel genauer als jede/r TouristIn es tun würde. Verwendet werden diese Indikatoren vorwiegend von Tourismusregionen. In Fachgremien findet dann ihre Bewertung statt. Die hier angeführten Indikatoren dienen dazu, die Bereiche zu finden, nach denen in Bezug auf Nachhaltigkeit gefragt werden könnte. Um die Themenbereiche in sich

³⁸ In dieser Arbeit werden ausschließlich die Kriterien von GSTC verwendet, denn diese sind die einzigen repräsentativen Kriterien im Bereich Nachhaltiger Tourismus, die bei der Recherche gefunden wurden.

³⁹ Auf Englisch: „United Nations“ – kurz UN

⁴⁰ Einzelne Kriterien können sich in den verschiedenen Themenbereichen wiederholen, da ihr Inhalt teilweise sehr allgemein gehalten ist und somit auf mehrere Themenbereiche zutrifft.

⁴¹ Es existieren auch Indikatoren vom GSTC, passend zu den Kriterien. Ich habe mich allerdings gegen die Indikatoren vom GSTC entschieden, weil diese bei Weitem nicht so detailliert und umfangreich wie die Indikatoren der WTO sind (GSTC 2009).

einheitlich darzustellen, sind die verwendeten Indikatoren in dieser Arbeit auf Deutsch angegeben⁴².

4. Anschließend werden die Reisetipps von verschiedenen NGOs/Institutionen vorgestellt. Diese Handlungsmöglichkeiten stammen nur von den NGOs, die im Kapitel 6 vorgestellt wurden. Oft sind die vorgeschlagenen Handlungsoptionen sehr allgemein verfasst und sprechen das Thema nur oberflächlich an bzw. sind sie (deswegen) nicht immer optimal zuweisbar. Trotzdem ist es meines Erachtens wichtig, diese wiederzugeben um ein Bild der derzeit existierenden Handlungsmöglichkeiten zu erhalten.
5. Im letzten Schritt findet eine Zusammenfassung der Auffälligkeiten des jeweiligen Themenbereichs statt. Die Bearbeitung von folgenden Fragen kann dabei auch eine Rolle spielen:
 - * Basieren die existierenden Reisetipps auf Kriterien und den dazu passenden Indikatoren und spiegeln sich diese untereinander wider?
 - * Welche Kriterien/Indikatoren spielen eine Rolle und können diese eventuell in zukünftige Forschung in die Diskussion rund um die Handlungsmöglichkeiten miteinbezogen werden?

Der beschriebene Ablauf eines Themenbereichs lässt sich grafisch – wie nachstehend – darstellen:

⁴² Die Originalsprache ist Englisch.



Abbildung 10 - Ablauf der Themenbereichsbearbeitung

7.2. Themenbereich Nr. 1 – Saisonabhängigkeit von Arbeitsplätzen⁴³

Problemdarstellung

Es gibt nur wenige Destinationen, die durchgehenden Tourismus aufweisen. Manche Destinationen erfahren extreme Saisonabhängigkeit – wie z.B. solche, die ausschließliche Strandurlaube anbieten. Diese Reisegebiete sind großteils abhängig von Klima- und Wetterbedingungen (WTO 2004:111). In diesem Sinn widmet sich

⁴³ Siehe Tabelle 3 - Positive und negative Wirkungen der Freizeit in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:278; Job/Weizenegger 2003:635).

der folgende Themenbereich der Frage nach Saisonalität und dem davon abhängigen Thema der Arbeitsplatzsicherung.

Entsprechende Kriterien

Kriterien der Themen „Saisonalität“ und „Arbeitsplätze“ lassen sich im Kriterienkatalog (in diesem Fall für Destination) von GSTC finden (2012b):

„Nachweis eines wirkungsvollen Nachhaltigkeitsmanagements

- * Management des Saisonalität im Tourismus: Die Destination hat Programme, die gegebenenfalls die Auswirkungen der saisonalen Schwankungen im Reiseverkehr verringern können, während sie gleichzeitig die ökologischen und kulturellen Einwirkungen der Programme berücksichtigen.

Maximierung des sozialen und ökonomischen Nutzens für die lokale Bevölkerung und Minimierung der negativen Einwirkungen

- * Ökonomischer Nutzen: Der ökonomische Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung der Destination wird überwacht und öffentlich bekannt gegeben.“
(GSTC 2012b)

Indikatoren zur Darstellung der Problematik

Wo genau zeigt sich die Saisonabhängigkeit laut WTO? Offenbar wird diese in Belegungsraten der Hotels, in den Zahlen zur Hoch- und Nebensaison, in Themen wie „Infrastruktur“ und „Produktdiversität“ und vor allem in der „Beschäftigung“ abgebildet. Diese Komponenten spiegeln sich in folgenden Indikatoren wider (WTO 2004:111ff):

„Messung des Grads der Saisonabhängigkeit

- TouristInnenankünfte pro Monat oder Quartal (Verteilung über das gesamte Jahr)
- Prozentsatz der jährlichen TouristInnenankünfte während der Monate und Quartale der Hochsaison
- Verhältnis zwischen der Anzahl der TouristInnen in den Monaten der Hochsaison zu den Monaten der Nebensaison
- Belegungsrate für lizenzierte Beherbergungsbetriebe pro Monat (Verteilung über das gesamte Jahr)
- Prozentsatz für alle Beherbergungsbetriebe während der Quartale (oder Monate) der Hochsaison
- Anfragen an die TouristInneninformationszentren je Monat (Verhältnis zwischen den Monaten der Hochsaison zu den Monaten der Nebensaison)

Erstarken der Zwischen- und Nebensaison (Messung des Levels an Anstrengungen, um die Saisonabhängigkeit zu reduzieren)

- Prozentsatz des Tourismusbudgets der Behörde, das ausgegeben wurde um

Nebensaison und die Saison außerhalb der Hauptreisezeit zu bewerben

- Anzahl an Einrichtungen, die alternative Aktivitäten während der Zwischen- und Nebensaison anbieten
- Prozentsatz an Hauptattraktionen, die in der Zwischen- und Nebensaison geöffnet haben
- Anzahl von besonderen Veranstaltungen (wie z.B. Festivals, Konferenzen) und Anzahl der daran teilnehmenden Personen, die in der Zwischen- und Nebensaison abgehalten wurden

Versorgung mit ausreichender Infrastruktur für das gesamte Jahr (speziell Dienstleistungen für TouristInnen in der Hochsaison und für lokale Bevölkerung in der Nebensaison)

- Prozentsatz der Geschäfte, die das gesamte Jahr geöffnet haben
- Prozentsatz der Herbergen und Dienstleistungseinrichtungen, die das gesamte Jahr geöffnet haben
- Prozentsatz der Kapazitäten an Wasser-, Elektrizitäts-, Abwasser- und Müllsystemen, welche für TouristInnen und Einheimische genutzt werden; Saisonabhängigkeit der Verwendung
- Zugewiesene Finanzierung von Einsatz und Instandhaltung von Infrastruktur, speziell in der Hochsaison

Kurzzeit- und Saisonanstellung und die damit zusammenhängenden Probleme wie Mangel an Ausbildung, Sicherung von gut ausgebildeten Angestellten und Bereitstellung von Karrierepfaden

- Anzahl und Prozentsatz der Jobs in der Tourismusindustrie, welche permanent sind
- Prozentsatz der Jobs in der Tourismusindustrie, bei denen die Anstellung kürzer als sechs Monate ist
- Lokale Arbeitslosenrate in der Nebensaison“

(WTO 2004:112f)⁴⁴

Reisetipps

Konkrete Handlungsoptionen dazu sind in der Broschüre „Clever Reisen“ des österreichischen Bundesministeriums zu finden. Generell ist das Thema unter dem Titel „Jede Saison hat ihre Reize“ zu entdecken (BMWFJ 2012c). Darin wird zuerst auf die heutige Zeit Bezug genommen, in der man/frau im Winter baden geht und im Sommer Ski fährt. Dazu müssen laut der Broschüre weite Reisen in Kauf genommen werden oder Orte aufgesucht werden, die in teure Einrichtungen investieren. Deshalb erfolgt diese Empfehlung (BMWFJ 2012c):

„Jede Jahreszeit hat ihre besonderen Reize und lädt zu anderen spannenden Aktivitäten ein. Saisonal angepasste Aktivitäten sparen nicht nur Energie, sondern

⁴⁴ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

tragen auch zur notwendigen Saisonverlängerung in den Urlaubsregionen bei. Außerdem: in den Nebensaisonen sind die Angebote auch meistens günstiger!“
(BMWFJ 2012c)

Zusammenfassung

Betrachtet man/frau die Kriterien zu diesem Thema, so ist festzustellen, dass diese ein Management der Saisonalität im Sinn haben, um dadurch z.B. negative ökologische Auswirkungen zu verringern. Die angeführten Indikatoren knüpfen auf verschiedenen Ebenen an die Kriterien an. So ist es wichtig, den Grad der Saisonabhängigkeit und der Versorgung in der Hoch- und Nebensaison festzustellen und die Anteile an Saison-, Kurz- oder Permanentanstellung zu erfassen. Als wesentlichen Punkt sehe ich die Messung des Levels an Anstrengungen um die Saisonalität zu reduzieren.

In der von mir behandelten deutschsprachigen Literatur gibt es sehr wenige konkrete Handlungsmöglichkeiten um Saisonabhängigkeit entgegenzuwirken. Der vorgestellte Reisetipp spricht vor allem ökologische Faktoren (wie weite Anreisewege, erhöhter Energieeinsatz) und die Kostenfrage an. Soziale Aspekte wie Kurzzeit- bzw. Saisonanstellung spielen darin keine Rolle.

7.3. Themenbereich Nr. 2 – Beschäftigung: unqualifizierte Arbeitskräfte⁴⁵

Problemdarstellung

Der Erfolg einer Tourismusdestination hängt von vielen verschiedenen Faktoren ab. Wenn es kein qualifiziertes Personal gibt, welches Dienstleistungen erbringt und Einrichtungen betreut, wird der Tourismus in dieser Region nicht zukunftsfähig sein. Es gibt viele Bereiche, die zu einer guten Qualität in der Belegschaft beitragen. Wie diese gemessen werden, wird am Ende dieses Kapitels mit den Indikatoren der Beschäftigung dargestellt (WTO 2004:119).

⁴⁵ Siehe Tabelle 3 - Positive und negative Wirkungen der Freizeit in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:278; Job/Weizenegger 2003:635).

Entsprechende Kriterien

Dies sind die passenden Kriterien des GSTC für Hotels und ReiseveranstalterInnen für diesen Themenbereich (2012a):

„Ein wirkungsvolles Nachhaltigkeitsmanagement vorweisen.

- * Das gesamte Personal wird geschult hinsichtlich seiner Rolle im Rahmen des Managements von Umwelt-, soziokulturellen, Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen.

Den sozialen und ökonomischen Nutzen für die örtliche Bevölkerung maximieren und die negativen Auswirkungen minimieren.

- * Ortsansässige werden auch in Managementpositionen beschäftigt. Training wird angeboten soweit nötig.
- * Internationaler und nationaler gesetzlicher Schutz von Angestellten wird eingehalten, die Angestellten erhalten einen Lohn der zur Lebenshaltung ausreicht.“

(GSTC 2012a)

Indikatoren zur Darstellung der Problematik

In den Bereich der Qualität hinsichtlich Beschäftigung fallen die Indikatoren Training, Qualität, Fähigkeiten, Umsatz, Fluktuation und Tarifstufen (WTO 2004:119f):

„Anzahl und Qualität der Anstellung im Tourismussektor (Fluktuation, Saisonabhängigkeit, Gehaltsstufen)

- Gesamtzahl der Angestellten im Tourismussektor, nach Industrie sortiert (z.B. Reiseunterkünfte, Restaurants, Flugreiseverkehr usw.), Beschäftigung und Level
- Niveau der MitarbeiterInnenbindung
- Prozentsatz an Jobs, welche das gesamte Jahr andauern und auf Vollzeit ausgerichtet sind
- Lokale Arbeitslosenrate in der Nebensaison
- Einkommensanalyse

ExpertInnen- und Personalentwicklung

- Anzahl (in Prozent) der Angestellten, welche qualifiziert bzw. zertifiziert sind
- Ausbildungsfonds, welche für Angestellte verwendet werden: Häufigkeit von Trainingsprogrammen und Level (Ausmaß) der Teilnahme
- Möglichkeit an *trainings-on-the-job*

Arbeitszufriedenheit inklusive Art der Arbeit, Umgebung, Sicherheit, Weiterentwicklung usw.

- Zufriedenheit der Angestellten
- Beförderung
- Einkommensniveau (absolut und im Vergleich mit anderen Sektoren)
- Möglichkeiten der Einflussnahme auf Veränderungen/Verbesserungen im Geschäftsprozess

- Anzahl der Arbeitsplatzunfälle (und Kosten der Kompensation)

Mangel an ausgebildeten Arbeitskräften

- Messung der Fehler oder daraus resultierender Verlust (wenn möglich eine Einschätzung des Werts)
- Unzufriedenheit der TouristInnen
- Beschwerden (von Angestellten, von TouristInnen)
- Prozentsatz von nicht heimischen Arbeitskräften (von außerhalb der Region, von anderen Ländern)⁴⁶

(WTO 2004:120)⁴⁶

Reisetipps

Die folgenden Handlungsempfehlungen zum Themenbereich **Beschäftigung** kommen vom „Evangelischen Entwicklungsdienst“ (EED 2009:19). Sie sind in der Frage nach der „richtigen“ Unterkunft zu finden und lauten wie folgt:

„Suchen Sie Ihre Unterkunft sorgfältig aus. Meistens finden Sie in Mittelklassehotels oder in Familienbetrieben eine gute Unterkunft mit fairen Bedingungen.

- Oft werden jedoch in Kleinbetrieben Beschäftigte schlecht bezahlt. Diese müssen besonders lange arbeiten und ausbeuterische Kinderarbeit ist keine Ausnahme.
- Die Einnahmen internationaler Luxushotels fließen oft an große Konzerne. Allerdings haben die Angestellten dort oftmals bessere, zumindest geregelte Arbeitsbedingungen.
- Mittelständische Hotels in einheimischer Hand können ein guter Kompromiss sein.“

(EED 2009:19)

Die „Fair-Tipps“ von „fairunterwegs“ hinterfragen unter anderem, was ein umwelt- und sozialverantwortliches Angebot ausmacht und somit zur Auswahl des richtigen Reiseangebots beitragen soll. Ein Kriterium daraus ist das des „Nutzens für die Einheimischen“, welches Folgendes besagt (Fairunterwegs 2012a):

„Einheimische erhoffen sich vom Tourismus gute Arbeitsstellen mit existenzsichernden Löhnen, Aufträge und Absatzmöglichkeiten für das lokale Gewerbe, Steuereinnahmen, die Achtung der Gesetze und die Schonung der

⁴⁶ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

Ressourcen.

- Ein verantwortlicher Anbieter richtet seinen Betrieb auf Nachhaltigkeit und Langfristigkeit aus und genießt vor Ort einen guten Ruf. Das Team der Angestellten ist stabil, weil das Unternehmen sich für die Entwicklung der Mitarbeitenden engagiert und faire Löhne und Arbeitsbedingungen bietet. Unstimmigkeiten zwischen der Leitung und den Angestellten werden – auch unter Zuzug der Gewerkschaften – verhandelt. Deshalb kommt es nicht zu Streiks.“

(Fairunterwegs 2012a)

Zusammenfassung

In den Kriterien sind einige Positionen zum Thema „unqualifizierte Arbeitskräfte“ zu finden, welche sich dann in weiterer Folge in den Indikatoren widerspiegeln.

Es sind Handlungsempfehlungen zu diesem Thema von verschiedenen NGOs vorhanden. Allerdings erfolgt die Schlussfolgerung „Mittelständische Hotels in einheimischer Hand können ein guter Kompromiss sein“ von „EED“ meines Erachtens auf Grundlage von Generalisierungen. Zwar wurden zuerst die Problematiken kurz angesprochen, doch sehe ich deswegen diese Schlussfolgerung nicht als zwingend an. Meiner Meinung nach sollten sich Handlungsmöglichkeiten mehr an Fakten orientieren, als an Annahmen bzw. Verallgemeinerungen und die jeweilige Entscheidung je nach Fall getroffen werden. Im Gegensatz dazu basieren die Reisetipps von „fairunterwegs“ auf wichtigen Elementen wie „fairen Löhnen“ und „Arbeitsbedingungen“ und „Verhandlungsmöglichkeiten“ für die Beschäftigten. Die Frage nach der Qualifikation bleibt allerdings unbehandelt. Auch das Thema der „nicht-heimischen ArbeitnehmerInnen“ wird in keinem der beiden angeführten Beispiele behandelt, während es in den Kriterien und Indikatoren thematisiert wird.

7.4. Themenbereich Nr. 3 – Sextourismus – v.a. Sex mit Minderjährigen⁴⁷

Problemdarstellung

Sextourismus existiert in vielen Regionen der Welt. In Entwicklungsländern bestehen laut WTO nur wenige wirtschaftliche Chancen für Einheimische, besonders für Frauen. Diese finden dann oft einzig durch Prostitution eine Einkunftsquelle. Im Gegensatz zu den unterschiedlichen Sichtweisen über Sextourismus unter Erwachsenen ist Sextourismus mit Minderjährigen eine klare und unmissverständliche Verletzung der Menschenrechte. Sextourismus mit Minderjährigen umfasst die Prostitution, Misshandlung und Pornoindustrie von/mit Kindern (WTO 2004:71f).

Entsprechende Kriterien

Es folgen nun die für diesen Themenbereich passenden Kriterien des GSTC (2012a+b):

Die Kriterien für Hotels und ReiseveranstalterInnen lauten wie folgt (GSTC 2012a):

„Den sozialen und ökonomischen Nutzen für die örtliche Bevölkerung maximieren und die negativen Auswirkungen minimieren.“

- * Eine Geschäftspolitik ist eingeführt, die sich gegen kommerzielle Ausbeutung, insbesondere von Kindern und Heranwachsenden, richtet, [sic!] und die sexuelle Ausbeutung mit einschließt.“

(GSTC 2012a)

Anschließend die Kriterien für die Tourismusdestinationen (GSTC 2012b):

„Maximierung des sozialen und ökonomischen Nutzens für die lokale Bevölkerung und Minimierung der negativen Einwirkungen“

- * Verhütung von Ausbeutung: Die Destination hat Richtlinien zur Bekämpfung von wirtschaftlicher, sexueller oder sonstiger Ausbeutung und Belästigung, vor allem von Kindern, Heranwachsenden, Frauen und Minderheiten.
- * Unterstützung der einheimischen Bevölkerung: Die Tourismusbranche und alle Interessengruppen beteiligen sich aktiv an der Entwicklung und Unterstützung geeigneter Initiativen zur Entwicklung der einheimischen Bevölkerung und der Infrastruktur.“

(GSTC 2012b)

⁴⁷ Siehe Tabelle 3 - Positive und negative Wirkungen der Freizeit in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:278; Job/Weizenegger 2003:635).

Indikatoren zur Darstellung der Problematik

Die nachfolgenden Indikatoren behandeln die Themen Sextourismus mit Kindern, Bildungsarbeit, Präventions- und Kontrollstrategien (WTO 2004:71-74):

„Hilfsbedürftige Kinder sind gefährdet durch Misshandlungen
<ul style="list-style-type: none">• Anzahl der Kinder in hilfsbedürftigen Gruppen, welche in Gebieten, besonders in der Nähe von Hotels oder anderen Gewerberäumen, arbeiten• Anzahl von NGOs oder Regierungseinrichtungen, die in der Nähe von Hotels oder anderen Gewerberäumen ihren Sitz haben um auf das Wohl der Kinder zu achten
Unkenntnis über Kinderrechte und wie Kinder geschützt werden können
<ul style="list-style-type: none">• Prozentsatz der Angestellten, die auf Rechte für Kinder trainiert wurden und wissen, wie Kinder vor Missbrauch geschützt werden können• Zahl und Häufigkeit der Trainingseinheiten „Wie schützt man/frau Kinder“ für Angestellte und ManagerInnen• Anzahl der Kontakte, die bei darauf spezialisierten NGOs eingehen• Orte innerhalb von Hotels/Gebäuden, an denen Notruf- und andere relevante Behördenkontaktnummern ausgehängt sind• Anzahl von Berichten von Unternehmen an NGOs, Polizei oder anderen Behörden über verdächtige Misshandlungen im Betriebsgelände• Existenz einer Person im Unternehmen, die als Verantwortliche nominiert wurde und für Belange rund um Kinder und Gemeinschaft zuständig ist
Kinder, die durch Etablissements des Erwachsenen-Sextourismus rekrutiert werden
<ul style="list-style-type: none">• Anzahl der Plätze in der Nähe von Hotels/Gebäuden, in denen Erwachsenen-Prostitution stattfindet• Mechanismus, um Ausweise von erwachsenen SexarbeiterInnen zu kontrollieren, die Gäste in die Zimmer begleiten• Methode zur Registrierung von sogenannten <i>Joiners</i> (<i>Joiners</i> bezeichnet „Gäste“, die nicht am Check-In registriert werden. Oft, aber nicht immer, weist dieser Ausdruck auf SexarbeiterInnen hin)• Existenz einer Richtlinie für erwachsene Prostituierte, die die nationale Gesetzgebung wiedergibt
Kinder haben keinen Zugang zu Einkommen und Bildung
<ul style="list-style-type: none">• Prozentsatz der Einnahmen, der an karitative Einrichtungen zur Unterstützung von Kindern gegeben wird• Anzahl der AnbieterInnen, welche Jobs für Einheimische kreieren• Anzahl des freiwilligen Personals, das lokale Gemeinden in <i>skills transfer programmes</i> hilft• Anzahl der vorhandenen Reports, die Informationen über die ökonomische und soziale Entwicklung von lokalen Gemeinschaften zur Verfügung stellen
Triebtäter gehen zu Plätzen, von denen sie annehmen, nicht ertappt zu werden
<ul style="list-style-type: none">• Anzahl der Informationspunkte, die relevante Grundsätze von Hotels/Gebäuden zeigen, um Kinder zu beschützen. Z.B.: Poster, Informationspakete, Registrierungsformulare, an Bord gezeigte Filme, Personalräume, Personalanschlagtafeln

- Anzahl der Polizeistationen in der Umgebung von Hotels/Gebäuden, in denen sich PolizistInnen befinden, die auf den Schutz von Kindern trainiert sind

Internationale Reise- und Tourismusindustriegerichtlinien und -deklarationen, um Sextourismus mit Kindern zu verhindern, sind nicht oft auf regionaler Ebene implementiert

- Bereitschaft von Reise- und Tourismusbetrieben, öffentlich Sextourismus mit Kindern zu verurteilen
- Bereitschaft von Reise- und Tourismusbetrieben, Richtlinien und Programme zum Schutz von Kindern zu entwickeln und zu implementieren
- Beweise, dass Reise- und Tourismusbetrieben, für Kinderrechte eintreten, z.B. auf Tourismusindustrietreffen und -konferenzen
- Beweise, dass Reise- und Tourismusbetrieben an großen Interessensvertreterversammlungen zu den Themen „Kinderschutz“ und „Kinderrechte“ partizipiert haben

Das Risiko für Kinder in Tourismusdestination ist dokumentiert und verteilt

- Untersuchungen von Sextourismus mit Kindern für weitere Analysen wird unterstützt durch Unternehmen und Informationen, die von Regierungsstellen und NGOs zur Verfügung gestellt werden
- Regelmäßige Berichterstattung von Aktivitäten durch Unternehmensreporte und -internetauftritten“

(WTO 2004:73f)⁴⁸

Reisetipps

Dieses Themas – im speziellen des Sextourismus mit Kindern – nehmen sich alle Organisationen, deren Handlungsmöglichkeiten ich bearbeite, in unterschiedlichem Ausmaß an. „respect“ (2005:63) schreibt u.a. Folgendes:

„In vielen Ländern treibt es Frauen aus Armut in die Prostitution oder die Familien prostituieren ihre Kinder.

- Als SextouristIn nutzen Sie das Elend im Gastland aus. Die Aids-Gefahr ist meistens ein Tabu-Thema, jedoch sehr groß.
- Wenn Sie sich an Buben oder Mädchen im Ausland vergreifen, machen Sie sich auch nach österreichischem Strafrecht schuldig. Es drohen hohe Gefängnisstrafen.
- Was würden Sie empfinden, wenn Ihre eigenen – kleinen – Kinder von reichen, ausländischen TouristInnen missbraucht würden?
- Sex mit Kindern und sexuelle Gewalt ist ein Verbrechen – in Österreich und anderswo!“

(Respect 2005:63)

⁴⁸ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

Der „EED“ (2009:61f) nimmt sich ebenso wie „respect“ des Themas sehr umfangreich an:

- „Prostitution gibt es nicht erst seit Beginn des Tourismus. Je nach Land, Religion und Kulturgeschichte mehr oder weniger stark ausgeprägt, existiert sie seit jeher in fast allen Kulturkreisen. Doch Tourismus verstärkt Prostitution, wie die Beispiele Thailand, Sri Lanka, Brasilien, Dominikanische Republik, Kenia und immer neue Destinationen zeigen.
- In der Sextourismus-Industrie sind Menschenhandel, Kindesmissbrauch und Entführung gang und gäbe. Nicht selten verkaufen verarmte Eltern ihre Kinder sogar an Bordelle.
- [...] Reisen Sie verantwortungsvoll und informieren Sie sich darüber, was ReiseveranstalterInnen für den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung tun. Der Deutsche Reiseverband (DRV) hat mit der Kinderrechtsorganisation ECPAT⁴⁹ einen entsprechenden Verhaltenskodex vereinbart.
- Wenn Sie Kinderprostitution beobachten oder Aktivitäten bemerken, die auf sexuellen Missbrauch schließen lassen, wenden Sie sich an die Reiseleitung, die Polizei, ECPAT, Hotlines oder andere geeignete Institutionen.“

(EED 2009:61f)

Zusammenfassung

Die Kriterien widmen sich oberflächlich dem bearbeiteten Thema und fragen vor allem nach Geschäftspolitiken, Richtlinien oder Initiativen. Die Indikatoren der WTO werden sehr detailliert angeführt, allerdings sind diese „nur“ auf den Sextourismus mit Kindern bezogen.

Auch in den Reisetipps wird das Thema sehr umfangreich behandelt und mit einigen konkreten Handlungsmöglichkeiten, wie den Aufruf zur Meldung von Delikten, versehen. Übereinstimmungen mit den vorgestellten Kriterien und Indikatoren sind am ehesten noch in den Reisetipps von „EED“ zu finden.

⁴⁹ ECPAT = “End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes”

7.5. Themenbereich Nr. 4 – Lokale Wertschöpfung und Geldabflüsse⁵⁰

Problemdarstellung

Der Themenbereich „lokale Wertschöpfung und Geldabflüsse“ umfasst sowohl die Einnahmen- als auch die Ausgabenseite von Personen und Unternehmen in der Tourismusregion.

Somit beinhaltet der erste Teil dieses Themenbereichs das Ergreifen von Vorteilen, die Tourismuseinnahmen, den Beitrag des Tourismus zur lokalen Wirtschaft, Unternehmens- und Gemeindeinvestitionen, Steuern und Satellitenkonten (WTO 2004:128).

Der zweite Teil widmet sich den Geldabflüssen. Einer breiten Definition nach bedeuten diese im Tourismus Verluste von Fremdwährungen und anderen versteckten Kosten, welche durch Tourismusaktivitäten entstehen (Perez-Ducy de Cuello 2001 in WTO 2004:117). Studien des United Nations Environment Programme (UNEP) haben Abflüsse im Tourismus in einigen afrikanischen Ländern von bis zu 85 %, in der Karibik von bis zu 80 %, in Thailand von bis zu 70 % und in Indien von bis zu 40 % aufgezeigt (WTO 2004:117).

Entsprechende Kriterien

Die Kriterien für Hotels und ReiseveranstalterInnen sehen für diesen Themenbereich wie folgt aus (2012a):

„Den sozialen und ökonomischen Nutzen für die örtliche Bevölkerung maximieren und die negativen Auswirkungen minimieren.“

- * Das Unternehmen kauft lokale und „fairer Handel“ Dienstleistungen und Produkte wo möglich.
- * Das Unternehmen erleichtert kleinen örtlichen Unternehmern die Herstellung und den Verkauf von Produkten auf Basis der regionalen Natur, Geschichte und Kultur (inklusive Lebensmittel und Getränke, Handwerk, darstellende Kunst, landwirtschaftliche Produkte, etc.).“

(GSTC 2012a)

⁵⁰ Siehe Tabelle 3 - Positive und negative Wirkungen der Freizeit in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:278; Job/Weizenegger 2003:635).

Indikatoren zur Darstellung der Problematik

Die nun angeführten Indikatoren zeigen den ökonomischen Nutzen des Tourismus für die Gemeinschaft und die Destination (WTO 2004:128f):

„Beschäftigung
<ul style="list-style-type: none">• Anzahl der lokalen Bevölkerung (und Anteile nach Mann und Frau), welche im Tourismus angestellt ist• Verhältnis zwischen im Tourismus Angestellten zur Gesamtbeschäftigung• Prozentsatz der Tourismusjobs, welche durch Ortsansässige besetzt sind• Durchschnittliches Gehalt im Tourismus/durchschnittliches Gehalt in der Gemeinde• Anteil der Teilzeitarbeitskräfte in Relation zu Vollzeitarbeitskräften im Tourismus• Durchschnittseinkommen eines Angestellten im Tourismus (und das Verhältnis zum durchschnittlichen Einkommen der Gemeindemitglieder)
Investmentgeschäfte im Tourismus
<ul style="list-style-type: none">• Anzahl der Tourismusgeschäfte in der Gemeinde und davon der Prozentsatz der Geschäfte, die in Händen von Gemeindemitgliedern sind• Anzahl und Arten von ausgestellten Geschäftsgenehmigungen und -lizenzen• Verhältnis zwischen der Anzahl der örtlichen und auswärtigen Betriebe, die im Tourismus tätig sind• Lebensdauer der Tourismusgeschäfte (Umschlagshäufigkeit)
Tourismuseinnahmen
<ul style="list-style-type: none">• Anzahl der TouristInnen• Ausgaben der TouristInnen/Ausgaben pro TouristIn• Belegungsraten der Unterkünfte• Anteil der Tourismuserträge am Gesamtertrag der Gemeinde• Eingenommene Gebühren der Gemeinde für den Zutritt/die Nutzung der Gemeindeattraktionen• Einkünfte durch Geschäftsgenehmigungen, -lizenzen oder -konzessionen und Steuern
Gemeindeausgaben
<ul style="list-style-type: none">• Existenz eines Tourismusbudgets/-planes• Jährliche Tourismusausgaben (in Prozent der Gesamterträge)• Betrag und Prozent der Infrastrukturausgaben für Tourismus• Betrag und Prozent der jährlichen Betriebsausgaben für Tourismus• Kosten der Tourismuswerbung und -aktionen durch die Anzahl von TouristInnen• Betrag und Prozent der Zuwendungen von Tourismuseinkünfte für die Kostenpunkte Wasser, Abwässer, Straßen, Lebensmittelerzeugung, Energie, Abfallentsorgung, Luftqualität, Personalentwicklung usw.
Netto-Wirtschaftsnutzen
<ul style="list-style-type: none">• Netto-Tourismuserlöse, welche sich in der Gemeinde angesammelt haben• Wirtschaftliche Multiplikatoren: Betrag der zusätzlichen Erträge in anderen Geschäftsbereichen für jeden Dollar an Tourismuserlösen (basierend auf

Satellitenkonten, wenn vorhanden)
Veränderung der Lebenserhaltungskosten
<ul style="list-style-type: none"> • Prozentuell gestiegene/gesunkene Grundstücks- und Häuserpreise über einen bestimmten Zeitraum • Prozentuell gestiegenes/gesunkenes durchschnittliches Familienwocheneinkommen • Prozentuell gestiegene/gesunkene Ausgaben (Lebensmittel, Transport, Freizeit usw.)“

(WTO 2004:129)⁵¹

Dieses Thema beinhaltet auch die Problematiken rund um importierte Güter, Fremdwährungen, interne⁵²/externe⁵³/nicht sichtbare⁵⁴ Abflüsse. Durch folgende Indikatoren können diese Bereiche bewertet werden (WTO 2004:117f):

„Standort- /Aktivitätenbildung (externe und interne Abflüsse)
<ul style="list-style-type: none"> • Wert der importierten Güter (Baumaterialien, Ausrüstungen, sonstiges) • Wert der importierten Dienstleistungen (Systeme, Software, Konsultationen, ExpertInnen, ArchitektInnen usw.)
Standorttätigkeiten und ausführende Aktivitäten (externe und interne Abflüsse)
<ul style="list-style-type: none"> • Wert der importierten Güter, welche zur Konsumation durch die BesucherInnen bestimmt sind – dies inkludiert landwirtschaftliche Produkte, Ersatzteile usw. • Wert der importierten Güter inklusive Versicherungen • Devisenkosten durch Marketing und Vertrieb außerhalb des Landes • Heimatüberweisungen vom im Ausland lebenden Personal • Heimatüberweisungen von Profiten und Dividenden • Heimatüberweisungen aufgrund von Auslandsschuldendienst (Diese haben ihren Ursprung in allgemeinen Tourismus-Entwicklungs-Darlehen und stammen aus speziellen Einrichtungen/Aktivitäten.)
Nicht sichtbare Abflüsse (Schätzungen)
<ul style="list-style-type: none"> • Devisenumrechnungswert von verfallenen Ressourcen (Reparatur-/Rehabilitations-

⁵¹ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

⁵² Interne Abflüsse werden wie folgt definiert: „Internal leakages primarily arise from tourism through imports that are paid and accounted for domestically. These leakages can be tracked with reasonable reliability through Tourism Satellite Accounts (TSA). [...] The extent of internal leakages in any destination is largely a function of tourist demand for level and quality of leisure services and entertainment-related and retail goods. The particular tourist segment catered to may require, for example, wine and name brand alcoholic beverages that are produced elsewhere, organic produce, scuba equipment produced to international safety standards, hotel quality linens and mattresses [...]. Particularly in small or less developed tourist destinations, each of these goods and services will likely need to be imported“ (Gollub et.al. 2003 in WTO 2004:117f).

⁵³ Unter externen Abflüssen kann Nachstehendes verstanden werden: „Represented by earnings which accrue to foreign investors financing tourism infrastructure and facilities, through repatriated profits and amortization of external debt“ (ebd.:117).

⁵⁴ Nicht sichtbare Abflüsse sind „[...] those losses or opportunity costs that are not documented reliably, but which can exert cumulative and significant effects. One major source of invisible leakage is financial, associated with tax avoidance, informal currency exchange transactions, and off-shore savings and investments“ (ebd.:118).

/Recyclingkosten)

- Quantifizierung von verlorenen Markt- bzw. Businesswerten
- Fremdwährungsverluste aufgrund von Differenzen zwischen dem offiziellen und den marktüblichen Umtauschraten
- Fremdwährungsverluste aufgrund von Verkauf von nicht lizenzierten und nicht versteuerten Dienstleistungen
- Fremdwährungsverluste entsprechend der sozialen Kosten, welche durch Konsumation der internationalen BesucherInnen von knappen, subventionierten und importierten Ressourcen verursacht und durch internationale Hilfe finanziert wurde(n).“

(WTO 2004:118)⁵⁵

Reisetipps

Die Handlungsvorschläge zu diesem Thema von „EED“ (2009:19), die auf die Suche nach der richtigen Unterkunft bezogen sind, zeigen die Problematik der Geldabflüsse:

- „Kleine, einfache Unterkünfte gehören oft den Betreibern selbst. Das Geld, das Sie dort ausgeben, kommt in aller Regel der Region direkt zugute.
- Die Einnahmen internationaler Luxushotels fließen oft an große Konzerne.“

(EED 2009:19)

Die Entscheidungshilfe von „fairunterwegs“ (2012a) stammt aus der Rubrik „Nutzen für die Einheimischen“ und soll bei der Wahl des richtigen Angebots unterstützen. Sie besagt:

„Ein gutes Angebot zeichnet sich nicht durch riesige Profite für anonyme Investoren aus, sondern fügt sich eng in die regionalen Wirtschaftskreisläufe ein: Lebensmittel und Baumaterialien werden lokal beschafft, die Wäsche in der lokalen Wäscherei gewaschen, Souvenirs von Kunsthandwerkerinnen der Region hergestellt. Darauf ist das Unternehmen stolz, weshalb es dies auch ausweist.“

(Fairunterwegs 2012a)

Die „Fair-Tipps“, ebenso von „fairunterwegs“, zeigen die Problematik rund um den Devisenabfluss und geben Empfehlungen für unterwegs. Unter dem Motto, dass die

⁵⁵ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

Ferienreise der Bevölkerung am Zielort den größtmöglichen Nutzen bringen soll, wird dies empfohlen (Fairunterwegs 2012c):

„Wussten Sie, dass heute ein Gastland meist weniger als die Hälfte des Preises erhält, den Sie für Ihr Ferienarrangement hier bezahlen? Ein erheblicher Teil der Einnahmen von Hotels, Restaurants und Reiseveranstaltern vor Ort fließt wieder ins Ausland zurück für den Kauf von Erdöl, Technologien, Computern und nicht zuletzt für Lizenzgebühren an internationale Hotelketten. Je weniger die Wirtschaft eines Landes entwickelt ist, desto mehr Güter werden für die touristische Infrastruktur importiert und desto mehr Devisen fließen ab.

Sie können als Reisende entscheidend dazu beitragen, den Nutzen für Ihr Gastland und seiner Bevölkerung zu steigern, indem Sie in Ihren Ferien lokale Betriebe berücksichtigen. In vielen Ländern gibt es mittlerweile Tourismusbetriebe, die von der lokalen Bevölkerung entwickelt und getragen werden. Dies bringt Bäuerinnen, Fischern und Handwerkern neue Absatzmärkte und ein zusätzliches Einkommen.“

(Fairunterwegs 2012c)

Die Reiseempfehlung von „BMWFJ“ widmet sich mit vielen Beispielen dem Import und der lokalen Wertschöpfung (BMWFJ 2012c):

„Shrimps auf der Almhütte, ein Steak vom Uruguay Beef in Italien oder Tomaten mit Mozzarella [sic!] an der Ostsee – dank eines billigen Transportes, der für die ökologischen und sozialen Folgekosten [sic!] nicht aufkommen muss, ist heute alles möglich! Aber man verreist doch, um das Besondere und Unverwechselbare einer Region kennen zu lernen. Also genießt man im Piemont den Barolo, in der Steiermark das Kürbiskernöl, in Brüssel den Chicoree oder in Bremen die grünen Heringe. Das bereichert nicht nur unseren Erfahrungs- und Erlebnisschatz, sondern fördert gleichzeitig die lokale Wirtschaft und schont die Umwelt, weil lokale Produkte weniger Transportkilometer am Buckel haben. [...]

Unsere Empfehlung: Gerade in Zeiten von BSE und anderen Lebensmittelskandalen gilt es die biologische regionale Landwirtschaft zu stärken. Erkundigen Sie Sich [sic!] am Urlaubsort besonders nach einheimischen Produzenten mit biologischem Anbau. Bevorzugen Sie Restaurants, welche mit lokalen Produzenten zusammenarbeiten, kaufen Sie selbst Lebensmittel oder andere Waren bei lokalen Anbietern (z.B. Bauernladen) ein.“

(BMWFJ 2012c)

Zusammenfassung

Der Kriterienkatalog von GSTC bietet viel für die lokale Wertschöpfung, aber weist nicht ausreichend Kriterien zum Thema Geldabfluss auf – nicht für Destinationen und nicht für Hotels und VeranstalterInnen. Deshalb gehen die gewählten Kriterien nicht konkret auf die Abflüsse ein, sondern haben den Fokus auf Regionalität.

Die Indikatoren zeigen einerseits die ökonomischen Benefits und andererseits wie die verschiedenen Abflüsse gemessen bzw. geschätzt werden können.

Die aufgezeigten Lösungsansätze haben sowohl den Schwerpunkt der Regionalität, als auch der Abflüsse. So sprechen die Handlungsvorschläge von „EED“ zwar regionale Wertschöpfung und internationale Abflüsse an, allerdings beruhen diese meines Erachtens auf Verallgemeinerungen. Mit dem Wort „oft“ wird zwar impliziert, dass es nicht immer so ist – konkrete Hinweise, worauf zu achten ist, könnten aber meiner Meinung nach eine eindeutigere Hilfestellung geben.

Die „Fair-Tipps“⁵⁶ von „fairunterwegs“ sprechen beide Teile des Themenbereichs an und geben erhellende Beispiele, worauf zu achten ist. Allerdings stellt sich bei den Tipps zur Wahl des richtigen Angebots die Frage, wie diese angesprochenen regionalen Wirtschaftskreisläufe für den Reisenden transparent gemacht bzw. nachgewiesen werden können.

Die Reiseempfehlung des „BMWfJ“ beinhalten viele verschiedene Beispiele für diesen Themenbereich. Im Zentrum der Betrachtung liegt dabei der biologische und regionale Anbau.

⁵⁶ Die hier (und auch danach) angeführten Reisetipps von „fairunterwegs“ sind in Bezug auf einheitliches Gendern nicht konsequent. So wird z.B. von Kunsthandwerkerinnen und Bäuerinnen geschrieben und dadurch werden nur weibliche Arbeiter, also Arbeiterinnen bzw. Bäuerinnen angesprochen. Der Fischer oder Handwerker wird allerdings nur in der männlichen Schreibweise angeführt (Fairunterwegs 2012a+c). Warum „fairunterwegs“ auf dem Gebiet des Genderns keine einheitliche Linie verfolgt, ist für mich nicht verständlich, denn es sollte eigentlich die Gleichstellung der Geschlechter und daher eine gendergerechte Schreibung auch in den Reisetipps eine Selbstverständlichkeit sein.

7.6. Themenbereich Nr. 5 – Transport: Luftverschmutzung, Lärmbelästigung & Mobilitätsfragen⁵⁷

Problemdarstellung

Die in diesem Themenbereich behandelten Fragen zur Luftqualität, zum Lärmpegel und zur Mobilität innerhalb und von/zu einer Destination sind mittlerweile für viele Destinationen relevant geworden. So kann z.B. Luftverschmutzung zur Zerstörung von kulturellen Stätten beitragen. Diese Problematik ist direkt verbunden mit Mobilitätsfragen von Destinationen. Die nun angeführten Kriterien und Indikatoren gehen detailliert auf diese Themen ein (WTO 2004:180f, 183f, 210f):

Entsprechende Kriterien

Es folgen nun die zu diesem Themenbereich passenden Kriterien des GSTC (2012b):

„Nachweis eines wirkungsvollen Nachhaltigkeitsmanagements

- * Anpassung an den Klimawandel: Die Destination hat ein Programm zur Ermittlung der mit dem Klimawandel einhergehenden Risiken und zur Förderung der Anpassung von Entwicklung, Standortwahl, Gestaltung und Management, das einen Beitrag zu Nachhaltigkeit und Stabilität der Destination angesichts potenzieller Veränderungen leistet.

Maximierung des Nutzens für die Umwelt und Minimierung der negativen Einwirkungen

- * Umweltverträglichkeitsprüfung: Die Destination hat ihre wichtigsten ökologischen Herausforderungen ermittelt und verfügt über Richtlinien und Prozesse, um sich ihnen zu stellen.
- * Reduzierung der Treibhausgase: Die Destination hat ein Programm zur Unterstützung von Reiseveranstaltern bei der Messung und Reduzierung von Treibhausgasemissionen und zur Anregung der Tourismusbranche, sich am Emissionsausgleich und an Initiativen zur Senkung des Kohlenstoffausstoßes zu beteiligen.
- * Verringerung der Umweltbelastung: Die Destination setzt Verfahren zur Minimierung der Umweltbelastung durch Abwasser, Abflüsse, Erosion, Lärm, Licht, Schadstoffe, ozonschichtschädigende Verbindungen und Luft-, Wasser- und Bodenverschmutzung um und verlangt von den Tourismusunternehmen die Einhaltung dieser Verfahren.

⁵⁷ Siehe Tabelle 3 - Positive und negative Wirkungen der Freizeit in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:278; Job/Weizenegger 2003:635).

- * Nahverkehr: Die Destination hat Richtlinien und einen Plan für eine zunehmende Nutzung umweltverträglicher Verkehrsmittel und des öffentlichen Personenverkehrs in der Destination.“

(GSTC 2012b)

Passende Indikatoren zur Darstellung der Problematik

Die nun angeführten Indikatoren sollen zur Bemessung der Luftqualität und Gesundheit, der Verschmutzung durch Tourismus und der Wahrnehmung der Luftqualität von TouristInnen beitragen (WTO 2004:180f):

„Luftqualität
<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl der Tage, an denen Standards überschritten werden
Auswirkungen der Luftqualität auf TouristInnen und BewohnerInnen
<ul style="list-style-type: none"> • Häufigkeit von Atemwegsproblemen (von Einheimischen und TouristInnen) • Anzahl der Berichte über Gesundheitsprobleme von Seiten der TouristInnen
Reaktion der TouristInnen auf die Luftqualität
<ul style="list-style-type: none"> • Sichtweise der TouristInnen über die Luftqualität • Anzahl der Luftverschmutzungswarnungen in der Zieldestination in wichtigen Publikationen und Reiseführern (dies könnte mittels einer Untersuchung der genannten Quellen gemacht werden)
Auswirkung der Luftverschmutzung auf touristischen Einrichtungen
<ul style="list-style-type: none"> • Kosten um Gebäude und kulturelle Stätten zu reparieren/restaurieren
Auswirkungen des Tourismussektors auf die Luftqualität
<ul style="list-style-type: none"> • Beitrag der Tourismusindustrie zu Treibhausgasen“

(WTO 2004:181)⁵⁸

Die nachstehenden Indikatoren fungieren zur Kontrolle des Lärmpegels und spiegeln das Lärmempfinden der TouristInnen und Einheimischen wider (WTO 2004:183f):

„Tatsächlicher Lärmpegel
<ul style="list-style-type: none"> • Lärmpegel vor Ort in Dezibel (es kann auch die Tageszeit berichtet werden)
Auswirkung von Lärm auf die TouristInnen und EinwohnerInnen
<ul style="list-style-type: none"> • Empfinden von Lärm • Eingereichte Beschwerden“

(WTO 2004:184)⁵⁹

⁵⁸ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

⁵⁹ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

Die im Folgenden dargestellten Indikatoren beschäftigen sich mit dem Transport im Tourismus. Dabei werden die Themen „Verkehrsmodelle“, „Sicherheit“, „Transportsysteme“ und „Leistungsfähigkeit“ angesprochen. Die Indikatoren des ersten Teils beziehen sich auf Transporte zur bzw. von der Zieldestination (WTO 2004:210f):

<p>„Wissen über Mobilitätsmuster im Tourismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • BesucherInnenzahlen (inklusive Ein-Tages-BesucherInnen) • Saisonalität des Tourismus und Länge der Besuche • Jährliche Anzahl von Ein-Tages-BesucherInnen (Intensität) • Gesamtkilometeranzahl pro Reise und pro TouristIn • Art des Transports, der für die Anreise vom Reisenden genutzt wurde (Flugzeug, Auto, Bus, Zug, Fahrrad, zu Fuß oder anderes)
<p>Zugang zur Urlaubsdestination (Verfügbarkeit/Verbesserung der Infrastruktur von Straßennetzen, Zügen, Schiffshäfen und Flughäfen. Status der Erreichbarkeit der Zieldestination mittels öffentlichem Transport)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dichte des Straßennetzes (Schnellstraße, Autobahn, Bundesstraßen) (Routenkilometer pro km²) • Dichte des öffentlichen Verkehrs (Routenkilometer pro km²) • Jährliche Investitionshöhe in den öffentlichen Verkehr verglichen mit der Straßeninfrastruktur • Taktfrequenz, Kapazität der Angebote und Ausmaß der Inanspruchnahme (Land-, Meer- und Flugtransport) • Anzahl an Direktflügen, Anzahl der Städte, von denen die Zieldestination direkt angeflogen wird (und Prozentsatz der PassagierInnen, die Non-Stop anreisen) • Reisedauer zur Zieldestination pro PassagierIn (in Stunden). Anzahl der benötigten Arten von Transport
<p>Reisezeit und -verlässlichkeit (Verkehrsstau auf Straßen/in der Luft/am Wasser mit den dazugehörigen Problemen wie lange Reisezeiten, unberechenbare Verkehrsverhältnisse, sowie Luft-, Lärm- und Wasserverschmutzung)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reisegeschwindigkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln im Gegensatz zu Privattransport im Vergleich Hoch- und Nebensaison (je nach Art des Transports) • Verhältnis zwischen den Reiseausgaben für den öffentlichen Verkehr und den Privatverkehr um die Reisedestination zu erreichen • Höhe der Luft- und Bodenemissionen für PassagierInnen während der Hochsaison im Vergleich zur Nebensaison (pro Kilometer pro PassagierIn) • Level der Lärmbelästigung
<p>Sicherheit (Verkehrsstau, Stress, Langweile, unangenehme Wetterbedingungen und Straßentrassen haben mehr Verkehrsunfälle zur Folge. Flughafensättigung ergibt weniger Verkehrssicherheit. Menschliche Gesundheitseffekte werden mit Luftverschmutzung in Zusammenhang gebracht)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anzahl der Verkehrsunfälle und -opfer (Land, Luft und Meer) während der Hochsaison im Vergleich zur Nebensaison • Tendenz in Anzahl der Tage, an denen festgelegte Grenzwerte der Luftverschmutzung überschritten werden

- Auswirkung(en) auf die Gesundheit der Einheimischen
- Level an Informations- und Dienstleistungserleichterung (z.B. Bereitstellung von Informationen zu Straßen- und Verkehrsverhältnissen – z.B. auf Internetseiten, Hilfs- und Notdiensten usw.) – und dessen Bereitstellungsniveau; Prozentsatz der PassagierInnen, die kontaktiert werden“

(WTO 2004:211)⁶⁰

Die folgenden Indikatoren stellen den zweiten Teil des Themas „Transport“ dar und zeigen den Verkehr innerhalb der Zieldestination (WTO 2004:214f) auf:

„Raum- und Verkehrsplanung, -management des auf Tourismus bezogenen Beförderungsbedarfs und Verbesserung der Verteilung des Transportaufkommens auf verschiedene Verkehrsmittel

- Implementierung einer integrierten, umweltschonenden Verkehrsplanungsstrategie (Ja/Nein)
- Strategie in einen Aktionsplan übergeführt (Ja/Nein)
- Anzahl und Ausmaß der Themen, welche im Aktionsplan abgedeckt sind (Transport, Tourismus, Flächennutzung, Biodiversität, Energie, Wasser, Abfall, soziale und ökonomische Themen usw.)
- Ergriffene Maßnahmen, um einen überregionalen Transportplan zu gestalten (Ja/Nein)

Management der TouristInnennachfrage nach Mobilität innerhalb der Destination

- Wahrnehmung der TouristInnen und BesucherInnen und deren Nachfrage nach lokalen oder regionalen Transportangeboten und Verkehrsbedingungen (nach Beförderungsart)
- Anzahl der PassagierInnen, welche durch öffentlichen Nahverkehr für Tourismus-/Freizeit Zwecke transportiert wurden (ebenso im Vergleich mit der Anzahl an TouristInnen, die auf Individualverkehr zurückgreifen)

Anzahl der Annehmlichkeiten innerhalb der Urlaubsdestination (öffentlicher Verkehr, verkehrsbezogene Managementthemen. Entwicklung von weniger umweltschädlichen Transportsystemen für Tourismusreisen)

- Prozentsatz der Unterkünfte, Tourismuseinrichtungen und anderer TouristInnenattraktionen, welche mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sind (in weniger als 10 Minuten zu Fuß zur nächsten Station)
- Speziell für TouristInnen eingerichtete Transportmittel: Art des Transports und Anzahl der verfügbaren Plätze darin während der Hauptbelastungszeiten

Sicherheit

- Verkehrsstörung, Stress, Müdigkeit, unbekannte Wetterbedingungen und Straßenverlauf resultieren in vermehrten Verkehrsunfällen
- Prozentsatz an Verkehrstoten oder Schwerverletzten durch Verkehrsunfälle in der Hochsaison
- Gesamtausgaben für die Errichtung/Erhaltung von Radfahrstrecken und Gehwegen;
- Level der Fußgängerinfrastruktur (Gebiet oder Prozentsatz)
- Parkplatzkapazitäten und Auslastungsniveau

⁶⁰ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

- Anzahl der Zwischenfälle mit BesucherInnen und TouristInnen in der Hochsaison im Verhältnis zur Nebensaison
- Existierende Sicherheitsstandards (Ja/Nein)
- Anzahl des Personals in Einsatz-/Kontrollsystemen
- Förderungsniveau von Informationszugang an Hilfsmaßnahmen und Kontingenzplänen

Intermodular⁶¹/Integration von Dienstleistungen

- Verbindungen zwischen Langstrecken- und lokalen Streckennetzen
- Übergangloses Reisen für TouristInnen
- Verwendung von neuen Technologien um die Koordination zwischen den verschiedenen Transportmitteln zu maximieren
- Integration von Dienstleistungen und Fahrpreisen im öffentlichen Verkehr

- Existenz einer multi-modalen⁶² Plattform (Ja/Nein)
- Existenz von integrierten öffentlichen Verkehrsdienstleistungen (Ja/Nein)
- Existenz von integrierten öffentlichen Verkehrsfahrpreisen (Ja/Nein)
- Versorgung mit *park-and-ride*- und *bike-and-ride*-Anlagen: Anzahl der Parkplätze (öffentlich und privat) für Autos oder Fahrräder an Standorten mit Verbindung zum öffentlichen Verkehr, welche TouristInneneinrichtungen bedienen

Gute Erreichbarkeit

- Klare, zugängliche, verlässliche Informationen über Leistungen/Fahrpläne/Buchung vor und während des Aufenthalts
- Tür-zu-Tür-Service

- Verhältnis zwischen jährlichen, öffentlichen Ausgaben für Informationsdienste für NutzerInnen des öffentlichen Verkehrs und spezifische Informationsdienste für UrlauberInnen, BesucherInnen und TouristInnen
- Existenz von Informationsdiensten für den öffentlichen Verkehr im Internet oder in *mobility centres* (Ja/Nein)
- Verwendung von elektronischen Buchungen für den öffentlichen Verkehr (Ja/Nein)
- Anzahl der Tür-zu-Tür-Angebote für BesucherInnen und TouristInnen

Bewerbung von umweltfreundlichen Transportmöglichkeiten als Teil des Urlaubs und Maßnahmen, um dem öffentlichen Verkehr Priorität zu verschaffen

- Länge von Radfahr- und Gehwegen, Verfügbarkeit von Fahrradverleihstationen
- Größe und Kapazität des öffentlichen Verkehrs
- Prozentsatz der Reisenden, welche alternative Fortbewegungsmittel benützten (Fahrrad fahren, zu Fuß, andere Möglichkeiten mit wenig Energieverbrauch)
- Unterstützungsniveau für energiearme Alternativen im Vergleich zu Transportfahrzeugen
- Prozentsatz des Fuhrparks für Tourismuszwecke, der spezifische Standards für Luft- und Lärmemissionen erfüllt
- Energieverbrauch und -emissionen pro PassagierIn

⁶¹ Intermodular bedeutet: „Transport von Gütern in ein und derselben Ladeinheit oder demselben Straßenfahrzeug mit zwei oder mehreren Verkehrsträgern, wobei ein Wechsel der Ladeinheit, aber kein Umschlag der transportierten Güter selbst erfolgt“ (Economic Commission for Europe/United Nations 2001).

⁶² „Multimodal transport (also known as combined transport) is the transportation of goods under a single contract, but performed with at least two different means of transport“ (Wikipedia 2012c).

- Existenz und Kapazität von umweltfreundlichen Fahrzeugen und Transportmöglichkeiten (z.B. U-Bahn, Straßenbahn, Elektrofahrzeuge usw.)
- Verfügbarkeit und Prozentsatz der Fahrspuren und Parkplätze, die für den öffentlichen Verkehr reserviert sind
- Existierende Maßnahmen um die Zufahrt für Autos und Parkplätze zu begrenzen (Ja/Nein)⁶³

(WTO 2004:214f)⁶³

Reisetipps

Die vorhandenen Reisetipps von „respect“ fokussieren in diesem Kapitel vor allem auf Entwicklungsländer und sind unter der Überschrift „schlechte Luft“ zu finden (Respect 2005:29):

„Luftverschmutzung durch Autoverkehr hat in den Entwicklungsländern katastrophale Ausmaße angenommen, vor allem in den großen Städten.

- Mieten Sie kein eigenes Auto, sondern heuern Sie stunden- oder tageweise ein Taxi an. Der Preis ist oft gleich. Damit reduzieren Sie die Unfallgefahr und Sie helfen einen Arbeitsplatz zu sichern. Und vielleicht ist der Fahrer ein ortskundiger Tour-Guide.
- Akzeptieren Sie nur Fahrzeuge mit einwandfreiem Auspuff. Das gilt auch für Busse, sollten Sie wählen können.
- Benutzen Sie Züge, wo vorhanden. Fliegen Sie nur, wenn es keine Alternative gibt.“

(Respect 2005:29)

Nachfolgend die Handlungsmöglichkeiten vom „EED“ (2009:23): Die ersten Tipps zu diesem Thema sind fast identisch mit denen von „respect“. Hier nun die zwei unterschiedlichen Empfehlungen:

- „Klagen Sie im Urlaubsland an den richtigen Stellen, zum Beispiel in Leserbriefen oder in der Touristeninformation, über die schlechte Luft. Das erhöht den Druck auf Entscheidungsträger – und kommt auch den Einheimischen zugute.
- Bevorzugen Sie Lebensmittel und Getränke aus der Region statt

⁶³ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

Importprodukte. Lange Transportwege kosten nicht nur Geld, sondern belasten auch die Umwelt.“

(EED 2009:23)

Unter dem „Fair-Tipp“ „Lebensgrundlage achten“ in der Rubrik „Klima und Energie“ von „fairunterwegs“ werden die folgenden Tipps angegeben (Fairunterwegs 2012e):

„Anreise

Weshalb nicht nach Übersee bei diesen Flugpreisen? Und weshalb den Zug ins nahe Italien nehmen, wenn man billiger, schneller und bequemer per Flugzeug hinkommt?

Die grösste Umweltbelastung im Tourismus ist die Anreise. Sie verschlingt 90% des gesamten in den Ferien benötigten Energiebedarfs. Der Trend zu Ferien in fernen Ländern geht einher mit einer Zunahme des Flugverkehrs. Auch kurze Strecken innerhalb Europas werden als Folge der Tiefpreispolitik immer öfter mit dem Flugzeug zurückgelegt. Die Folgen für das Klima sind dramatisch, denn der Flugverkehr trägt massgeblich zur globalen Erwärmung bei. Nach dem Flugzeug ist das Auto das zweithäufigste Transportmittel für die Ferienreise. Es verursacht schädliche Emissionen, wenn auch weit weniger als ein Flugzeug. Für weniger umweltschädigendes Autofahren empfehlen wir die VCS-Auto-Umweltliste⁶⁴.

Lassen Sie wenn immer möglich Ihr Auto zu Hause und bevorzugen Sie bei Ihrer Reise Zug und Schiff. Fliegen Sie nur, wenn keine Alternative vorhanden ist und vermeiden Sie Flüge unter 1000 km. Diese verursachen überproportional viele Treibhausgase.

Als Faustregel gilt: Je grösser die Differenz, desto länger die Aufenthaltsdauer. Für Strecken über 2000 km sollten Sie mindestens 14 Tage am Reisezielort bleiben.

Falls sich ein Flug nicht vermeiden lässt, kaufen Sie ein myclimate-Ticket. Damit kompensieren Sie teilweise die Klimaschädigung, indem Sie Klimaschutzprojekte in Entwicklungsländern unterstützen. [...]

Mobilität vor Ort

Fuss und Fahrrad sind nicht nur die umweltfreundlichsten Fortbewegungsmittel, sondern ermöglichen Ihnen auch einen besseren Blick auf Details, die Ihnen aus dem Autofenster entgehen. Für grössere Distanzen bieten sich öffentliche

⁶⁴ Siehe Homepage des Verkehrs-Clubs der Schweiz. <http://www.verkehrsclub.ch/de/vcs/auto/auto-umweltliste.html> [letzter Zugriff 30.12.2012; MEZ 14:25]

Verkehrsmittel wie Bus und Bahn an. Meiden Sie Autofahrten in den Ferien und verzichten Sie auf Inlandflüge. Dem Klima zuliebe.“

(Fairunterwegs 2012e)

Die Handlungsmöglichkeiten zum Thema „Transport“ werden vom „BMWFJ“ (2012c) mit „Mobilität um der Mobilität willen?“ betitelt:

„Sie brauchen das Auto, weil Sie an Ihren Urlaubsort möglichst beweglich sein wollen? Ein Auto lenken bedeutet jedoch volle Konzentration und ist mit viel Verantwortung verbunden. Lohnt es sich, viel Zeit des Urlaubs für die Anreise zu opfern, oft mit Staus und Gefahren? Vielleicht noch mit dem Ehrgeiz, möglichst schnell dort zu sein? Viele Destinationen haben bereits die Zeichen der Zeit erkannt und bieten deshalb alternative Verkehrsmittel bzw. Shuttle Services vor Ort für Gäste an. Man kann sich bei der Anreise mit der Bahn bequem und sicher chauffieren lassen und genießt den Urlaub von der ersten Minute an: beim Lesen, Spielen, Unterhalten oder aus dem Fenster Schauen. In acht Stunden kommt man z.B. mit modernen Hochgeschwindigkeitszügen auch schon 1000 km weit – und das meist schneller als mit dem Auto.

Unsere Empfehlung: Suchen Sie Urlaubsorte mit guter Anbindung an den öffentlichen Verkehr und akzeptablen Verkehrssystemen am Ort. Übrigens: Viele Hotels holen heute gerne ihre Gäste beim Bahnhof ab. Manche Bahnen bieten bereits Haus-zu-Haus-Systeme für den Gepäcktransport an. [...]

Übrigens: Flüge unter 800 km sollte man sorgfältig überlegen. Für die Verkürzung der Reise um zwei bis drei Stunden wird überproportional klimaschädliches Kerosin verbrannt. Mit dem Zug käme man mit der äquivalenten Menge Treibstoffs gleich viermal soweit.“

(BMWFJ 2012c)

Zusammenfassung

Die Kriterien spiegeln sich nur teilweise in den Indikatoren wider, denn es wird Großteils in den Kriterien nach Programmen, Systemen, Verfahren oder Prozessen gefragt. Nur im Indikatorenset zu Transporten innerhalb der Zieldestination sind Indikatoren zu diesen Abfragen zu finden. Ich persönlich bin verwundert, dass es gerade auf dem Gebiet der Luftverschmutzung oder in Bezug auf den Lärmpegel

keine Programme geben soll bzw. dass diese nicht durch die Indikatoren abgefragt werden. Besonders die Indikatoren zum Thema „Transport“ – von, zur und innerhalb der Zieldestination – sind besonders umfangreich und versuchen ein detailliertes Bild abzugeben.

Die angeführten Handlungsmöglichkeiten sind unterschiedlicher Art. In den Reisetipps von „respect“ werden die Themen in einzelnen Indikatoren angesprochen, wie z.B. unter „Flugproblematik“. Das Thema „Öffentlicher Verkehr“ ist meiner Meinung nach zu wenig beachtet, denn die angeführten Reisetipps geben nur Fragestellungen zur Wahl des Individualverkehrs wieder. So stellt sich für mich die Frage, warum laut diesen Reisetipps auf ein eigenes Auto verzichtet und statt dessen ein Chauffeur eingesetzt werden soll, wenn die Frage nach öffentlichen Verkehrsmitteln noch nicht abgeklärt ist (vgl. Respect 2005:29). Außerdem beinhaltet das angeführte Beispiel von „respect“ meiner Meinung nach Handlungsanweisungen (und nicht -empfehlungen). Dies folgere ich aus Sätzen wie „Mieten Sie kein eigenes Auto, sondern [...]“ oder „Akzeptieren Sie nur Fahrzeuge mit [...]“ oder „Benutzen Sie Züge, wo vorhanden“ Oder „Fliegen Sie nur, wenn [...]“ (Respect 2005:29). Nachdem diese Sätze aus der „respect“-Broschüre stammen, die unter dem Titel „Tipps für faires Reisen“ steht, hätte ich mir persönlich mehr konkrete Tipps und weniger Anweisungen erwartet. Im Gegensatz dazu werden die Reisetipps vom „BMWfJ“ (2012c) teilweise mit praktischen Beispielen untermauert. So konzentrieren sich diese sehr stark auf den öffentlichen Verkehr und belegen die getätigten Aussagen teilweise mit Argumenten „[...] mit der äquivalenten Menge Treibstoffs gleich viermal soweit“ (BMWfJ 2012c).

Die Reisetipps von „fairunterwegs“ setzen sich intensiver mit der Problematik der Anreise auseinander und geben konkrete Hinweise, wie es möglich wäre in diesem Fall zu agieren. Die Mobilität vor Ort ist auch ein Thema. Somit spiegeln sich einige Indikatoren und Teile der Kriterien in diesen Reisetipps wider. (Zusätzlich wird die Problematik rund um den Flugverkehr in einem eigenen Unterkapitel thematisiert).

Der erste Reisetipp von „EED“ trägt zwar nicht zur Reduktion der Luftverschmutzung bei, jedoch findet er sich in den Indikatoren zur Wahrnehmung der Luftqualität durch TouristInnen wieder. Die zweite Handlungsmöglichkeit empfiehlt den Konsum regionaler Produkte, da diese ökonomische und ökologische Kosten reduzieren können.

Erstaunlicherweise wird das Thema „Lärm“ in keinem der Reisetipps direkt angesprochen.

7.7. Themenbereich Nr. 6 – Sicherheitsaspekte⁶⁵

Problemdarstellung

Der Themenbereich „Sicherheitsaspekte“, bestehend aus TouristInnensicherheit und örtlicher öffentlicher Sicherheit, hat große Auswirkungen auf den Tourismus. So kann bereits ein einziger Vorfall zu Stornierungen von Buchungen oder zu (Orts-) Änderungen von Touren führen und Auswirkungen für Wochen, Monate oder sogar Jahre haben (WTO 2004:104-110).

Entsprechende Kriterien

In den Kriterien für Hotels und ReiseveranstalterInnen sind einige Aspekte zum Thema „Sicherheit“ zu finden (GSTC 2012a):

„Ein wirkungsvolles Nachhaltigkeitsmanagement vorweisen.

- * Das Unternehmen hat ein langfristiges Managementsystem für Nachhaltigkeit eingerichtet, das für seine Art und Größe geeignet ist und das Umwelt-, soziokulturelle, Qualitäts-, Gesundheits- und Sicherheitsaspekte berücksichtigt.
- * Das Unternehmen erfüllt alle relevanten Gesetze und Vorgaben (inklusive u.a. Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte).
- * Das gesamte Personal wird geschult hinsichtlich seiner Rolle im Rahmen des Managements von Umwelt-, soziokulturellen, Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen.“

(GSTC 2012a)

Ein Kriterium für Destinationen besagt (GSTC 2012b):

„Nachweis eines wirkungsvollen Nachhaltigkeitsmanagement

- * Urlaubersicherheit: Die Destination hat ein Programm zur Bekämpfung von Straftaten gegen Urlauber und der Gefährdung von Gesundheit und Sicherheit von Urlaubern.“

(GSTC 2012b)

⁶⁵ Siehe Tabelle 3 - Positive und negative Wirkungen der Freizeit in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:278; Job/Weizenegger 2003:635).

Indikatoren zur Darstellung der Problematik

Bei den Indikatoren zu TouristInnensicherheit werden die Themen „Risiko“, „Sicherheit“, „Terrorismus“, „Naturkatastrophen“, „Auswirkungen“, „Antworten des Managements“, „Notfallpläne“ und „Förderungen“ behandelt (WTO 2004:104-107):

„Zwischenfälle“
<ul style="list-style-type: none">• Anzahl der Zwischenfälle (pro Monat, pro Jahr und pro Art des Zwischenfalls)• Anzahl der geschädigten TouristInnen
Auswirkungen der Zwischenfälle auf den Tourismussektor
<ul style="list-style-type: none">• Prozentsatz der Veränderung an TouristInnenankünften• Prozentsatz der Veränderung der Anzahl der im Tourismus Beschäftigten• Prozentsatz der Veränderung der Tourismuseinnahmen• Prozentsatz der Veränderung der Belegungsraten• Anzahl der Hotels in Prozent, die geschlossen haben• Prozentsatz der geänderten Direktflüge
Wahrnehmungseffekte
<ul style="list-style-type: none">• Anzahl der Zwischenfälle, über die in der internationalen Presse berichtet wurde• Erwähnungshäufigkeit von Destinationen (oder Regionen) in den internationalen Nachrichten (nach Medientype) mit Bezug auf Zwischenfälle• Meinung der Reisenden zur Sicherheit der Destination (Prozentsatz, die glauben es wäre gefährlich) und Umfragen (z.B. in Reisemagazinen)• Bewertung der Destination in Magazinen, Reiseführern und anderen Medien, die über Plätze berichten, die als gefährlich und risikoreich gelten• Bewertung (Auflistung) auf (Web-)Seiten für Reisewarnungen, als Teil von Reiseempfehlungen bei denen der/die AuftraggeberIn aus den Herkunftsländern stammt; Regierungsinternetseiten (Anzahl der Länder, welche Warnungen veröffentlichen)• ⁶⁶
Management oder Reaktion auf Risiken (Level an Erleichterung von Informationen und Dienstleistungen)
<ul style="list-style-type: none">• Niveau der Aufwendungen für Sicherheit (Nation, Region, Unternehmen)• Niveau der Sicherheit an den Grenzen (Garde oder BeamtInnen pro BesucherIn)• Existenz von Notfallplänen der Region für TouristInnen und BesucherInnen im Fall eines Vorkommnisses• Existenz von Notfalleinrichtungen• Anzahl der TouristInnen, welchen durch ein TouristInnen-Hilfs-Programm geholfen wurde• Anzahl der TouristInnen, welche über die Sicherheitslevels informiert sind (verschiedene Methoden)• Anzahl/Prozentsatz von Tourismuseinrichtungen, welche Sicherheitsstandards erfüllen (z.B. Schutz vor Feuer, Lebensmittelsicherheit und andere

⁶⁶ Dieser Indikator stellt eine Wiederholung des Indikators davor dar und wird deswegen nicht wiederholt angeführt.

Gesundheitsanforderungen, Umweltstandards)

- Existenz von Sicherheitsstandards für Attraktionen und Einrichtungen“

(WTO 2004:106f)⁶⁷

Die Indikatoren zur (regionalen) öffentlichen Sicherheit beinhalten „Delikte“, „Risiko“, „Belästigung“, „öffentliche Sicherheit“ und „TouristInnenangst“ (WTO 2004:109f):

„Kriminalität

- Gesamtanzahl der berichteten Delikte, bei denen BesucherInnen involviert waren (nach Art) (Anzahl pro tausend BesucherInnen/TouristInnenankünfte)
- Anzahl der BesucherInnen, die eines Verbrechens beschuldigt wurden (nach Art)
- Sicherheitskosten für die Destination pro Jahr, pro BesucherIn/TouristIn (wo möglich, Kosten der lokalen Überwachung – speziell für Tourismus)
- Wahrnehmung der TouristInnen zu dem Schweregrad der Kriminalitätsprobleme (Fragebogen)

Belästigung von TouristInnen

- Anzahl der berichteten Ereignisse (und pro TouristInnen/pro Tag)
- Wahrnehmung des Levels an Belästigung oder Besorgnis (Fragebogen)

Gesundheit

- Anzahl der TouristInnen, die über Gesundheitsprobleme berichten

Prävention und Kontrolle von Kriminalität

- Level der Kontrolle (PolizistIn pro TouristIn)
- ⁶⁸
- Informationslevel für TouristInnen hinsichtlich Kriminalität und Prävention“

(WTO 2004:109f)⁶⁹

Reisetipps

Reisetipps zum Thema „Sicherheit“ sind von „respect“ und „EED“⁷⁰ vorhanden. Die Handlungsmöglichkeiten findet man/frau unter der Überschrift „gewusst wie!“ (Respect 2005:17):

„Mit guter Vorbereitung kann man ein Reiseziel besser verstehen und deshalb mehr erleben.“

⁶⁷ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand bis auf die erwähnte Auslassung keine Abänderung des Inhalts statt.

⁶⁸ Dieser Indikator stellt eine Wiederholung des Indikator-Sets „Kriminalität“ dar und wird deswegen nicht wiederholt angeführt.

⁶⁹ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

⁷⁰ Da sich die Reisetipps von „respect“ und „EED“ sehr ähnlich sind, werden nur die von „respect“ angegeben.

- [...] Informationen finden Sie in Reiseführern, Fachliteratur und Auslandsreportagen in Hörfunk und Fernsehen. Surfen Sie im Internet (Web-Adressen siehe Seite 70⁷¹). Suchen Sie Gespräche mit LandeskennnerInnen. Reisen Sie zuerst im Kopf!“

(Respect 2005:17)

Weitere Handlungsmöglichkeiten von „respect“ sind im Kapitel über „arm und reich“ (Respect 2005:59) nachzulesen:

„Es ist nicht einfach, die extremen Unterschiede von Reichtum und Elend zu verkraften.

- Westliche TouristInnen gelten in so genannten Entwicklungsländern als ‚reich‘. Seien Sie auf der Hut, denn Ihr zur Schau gestellter Reichtum kann zu Überfällen verführen.
- Ängstlich brauchen Sie nicht zu sein, aber halten Sie die Augen offen. Protzen Sie niemals mit Geld, Schmuck oder teuren Kameras.“

(Respect 2005:59)

Ein Teil eines „Fair-Tipps“ von von „fairunterwegs“ widmet sich dem Thema „Sicherheit“ (Fairunterwegs 2012f)

„Viele Reisende fühlen sich zunehmend verunsichert. Immer mehr sind sie heute von Katastrophen und Epidemien betroffen oder werden zur Zielscheibe von Attentaten. Kein Wunder, begeben sich doch weltweit jedes Jahr mehr Menschen auf Reisen. Und jede Reise ist mit Risiken und Unsicherheit verbunden. Als informierte Reisende können Sie Gefahren vermeiden:

Konsultieren Sie in jedem Falle die Sicherheitshinweise des Eidgenössischen Departements für Auswärtige Angelegenheiten (EDA). Wer die Hinweise nicht beachtet und trotz ausdrücklicher Warnung des EDA in ein Gebiet reist, läuft Gefahr, bei einem Vorfall keine Leistung der eigenen Versicherungen zu erhalten.

Informieren Sie sich zusätzlich in den Medien über die politische Lage in Ihrem Reiseland. Das EDA stellt seine Sicherheitshinweise aufgrund eigener Quellen

⁷¹ Ab Seite 70 der Broschüre von „respect“ werden Informationsquellen im Internet genannt: das Außenministerium und Webseiten zu den Themengebieten „Nachhaltiger Tourismus & Entwicklungspolitik“, „Entwicklungspolitik in Österreich“, „Zahlen, Daten und Berichte zu Tourismusthemen“, „Reiseberichte & Reisemagazine“, „Karten, Wetterinfo, Praxistipps“ und „Länderinfo nach Kontinenten“ (Respect 2005:70f).

zusammen. Verantwortliche aus der Reisebranche und vor allem aus den betroffenen Tourismisländern kritisieren dieses Vorgehen, da ihrer Meinung nach mit "einseitigen" Informationen Tourismusgeschäfte verhindert werden.

Sicherheit lässt sich nicht einfach delegieren. Sie liegt in der Verantwortung aller Beteiligten: der Internationalen Organisationen, der Regierungen, der Tourismusunternehmen – aber besonders auch der Reisenden selbst. Reisende sind dort am sichersten, wo auch die Bevölkerung Sicherheit genießt und vom Tourismus profitiert. Wählen Sie deshalb Unterkünfte und Ausflugsangebote, die von einheimischen Gemeinschaften getragen werden. Beherzigen Sie Ratschläge von Einheimischen und nehmen Sie die kundige Führung von lokalen ReiseleiterInnen in Anspruch. Mehr dazu unter Länder oder unter Wahl von Angeboten.

Denken Sie daran, dass Sie – auch wenn Sie in der Schweiz nicht zu den Begüterten gehören – als Gast in fast allen Ferienorten das wirtschaftliche Gefälle zwischen Nord und Süd, zwischen reichen Zentren und abgelegenen Regionen verkörpern. Kein Wunder, werden TouristInnen, die Schmuck zur Schau tragen, Handtäschchen frei baumeln und ihre Portemonnaies generös aus der Hosentasche ragen lassen, leicht zur Beute von Taschendieben. Lassen Sie Ihre Habe fahren, bevor Sie schlimmer verletzt werden – besser noch, stellen Sie sie nicht unnötig zur Schau.“

(Fairunterwegs 2012f)

Zusammenfassung

Die Kriterien fordern ein Nachhaltigkeitsmanagement mit Fokus auf „Sicherheit im Unternehmen und auf Personal“. Die Kriterien für Destinationen gehen konkret auf die „Urlaubersicherheit“ ein. Somit spiegeln sich viele der Kriterien in den angeführten Indikatoren wider.

Die Reisetipps von „respect“ zum Thema „Sicherheit“ zeigen vor allem die Präsenz von Sicherheitsaspekten in den Medien auf. Dies ist in den „Wahrnehmungseffekten“ der Indikatoren wieder zu finden. Die empfohlenen Handlungsmöglichkeiten aus dem Kapitel „arm und reich“ zeigen soziale Problematiken und mögliche daraus resultierende Sicherheitsprobleme auf. Mit Ausnahme der Übereinstimmung in Sachen „Wahrnehmung“ ist es nicht möglich, einen Bezug zu den Kriterien oder Indikatoren herzustellen.

Die „Fair-Tipps“ beinhalten mehrere Problematiken des Themenbereichs „Sicherheit“ – sowohl hinsichtlich (inter-)nationaler als auch persönlicher Sicherheit. Die sehr detailliert beschriebenen Lösungsansätze sind anwenderorientiert. Einige Aspekte können in den Indikatoren wieder gefunden werden, da sie die gleichen Themenbereich anschnitten, jedoch jeweils von einer unterschiedlichen Perspektive angegangen werden. Die Kriterien und Handlungsmöglichkeiten spiegeln sich nicht gegenseitig wider.

7.8. Themenbereich Nr. 7 – Energieverbrauch⁷²

Problemdarstellung

Der Tourismussektor hat einen signifikant hohen Energieverbrauch durch fixe, materielle Einrichtungen wie Gebäude und durch mobile Gegenstände wie Autos, Züge, Fähren usw.. Anstrengungen, den Energieverbrauch zu reduzieren sind nicht nur für die einzelnen Unternehmen von Vorteil, sondern es kann auch ein Großteil der Region davon profitieren. Z.B. dort, wo die gesamte lokale Energie aufgebraucht wird oder in Bezug auf Emissionen (WTO 2004:152f).

Entsprechende Kriterien

Die folgenden Kriterien stammen aus dem Kriterienkatalog für Hotels und ReiseveranstalterInnen (GSTC 2012a):

„Den Nutzen für die Umwelt maximieren und negative Wirkungen minimieren.“

- * Ressourcen erhalten: Der Energieverbrauch sollte gemessen und die Energiequellen angegeben werden. Maßnahmen zur Reduzierung des Gesamtverbrauchs sollten getroffen und erneuerbare Energien bevorzugt werden.“

(GSTC 2012a)

⁷² Siehe Tabelle 3 - Positive und negative Wirkungen der Freizeit in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:278; Job/Weizenegger 2003:635).

Indikatoren zur Darstellung der Problematik

Die Indikatoren zum Energiemanagement behandeln Themen wie „Energieeinsparungen“, „-wirksamkeit“ und „erneuerbare Energiequellen“ (WTO 2004:152f):

„Messung des Energieverbrauchs und der Energieersparnis
<ul style="list-style-type: none">• Pro-Kopf-Verbrauch von Energie aus allen Quellen (gesamt und nach Tourismussektoren – pro Person und pro Tag)
Energiemanagementprogramme
<ul style="list-style-type: none">• Prozentsatz der Unternehmen, die bei Energiesparprogrammen teilnehmen oder Energiesparpolizzen und -techniken anwenden
Verwendung von erneuerbaren Energiequellen
<ul style="list-style-type: none">• Prozentsatz des Energieverbrauchs, der aus erneuerbaren Quellen stammt (am Reiseziel, im Unternehmen)• Anzahl und Prozentsatz der Einrichtungen (z.B. Hotels), die erneuerbare Quellen verwenden oder eigene Energie generieren“

(WTO 2004:153)⁷³

Reisetipps

Das Thema „Energie“ wird von allen AkteurInnen mittels ihrer Reisetipps behandelt. Den Anfang macht „respect“ mit dem Kapitel über „Energieversorgung“ (Respect 2005:51):

„Maßvolles Umgehen mit Energie ist gefragt. Ist Strom vorhanden, fällt er häufig aus. Feuerholz ist meistens Mangelware.

- Packen Sie eine starke Taschenlampe und eine Kerze ein. Stromausfälle gehören in so genannten Entwicklungsländern zum Alltag. Manche Hotelanlagen verfügen über eigene Strom-Generatoren.
- In kalten Regionen brauchen Sie sehr warme Kleidung und einen Daunensack. Nicht überall sind Heizungen Standard.
- Ist in einer Region Holz knapp, sollten Sie auf ein Lagerfeuer verzichten. Überlassen Sie den kostbaren Rohstoff der Lokalbevölkerung. Achten Sie darauf, dass bei Bergtouren mit Kerosin gekocht wird.“

(Respect 2005:51)

⁷³ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

Es folgen die Reistipps von „fairunterwegs“ aus der Rubrik „Umweltschutz und Umweltgerechtigkeit“ (Fairunterwegs 2012a):

„Ein verantwortlicher Anbieter engagiert sich für Umweltgerechtigkeit: Von Umweltschutzmassnahmen profitieren nicht nur die Feriengäste, sondern auch die Einheimischen. Bevorzugen Sie Angebote, bei denen

- das Klima geschont wird: Die Energieeffizienz wird laufend optimiert, mit alternativer eigener Energieversorgung ergänzt, der unvermeidbare Ausstoss an CO₂ wird kompensiert. Vorbildlich sind Hotels, die Bauern, Fischer, Handwerker und Dienstleistende aus der Umgebung berücksichtigen und fördern und dadurch unnötige Transporte vermeiden.“

(Fairunterwegs 2012a)

Die Handlungsmöglichkeiten des Bundesministeriums beschäftigen sich ebenso mit diesem Themenbereich. Unter der Überschrift „Wasser und Energie als Mangelware“ ist Folgendes nachzulesen (BMWFJ 2012c):

„Klimatisierung ist heute schon ein Muss für jeden Urlauber. Leider wird dafür viel Energie und Wasser benötigt, um Räume im Sommer zu kühlen oder im Winter zu heizen. Einige Tourismuseinrichtungen wie Hallenbäder, Sporthallen, Golfplätze oder Beschneiungsanlagen brauchen besonders viel Energie und/oder Wasser. Gerade an der Küste oder auf Inseln ist Wasser extreme Mangelware.

Unsere Empfehlung: Klimatisieren im Sommer kann man auch durch kluges Abschatten erreichen. [...] Meiden Sie Tourismusaktivitäten, die mehr Wasser und Energie verbrauchen, als in der jeweiligen Region zu dieser Jahreszeit bereit gestellt werden kann.“

(BMWFJ 2012c)

Zusammenfassung

Das angeführte Kriterium wird zur Gänze von den Indikatoren abgedeckt. Die Letzteren sind kurz und prägnant.

Die Reisetipps von „respect“ beruhen meiner Meinung nach auf Verallgemeinerungen wie „Ist Strom vorhanden, fällt er häufig aus“ oder „Feuerholz

ist meistens Mangelware“ (Respect 2005:51). Es lassen sich keine passenden Kriterien oder Indikatoren dabei finden.

Die „Fair-Tipps“ von „fairunterwegs“ decken sich vollständig mit den Indikatoren und Kriterien.

Die Reisetipps vom „BMWfJ“ zeigen Beispiele auf, in denen viel Energie (und Wasser) benötigt wird und es werden im Anschluss Empfehlungen gegeben. Es gibt dabei aber keinen Bezug auf die Kriterien oder Indikatoren.

7.9. Themenbereich Nr. 8 – Gesundheitsprobleme⁷⁴

Problemdarstellung

Dieser Themenbereich behandelt verschiedene Gesundheitsaspekte, denn auf internationalen Reisen ist dies ein bedeutender Faktor. So kann der Körper auf Reisen vielen ungewohnten Dingen wie unterschiedlicher Luftfeuchtigkeit oder Temperatur etc. ausgesetzt sein. Zusätzlich spielen die Aktivitäten, die man/frau unternimmt, die Hygiene beim Essen und vieles andere eine Rolle. Jeder Körper reagiert anders darauf und so können eventuell gesundheitliche Probleme entstehen (WTO 2004:94f).

Entsprechende Kriterien

Die Kriterien von Hotels und ReiseveranstalterInnen lauten in Bezug auf „Gesundheit“ wie folgt (GSTC 2012a):

„Ein wirkungsvolles Nachhaltigkeitsmanagement vorweisen

- * Das Unternehmen erfüllt alle relevanten Gesetze und Vorgaben (inklusive u.a. Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte).
- * Das gesamte Personal wird geschult hinsichtlich seiner Rolle im Rahmen des Managements von Umwelt-, soziokulturellen, Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen.“

(GSTC 2012a)

⁷⁴ Dieser Themenbereich hat sich aus der Präsenz von passenden Kriterien, Indikatoren und Reisetipps ergeben.

Nachstehend die Kriterien für Destinationen für diesen Themenbereich (GSTC 2012b):

„Nachweis eines wirkungsvollen Nachhaltigkeitsmanagements

- * Nachhaltige Tourismusstrategie: Die Destination hat eine nachhaltige Tourismusstrategie für mehrere Jahre entwickelt und umgesetzt, die der Öffentlichkeit zugänglich und der Größe der Destination angepasst ist und die ökologische und soziokulturelle Themen sowie Qualitäts-, Gesundheits- und Sicherheitsaspekte sowie die kumulativen Einwirkungen berücksichtigt.“

(GSTC 2012b)

Indikatoren zur Darstellung der Problematik

Die vorliegenden Indikatoren behandeln die Messungen rund um die Bereiche „Krankheit“ und „Tod“ von BesucherInnen mit einer Schwerpunktsetzung auf „Hygiene von Lebensmitteln“ (WTO 2004:94-97):

„BesucherInnengesundheit und -sicherheit
<ul style="list-style-type: none">• Anzahl der Fälle, in denen BesucherInnen erkrankten oder starben und deren Ursachen• Anzahl der Besuche bei ortsansässigen ÄrztInnen durch TouristInnen• Berichte über Lebensmittelvergiftungen• Arten der Tourismustätigkeiten, die in Fälle/Ausbrüche von Lebensmittelvergiftungen involviert waren (Anzahl)• Berichte über übertragbare Krankheiten
BesucherInnengesundheit und -sicherheit: Prävention, Regulierungen
<ul style="list-style-type: none">• Prozentsatz der Personen, die mit der Essenszubereitung in Verbindungen stehen und eine Lebensmittelhygieneschulung erhalten (inklusive Hotels, Restaurants, <i>take-aways</i> und StraßenverkäuferInnen)• Prozentsatz der kommerziellen Lebensmittelvertriebsstellen (siehe Vertriebsstellen oben) mit adäquaten Temperaturkontrollen für gewerbliche Lebensmittelaufbewahrung• Lebensmittelhygienestandards und -regulierungen sind in Kraft und werden überwacht (Prozentsatz der überwachten Einrichtungen, Anzahl pro Monat und adäquate Berichterstattung der Ergebnisse)• Auftreten von Übertretungen der Regulierungen• Bereitstellung von Bewusstseinskampagnen für Nahrungsmittelvorschriften und Unterstützung der BesitzerInnen von Nahrungsmitteldienstleistungserbringern (Umfang, Messung der Effektivität durch erhöhte Einhaltung)• Adäquate Putzmethoden (Prozentsatz der Unternehmen – Unterkünfte, Restaurants usw., deren Personal trainiert wurde und die im Detail über die Vorschriften, die den öffentlichen Gesundheitsanforderungen entsprechen, aufgeklärt wurden)• Prozentsatz der Unternehmen, die Essen verkaufen (inklusive StraßenverkäuferInnen) und adäquate Handwaschmöglichkeiten für die EssensverkäuferInnen zur Verfügung stellen (Anzahl der Übertretungen)

- Regelmäßige Schädlingsbekämpfung (Prozentsatz der Lebensmittelgeschäfte und Beherbergungsbetriebe mit einem Schädlingsbekämpfungsmanagementplan)
- Wasserqualität
- Prozentsatz der Tourismusunternehmen inklusive lokalem Fremdenverkehrsamt, die alle (in diesem Kapitel) angeführten Indikatoren erfüllen“

(WTO 2004:96)⁷⁵

Die nun angeführten Indikatoren beziehen sich auf Zwischenfälle mit BesucherInnen (WTO 2004:97):

„Unfälle

- Anzahl der berichteten Unfälle, in den TouristInnen involviert waren und deren Unglücksursache
- Anzahl der Publikationen für BesucherInnen, die Gesundheits- und Sicherheitswarnungen aussprechen (Prozentsatz der Unternehmen, die diese aktiv verteilen und die Anzahl der verteilten Publikationen)
- Prozentsatz der Einrichtungen, die adäquate Sicherheitsbeschilderungen haben
- Prozentsatz des Personals in Tourismusunternehmen, die Erste-Hilfe-Trainings absolviert haben
- Prozentsatz der Unternehmen, bei denen Arbeitsschutzprogrammstandards und -regulierungen in Kraft sind und überwacht werden
- Prozentsatz der Tourismusunternehmen, die Risikovorsorgepläne haben
- Häufigkeit der Überwachung oder der regelmäßigen Kontrolle der Arbeitsschutzmaßnahmen und Risikovorsorgepläne
- Anzahl der Lizenzen und Genehmigung für Tourismusunternehmen, die Risikovorsorgepläne benötigen
- Häufigkeit von Personaltrainings auf Sicherheitsverfahren
- Prozentsatz der Unternehmen, die Trainingsprogramme haben
- Prozentsatz der formalen Überwachung von Sicherheitsverfahren/-equipment
- Prozentsatz der Unternehmen, die in TouristInnenbroschüren vorkommen, welche von der Regierung unterstützt/produziert wurden und in denen gute Sicherheitsverfahren, -trainings und -ausstattungen beinhaltet sind“

(WTO 2004:97)⁷⁶

Reisetipps

Die Reisetipps von „respect“ widmen sich speziell dem Thema „Gesundheit“ von Reisenden (Respect 2005:21):

„Gesundheit ist das wichtigste Gut. Auf Unannehmlichkeiten, Schmutz und

⁷⁵ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

⁷⁶ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

mangelnde Hygiene soll man unterwegs gefasst sein.

- Entwickeln Sie keine Paranoia vor Durchfall! Er ist bei eine [sic!] Umstellung fast normal und geht in der Regel schnell vorbei. Angst ist der schlechteste Wegbegleiter.
- Häufig sind Erkältungskrankheiten durch große Temperaturunterschiede oder zu kalt eingestellte Klimaanlage. Auch Luftverschmutzung und Staub können Beschwerden verursachen.
- [...] Vergessen Sie nicht die empfohlenen Impfungen zeitgerecht durchzuführen.
- Wenn Sie auf Sauberkeit „wie daheim“ nicht verzichten können, beschränken Sie Ihre Reisen auf nähere Regionen.“

(Respect 2005:21; Veränderung durch die Verfasserin)

In Bezug auf Nahrungsmittelhygiene gibt „EED“ unter der Überschrift „Essen wie daheim“ folgende Tipps (EED 2009:45):

„Lassen Sie sich von den kulinarischen Köstlichkeiten Ihres Urlaubslandes überraschen.

- [...] Nahrungsmittel aus dem Straßenverkauf sind dann meist unbedenklich, wenn die Speisen vor Ihren Augen frisch zubereitet und heiß serviert werden. Auch Sterne-Hotels mit Buffetessen sind keine Garantie, dass Hygienevorschriften beachtet werden.“

(EED 2009:45)

Zusammenfassung

Die vorgestellten Kriterien werden meines Erachtens von den Indikatoren abgedeckt. Zweitere weisen besonders viele Abfragen zu verschiedenen Trainings/Schulungen auf.

Die Reisetipps von „respect“ und „EED“ geben konkrete Hinweise zu einzelnen Erkrankungsmöglichkeiten. Sie beinhalten allerdings auch viele subjektive „Meinungen“ wie „[Durchfall] ist bei einer Umstellung fast normal“ oder „Auf Unannehmlichkeiten, Schmutz und mangelnde Hygiene soll man unterwegs gefasst sein“ (Respect 2005:21). Zahlen aus Statistiken über Erkrankungen in einer speziellen Region oder Studienergebnisse könnten hier meiner Meinung nach die vorgebrachten Ansichten untermauern und dem Reisenden besser verständlich

machen. Außerdem könnte darauf hingewiesen werden, dass bei der Wahl von Hotels oder Restaurants durch etwaige Qualitäts- oder Gütesiegel darauf geachtet werden soll, ob diese Unternehmen die relevanten Sicherheitsstandards einhalten – wie es in den Kriterien oder auch in den Indikatoren gefordert wird.

7.10. Themenbereich Nr. 9 – Wasserversorgung, -schutz und -qualität⁷⁷

Problemdarstellung

In Regionen, in denen wenig Wasser vorhanden ist, können Entwicklungen im touristischen Bereich durch Wassermangel begrenzt werden. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, dass Einheimische oft Probleme mit der Allokation und der Preisfestsetzung von Wasser haben. Tourismus kann zusätzlich die Situation verschärfen, denn Studien haben gezeigt, dass der Wasserverbrauch pro TouristIn doppelt bis dreimal so hoch ist wie der von Einheimischen (WTO 2004:165).

Entsprechende Kriterien

Die Kriterien für Hotels und ReiseveranstalterInnen besagen das Folgende (GSTC 2012a):

„Den sozialen und ökonomischen Nutzen für die örtliche Bevölkerung maximieren und die negativen Auswirkungen minimieren

- * Die Aktivitäten des Unternehmens gefährden nicht die Versorgung von Nachbargemeinden mit Grundleistungen, wie zum Beispiel Wasser, Energie, sanitäre Anlagen

Den Nutzen für die Umwelt maximieren und negative Wirkungen minimieren

- * Ressourcen erhalten: Der Wasserverbrauch sollte gemessen, die Quellen angegeben und Maßnahmen zur Reduzierung des Gesamtverbrauchs getroffen werden.“

(GSTC 2012a)

Nachstehend die Kriterien für die Destination (GSTC 2012b):

⁷⁷ Siehe Tabelle 3 - Positive und negative Wirkungen der Freizeit in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:278; Job/Weizenegger 2003:635).

„Maximierung des Nutzens für die Umwelt und Minimierung der negativen Einwirkungen

- * **Wasserschutz:** Die Destination hat ein Programm zur Überwachung und Senkung des Wasserverbrauchs und zur Anregung von Tourismusunternehmen, ihren Wasserverbrauch zu überwachen und zu senken.
- * **Wasserverbrauch:** Die Wasserversorgung in der Destination für touristische Zwecke ist umweltverträglich, beeinträchtigt nicht die Versorgung der einheimischen Bevölkerung und erfolgt unter Berücksichtigung der Gesamteinwirkungen und der Nutzung des gesamten Oberflächen- und Grundwassers der Region:
- * **Oberflächen- und Meerwasserqualität:** Die Destination verfügt über ein System zur Überwachung der Wasserqualität von Gewässern und Trinkwasserquellen.“

(GSTC 2012b)

Indikatoren zur Darstellung der Problematik

Die Indikatoren zu Wasserversorgung und -konservierung decken die Themen „Wasserangebot“, „Preis des Wassers“, „Recycling“ und „Engpässe“ ab (WTO 2004:165):

„Gesamter Wasserverbrauch relativ gesehen zum Angebot
<ul style="list-style-type: none">• Wasserverbrauch (konsumiertes Gesamtvolumen und Liter pro TouristIn pro Tag)
Konservierungsinitiativen und -resultate
<ul style="list-style-type: none">• Einsparung von Wasser (Prozentsatz der Reduktion, Zurückgewinnung oder Wiederverwertung)• Prozentsatz des recycelten Abwassers oder Grauwassers⁷⁸• Anzahl der Unternehmen, die an Wasserkonservierungsprogrammen teilnehmen, Wasserkonservierungsrichtlinien und -techniken anwenden, behandeltes Abwasser wiederverwerten (z.B. für Bewässerungszwecke; Hotels, die wassersparende Duschköpfe und Spülsysteme verwenden und die ihren Gästen Empfehlungen zu den Themen „Wassersparen“, „Wasserprobleme“ und zur „Wiederverwendung von Handtüchern“ geben)
Saisonale Engpässe, Wasserengpässe
<ul style="list-style-type: none">• Anzahl der Engpassvorkommnisse pro Jahr oder Anzahl der Tage pro Jahr, wo Versorgungsdefizite stattfinden• Prozentsatz der Verluste im Verteilungssystem• Prozentsatz der Wassermenge, welche in die Region importiert wird
Allokation von Wasser zwischen VerbraucherInnen – wie z.B. Landwirtschaft, lokale Bevölkerung, TouristInnenunterkünfte und oftmals spezifische GroßverbraucherInnen wie

⁷⁸ „Die Europäische Norm 12056-1 definiert Grauwasser als fäkalienfreies, gering verschmutztes Abwasser, wie es etwa beim Duschen, Baden oder Händewaschen anfällt, aber auch aus der Waschmaschine kommt und zur Aufbereitung zu Brauch- bzw. Betriebswasser dienen kann. [...] Grauwasser lässt sich – z. B. durch den Einsatz von Wasserrecycling-Systemen – für eine Zweitnutzung aufbereiten“ (Wikipedia 2012b).

Wasserparks oder Golfanlagen

- Gesamtverbrauch in Prozentangaben der installierten Kapazitäten
- Gesamtverbrauch je nach Sektor (Tourismus als Prozentsatz von allen VerbraucherInnen)
- (Meldung der Konsumation je nach SchlüsselerbraucherInnen – abgeleitet von den Verbrauchsdaten)

Kosten und Preise von Wasser

- Wasserpreis pro Liter oder Kubikmeter“

(WTO 2004:165)⁷⁹

Der „Reinheitsgrad des Trinkwasserangebots“ und die „Auswirkungen einer Kontamination auf die Gesundheit der TouristInnen und auf das Image der Destination“ sind die Themen für die Indikatoren in dem Kapitel „Trinkwasserqualität“ (WTO 2004:169):

„Reinheitsgrad des Trinkwasserangebots

- Prozentsatz der Tourismuseinrichtungen mit behandeltem Wasser nach internationalen Trinkwasserstandards
- Prozentsatz der einheimischen Bevölkerung mit Zugang zu behandeltem Wasser (UN Nachhaltige Entwicklungsindikatoren)
- Anzahl der Zwischenfälle von Übertretung der Wasserstandards

Auswirkung der Kontamination auf die Gesundheit von TouristInnen

- Häufigkeit von durch Wasser übertragenen Krankheiten: Prozentsatz der BesucherInnen, die über Krankheiten, die durch Wasser übertragen werden, während ihres Aufenthalts berichten

Auswirkung auf das Image der Destination durch eine Kontamination des Wasser

- Wahrnehmung über die Sauberkeit von Essen und Wasser (Fragebogen)“

(WTO 2004:169)⁸⁰

Reisetipps

Die Handlungsmöglichkeiten von „respect“ zum Thema „Wasser“ sind diese (Respect 2005:43):

„Wasser ist kostbar. Es ist in vielen Urlaubsgebieten sehr knapp und sollte nicht gedankenlos verschwendet werden.

- Erkundigen Sie sich vor Ort, ob es genügend Wasser gibt oder ob es für die

⁷⁹ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

⁸⁰ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

Bevölkerung rationiert wird.

- Häufig herrscht ausgerechnet während der Regenzeit der größte Wassermangel.
- Duschen Sie bei Wasserknappheit nur kurz. Wehren Sie sich gegen tägliches Wechseln der Handtücher und Hotelbettwäsche. Das spart Wasser und Chemie.
- GolfspielerInnen sollten bedenken, dass ihre Spielwiesen eine besonders ausgiebige Bewässerung benötigen.“

(Respect 2005:43)

„fairunterwegs“ hat folgende Vorschläge (Fairunterwegs 2012a):

„Ein verantwortlicher Anbieter engagiert sich für Umweltgerechtigkeit: Von Umweltschutzmassnahmen profitieren nicht nur die Feriengäste, sondern auch die Einheimischen. Bevorzugen Sie Angebote, bei denen [...] der Wasserverbrauch massvoll ist. Auf Inseln und überall dort, wo das Süsswasser rar ist, bietet das Hotel Ihrer Wahl keine eigenen Golfplätze oder Wasserparks, Süsswasserpools und bewässerungsintensive Grünanlagen. Durch die Rücksicht auf die vorhandenen Ressourcen bleibt den Einheimischen genug für ihren Bedarf. Entsalzungsanlagen sind keine Lösung: Sie brauchen viel Energie, verschandeln den Strand und leiten das Salz ins Meer, was zu einer schleichenden Übersalzung führt.“

(Fairunterwegs 2012a)

Zusammenfassung

Die in großem Umfang vorhandenen Kriterien lassen sich in vielen Bereichen in den Indikatoren wiederfinden. Sehr interessant finde ich allerdings, dass die Kriterien kein Programm oder keinen Managementplan zur Allokation von Wasser zwischen den einzelnen Nutzergruppen fordern. Eine reine Überprüfung der Situation ist meines Erachtens aus Sicht der einheimischen Bevölkerung zu wenig. Diese Problematik der Wasserallokation wird in den Indikatoren auch nur durch Verbraucherangaben erfasst.

Die Reisetipps von „respect“ geben sehr konkrete Handlungsmöglichkeiten, die sich teilweise von den Indikatoren zur Wasserversorgung ableiten lassen können. Allerdings finde ich es irritierend, dass zur Aussage „Häufig herrscht ausgerechnet während der Regenzeit der größte Wassermangel“ jegliche Erklärung fehlt (Respect

2005:43). Der Tipp „Duschen Sie bei Wasserknappheit nur kurz. Wehren Sie sich gegen tägliches Wechseln der Handtücher und Hotelbettwäsche“ (Respect 2005:43) zeigt auf, wie man/frau aktiv Wasser bei Wasserknappheit sparen kann. Dies entspricht der konkreten Umsetzung (z.B. eines Punktes eines Maßnahmenplans). Bei diesem Beispiel wird ersichtlich, dass ein Ableiten von Kriterien und Indikatoren hin zu Reisetipps nicht immer optimal möglich ist.

Sehr viele der Probleme, die in den „Fair-Tipps“ von „fairunterwegs“ angeführt sind, lassen sich sowohl in den Kriterien als auch in den Indikatoren zur Wasserversorgung finden.

Die Kriterien und Indikatoren zum Fokus „Trinkwasserqualität“ wurden von keinem/keiner AkteurIn in den Handlungsmöglichkeiten behandelt. Dies könnte natürlich ein Thema aus dem Bereich der „Gesundheit“ sein – allerdings ist auch dort nichts darüber zu finden.

7.11. Themenbereich Nr. 10 – Abfall und Abwässer⁸¹

Problemdarstellung

Bei diesem Themenbereich stellt sich die Frage, wie mit dem angefallenen Abfall und Abwässern umgegangen wird bzw. wie diese reduziert werden können.

Entsprechende Kriterien

Anbei die passenden Indikatoren für Destinationen zu den Themen „Abfall“ und „Abwässer“ (GSTC 2012b):

„Nachweis eines wirkungsvollen Nachhaltigkeitsmanagements

- * Überwachung des nachhaltigen Tourismus: Die Destination hat ein Programm zur Überwachung, öffentlichen Bekanntgabe und Unterstützung von Reaktionen auf die zunehmenden ökologischen und soziokulturellen Fragestellungen und Fragen des nachhaltigen Tourismus auf Destinationsebene.

Maximierung des Nutzens für die Umwelt und Minimierung der negativen Einwirkungen

⁸¹ Siehe Tabelle 3 - Positive und negative Wirkungen der Freizeit in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:278; Job/Weizenegger 2003:635).

- * Abfallwirtschaft: Die Destination verfügt über Systeme, mit denen sichergestellt wird, dass die Abfälle der touristischen Anlagen und Tourismusunternehmen ordnungsgemäß behandelt und wiederverwendet oder sicher entsorgt werden, ohne der einheimischen Bevölkerung und der Umwelt zu schaden.
- * Reduzierung der Verschmutzung durch Feststoffabfälle: Die Destination verfügt über Systeme zur Sicherstellung, dass die durch den Tourismus erzeugte Abfallmenge reduziert bzw. die Abfälle wiederverwendet oder wiederverwertet werden. Die Restmüllentsorgung für die touristischen Einrichtungen und die einheimische Bevölkerung ist nachhaltig und erreicht quantitative Ziele, um die Menge an Abfällen zu verringern, die nicht wiederverwendet oder wiederverwertet werden.
- * Verringerung der Umweltbelastung: Die Destination setzt Verfahren zur Minimierung der Umweltbelastung durch Abwasser, Abflüsse, Erosion, Lärm, Licht, Schadstoffe, ozonschichtschädigende Verbindungen und Luft-, Wasser- und Bodenverschmutzung um und verlangt von den Tourismusunternehmen die Einhaltung dieser Verfahren.“

(GSTC 2012b)

Dies sind die Kriterien für Hotels und ReiseveranstalterInnen (GSTC 2012a):

„Den Nutzen für die Umwelt maximieren und negative Wirkungen minimieren

Ressourcen erhalten:

- * Die Einkaufspolitik bevorzugt umweltfreundliche Baumaterialien, Produktionsmittel, Lebensmittel und Verbrauchsgüter.
- * Der Einkauf von Einwegartikeln und Verbrauchsgütern wird gemessen und der Betrieb sucht aktiv nach Wegen, diese zu reduzieren.

Verringerung der Verschmutzung:

- * Ein gründlicher Abfallmanagementplan wird ausgeführt mit quantitativen Zielen zur Verringerung des Abfalls, der nicht wieder verwendet oder recycelt wird.“

(GSTC 2012a)

Indikatoren zur Darstellung der Problematik

Die Indikatoren der Abfallwirtschaft beinhalten die Themen „Müll“, „Reduktion“, „Wiederverwendung“, „Recycling“, „Abfalllagerung“, „Sammlung“ und „gefährliche Stoffe“ (WTO 2004:173ff):

„Verwaltung des eingesammelten Gesamtabfalls in einer Destination

- Gesamtmenge des eingesammelten Abfalls
- Angefallenes Abfallvolumen der Destination (in Tonnen) pro Jahr/pro Person pro Jahr (nach Monat)
- Art der Müllentsorgung (spezifizieren, z.B. Verbrennen, Entsorgen in Deponie usw.)

- Dem Tourismus zurechenbarer Abfall (nach Monat oder Saison)

Reduzierung des entstandenen Abfalls

- Volumen des recycelten Abfalls (in m³)/Gesamtabfallvolumen (in m³) (Angabe der verschiedenen Arten von Abfall)
- Anzahl der Tourismuseinrichtungen, die den Abfall getrennt sammeln; Sammelkapazität von getrenntem Müll der lokalen Mülldienste
- Anzahl der Tourismuseinrichtungen, die ihren Abfall selbst recyceln (z.B. durch Kompostierung)

Verfügbarkeit von Müllabfuhr

- Prozentsatz einer Destination (speziell städtische Gebiete), welche mit der Dienstleistung einer Müllabfuhr bedient wird
- Prozentsatz der Tourismuseinrichtungen, die von der Müllabfuhr angefahren werden

Gefährliche Stoffe (Reduktion, Handhabung)

- Anzahl und Volumen der sich im Umlauf befindenden, gefährlichen Stoffe (Schlüsselsubstanzen, Verwendungsvolumen über die Zeit)
- Prozentsatz dieser Substanzen, für welche angemessene Management- und Entsorgungsstrategien und -programme in Kraft sind
- Prozentsatz der Angestellten, die über den Gebrauch und die Entsorgung der Substanzen informiert und trainiert sind (z.B. Reinigungspersonal ist unterrichtet über den Umgang mit Reinigungsflüssigkeiten, IngenieurInnen sind für den Fall von Unfällen mit gefährlichen Substanzen geschult)

Beibehaltung eines sauberen Images der Destination

- Quantität des eingesammelten Abfalls im öffentlichen Raum und auf Straßen
- Quantität des nicht ordnungsgemäß entsorgten Abfalls im öffentlichen Raum (Abfallzählungen)
- Image der Destination in Bezug auf Sauberkeit (basierend auf Fragebogen)⁸²

(WTO 2004:174f)⁸²

Nachstehend die Indikatoren zu Abwässern (WTO 2004:171f):

„Abwasseraufbereitung

- Prozentsatz des Abwassers der Destination/des Grundstücks, das behandelt wird
- Prozentsatz des behandelten Abwassers, welches recycelt wird (z.B. für Bewässerung)

Ausmaß der Abwasseraufbereitungssysteme

- Prozentsatz der Tourismuseinrichtungen (oder -unterkünfte), die von (passenden) Aufbereitungsverfahren bedient werden
- Prozentsatz der Destinationen, die von Niederschlagswassersystemen bedient werden (Trennung des Abwassers vom Oberflächenwasser)

Effekte von Abwasseraufbereitung

- Anzahl der berichteten Vorfälle von Verschmutzungen oder Kontaminationen pro

⁸² Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

Jahr (nach Monaten) in den Gewässern, in die die Abwässer einmünden“

(WTO 2004:172)⁸³

Reisetipps

Unter dem Motto „Müll vermeiden“ stellt „respect“ Handlungsmöglichkeiten vor (Respect 2005:49):

„Plastik – nein danke! In Entwicklungsländern gibt es oft keine Müllabfuhr. Dafür werden manche Abfälle einfallsreich wiederverwertet.

- Betreiben Sie Abfallvermeidung. Nehmen Sie keine Einwegpackungen mit, verteilen Sie den Inhalt in größere Behälter. Bringen Sie Batterien und Spraydosen wieder zurück in die Heimat.
- Gehen Sie mit gutem Beispiel voran und lehnen Sie in Geschäften Plastiksäckchen ab.
- Kaufen Sie kein Trinkwasser in Plastikflaschen, für die es keinerlei Entsorgung gibt.“

(Respect 2005:49)

Die Reisetipps von „fairunterwegs“ behandeln im Folgenden die Themen „Abwasser“ und „Abfall“ (Fairunterwegs 2012a):

„Ein verantwortlicher Anbieter engagiert sich für Umweltgerechtigkeit: Von Umweltschutzmassnahmen profitieren nicht nur die Feriengäste, sondern auch die Einheimischen. Bevorzugen Sie Angebote, bei denen [...] die Abwasser- und Abfallproblematik gelöst ist: durch eigene Klär-, Recycling- und Verbrennungsanlagen oder durch die Vernetzung mit umweltgerechten örtlichen Entsorgungsmöglichkeiten.“

(Fairunterwegs 2012a)

Zusammenfassung

Die dargestellten Kriterien für Destinationen sind sehr umfangreich, teilweise sehr allgemein gehalten, und fragen nach Organisationen, Programmen, Systemen oder

⁸³ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

Verfahren zur Zielerreichung. Die Kriterien für Hotels und ReiseveranstalterInnen fokussieren auf Ressourcenerhaltung und Verringerung von Verschmutzung. In den aufgezeigten Indikatoren werden auch Programme, Systeme und Ähnliches zur Bewertung abgefragt oder zumindest annähernd auf ähnliche Themen eingegangen.

Bei den Reisetipps von „respect“ handelt es sich um konkrete Umsetzungsmöglichkeiten für Reisende. Es kann aber keine Verbindung zu den Indikatoren oder Kriterien hergestellt werden. Das Thema „Abwasser“ wird nicht angesprochen.

Die Handlungsmöglichkeiten von „fairunterwegs“ sprechen sowohl die „Abfall-“ als auch „Abwasserproblematik“ an und sind in den Kriterien und in den Indikatoren wiederzufinden.

7.12. Themenbereich Nr. 11 – Landrechte⁸⁴

Problemdarstellung

Dieser Themenbereich fällt laut dem „Guidebook“ der WTO unter die Thematik „Geschlechtergleichheit“ und soll signifikant zu einer sozio-kulturellen Nachhaltigkeit beitragen (WTO 2004:68).

Entsprechende Kriterien

Im Folgenden das Kriterium für Destinationen zu diesem Themenbereich (GSTC 2012b):

„Nachweis eines wirkungsvollen Nachhaltigkeitsmanagements

- * Landrechte: Erwerb von Grundstücken erfolgt nach dem Gesetz und unter Beachtung der Rechte von Gemeinde und indigenen Völkern, deren freiwillige Zustimmung einzuholen ist, nachdem sie über ihre Rechte belehrt wurden, und erfordert keine Zwangsumsiedlung.“

(GSTC 2012b)

Indikatoren zur Darstellung der Problematik

⁸⁴ Siehe Tabelle 3 - Positive und negative Wirkungen der Freizeit in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:278; Job/Weizenegger 2003:635).

Die zwei Indikatoren der WTO zu diesem Thema sind (WTO 2004:68f):

„Grundeigentum

- Prozentsatz der Frauen/Männer, die Landrechte in touristischen Besiedlungsgebieten besitzen
- Prozentsatz der Frauen/Männer, die touristische Pachtrechte besitzen“

(WTO 2004:69)⁸⁵

Reisetipps

Diesem Themenbereich hat sich nur „fairunterwegs“ unter der Rubrik „Lebensgrundlage respektieren“ gewidmet (Fairunterwegs 2012d):

„Besonders problematisch ist die Frage der Landrechte. Viele ansässige BewohnerInnen müssen dem Tourismus Platz machen oder werden in der Nutzung der natürlichen Ressourcen stark eingeschränkt. Bäuerinnen werden von Ihrem Land vertrieben, Fischern wird der Zugang zum Meer verbaut.“

(Fairunterwegs 2012d)

Zusammenfassung

Das Kriterium zum Themenbereich „Landrechte“ behandelt die Frage zu den Rechten der EigentümerInnen und das Problem von Zwangsumsiedelungen. Die Indikatoren fragen zwar Grundrechte ab, haben aber meiner Meinung nach eher den Schwerpunkt auf Gendergerechtigkeit denn auf Zwangsumsiedelung.

Der Reisetipp beschäftigt sich mit dem Thema der „Landrechte“ und gibt Beispiele. Er spiegelt somit das Kriterium wider.

7.13. Themenbereich Nr. 12 – Natur- und Artenschutz⁸⁶

⁸⁵ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

⁸⁶ Siehe Tabelle 3 - Positive und negative Wirkungen der Freizeit in den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:278; Job/Weizenegger 2003:635).

Problemdarstellung

Die Flora und Fauna einer Region gehören mit Sicherheit zu den wichtigsten TouristInnenattraktionen. Umso wichtiger ist es, diesen vermarkteten Bereich zu schützen, besonders da Tourismus in fragilen, ökologischen Systemen stetig zunimmt. Daher stellt sich auch die Frage, wie viel trägt der Tourismus zum Umweltschutz bei? Die Messung davon findet im zweiten Teil der Indikatoren statt (WTO 2004:147,123ff).

Entsprechende Kriterien

Die Kriterien für Destinationen für diesen Themenbereich sind (GSTC 2012b):

„Maximierung des Nutzens für die Umwelt und Minimierung der negativen Einwirkungen

- * Umweltverträglichkeitsprüfung: Die Destination hat ihre wichtigsten ökologischen Herausforderungen ermittelt und verfügt über Richtlinien und Prozesse, um sich ihnen zu stellen.
- * Schutz des Ökosystems: Die Destination hat ein System zur Messung der Einwirkung des Tourismus und zur Lenkung intensiver Tourismuseinwirkungen auf Landschaften und Ökosysteme sowie sensible und bedrohte Wildtiere und Lebensräume.
- * Schutz der Artenvielfalt, Ökosysteme und Landschaften: Die Destination hat ein Programm zur Einhaltung internationaler Standards für den Schutz von Natur und Lebensräumen, die Ernte von Wildpflanzen und den Fang von Wildtieren sowie zur Lenkung der Einwirkungen des Tourismus auf die Natur.“

(GSTC 2012b)

Für Hotels und ReiseveranstalterInnen gibt es ebenso eine Vielzahl an passenden Indikatoren (GSTC 2012a):

„Ein wirkungsvolles Nachhaltigkeitsmanagement vorweisen

- * Kunden erhalten Informationen und Erklärungen zur natürlichen Umgebung, zur örtlichen Kultur und zum kulturelle [sic!] Erbe, sowie geeignete Verhaltenstipps zur Besichtigung von Naturgebieten, von lebendigen Kulturen und Orten des kulturellen Erbes.

Den Nutzen für die Umwelt maximieren und negative Wirkungen minimieren.

Erhaltung der Artenvielfalt, Ökosysteme und Landschaften

- * Wilde Arten werden nur in der Wildnis geerntet, konsumiert, ausgestellt, verkauft oder international gehandelt, wenn dies zu einer geregelten Aktivität gehört, die sicherstellt dass ihre Nutzung nachhaltig erfolgt.
- * Gefangene wilde Tiere werden nur im Rahmen richtig geregelter Aktivitäten gehalten, lebende Exemplare geschützter wilder Arten werden nur von autorisierten Personen gehalten, die über eine geeigneter [sic!] Ausrüstung

zur Unterbringung und Pflege verfügen.

- * Der Betrieb nutzt heimische Arten für Landschaftsgestaltung und Restaurierung und trifft Maßnahmen, um die Einschleppung invasiver Arten zu vermeiden.
- * Der Betrieb leistet einen Beitrag zum Erhalt der Artenvielfalt, inklusive durch die Unterstützung von Naturschutzgebieten und von Gebieten mit wertvoller Artenvielfalt.
- * Interaktionen mit wild lebenden Tieren dürfen keine nachteiligen Wirkungen auf die Entwicklungsfähigkeit von Populationen in der Wildnis haben; jede Störung natürlicher Ökosysteme wird minimiert bzw. saniert und es wird ein ausgleichender Beitrag für das Naturschutzmanagement geleistet.“

(GSTC 2012a)

Indikatoren zur Darstellung der Problematik

Die Indikatoren zum Schutz von Ökosystemen sind (WTO 2004:147):

„Geschützte Gebiete und zu welchem Grad
<ul style="list-style-type: none">• Existenz von beschützten Gebieten in der Destination• Größe der geschützten Gebiete – in Quadratkilometern (Klassifizierung des Grads der Protektion nach den IUCN⁸⁷-Kategorien)
Intensität der Nutzung
<ul style="list-style-type: none">• Siehe dazu Indikatorenset zu Kontrolle der intensiven Nutzung (WTO 2004:192-196)
Störung von Tierarten und fragilen Systemen, besonders Auswirkungen auf seltene und gefährdete Arten
<ul style="list-style-type: none">• Gesundheit des Bestands von den Schlüsselindikator-Tierarten (Zählungen, Beobachtungen)• Zuchterfolgsraten für ausgewählte Tierarten
Kosten der Schutzerhaltung
<ul style="list-style-type: none">• Kosten des Schutzes/der Restoration• Beitrag des Tourismus zum Schutz und zur Restoration“

(WTO 2004:147)⁸⁸

Die Indikatoren in dem Kapitel „Tourismus als Beitragender zum Naturschutz“ beinhalten Themen wie „Finanzierung des Naturschutzes“, „lokale, ökonomische Alternativen“ und „TouristInnenbeteiligung im Naturschutz“ (WTO 2004:123ff):

„Messung der möglichen Auswirkungen von Tourismus auf natürliche Umgebungen
<ul style="list-style-type: none">• Berichte über wissenschaftliches Verständnis der möglichen Umweltauswirkungen (Anzahl, Tiefe)

⁸⁷ IUCN = International Union for Conservation of Nature

⁸⁸ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

- Prozentsatz der Projekte, in denen die Auswirkungen des Tourismus evaluiert werden
- Prozentsatz der Naturschutzprojekte, in denen Tourismus einen finanziellen Beitrag leistet

Finanzierungsquelle zum Schutz der Biodiversität und Erhaltung von Schutzgebieten (Anmerkung: ein Leistungsvergleich für Fonds und Werte der Beiträge zum Schutz ist notwendig)

- Prozentsatz der Schutzgebiete und –standorte, bei denen die Finanzierung aus Tourismusaktivitäten stammt (Bargeld, Wert der Sachspenden)
- Wert, der durch Besuchergebühren generiert wurde (z.B. in Parks)
- Wert des Beitrags der BetreiberInnen (Zulassungsgebühren, Spenden, zur Verfügung gestellte Leistungen)
- Wert der Spenden, die von TouristInnen getätigt werden
- Prozentsatz der Unternehmen in der Destination oder in der Nähe des Standorts, die zum Naturschutz beitragen
- Prozentsatz der Tourismusprodukte (Touren usw.), die spezifische Beiträge in den Preisen oder Aufpreise beinhalten
- Anzahl und Prozentsatz der Involvierung von Unterstützungsvereinen (z.B. „*friends of the park*“) aus dem eigenen oder anderen Ländern

Ökonomische Alternativen für die lokale Bevölkerung, um die Ausbeutung der Pflanzen- und Tierwelt und der Ressourcen zu reduzieren

- Wert der eingegangenen oder in Rechnung gestellten Finanzierung für lokale Gruppen
- Prozentsatz der lokalen Gemeinschaft, die im Tourismus angestellt ist
- Prozentsatz der lokalen Gemeinschaft, die für Naturschutzaktivitäten angestellt ist
- Anzahl (der Mitgliedschaft) in örtlichen Programmen (Listen der unterstützten Programme oder Liste der MitgliederInnen)
- Level der Anstrengungen, die unternommen werden um Einheimische zu Schutzmaßnahmen zu bewegen (Anzahl der Treffen, Programme, Ausgaben)
- Anzahl und Prozentsatz der Einheimischen, die aktiv in Naturschutzprogrammen involviert sind
- Prozentsatz der Güter und Dienstleistungen, welche lokal gekauft werden
- Wert der Infrastrukturinvestitionen durch Tourismusunternehmen
- Wert und Prozentsatz der Ermäßigungen und Anreize für Einheimische

Schaffung einer WählerInnenschaft/eines Wahlbezirks, die/der hilft, die Erhaltung der Biodiversität bei TouristInnen zu bewerben

- Prozentsatz der TouristInnen, die an Naturschutzaktivitäten teilnehmen
- Prozentsatz der TouristInnen, die Naturschutz unterstützen (nach Art der Unterstützung: Gebühren, Spenden, Sachleistungen, zeitliche ehrenamtliche Unterstützung)
- Aktivitätsniveau, welches geschaffen wurde um TouristInnen in Schutzmaßnahmen zu engagieren (Messung von jedem passenden Typ: Informationen, Informationsbemühungen und Bildungsprogrammen)
- Prozentsatz der TouristInnen, die sich der Wichtigkeit der Naturschutzanlage bewusst sind
- Prozentsatz der TouristInnen, die Unterlagen zum Naturschutz erhalten haben, Prozentsatz derer, die diese gelesen/darauf geantwortet haben

- Prozentsatz, wie sich die Anzahl der Korrespondenz (in Form von *thank you letters*, *how can we help letters*, Notizen in Empfehlungsboxen, Kommentaren auf der Website von früheren TouristInnen, BesucherInnen usw.) seit früheren Besuchen verändert hat (gestiegen/gesunken)
- Prozentsatz der Einheimischen, die Material über Naturschutz erhalten, Prozentsatz derer, die es gelesen/beantwortet haben
- Prozentsatz der AkteurInnen, für die es Unterlagen in ihrer Muttersprache gibt

Standortbezogene Regulierungen

- Anwenderbezogene Verhaltenskodizes (Gruppengröße, Art des Transports, Ausstattung, Abfallentsorgung, Lärmpegel, Personal, Energieeffizienz, Konstruktionsmethoden und -materialien usw.) sind für die Minimierung der negativen Auswirkungen gestaltet
- Prozentsatz der Einhaltung

Gelegenheit für TouristInnen, an Umweltschutzmaßnahmen teilzunehmen (es werden Mittel für die Teilnahmen in der Unterstützung für den Umweltschutz zur Verfügung gestellt)

- Anzahl der Umweltschutzorganisationen, die Tourismusaktivitäten an Naturschutzplätzen koordinieren
- Anzahl der Naturschutzprogramme/-aktivitäten, die für TouristInnen zur Teilnahme offen sind (Level der Teilnahme) (z.B. *clean up days*, *guided learning events*)
- Anzahl der ReiseveranstalterInnen, die Umweltschutzaktivitäten anbieten als Teil der TouristInnenprogramme (und Frequentierungsniveau)
- Umfragebögen zur Zufriedenheit (Prozentsatz, der ausgefüllten Fragebögen; Prozentsatz der Personen, die spenden, wenn darum gebeten wird)
- Prozentsatz der TouristInnen, die Werbematerialien erhalten, auf denen Spendenmöglichkeiten angegeben sind
- Existenz eines KonsumentInnenkodex für die Praxis und eines Leitfadens (Prozentsatz, wie viele Personen diesen erhalten haben; Prozentsatz der Einhaltung)
- KonsumentInnenkodex für Fahrzeuge oder andere motorisierte Geräte (Prozentsatz, wie viele diesen bekommen haben; Prozentsatz der Einhaltung)
- Niveau der kulturellen Sensibilität der Bildungsmaterialien (dies verlangt nach Fokusgruppen oder Textanalysen)⁸⁹

(WTO 2004:124f)⁸⁹

Reisetipps

Die Reisetipps von „EED“ sind in dem Kapitel „Naturschutz“ zu finden und sagen Folgendes aus (EED 2009:47):

„Die Natur zu erleben, ist das Ziel vieler Reisender. Aber akzeptieren Sie, dass nicht alle Geheimnisse der Natur für jeden und jederzeit zugänglich sind.

- Bleiben sie [sic!] auf den gekennzeichneten Wegen, campieren Sie nicht wild

⁸⁹ Anm. der Verf.: Der Text wurde von mir aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und gegendert. Es fand des Weiteren keine Abänderung des Inhalts statt.

und entzünden Sie kein Feuer.

- Engagieren Sie einen lokalen Führer. Er wird Ihnen den richtigen Weg weisen und Ihnen nützliche Informationen geben.
- Informieren Sie sich über die heimische Flora und Fauna und berücksichtigen Sie beispielsweise Vogelbrutzeiten, in denen Sie sich besonders rücksichtsvoll verhalten sollten.
- Vorsicht Biopiraterie: Freuen Sie sich an der Vielfalt der Natur an Ihrem Urlaubsort. Nehmen Sie auf keinen Fall Wildpflanzen mit nach Hause.
- Viele Abenteuersportarten hinterlassen ökologische Schäden. Klettern, Mountainbiking, Rafting und andere Sportarten sollten nur in dafür vorgesehenen Gebieten ausgeübt werden.“

(EED 2009:47)

Von „fairunterwegs“ gibt es „Fair-Tipps“ zum Thema „Lebensgrundlage respektieren“ und diese besagen (Fairunterwegs 2012d):

„Trekkingtouren auf den Kilimandscharo, Flussfahrten auf dem Amazonas oder Riverrafting in Laos – immer mehr Reisende wollen aussergewöhnliche Ferien vor einer spektakulären Kulisse oder in einer "intakten" Naturlandschaft geniessen.

Sind die Regionen erst durch den Tourismus erschlossen, zerstört er oft ebendiese seine wichtigste Grundlage – schöne Landschaften, kulturelle Besonderheiten und eine intakte Natur. Dazu trägt der übermässige Verbrauch von natürlichen Ressourcen ebenso bei wie die Zerstörung von Landschaften durch den Bau von Hotelanlagen oder anderer touristischer Infrastruktur. [...]

Sie können mit Ihrem Verhalten zu einem sorgsamem Umgang mit den Lebensgrundlagen in Ihrem Gastland beitragen.“

(Fairunterwegs 2012d)

Ein Teil eines Kriteriums des Bereichs „Umweltschutz und Umweltgerechtigkeit“ zur richtigen Wahl des Anbieter von „fairunterwegs“ lautet (Fairunterwegs 2012a):

„Ein verantwortlicher Anbieter engagiert sich für Umweltgerechtigkeit: Von Umweltschutzmassnahmen profitieren nicht nur die Feriengäste, sondern auch die Einheimischen. Bevorzugen Sie Angebote, bei denen [...] das Unternehmen mit den örtlichen Behörden, den Einheimischen und gegebenenfalls der indigenen

Bevölkerung zusammenarbeitet, um die Artenvielfalt zu erhalten. Es verzichtet wo nötig auf lärm- und lichtintensive Angebote (z.B. Heliskiing oder Discos in der Nähe von Schildkrötenbrutplätzen) und begründet dies. Es werden keine Souvenirs angeboten, die gegen das Artenschutzabkommen verstosse.“

(Fairunterwegs 2012a)

Zusammenfassung

Es gibt eine überaus große Anzahl an Kriterien, sowohl für Destinationen, als auch für Hotels und ReiseveranstalterInnen, die ein umfassendes Bild bieten. Die angeführten Indikatoren zum Schutz von Ökosystemen sind allerdings im Gegensatz zu dem Ausmaß der Kriterien eher in geringer Anzahl. Erst durch die Indikatoren zur Erhaltung der Natur mittels eines Beitrags des Tourismus wird der Themenbereich vertieft und somit auch ein Großteil der Kriterien abgefragt.

Die Reisetipps von „EED“ geben praktische Beispiele zum Schutz der Natur und zu Auswirkungen diverser Sportarten. Teilweise fehlt meiner Meinung nach die Begründung von Aussagen wie „Nehmen Sie auf keinen Fall Wildpflanzen mit nach Hause“ (EED 2009:47). Generell lässt sich nur schwierig eine Verbindung zu Kriterien und Indikatoren herstellen.

Die „Fair-Tipps“ sind sehr allgemein gehalten und zählen Negativbeispiele auf. Erst der letzte Satz „Sie können mit Ihrem Verhalten zu einem sorgsamem Umgang mit den Lebensgrundlagen in Ihrem Gastland beitragen“ (Fairunterwegs 2012d) deutet in Richtung Handlungsmöglichkeit. Es ist somit auch schwer, eine Verbindung zwischen den Indikatoren und Kriterien zu finden.

Bei den zweiten Reisetipps von „fairunterwegs“ steht die Wahl des Angebots im Vordergrund und bezieht sich vor allem auf die ersten Indikatoren zum „Schutz von Ökosystemen“.

Das zweite Set an Indikatoren „Tourismus als Beitragender zum Naturschutz“ spiegelt sich fast nur in den Kriterien und in keinem der angeführten Reisetipps wider.

7.14. Conclusio zu den Themenbereichen

Nach der Bearbeitung der zwölf Themenbereiche stellen sich die folgenden Fragen: Gibt es Tendenzen hin zu mehr Übereinstimmungen in einzelnen Bereichen? Konnten große Unterschiede im Umfang oder in der Nennung von Details der einzelnen Teilbereiche festgestellt werden? Sind die Reiseempfehlungen von „respect“, „EED“, „fairunterwegs“ und dem „BMWfJ“ ähnlich zu beurteilen? Diesen und anderen Fragen werde ich nun nachgehen.

Generell ist festzuhalten, dass ich nur die Reisetipps behandelt habe, bei denen es passende Kriterien und Indikatoren gab. So bleiben einige Handlungsmöglichkeiten (wie z.B. „innere Einstellung“, „miteinander reden“, „prima Klima“, etc. [EED 2009:11, 13, 19]) unbehandelt, denn dafür es gibt meines Erachtens keine geeigneten Kriterien oder Indikatoren. Des Weiteren ist anzumerken, dass nicht mit allen existierenden Indikatoren, wie auch nicht mit allen Kriterien, gearbeitet wurde.

Zu den Kriterien

Da ich nun mit den Kriterien von GSTC gearbeitet habe, werde ich zuerst auf diese theoretisch eingehen und anschließend auf die praktische Arbeit mit ihnen zu sprechen kommen. Kriterien werden, wie bereits in Kapitel 5 (Abbildung 9) gezeigt, von den Zielen abgeleitet. Sie dienen dazu, die Ziele mit konkreten und möglichst operationalen Merkmalen zu untermauern. Ein Kriterium zeigt, welcher Zustand oder welche Maßnahme angestrebt wird, damit die Ziele erreicht werden (Freericks/Hartmann/Stecker 2010:315ff).

Meines Erachtens waren die Kriterien manchmal sehr ungenau oder teilweise oberflächlich formuliert: Mit „ungenau“ ist gemeint, dass die Kriterien nicht detailreich waren und dadurch spiegelte sich nur ein kleiner Bruchteil der Kriterien in den Indikatoren wider bzw. das Ziel wurde nur sehr schemenhaft wiedergegeben. In Bezug auf die Bezeichnung „oberflächlich“ ist gemeint, dass die Kriterien teilweise nicht eindeutig formuliert waren. Ein Beispiel: „Der Einkauf von Einwegartikeln und Verbrauchsgütern wird gemessen und der Betrieb sucht aktiv nach Wegen, diese zu reduzieren“ (GSTC 2012a). Dieses Kriterium spricht von Reduktion, jedoch könnten hier Vermeidung und Recycling sehr wohl auch eine Rolle spielen. Des Weiteren sollten meines Erachtens nicht nur Wege gesucht werden, sondern es sollte eine wirkliche Reduktion stattfinden und diese z.B. durch ein Programm abgefragt werden, wie es in vielen anderen Bereichen der Kriterien durchgeführt wird.

Die Kriterien konnten sehr unterschiedlich in andere Teile des Themenbereichs integriert werden. In manchen Fällen wurden sie nur teilweise durch die Indikatoren und Reisetipps abgedeckt, in anderen Fällen wieder fast zu Gänze.

Zu den Indikatoren

Generell ist festzuhalten, dass die Menge der Indikatoren von Themenbereich zu Themenbereich sehr unterschiedlich war. Auch die Abdeckung der Kriterien durch die Indikatoren war vom jeweiligen Thema abhängig. Ähnlich ist die Situation zwischen den Indikatoren und den jeweiligen Handlungsmöglichkeiten einzuschätzen: Sie spiegelten sich nur teilweise wider. Es können hier somit keinerlei Tendenzen abgelesen werden.

Es ist allerdings eine Tatsache, dass die Indikatoren meistens viel detaillierter und umfangreicher als die Handlungsmöglichkeiten waren. Dies ist verständlich, denn für einen Reisenden wäre es unmöglich diese Indikatoren zu messen, um sich selbst ein Bild über die Lage zu machen. Allerdings würde ich es als Vorteil betrachten, wenn man/frau sich intensiver mit den Indikatoren beschäftigt, da sie Aspekte hin zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus aufzeigen.

Bei der Arbeit mit den Indikatoren, die ja für die praktische Anwendung von Seiten der Tourismusregionen gedacht sind, hat sich für mich allerdings die Frage gestellt, wie konkret eine Bewertung der jeweiligen Ergebnisse von Indikatoren stattfinden kann. So fehlen für eine Bewertung jegliche Bandbreiten oder Skalierungen, die zumindest für eine generelle Bewertung von Bedeutung wären. Somit ist es meiner Meinung nach der/dem Beurteilenden überlassen, in welche Richtung sie/er das Ergebnis lenkt und ist dies ja eigentlich nicht im Sinn der Sache.

Zu den Reisetipps

Die Arbeit mit den verschiedenen Reisetipps an sich war spannend, denn diese waren sehr unterschiedlich ausformuliert und oft anders betont („man achte“ versus „machen Sie das nie“), obwohl sie eigentlich die gleiche Zielgruppe – sprich Reisende – ansprechen.

Zu Beginn stellt sich die Frage: Wie hat die Verbindung zu den Kriterien und Indikatoren geklappt? Dies war sehr unterschiedlich, denn teilweise konnten nur sehr wenige Bereiche mit den Kriterien und Indikatoren abgedeckt werden. Es gab aber auch einzelne Reiseempfehlungen, die sich vollständig in den Kriterien wiederfanden.

Meiner Meinung nach ist die Verknüpfung der Teilbereiche (Kriterien und Indikatoren) mit den Handlungsmöglichkeiten von „**fairunterwegs**“ am Besten gelungen. Besonders die Reisetipps „zur Wahl von Angeboten“ waren sehr präzise und sachlich formuliert und mit Schlagworten wie z.B. „Energieeffizienz“, „Entsorgungsmöglichkeiten“ oder „Artenvielfalt“ versehen (Fairunterwegs 2012a). Meiner Einschätzung nach war die Verbindung aufgrund dieser Sachlichkeit leichter möglich. Bei der Analyse der Reisetipps „zur Wahl von Angeboten“ von „fairunterwegs“ (Fairunterwegs 2012a) und den jeweiligen Kriterien ist zusätzlich zu bedenken, dass die gleiche Zielgruppe im Fokus stand – der/die AnbieterIn von Reisen.

Ein Beispiel dazu: Das Kriterium für Hotels und ReiseveranstalterInnen zum Thema „Energie“ lautet (GSTC 2012a):

„Ressourcen erhalten: Der Energieverbrauch sollte gemessen und die Energiequellen angegeben werden. Maßnahmen zur Reduzierung des Gesamtverbrauchs sollten getroffen und erneuerbare Energien bevorzugt werden“ (GSTC 2012a).

Der Reisetipp von „fairunterwegs“ sagt Folgendes (Fairunterwegs 2012a):

„Ein verantwortlicher Anbieter engagiert sich für Umweltgerechtigkeit: [...] das Klima geschont wird: Die Energieeffizienz wird laufend optimiert, mit alternativer eigener Energieversorgung ergänzt, der unvermeidbare Ausstoß an CO₂ wird kompensiert. Vorbildlich sind Hotels, die Bauern, Fischer, Handwerker und Dienstleistende aus der Umgebung berücksichtigen und fördern und dadurch unnötige Transporte vermeiden“ (Fairunterwegs 2012a).

Anhand dieses Beispiels wird ersichtlich, dass die Ziele und der/die angesprochene AkteurIn der/die selben sind und es somit leichter zu einer Übereinstimmung kam. Zu komplett deckungsgleichen Ergebnissen ist es allerdings nicht immer gekommen.

Für mich gibt es bei den Reisetipps zur richtigen Wahl des/der Anbieters/Anbieterin von „fairunterwegs“ aber Folgendes bedenken: Die Handlungen des/der

Anbieters/Anbieterin stehen im Vordergrund. Der/die Einzelreisende kann somit in diesem Bereich nicht aktiv agieren bzw. ist es für ihn/sie schwer hier eine Überprüfung der Forderungen eigenständig durchzuführen.

Die Reisetipps von „**EED**“, „**respect**“ und dem „**BMWFJ**“ sind meiner Meinung nach ähnlich einzustufen. Die Handlungsmöglichkeiten von diesen AkteurInnen konnten nur teilweise, selten gar nicht, den Kriterien und den Indikatoren zugeteilt werden. Dies kann meiner Ansicht nach daran liegen, dass diese Tipps für eine sehr konkrete Umsetzung der Handlungen gedacht sind.

Ein Beispiel für eine mögliche Einordnung bzw. Verbindung war: „Gehen Sie mit gutem Beispiel voran und lehnen Sie in Geschäften Plastiksäckchen ab“ (Respect 2005:49). Das korrespondierende Kriterium dazu wäre: „Die Einkaufspolitik bevorzugt umweltfreundliche Baumaterialien, Produktionsmittel, Lebensmittel und Verbrauchsgüter“ (GSTC 2012a).

Die Zuordnung zu den verschiedenen Teilen der Themenbereiche lief allerdings nicht überall so glatt. Das Beispiel aus dem Themenbereich 7 „Energieverbrauch“ zeigt die Problematik der richtigen Verbindung: „Packen Sie eine starke Taschenlampe und eine Kerze ein“ (Respect 2005:51). Hier wird sichtbar, dass dieser Reisetipp im Gegensatz zu den Kriterien und Indikatoren für unterschiedliche Zielgruppen verfasst wurde.

Das folgende Beispiel eines Reisetipps von „respect“ zeigt nun die Problematik hinsichtlich des Informationsgehalts, der mir aufgefallen ist (Themenbereich 5 zum Thema „Transport“): „Benutzen Sie Züge, wo vorhanden. Fliegen Sie nur, wenn es keine Alternative gibt“ (Respect 2005:29). Bei dieser Darstellung wären Fakten oder Ergebnisse aus Studien hilfreich, um diese Aussage auch mit Argumenten zu untermauern und somit den KonsumentInnen Gründe für seine/ihre Handlungen zu bieten.

Ein weiteres Beispiel von „respect“ (Themenbereich Nr. 9 zum Thema „Wasserversorgung und -qualität“) zeigt eine andere Problematik rund um Aussagen wie: „Häufig herrscht ausgerechnet während der Regenzeit der größte Wassermangel“ (Respect 2004:43). Meiner Meinung nach ist dies eine Verallgemeinerung, die nicht auf alle Teile der Welt (oder auf alle

Entwicklungsländer) zutrifft. Spannend dazu wäre eine Erklärung bzw. ein genauer Hintergrund dieser Aussage.

Außerdem sind in den Reisetipps von „respect“ Handlungsanweisungen (und nicht -empfehlungen) zu finden (siehe dazu Themenbereich Nr. 5 „Transport, Lärmbelästigung & Mobilitätsfragen“). Dies hat mich verwundert, weil ich in der „respect“-Broschüre „Tipps für faires Reisen“ eher Tipps statt Anweisungen erwartet habe (Respect 2005:29).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die sehr anwenderorientierten bzw. praxisnahen Anweisungen sich eher seltener in den Kriterien oder Indikatoren zeigten. Im Vergleich dazu spiegelten sich die Reisetipps, die auf die Aufgaben der/des Anbieterin/Anbieters fokussieren (z.B. von „fairunterwegs“ [Fairunterwegs 2012a]) und teilweise mit „Schlagworten“ versehen waren, öfter in den verschiedenen Kriterien oder Indikatoren wider. Dabei bleibt aber folgende Frage weiter offen: Wie kann der/die EndverbraucherIn selbstständig nachhaltig agieren? Bei letzteren Reisetipps liegt nämlich die Verantwortung nicht in Händen des Einzelreisenden, sondern in denen vom/von VeranstalterIn/AnbieterIn einer Reise. Daher spielt das Vertrauen gegenüber dem/er Reiseveranstalter/in und dem -büro eine große Rolle.

8. Expertinneninterviews

.....

„Der Begriff an sich – Nachhaltigkeit – ist sowieso schon schwierig. Wir versuchen das möglichst nicht so zu verwenden, vor allem nicht ‚Nachhaltiger Tourismus‘, sondern ‚Tourismus, der zu einer nachhaltigen Entwicklung beiträgt‘ und dann sieht man schon eher, was es dazu braucht“ (Int. Plüss 2012.10.08).

.....

Für diese Diplomarbeit wurden zwei Expertinneninterviews geführt. Durch die gewonnenen Informationen aus diesen Gesprächen wird die Theoriearbeit mit praktischen Ansichten ergänzt und durch deren Inhalte untermauert.

Zum Einen wurde ein Gespräch mit Frau Christine Plüss geführt. Sie hat die Geschäftsleitung vom „Arbeitskreis für Tourismus und Entwicklung“ (Akte) inne. Ich entschied mich für ein Interview mit „Akte“, weil meiner Meinung nach das Onlineportal von „Akte“ das umfangreichste ist und die besten Informationen zu Handlungsmöglichkeiten hin zu Nachhaltigen Tourismus im deutschsprachigen Raum beinhaltet.

Zum Anderen wurde ein Interview mit Frau Birgit Steck, Geschäftsführerin vom „Deutschen Studienkreis für Tourismus und Entwicklung“ geführt (detaillierte Informationen zu den beiden Einrichtungen sind im Kapitel 6 zu finden). Den Studienkreis halte ich für die wichtigste außeruniversitäre Institution, die sich mit dem Thema „Nachhaltiger Tourismus“ beschäftigt.

8.1. Expertinneninterview mit Frau Christine Plüss, Akte

Das Gespräch mit Frau Christine Plüss fand am 8. Oktober 2012 um 14 Uhr statt und wurde über Telefon geführt. Im Anhang (Anhang 2 – Expertinneninterview I) ist das gesamte Interview nachzulesen. Der Dialog wurde im Einverständnis zur besseren Verarbeitung aufgezeichnet (Int. Plüss 2012.10.08). Im Folgenden finden sich nun die für die vorliegende Arbeit relevanten Passagen des Interviews.

Meine erste Frage zielte auf die Resonanz des Reiseportals <http://www.fairunterwegs.org/> ab. Frau Plüss berichtete, dass das Portal sehr gut besucht wird – im Schnitt 1.000 BesucherInnen pro Tag und die Resonanz somit sehr zufriedenstellend sei. Auf die Frage, wie die Nachfrage auf die Unterrichtsmaterialien⁹⁰ sei, meinte Frau Plüss, dass sich „Akte“ im Jahr 2006 neu in

⁹⁰ Im Internetportal „fairunterwegs“ sind folgende Unterrichtsmaterialien angeführt:

- Unterrichtshilfe „Startklar für die nächste Reise“ (Fairunterwegs 2012g).
- Bildungsmappen zu den Themen: 1. „Fair handeln“, „Ferienträume“ und „Kinderarbeit“, 2. „Fair Handeln – auch im Tourismus“, 3. „Mitbestimmung und ökologische Gerechtigkeit am Beispiel Tourismus“ und 4. „Kinderarbeit im Tourismus“. Sowie eine Projektmappe mit dem Namen „Freizeit, Reisen, Tourismus“ und Schulungsmaterialien für die Reisebranche zum Verhaltenskodex der Kinderschutzorganisation ECPAT (Fairunterwegs 2012h).
- Verschiedene Filme.

Richtung touristischer Fachausbildung ausgerichtet habe. Die Nachfrage sei noch immer relativ gut, ohne dass die Materialien aktiv beworben werden. Außerdem würden Schulen, in denen Tourismus zum Schwerpunktthema wurde, zu konkreten Fragen telefonisch beraten. Ein anderes, neues Zielpublikum, das sich durch das Reiseportal entwickelt hätte, wären die Studierenden, die z.B. Anfragen wegen Diplomarbeiten stellten – so gäbe es in diesem Bereich über 100 Anfragen pro Jahr (Int. Plüss 2012.10.08).

Der nächste Interessensschwerpunkt meinerseits war der der Reisetipps. Diese werden auf der Webseite „Fair-Tipps“ genannt. Auf die Fragen, wie sie entstehen und wer das Fachpersonal dafür ist, antwortete Frau Plüss:

Plüss: „Wir sind das Fachpersonal. Es gibt nicht sehr viele Leute, die soviel Kompetenz haben zu Tourismus und Entwicklung wie jetzt wir hier das Team. Es gibt ja in Österreich die ‚respect‘, die ja jetzt die Abteilung bei die „Naturfreunde Internationale“ ist. Es gibt in Deutschland ‚TourismWatch‘. Aber die Fachleute zu diesem Thema lassen sich praktisch an einer Hand abzählen in Europa, auch an zwei Händen. Und uns gibt es seit 35 Jahren. Was hier bei uns an Information zusammengetragen wird, ist das Resultat dieser Beschäftigung, wir haben immer verschiedene Quellen [...]“ (Int. Plüss 2012.10.08).

In Bezug auf die von „Akte“ verwendeten Quellen gab Frau Plüss an, dass sie auf Marktforschungsdaten zugreifen, da wissenschaftliche Studien nicht immer brauchbar sind. Journalistische Untersuchungen würden gerne miteinbezogen und bei den eigenen Recherchen selbstverständlich auch verwendet. In diesem Kontext war für mich die Aussage von Frau Plüss sehr spannend, dass man/frau immer noch zu wenig darüber wisse, was einzelne Personen eigentlich bräuchten, um so zu handeln, wie sie es in Meinungsumfragen aussagten (Int. Plüss 2012.10.08).

Zusätzlich zu den erwähnten Quellen meinte die Interviewpartnerin auch, dass vor allem durch Kundenkontakte z.B. auf Messen, über das Portal oder durch das Feedback von PartnerInnen aus der Praxis die Richtung der Kommunikation etwa im Bereich der *frequently asked questions* bestimmt würde (Int. Plüss 2012.10.08).

Wie sah Frau Plüss den Gebrauch des Schlagworts „Nachhaltigkeit“ von Seiten der ReiseveranstalterInnen? Wie kann dem/den KonsumentInnen das Vertrauen

– Tourismuskoffer, der eine Materialiensammlung für die eingehende Beschäftigung mit dem Thema „Tourismus“ beinhaltet (fairunterwegs 2012i).

gegeben werden, dass es sich um eine Nachhaltige Reise handelt? Die Antwort thematisierte zuerst die Problematik rund um den Nachhaltigkeitsbegriff:

Plüss: „Der Begriff an sich – Nachhaltigkeit – ist sowieso schon schwierig. Wir versuchen das möglichst nicht so zu verwenden, vor allem nicht ‚Nachhaltiger Tourismus‘, sondern Tourismus, der zu einer nachhaltigen Entwicklung beiträgt und dann sieht man schon eher, was es dazu braucht. Bei Kundenumfragen in Deutschland hat sich gezeigt, dass das Stichwort ‚Nachhaltigkeit‘ absolut lockt!“ (Int. Plüss 2012.10.08).

Worauf der/die Kunde/Kundin achten sollte, zeige die von Frau Plüss beschriebene Kampagne „Augen auf beim Ferienkauf“: Dem/der Konsumenten/Konsumentin würde klar gemacht, was ein Angebot ausmache und ob bzw. wie es zu einem schonenden Umgang mit der Natur und zu einem fairen Umgang mit der Gastbevölkerung beitrage. Dazu würden Tipps⁹¹ gegeben – ähnlich wie die „Fair-Tipps“, allerdings von einer anderen Seite her betrachtet. So würden Kriterien formuliert. Als Beispiel: Das Hotel sollte Wassersparmaßnahmen durchführen, faire Arbeitsbedingungen für Angestellte bieten, verantwortlich mit dem Müll umgehen usw. Es würden in dieser Kampagne Eckpunkte aufgezeigt, um dem/die KonsumentInnen zu verdeutlichen, woraus die sogenannte Nachhaltigkeit bestehe (Int. Plüss 2012.10.08).

Dazu stellte sich für mich die Frage, ob es überhaupt bereits Angebote an solchen Reisen gäbe bzw. ob Reisebüros, die solch „Nachhaltige Reisen“ anbieten würden, auch nachprüfen könnten, dass in der Urlaubsdestination alles nach diesen Kriterien abliefe. Frau Plüss antwortete, dass so etwas bereits besteht und möglich sei:

Plüss: „Es gibt für Reiseanbieter, sei es Reiseveranstalter oder Reisebüros, also Wiederverkäufer, [...] ein ausgezeichnetes Nachhaltigkeitsmanagementsystem, das zertifiziert wird. Das heißt ‚TourCert Tourism‘ und wird von ‚TourCert‘⁹² angeboten. In Deutschland gibt’s ja den Zusammenschluss von ‚Forum Anders Reisen‘⁹³. Die haben

⁹¹ Diese Tipps stellen die Kriterien „zur Wahl von Angeboten“ (Fairunterwegs 2012a) dar mit denen unter anderem im Kapitel 7 in den einzelnen Themenbereichen gearbeitet wurde.

⁹² TourCert ist eine „[...] gemeinnützige Gesellschaft für Zertifizierung im Tourismus [...] und] vergibt das CSR-Siegel ‚CSR TOURISM certified‘ an Tourismusunternehmen. TourCert vereint Experten aus Tourismus, Wissenschaft, Umwelt, Entwicklung und Politik“ (TourCert 2012; Veränd. d. Verf.).

⁹³ „Das forum anders reisen e.V. ist ein Zusammenschluss von etwa 130 Reiseveranstaltern, die sich dem nachhaltigen Tourismus verpflichtet haben. [...] Die Mitglieder des forum anders reisen streben eine Tourismusform an, die langfristig ökologisch tragbar, wirtschaftlich machbar sowie ethisch und sozial gerecht für ortsansässige Gemeinschaften sein soll (nachhaltiger Tourismus). Konkret bedeutet dies, dass Nachhaltigkeit eine wesentliche Vorgabe für die Angebote unserer Veranstalter ist. [...] Die Mitglieder des

sich den Kriterienkatalog, zu dem sie sich als Mitglied verpflichten, haben damit ihre Zertifizierung aufgebaut, damit nachgewiesen werden kann, was einer tut. Aus diesem Vorgang ist die ‚TourCert Tourism‘-Zertifizierung entstanden von ‚TourCert‘. [...] Und wer das hat, muss sich gegenüber dem Zertifizierter ohnehin ausweisen, dass er genau diese Maßnahmen einhält. Seine Leistungsträger daraufhin checkt, seine Kundschaft entsprechend informiert. Andere Reiseunternehmen haben andere Nachhaltigkeitsmanagementsysteme [...]“ (Int. Plüss 2012.10.08).

In Bezug auf den Zusammenschluss von „Forum Anders Reisen“ hatte ich während des Gesprächs allerdings Einwände. Denn dort würden Reisen angeboten, die meines Erachtens nicht den Nachhaltigen Kriterien entsprechen. So würden z.B. Reisen nach Burma angeboten, in denen mit keinem einzigen Wort erwähnt wird, dass Burma bis vor zwei Jahren eine Diktatur war, dass hier nach wie vor Menschenrechtsverletzungen stattfinden und somit keine politische Aufklärung durchgeführt wird. Somit fiel es mir schwer, das Gesamtkonzept als positiv zu beurteilen. Frau Plüss antwortete darauf, dass es hier noch sehr großes Optimierungspotenzial gäbe. Allerdings äußerte sich die Interviewte eher in Richtung Vermarktung. Wenn ein/e ReiseveranstalterIn eine „TourCert Tourism“-Zertifizierung hat, dann sollte er/sie dies auch seiner Reisekundschaft kommunizieren, dass sein/ihr Angebot auf diese Details geprüft wurde und den jeweiligen Anforderungen entspricht. So könnte die Reisekundschaft sich schneller daran gewöhnen, worauf sie bei einer Reise achten muss. Diese Form der Wissensbildung sei laut Frau Plüss wirksamer, als wenn von „außen“ zusätzliche Kampagnen betrieben werden. In meiner Frage ging es mir allerdings vielmehr um die Qualität der Nachhaltigkeit in den angebotenen Reisen – ich könne den Gütesiegeln und den Kriterien zu wenig vertrauen⁹⁴. Auf diese Problematik wurde nicht geantwortet (Int. Plüss 2012.10.08).

Frau Plüss betonte die Bedeutung, dass die ReiseveranstalterInnen in der Tourismusbranche ihre (deren) Bemühungen (mehr) in Wert setzen müssten (Int. Plüss 2012.10.08):

forum anders reisen verpflichten sich zur Einhaltung eines umfassenden Kriterienkatalogs für umwelt- und sozialverträgliches Reisen“ (Forum Anders Reisen 2012).

⁹⁴ Die angesprochene Problematik von Reisen in Burma wird nicht durch eine „TourCert Tourism“-Zertifizierung behoben. So sind im „Forum Anders Reisen“ einige Reiseangebote zu finden, die die Zertifizierung von „T-Cert Tourism“ mittels dem „CSR“-Gütesiegel haben, und trotzdem keine Reiseinformationen zur politischen Lage geben, welche meines Erachtens wichtig wären.

Plüss: „Was bringt es mir als Unternehmen, wenn ich ein Nachhaltigkeitsmanagement einführe. Wie kann ich das bei meiner Kundschaft in Wert setzen? Wenn man das schon tut und schlecht darüber informiert, dann ist das vergebenes Potenzial. Das ist ein Jammer, das ist wirklich sehr schade. Das müsste ganz dringend besser gemacht werden. Es gibt immer mehr Untersuchungen, die zeigen, tendenziell lässt sich das zumindest abzeichnen, die großen Veranstalter, auch wenn sie Nachhaltigkeitsmanagement haben, verlieren heute Kundschaft.“ An wen? „Ans Internet, für die 08/15-Reisen, wo man einfach ein Package buchen kann. Und sie verlieren an die Mittelständischen und Kleinen, die eine gute Beratung haben. Eine personifizierte, persönliche, gute Beratung. Die Leute, die auf Nachhaltigkeit achten, sind sicher sehr oft Leute, die auch ins Reisebüro gehen. Vielleicht buchen Sie auch online, das sind oft erfahrene Leute, die oft rumfragen. Da könnten auch die Großen Marktanteil wieder gewinnen, wenn sie ihre Nachhaltigkeitsbemühungen in Wert setzen würden. Die britische ‚Travel Foundation‘⁹⁵, die britische Stiftung hat eben eine Studie veröffentlicht: ‚The Survival of the fittest‘⁹⁶. Die sagt ganz klar, wer in der Reisebranche nicht resolut auf Nachhaltiges Wirtschaften umstellt, wird eingehen. Es ist eine Überlebensbedingung“ (Int. Plüss 2012.10.08).

Laut dieser Studie, so Frau Plüss, müsste sich ein Nachhaltigkeitsmanagement durch die gesamte Geschäftstätigkeit ziehen – als Konzept und als Leitgedanke. Denn es ginge um die Erhaltung der Destinationen (Int. Plüss 2012.10.08). Dabei stellte sich für mich die Frage, ob Nachhaltigkeitsmanagement wirklich genug Potenzial für so einen Paradigmenwechsel hätte. Meiner Meinung müsste dafür die Masse an KonsumentInnen davon überzeugt werden, aber ob dies wirklich machbar ist und Realität werden könnte?

Plüss: „Ja, das ist eigentlich nicht die falsche Frage. [...] Es führt kein Weg daran vorbei im Tourismus, dass hier nachhaltiger gewirtschaftet wird. Sie haben heute das ganz, ganz große Problem im Zusammenhang mit Klima, Klimawandel – die Fliegerei, so wie sie weiter gefördert wird praktisch und auch subventioniert und gedumped mit Billigangeboten in der Überseekonkurrenz, usw. Das wird auf Dauer so nicht weitergehen können. Der Flugverkehr ist auf dem besten Wege zum Klimakiller Nummer Eins. Im Transportwesen. Es ist ein riesiges Problem, es wird staatliche

⁹⁵ Die Travel Foundation beschreibt sich selbst als: „the Travel Foundation is the travel industry’s own charity, set up to respond to concerns over the sustainability of travel and tourism. We are an independent UK charity which helps the travel industry understand, manage and take effective action on sustainable tourism“ (Travel Foundation 2012).

⁹⁶ Siehe http://www.thetravelfoundation.org.uk/images/media/Whitepaper_Survival_of_the_Fittest_2012.pdf [letzter Zugriff 19.12.2012; MEZ 18:37]

Regulierungen brauchen. Und der Flugverkehr muss eingebunden werden in die großen internationalen Abkommen. Das Kerosin ist ja immer noch immer steuerfrei, das geht auf Dauer auch nicht so, außerdem werden die Brennstoffe ohnehin mit der Verknappung teurer. Da tut sich ganz gewaltig etwas. Zudem kommt, dass die Auswirkung des Klimawandels gerade auf Küsten, niedrig liegende Inseln, auch auf unsere schönsten Tourismusgebiete wie die Gletscher in den Bergen, usw. ganz gravierende Auswirkungen haben. Das wird man sich gar nicht mehr leisten können, das noch in Schuss zu halten. Das heißt, es gibt Teuerungen, das heißt Regulierungen sind notwendig, ein Risikomanagement, ein längerfristiges Denken ist notwendig. Und wo ich mit Ihnen einverstanden bin, Ihre Skepsis teile ich mit Ihnen auch, dass man das über einen Bewusstseinswandel hinkriegt, oder dass man jetzt denkt, die Leute jetzt einfach aufweckt, dass sie das Anders-Reisen einfach jetzt tun. Das Angebot muss anders werden. Es muss ganz andere Ferienreisen geben, die aufgelegt werden. Das ist eine Überlebensfrage der Branche, wer das schafft und attraktiv ist, wird die Nase vorne haben, die anderen wird es nicht mehr geben. Das sagt auch die Studie „Survival of the Fittest“. Wenn jetzt einer nicht resolut umstellt auf Nachhaltiges Wirtschaften, dann verdient er es nicht mehr, Geschäfte machen zu können in diesem Bereich“ (Int. Plüss 2012.10.08).

In Verbindung mit dieser Studie stellte Frau Plüss auch die Hypothese „Tourismus schafft heute mehr Armut als er beseitigt“ in den Raum (Int. Plüss 2012.10.08). Denn es passieren so viele gravierende Menschenrechtsverletzungen im Zusammenhang mit Tourismus. So nannte sie Beispiele wie „schlechte Arbeitsbedingungen“, „Kinderarbeit“, „sexuelle Ausbeutung“, „Enteignungen“ und „Vertreibungen“. Es wäre deswegen wichtig, dass die Reisenden ein anderes Bewusstsein bekommen und auch um die verschiedenen Problematiken wüssten. Allerdings schaffe man/frau es laut Frau Plüss nicht ALLEINE durch die Veränderung des Bewusstseins Verhaltensveränderungen (Int. Plüss 2012.10.08).

Ich bedankte mich für das Gespräch und beendete nach einer kurzen Verabschiedung das Telefonat.

Ein kurzes Resümee

Ich fand das Interview mit Frau Plüss interessant und informativ. Es war spannend mit einer Person aus der Praxis zu sprechen, vor allem weil sie bzw. „Akte“ durch das Portal auch konkrete, anwendbare Handlungsmöglichkeiten für Reisende anbietet.

Sehr bedeutend fand ich die guten Zugriffszahlen auf die Plattform „fairunterwegs“, denn meines Erachtens zeigt dies das Interesse für das Thema und den Bedarf an Wissen über Nachhaltigen Tourismus von Seiten der Reisenden (Int. Plüss 2012.10.08).

Die Begriffsproblematik rund um „Nachhaltigkeit“ ist für mich gut verständlich. Was genau ist „nachhaltig“ und was nicht? Für mich ist die Erklärung von Frau Plüss, dass sie nicht von Nachhaltigem Tourismus, sondern von „Tourismus, der zu einer nachhaltigen Entwicklung beiträgt“ sehr gelungen (Int. Plüss 2012.10.08).

Allerdings fand ich es im Bezug auf die Handlungsmöglichkeiten nicht nachvollziehbar, dass nicht auch auf wissenschaftliches Material zurückgegriffen wird. So könnten doch z.B. die in Kooperation mit der „Akte“ entstandenen Diplomarbeiten als wichtige Informationsquellen dienen.

Verblüfft hatte mich der deutliche Schwerpunkt von Frau Plüss auf „in Wert setzen“ von Nachhaltigkeitsmanagement von Seiten der ReiseveranstalterInnen (Int. Plüss 2012.10.08). Für mich stellte sich dazu nämlich die Frage, welche Nachhaltigkeitsprogramme hier propagiert werden – ich persönlich sah in der Qualität der nachhaltigen Angebote noch großen Handlungsbedarf. Meiner Meinung nach bedarf es (international) anerkannter (nicht konzerninterner) Überprüfungen von Reiseangeboten nach offiziellen Kriterien, um hier mehr Transparenz und Verlässlichkeit für die Kunden zu schaffen, bevor der/die ReiseveranstalterIn seine Bemühungen in Szene setzt.

Nicht wirklich nachvollziehbar war für mich die Aussage zur Studie „Survival of the Fittest“ von der „Travel Foundation“: „Es führt kein Weg daran vorbei im Tourismus, dass hier nachhaltiger gewirtschaftet wird“ (Int. Plüss 2012.10.08). Einerseits entspricht dies meines Erachtens nicht der Realität und andererseits bin ich der „Travel Foundation“ gegenüber skeptisch. Laut Internetseite ist sie nämlich die unabhängige Wohltätigkeitsorganisation der Reiseindustrie (Travel Foundation 2012). Dabei stellt sich für mich die Frage nach der Unabhängigkeit dieser Institution.

Zusammenfassend war es ein Gespräch mit vielen neuen Informationen, die den von mir behandelten Themenbereich für mich gut abrunden.

8.2. Expertinneninterview mit Frau Birgit Steck, Dt. Studienkreis für Tourismus & Entwicklung

Das Gespräch mit Frau Birgit Steck fand am 13. November 2012 um 14 Uhr statt und wurde über Telefon (und von meiner Seite über Skype) durchgeführt. Im Anhang (Anhang 3 – Expertinneninterview II) ist das gesamte Interview nachzulesen. Das Gespräch wurde nach Rücksprache mit der Interviewten aufgezeichnet. Es folgt eine Zusammenfassung der meines Erachtens wichtigsten Passagen.

Der erste Teil des Interviews widmete sich der Frage nach den Ziel- bzw. Anspruchsgruppen. Laut Frau Steck würden durch die Wettbewerbe „TOURA D’OR“⁹⁷ oder „ToDo!“⁹⁸, die vom „Studienkreis“ ausgerichtet werden, vor allem Verbände, Touristboards und Vereine und nicht direkt der/die „EndverbraucherIn“, sprich der/die Reisende, angesprochen. Erst über die Medienberichterstattung der verschiedenen Events wie z.B. Preisverleihungen sei die Zielgruppe „Reisende“ dazu gekommen (Int. Steck 2012.11.13).

Das nächste angesprochene Thema fragte nach den Handlungsmöglichkeiten für den „Studienkreis“, um den KonsumentInnen einem fairen Tourismus zu ermöglichen.

Steck: „Ja, wir sehen für uns ganz konkret Handlungsbedarf, dass die Gewinnerprojekte oder Gewinnerinitiativen, Gewinnerfirmen des ‚ToDo!‘ zum Beispiel, dem Preis für sozial verantwortlichen Tourismus, dass die noch stärker promotet werden, dass die besser buchbar werden. Da sind wir eben dabei ein Konzept zu entwickeln, dass die gerade über spezialisierte Onlineplattformen eben auch gefunden werden. Es gibt einige, die sind schon sehr gut vernetzt. Da gibt’s welche, die direkt mit Reiseveranstaltern zusammenarbeiten oder auch über verschiedene Reiseführer, also der ‚Lonely Planet‘⁹⁹ oder der ‚Rough Guide‘¹⁰⁰ [...]. Also auch direkt geführt werden und erwähnt werden und damit eben auch stärker besucht werden können. Aktiv, also wenn da dann die Entscheidung kommt, ja da möchte ich hin, die haben ‚ToDo!‘ gewonnen. Aber diese Initiativen, die sind, ich sag mal, die Minderheit aller ‚ToDo!‘-Preisgewinner und die Mehrheit der ‚ToDo!‘-Preisgewinner hat den Marktanschluss

⁹⁷ Siehe <http://www.tourador-contest.org/> [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 18:15]

⁹⁸ Siehe <http://todo-contest.org/> [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 18:20]

⁹⁹ Siehe <http://www.lonelyplanet.com/> [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 18:29]

¹⁰⁰ Siehe <http://www.roughguides.com/> [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 18:32]

nicht so direkt. Da sind wir eben am prüfen, welche Rolle der Studienkreis haben kann [...]“ (Int. Steck 2012.11.13).

Anschließend stellte ich die Frage, wie Frau Steck das Potenzial für ein „FairTrade“-Tourismus-Gütesiegel wie z.B. in Südafrika¹⁰¹ einschätzt?

Steck: „Ich weiß, dass es viele Menschen gibt, die sich für ‚FairTrade‘, für nachhaltige Produkte insgesamt in verschiedenen Sparten interessieren und die auch ganz toll finden, aber es sind nur ganz wenige, die diese dann auch tatsächlich kaufen. Da gibt’s schon eine Bekenntnis-/Umsetzungslücke – eine große. Das ist eben so, im Lebensmittelbereich schließt sich diese Lücke ein bisschen. Gerade Österreich und Schweiz sind da Vorreiter, was den Lebensmittelbereich betrifft, Deutschland hinkt da noch hinterher. Im Reisebereich ist das so, dass sich die Lücke gar nicht so gut schließt. Viele Leute bekennen sich zu ‚FairTrade‘ und fairen Bedingungen bei der Produktion oder auch im Tourismus. Das finden viele sehr toll und im Moment ist ja auch das Thema „Menschenrechte“ irgendwo auch selbst in der traditionellen Massentourismusindustrie angekommen, es wird zumindest angesprochen. Und da versuchen auch Anbieter, sich abzusetzen und sagen, wir kümmern uns ganz aktiv darum, dass die Menschenrechte eingehalten werden, dass wir vor Ort nur mit Unternehmen zusammenarbeiten, die dann auch für faire Arbeitsbedingungen einstehen und uns das auch garantieren können, aber das sind immer noch die Ausnahmen. Traurige Wahrheit ist schon, dass in der Tourismusindustrie sehr viel über den Preis entschieden wird. In der Reiseentscheidung spielen die ganzen guten Argumente, zu denen man sich in der Absichtserklärung bekennt, in den Umfragen, immer wieder eine Rolle – wir arbeiten ja ganz stark mit der Reiseanalyse zusammen – dieses Bewusstsein ist schon da, was Tourismus bewirkt an Positivem und Negativem, aber die Umsetzung dann, sich aktiv für eine Reise zu entscheiden, die all diese Kriterien erfüllt, die findet im Moment noch zu wenig statt, viel zu wenig und steht gar nicht immer im Verhältnis zu diesem Lippenbekenntnis“ (Int. Steck 2012.11.13).

Ich formulierte meine Bedenken, da ich das Problem eher darin sehe, dass es schwierig wäre ein Unternehmen zu finden, das eine Reise anbietet, deren Kriterien nachhaltig und wo die Ergebnisse auch transparent ausgewiesen sind. Somit wäre es schwierig als Konsument, eine/n Reiseveranstalter/in des Vertrauens zu finden.

Steck: „Da kann ich Ihnen zustimmen, es gibt sehr wenige Reiseveranstalter. Ich denke mal, das ‚Forum Anders Reisen‘ ist sicher mal ein guter Schritt in die richtige

¹⁰¹ Siehe <http://www.fairtourismsa.org.za/> [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 18:42]

Richtung, weil sie sich selbst an Kriterien gebunden fühlen, die speziell für diesen Verband gelten. Aber das ist sehr schwierig. Aber ich weiß zum Beispiel, dass es in der Schweiz eine Initiative gibt, die allerdings noch nicht marktreif ist – von ‚Akte‘ [...]. [Die] kümmern sich gerade darum, sowas wie einen Verbraucherleitfaden aufzustellen/herzustellen, der den Kunden oder Reisenden, egal ob pauschal oder individuell, sich um eine Reise kümmert, da auch die richtigen Kriterien oder Entscheidungshilfen mit auf den Weg gibt. Aber das ist, auch in der Schweiz, wo vielleicht die Voraussetzungen besser sind, gar nicht so einfach und das kann auch nur bedingt als Modell für Deutschland genommen werden“ (Int. Steck 2012.11.13).

Nun drängte sich die Frage auf, wie Frau Steck die Zukunft von Fairem Tourismus sieht, da er ja bislang ein Nischenprodukt ist. Besteht Potenzial zu mehr?

Steck: „Ich würde mir wünschen, dass es nicht ein Nischenprodukt bleibt und ich sehe auch Tendenzen [...]. Da gibt es wirklich ganz unterschiedliche Veranstalter. Es gibt da wirklich welche, die sich ganz offen dazu bekennen ‚wir wollen uns zertifizieren lassen‘, also wie auch diese Zertifizierung im Nachhaltigkeitsbereich, also ‚TourCert‘ zum Beispiel. Für ganze Unternehmen – ein Riesenaufwand [...]. [Das] heißt, es wird sich da auch was in der Angebotspalette tun. [...] Da gibt es große Firmen, die sich diesem Prozess unterwerfen. Und dann bis hin zu ihren Zulieferern und Dienstleistern vor Ort diese Zertifizierung durchführen. Aber wirklich sehr aufwändig. Und da denke ich, ist das der richtige Weg, weil es reicht eben nicht zu sagen: ‚Wir haben ein paar Nischenprodukte, die nachhaltig oder politisch korrekt sind‘, sondern wir müssen schauen, dass Instrumente weiterentwickelt werden, die dann eben im großen Geschäft, bei den großen Unternehmen, ansetzen und dann die Produkte verändern und bevor sich das Produkt verändern kann, die Angebotspalette sich verändern kann, muss sich zuerst die Einstellung verändern. Und festgestellt werden, dass Nachhaltigkeit eben nicht nur etwas ist, wie ein Luxusgut für wenige, die sich das leisten können, neben Einkauf bei ‚Manufactum‘ oder im Bioladen eben auch nochmal eine nachhaltige Reise buchen, weil das eben in die Luxusreihe passt. Sondern dass es eben auch im Mainstream ankommt, aber da ist noch ein weiter Weg. Was wir erst kürzlich am ‚Ammerlander Gespräch‘¹⁰² diskutiert haben in Bezug auf Menschenrechte im Tourismus, dass sich eine Schere auftut. Das war schon so von allen so gesehen worden, die dort waren von der Tourismusindustrie oder auch von den Medien, dass der Tourismus sich in zwei Richtungen entwickelt. Wir haben einmal – das ist eine Schere, die sehr weit auseinander klafft und immer weiter auseinander klaffen wird und

¹⁰² Siehe <http://www.studienkreis.org/deutsch/dialog/ammerlander.html> [letzter Zugriff 30.12.2012; MEZ 13:36]

gar nicht die Aussicht hat, zusammen zu kommen. Das heißt, wir haben diese Qualitätsprodukte, die eben schon aus der Nische rauskommen und wo auch Angebot und Nachfrage das weiterentwickeln. Die wächst – diese nachhaltige oder qualitativ hochwertige Tourismuspalette, oder Anteil am Markte, der wird größer. Die Nachfrage steigt, das Angebot steigt. Aber auf der anderen Seite haben wir auch ganz viel, ganz großen Anstieg an solchen, die in Richtung Diskonterreisen gehen, die mal kurz und schnell, für wenig Geld irgendwo ganz weit, ganz exotisch weg gehen wollen. Da geht natürlich alles nur über den Preis und bei diesen Preisen ist dann mit Nachhaltigkeit nicht mehr viel zu holen. Diese beiden Entwicklungen sind da und sind parallel. Deshalb kann ich Ihnen keine eindeutige Antwort auf die Frage geben, wie ich die Zukunft des Tourismus da sehe“ (Int. Steck 2012.11.13).

In Bezug auf die Bildungsarbeit sah Frau Steck hier noch mehr Bedarf, denn die Mehrheit der VerbraucherInnen würde nicht direkt und bewusst angesprochen (Int. Steck 2012.11.13):

Steck: „Also ich sehe das schon noch als Lücke, also dass auch die Massenmedien darauf gehen. Wir haben schon festzustellen, dass insgesamt in den Medien, sei es jetzt in den Zeitungsredaktionen oder in den Senderanstalten, es immer weniger rein touristische oder auf das Reisen spezialisierte Redaktionen gibt. Das wird dann über andere Redaktionen abgedeckt. Und entweder sind da dann mehr auf der Unterhaltungsseite. Da gibt's dann eben die ‚VOX Tours‘ um ‚viel erleben, lustig, halligalli, Party oder tolle Ziele‘ und andere, die gehen dann eher in die Tiefe und stellen eine Region auch auf eine andere Weise dar, aber es gibt keine richtigen Reisedredaktionen mehr. Auch in den Zeitungen nicht mehr. Und das ist sicher auch in der Medienlandschaft zu bedauern, weil es dann auch für die Industrie oder auch für solche Anbieter, entweder Anbieter von Informationen oder solche Anbieter von Reisen, wenig Möglichkeiten gibt, sich direkt damit zu platzieren in den Medien“ (Int. Steck 2012.11.13).

Ich bedankte mich für das interessante Interview und beendete dann anschließend das Gespräch.

Ein kurzes Resümee

Das Gespräch war sehr spannend für mich, weil Frau Steck meines Erachtens einen sehr guten Überblick über den Reisemarkt durch viele verschiedene Informationsquellen hat. Somit sind die Einschätzungen von ihr umso interessanter für mich.

Frau Steck spricht von Umsetzungslücken in Bezug auf das Konsumieren von fairen oder nachhaltigen Produkten. Laut ihrer Aussage finden KonsumentInnen die fair gehandelten Produkte zwar sehr gut, doch gekauft werden sie anscheinend dann nicht immer. Sehr ähnlich sah diese Problematik bereits auch Frau Plüss (aus dem 1. Expertinnengespräch) und das zeigt daher die Bedeutung dieser Thematik auf (Int. Steck 2012.11.13; Int. Plüss 2012.10.08).

Nachvollziehbar ist für mich die Einschätzung der Interviewten hinsichtlich der eingeschlagenen Richtungen, in die sich der Tourismusmarkt entwickelt. So sieht Frau Steck einen Trend in Richtung Qualitätsprodukte. Diese haben sich aus der (Markt-) Nische heraus entwickelt und beinhalten unter anderem auch Angebote aus dem Bereich Nachhaltiger Tourismus. Der andere Weg zeigt den Kurs hin zu „Reisen vom Diskonter“. Dabei wird vor allem mit günstigen Reisen geworben. So entsteht eine Schere am Tourismusmarkt, die immer weiter auseinander klafft. Frau Stecks Einschätzung nach gibt es keine Tendenzen, dass sich diese beiden eingeschlagenen Entwicklungen in naher Zukunft wieder angleichen. Diese Bewertung hat mich persönlich zwar nicht überrascht, ist aber dennoch besorgniserregend (Int. Steck 2012.11.13).

Interessant finde ich die Ansicht über die Reiseberichterstattung, die für Frau Steck, zumindest in Deutschland, vermehrt gemeinsam mit anderen Themen vermarktet wird. Sie nennt hier z.B. „VOX Tours“ oder dass der Reiseteil in Zeitungen von anderen Redaktionen mitbetreut wird.

Das Gespräch mit Frau Steck war überaus informativ und hat mir durch ihre Markteinschätzungen gezeigt, dass der Tourismusmarkt sich ständig verändert. Besonders in Zusammenhang mit dieser Diplomarbeit finde ich die Bewertungen von der Interviewten interessant und von Bedeutung, da sie meiner Meinung auf die Umsetzungsproblematik im Bereich Nachhaltiger Tourismus hinweisen.

9. Conclusio

Am Ende dieser Diplomarbeit werden die erlangten Erkenntnisse nun in einem Resümee zusammengefasst. Des Weiteren bedarf es einer Beantwortung der Forschungsfrage und einen Ausblick auf Zukünftiges soll es ebenso geben.

Für mich hat sich im Zuge des Schreibprozesses die Bedeutung des Nachhaltigen Tourismus verstärkt, denn den Informationen aus den geführten Interviews nach ist das Interesse an Nachhaltigem Reisen auf alle Fälle in der Bevölkerung im deutschsprachigen Raum vorhanden. Allerdings besteht eine Lücke zwischen der Umsetzung des Interesses hin zur tatsächlichen Aktivität von Seiten der Reisenden, so die Gesprächspartnerinnen. Deswegen ist es meiner Meinung nach sehr bedeutend, Aufklärungsarbeit – z.B. in Form von Reisetipps – zu betreiben. Da Tourismus in Entwicklungsländern einen hohen Stellenwert inne hat, aber auch zu unzähligen negativen Auswirkungen beiträgt, ist es umso wichtiger, Reisende darüber aufzuklären, worauf zu achten ist, denn durch dieses Wissen kann achtsamer gereist werden.

In Anlehnung an die Reisetipps, wie kann nun die eingangs gestellte Forschungsfrage beantwortet werden?

Wie spiegeln sich die erteilten Handlungsmöglichkeiten bzw. Reisetipps der vier ausgewählten deutschsprachigen Institutionen („Akte“, „respect“, „BMWfJ“ und „EED“) in den international anerkannten Kriterien des GSTC und in den Indikatoren der WTO wider?

Die Bearbeitung der einzelnen Themenbereiche hat gezeigt, dass die Bewertung der Handlungsmöglichkeiten je nach Einrichtung unterschiedlich ausfällt (siehe dazu im Detail: Kapitel 7.14 „Conclusio zu den Themenbereichen“). Nur in wenigen Fällen haben sich die Reisetipps entweder mit den Kriterien oder den Indikatoren oder auch mit beiden gedeckt. Manchmal konnten nur geringe bis gar keine Überschneidungen mit den Kriterien und/oder Indikatoren gefunden werden.

Es zeigte sich, dass vor allem der/die in den Handlungsmöglichkeiten angesprochene AkteurIn ausschlaggebend für den Grad der Übereinstimmung war. So lieferten z.B. die Reisetipps von „fairunterwegs“, die zum Teil auf die Aufgaben

des/der Anbieters/Anbieterin fokussiert waren, im Hinblick auf die Fragestellung ein besseres Ergebnis. Dies verlangt meines Erachtens nach verlässlichen und vertrauenswürdigen ReiseveranstalterInnen, um den KonsumentInnen ein Reiseprodukt anzubieten, welches zu einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus beiträgt und seriös ist. Hinsichtlich Zertifizierungen von VeranstalterInnen besteht allerdings laut Aussage der Interviewpartnerinnen noch Handlungsbedarf. Zur Beantwortung der Forschungsfrage ist zusätzlich festzuhalten, dass die Reisetipps von „respect“, „BMWfJ“ und „EED“ teilweise sehr konkrete Umsetzungsempfehlungen abgaben und diese sich deswegen nur in geringem Ausmaß in den Kriterien und Indikatoren passend wiederfanden. Außerdem beruhten Teile der abgegebenen Reisetipps auf Verallgemeinerungen bzw. sogar Anweisungen – dies sehe ich persönlich bei Handlungsmöglichkeiten als nicht angebracht.

Besonders fragwürdig ist für mich die Tatsache, dass in den Reisetipps, sowie in den Kriterien und Indikatoren, politische Aspekte nur sehr oberflächlich angesprochen wurden. Zwar stehen im Themenbereich 6 Sicherheitsaspekte im Zentrum der Betrachtung, jedoch werden vor allem in den Reisetipps keine Fragen zum Machtapparat gestellt. Dazu wären Anregungen zum politischen System und dessen Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung sinnvoll. So macht es einen Unterschied, ob man/frau in einem demokratisch geführten Land reist oder ob man/frau in einem diktatorisch beherrschten Land eine Reise unternimmt, in dem z.B. Korruption, Zwangsarbeit und Zwangsumsiedelungen im Bereich des Tourismus eine Rolle spielen.

Meine Einstellung zur problematischen Verwendung des Begriffs und des dahinterliegenden Konzepts der „Nachhaltigkeit“ bzw. der „Nachhaltigen Entwicklung“ hat sich im Zuge dieser Diplomarbeit nicht verändert. Das Begreifen und Beschreiben des Konzepts der Nachhaltigkeit wurde für mich durch die theoretische Bearbeitung und durch die Interviewaussagen aus der Praxis eher erschwert. In meinen Überlegungen taucht immer wieder ein Problem auf: Ab wann spricht man/frau von Nachhaltigkeit? Reicht es, wenn z.B. nur die ökonomische Ebene abgedeckt ist? Zurzeit wird das Konzept der Nachhaltigkeit sehr inflationär verwendet, ohne dass jegliches Bewusstsein oder Übereinstimmung zwischen den verschiedenen AkteurInnen über die Bedeutung dieses Begriffs besteht. Dadurch

wird es jedermann/jederfrau erleichtert, Nachhaltigkeit für sich und sein/ihr Produkt einzunehmen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass es im wissenschaftlichen Bereich bereits viel zum Thema Nachhaltigkeit und den verwendeten Messsystemen gibt. Es ist meines Erachtens jedoch wichtig, nicht nur Tourismusregionen, ReiseveranstalterInnen, Hotels und sonstige Einrichtungen/Personen im Tourismussektor als Akteurln zu betrachten, sondern auch den/die Reisende/n selbst als maßgebliche/n TeilnehmerIn/Handlungsfaktor in das System rund um Nachhaltigkeit im Tourismus miteinzubeziehen. Deshalb ist es von großer Bedeutung, TouristInnen mit fundierten Informationen auszustatten. In dieser Arbeit wurden viele Informationen durch die Kriterien und Indikatoren aufgezeigt, nach welchen der/die Kunde/Kundin, der/die Reisende fragen könnte, wenn er/sie nachhaltig reisen möchte bzw. worauf Rücksicht zu nehmen ist. Dadurch könnte es dem/der Konsumenten/Konsumentin möglich sein, „richtig“ zu wählen oder auch Druck auf AkteurlInnen in der Tourismusbranche auszuüben. Meines Erachtens besteht noch sehr viel Handlungsbedarf von allen beteiligten Seiten hin zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus, damit sich positive Entwicklungen zeigen. Besonders der in dieser Arbeit behandelte Bereich der Reisetipps verdient noch große Aufmerksamkeit – ergänzt durch verschiedene Informationen aus den angeführten Indikatoren und auch Kriterien gäbe es hier einigen Forschungsbedarf, um den Nachhaltigen Tourismus durch Reisende zu fördern.

10. Literaturverzeichnis

Akte (2012a): Der arbeitskreis tourismus & entwicklung.

<http://www.akte.ch/home/> [letzter Zugriff 22.11.2012; MEZ 12:45]

Akte (2012b): Ziele.

<http://www.akte.ch/ueber-uns/ziel/> [letzter Zugriff 22.11.2012; MEZ 14:05]

Akte (2012c): Grundlagen.

<http://www.akte.ch/fair-unterwegs/grundlagen/> [letzter Zugriff 22.11.2012; MEZ 14:34]

Alpenkonvention (2012): Die Konvention.

<http://www.alpconv.org/de/convention/default.aspx> [letzter Zugriff 07.09.2012; MEZ 12:05]

Amelung, Nina (et.al.) (2008): Nachhaltige Entwicklung als Leitbild für Gesellschaft und Forschung. In: Amelung, Nina (et.al.) (Hrsg.): Einstieg in Nachhaltige Entwicklung. Frankfurt am Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften. Seite 5 – 20.

Becker, Christoph/Job, Hubert/Witzel, Anke (1996): Tourismus und nachhaltige Entwicklung. Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Bieger, Thomas (2006): Tourismuslehre: ein Grundriss . Bern, Stuttgart, Wien et.al.: Haupt UTB.

BILLA AG (2012): morgen – Das BILLA Nachhaltigkeitsprogramm.

http://www.billa.at/Metanavigation/Nachhaltigkeit/Nachhaltigkeit/dd_bi_subpage.aspx [letzter Zugriff 30.08.2012; MEZ 11:50]

Blancas, F.J (et.al.) (2011): How to use sustainability indicators for tourism planning: the case of rural tourism in Andalusia (Spain). Science of Total Environment 412–413. Seite 28 – 45.

Blue Flag (2012): Welcome Page.

<http://www.blueflag.org/> [letzter Zugriff 11.11.2012; MEZ 21:25]

BMWFJ (2012a): Mitterlehner: Neuer CSR-Leitfaden für Tourismus-Unternehmen. Wien.

<http://www.bmwfj.gv.at/Presse/Archiv/Archiv2012/Seiten/MitterlehnerNeuerCSR-Leitfadenf%C3%BCrTourismus-Unternehmen.aspx> [letzter Zugriff 22.11.2012; MEZ 17:15]

BMWFJ (2012b): Ethik im Tourismus. Wien.

<http://www.bmwfj.gv.at/Tourismus/TourismuspolitischeAktivitaeten/Seiten/Ethik.aspx> [letzter Zugriff 22.11.2012; MEZ 17:28]

BMWFJ (2012c): Clever Reisen – 10 Tipps für ökologisches und erlebnisreiches Reisen. Wien.

<http://www.bmwfj.gv.at/Tourismus/TourismuspolitischeAktivitaeten/Seiten/CleverReisen.aspx> [letzter Zugriff 22.11.2012; MEZ 17:08]

Breuer, Franz (2009): Reflexive Grounded Theory. Eine Einführung für die Forschungspraxis. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Buchwald, Konrad (1998): Freizeit, Tourismus, Umwelt – Problematik und Zielsetzungen. Eine Einführung. In: Buchwald, Konrad/Engelhardt, Wolfgang (Hrsg.): Freizeit, Tourismus und Umwelt. Seite 1 – 8.

Cernat, Lucian/Gourdon, Julien (2007): Is the Concept of sustainable tourism sustainable? New York und Geneva: United Nations Conference On Trade And Development.

Choi, HwanSuk Chris/Sirakaya, Ercan (2006): Sustainability indicators for managing community tourism. In: Tourism Management 27. Seite 1274 – 1289.

DestiNet (2012): Über uns. Saarbrücken.

<http://destinet.eu/background> [letzter Zugriff 27.12.2012; MEZ 19:08]

Duden (2006): Die deutsche Rechtschreibung. Mannheim et.al.: Dudenverlag.

Economic Commission for Europe/United Nations (2001): Terminologie des kombinierten Verkehrs. New York, Geneva.

<http://www.oecd.org/sti/transport/roadtransportresearch/1941816.pdf> [letzter Zugriff 11.12.2012; MEZ 08:48]

EED (2009): Fair Reisen mit Herz und Verstand – Tipps für verantwortungsvolles Reisen. Bonn: Evangelischer Entwicklungsdienst e.V..

Fairunterwegs (2012a): zur Wahl von Angeboten – Was zeichnet ein umwelt- und sozialverantwortliches Angebot aus? Die 5 fairunterwegs-Kriterien. Basel: Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung.

<http://www.fairunterwegs.org/fair-tipps/zur-wahl-von-angeboten/die-5-fairunterwegs-kriterien.html> [letzter Zugriff 16.11.2012; MEZ 14:53]

Fairunterwegs (2012b): zur Vorbereitung und unterwegs. Basel: Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung.

<http://www.fairunterwegs.org/fair-tipps/zur-vorbereitung-und-unterwegs.html> [letzter Zugriff 22.11.2012; MEZ 16:00]

Fairunterwegs (2012c): Nutzen für die Einheimischen. Basel: Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung.

<http://www.fairunterwegs.org/fair-tipps/zur-vorbereitung-und-unterwegs/nutzen-fuer-einheimische.html> [letzter Zugriff 30.12.2012; MEZ 13:53]

Fairunterwegs (2012d): Lebensgrundlagen respektieren. Basel: Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung.

<http://www.fairunterwegs.org/fair-tipps/zur-vorbereitung-und-unterwegs/lebensgrundlagen-achten.html> [letzter Zugriff 30.12.2012; MEZ 13:55]

Fairunterwegs (2012e): Klima, Energie. Basel: Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung.

<http://www.fairunterwegs.org/de/fair-tipps/zur-vorbereitung-und-unterwegs/lebensgrundlagen-achten/klima-energie.html> [letzter Zugriff 30.12.2012; MEZ 14:21]

Fairunterwegs (2012f): Sicherheit. Basel: Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung.

<http://www.fairunterwegs.org/fair-tipps/zur-vorbereitung-und-unterwegs/zeit-nehmen/sicherheit.html> [letzter Zugriff 30.12.2012; MEZ 14:44]

Fairunterwegs (2012g): Fairunterwegs ins Klassenzimmer. Basel: Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung.

<http://www.fairunterwegs.org/shop/unterrichtsmaterialien/fairunterwegs-ins-klassenzimmer.html> [letzter Zugriff 11.01.2013; MEZ 15:27]

Fairunterwegs (2012h): Bildungsmappen. Basel: Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung.

<http://www.fairunterwegs.org/shop/unterrichtsmaterialien/bildungsmappen.html>

[letzter Zugriff 11.01.2013; MEZ 15:28]

fairunterwegs (2012i): Tourismuskoffer. Basel: Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung.

<http://www.fairunterwegs.org/shop/unterrichtsmaterialien/tourismuskoffer.html> [letzter

Zugriff 11.01.2013; MEZ 15:28]

Forum Anders Reisen (2012): Über uns – Philosophie. Freiburg.

<http://forumandersreisen.de/philosophie.php> [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 15:15]

Freericks, Renate/ Hartmann, Rainer/ Stecker, Bernd (2010): Freizeitwissenschaft. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.

Freyer, Walter (2011): Tourismus - Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

Gabler Wirtschaftslexikon (2010): immaterielles Wirtschaftsgut. Wiesbaden: Gabler Verlag.

<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/58123/immaterielles-wirtschaftsgut-v6.html>

[letzter Zugriff 14.09.2012; MEZ 21:00]

GSTC (2009): Global Sustainable Tourism Criteria (v1) Indicator 2009.Travel Forever/Global Sustainable Tourism Council.

<http://www.gstcouncil.org/uploads/GSTC%20v1%20Criteria%20Indicators%20.pdf>

[letzter Zugriff 26.11.2012; MEZ 09:40]

GSTC (2012a): Global Sustainable Tourism Criteria for Hotels and Tour Operators.

<http://www.gstcouncil.org/uploads/files/german.pdf> [letzter Zugriff 19.11.2012; MEZ 21:13]

GSTC (2012b): Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations.

<http://www.gstcouncil.org/uploads/files/german-format-criteria.pdf> [letzter Zugriff 19.11.2012; MEZ 21:43]

GSTC (2012c): The Global Sustainable Tourism Criteria.

<http://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-gstc-criteria/> [letzter Zugriff 26.11.2012; MEZ 09:37]

GSTC (2012d): Welcome to Sustainable Tourism.

<http://www.gstcouncil.org/about/learn-about-gstc.html> [letzter Zugriff 28.11.2012; MEZ 11:04]

Hauff, Michael von/Kleine, Alexandro (2009): Nachhaltige Entwicklung – Grundlagen und Umsetzung. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.

Job, Hubert/Weizenegger, Sabine (2003): Tourismus in Entwicklungsländern. In: Becker, Christoph/Hopfinger, Hans/Steinecke, Albrecht (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus: Bilanz und Ausblick. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH. Seite 629 – 640.

Ko, Tae Gyou (2005): Development of a tourism sustainability assessment procedure: a conceptual approach. In: Tourism Management 26. Seite 431 – 445.

Lexikon der Nachhaltigkeit (2012a): Rio Deklaration über Umwelt und Entwicklung. http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/rio_deklaration_950.htm [letzter Zugriff 07.09.2012; MEZ 12:35]

Lexikon der Nachhaltigkeit (2012b): Agenda 21. http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/agenda_21_744.htm [letzter Zugriff 07.09.2012; MEZ 12:45]

Lexikon der Nachhaltigkeit (2012c): Brundtland Bericht – Brundtland Report: Unsere gemeinsame Zukunft, 1987. http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/brundtland_report_563.htm [letzter Zugriff 07.09.2012; MEZ 11:25]

Liu, Zhenhua (2003): Sustainable Tourism Development: A Critique. In: Journal of Sustainable Tourism. 11:6. Seite 459 – 475.

Margraf, Christine et. al. (1999): Infodienst – Trendsportarten im Alpenraum. Regensburg: Bund Naturschutz in Bayern e.V. http://www.bund-naturschutz.de/fileadmin/download/alpen/Trendsport_Web_Infodienst.pdf [letzter Zugriff 02.01.2013; MEZ 16:56]

Miller, Graham (2001): The development of indicators for sustainable tourism: results of a Delphi survey of tourism researches. In: Tourism Management 22. Seite 351–362.

NFI (2012): Nachhaltiger Tourismus mit respect.

http://www.nfi.at/index.php?option=com_content&task=view&id=363&Itemid=139

[letzter Zugriff 22.11.2012; MEZ 12:28]

Nohlen, Dieter (Hrsg.) (2002): Lexikon Dritte Welt. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH.

ÖBB (2010): Reisen mit Respekt – Tipps für faires Reisen. Horn: respect – Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung.

http://marktcheck.greenpeace.at/uploads/media/1009_reisen_respect_oebb.pdf

[letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 10:13]

OMV-Konzern (2012): Resourcefulness, unser Weg zu profitablen und nachhaltigem Wachstum.

http://www.omv.com/portal/01/com/omv/OMV_Group/About_OMV [letzter Zugriff

10.09.2012; MEZ 20:50]

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2012): Merkel wirbt für nachhaltiges Wirtschaften, 5. Mai 2012.

[http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2012/05/2012-05-05-](http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2012/05/2012-05-05-podcast.html?site=Bildungsrepublik)

[podcast.html? site=Bildungsrepublik](http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2012/05/2012-05-05-podcast.html?site=Bildungsrepublik) [letzter Zugriff 30.08.2012; MEZ 11:41]

Plüss, Christine (2012): Interview zum Thema „Handlungsmöglichkeiten für Reisende“. Basel: Akte. [08.10.2012; MEZ 14:00]; Siehe Anhang 2.

Rat für Nachhaltige Entwicklung (2002): Kultur und Nachhaltigkeit. Thesen und Ergebnisse aus einem Ideenworkshop vom 11./12.12.2001. Berlin.

[http://www.nachhaltigkeitsrat.de/uploads/media/Kultur_und_Nachhaltigkeit01-](http://www.nachhaltigkeitsrat.de/uploads/media/Kultur_und_Nachhaltigkeit01-02_01.pdf)

[02_01.pdf](http://www.nachhaltigkeitsrat.de/uploads/media/Kultur_und_Nachhaltigkeit01-02_01.pdf) [letzter Zugriff 03.09.2012; MEZ 15:25]

Respect (2005): Reisen mit Respekt – Tipps für faires Reisen. Wien: Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung.

Sirakaya, E./Jamal, T.B./Choi, H.-S. (2001): Developing Indicators for Destination Sustainability. In: David B. Weaver (Hrs.): The Encyclopedia of Ecotourism. Oxon, UK; New York, USA: CAB International 2001. Seite 411 – 432.

Smeral, Egon (2003): Die Zukunft des internationalen Tourismus. Wien: Linde Verlag.

Spangenberg, Joachim H. (2004): Reconciling sustainability and growth: criteria, indicators, policies. In: Sustainable Development. Volume 12. Ausgabe 2. Seite 74 – 86.

Steck, Birgit (2012): Interview zum Thema „Handlungsmöglichkeiten für Reisende“. Seefeld-Hechendorf: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.. [13.11.2012; MEZ 14:00]; Siehe Anhang 3.

Steiner, Mario (2004): Forschung in der Sozialen Arbeit – Praktische Anwendung empirischer Sozialforschung. Wien: FH Campus Wien. Skriptum.

Strauss, Anselm/ Corbin, Juliet (1996): Grundlagen Qualitativer Sozialforschung. Weinheim: Psychologie Verlags Union.

Studienkreis (2012): Studienkreis für Tourismus und Entwicklung.
<http://www.studienkreis.org/> [letzter Zugriff 22.11.2012; MEZ 16:15]

Tanguay, Georges A./Rajaonson, Juste/Therrien, Marie-Christine (2011): Sustainable Tourism Indicators: Selection Criteria for Policy Implementation und Scientific Recognition. In: Cirano: Série Scientifique.

TourCert (2012): Corporate Social Responsibility in Tourism. Stuttgart.
<http://www.tourcert.org/> [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 15:00]

Tourism Watch (2012): Wir über uns.
<http://www.tourism-watch.de/content/wir-%C3%BCber-uns> [letzter Zugriff 22.11.2012; MEZ 15:06]

Travel Foundation (2012): About the Travel Foundation.
http://www.thetravelfoundation.org.uk/about_us/about_the_travel_foundation/ [letzter Zugriff 19.12.2012; MEZ 12:04]

TUI (2011): Reisen mit Respekt – Tipps für faires Reisen. Wien: Naturfreunde Internationale, respect – Fachstelle für nachhaltige Tourismusedwicklung.

<http://www.tui-deutschland.de/uuid/4433de00a5c7419e9f0e5d4d202b2b5e>

UNWTO (2011): Annual Report 2011. Madrid.

<http://www2.unwto.org/en/publication/unwto-annual-report-2011> [letzter Zugriff 28.08.2012; MEZ 10:15]

UNWTO (2012): Tourism Highlights – 2012 Edition. Madrid.

<http://www.e-unwto.org/content/x6k11g/fulltext?p=af844d55e22140349251b0df5a601285&pi=0#section=1083933&page=1> [letzter Zugriff 28.08.2012; MEZ 11:12]

Vorlaufer, Karl (1996): Tourismus in Entwicklungsländern - Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Wiki zu nuevalandia.net (2012): Lebensgrundlagen.

<http://wiki.nuevalandia.net/Lebensgrundlagen> [letzter Zugriff 02.09.2012; MEZ 14:15]

Wikipedia (2012a): Pyramide (Geometrie).

http://de.wikipedia.org/wiki/Pyramide_%28Geometrie%29 [letzter Zugriff 03.09.2012; MEZ 15:05]

Wikipedia (2012b): Grauwasser.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Grauwasser> [letzter Zugriff 11.12.2012; MEZ 15:08]

Wikipedia (2012c): Multimodal transport.

http://en.wikipedia.org/wiki/Multimodal_transport [letzter Zugriff 16.12.2012; MEZ 09:51]

Wikipedia (2012d): Myanmar.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Myanmar> [letzter Zugriff 12.01.2013; MEZ 09:56]

WTO - World Tourism Organization (2004): Indicators of sustainable development for tourism destinations: a guidebook. Madrid: WTO.

11. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

ABBILDUNG 1 - MINDMAP (© ELISABETH HELMICH 2012).....	13
ABBILDUNG 2 - HERMENEUTISCHER ZIRKEL (EIGENE DARSTELLUNG NACH BREUER 2009:48)	16
ABBILDUNG 3 - TOURISMUSSYSTEM (KASPAR 1996 IN BIEGER 2006:68; VEREINFACHTE, EIGENE DARSTELLUNG)	19
ABBILDUNG 4 - INTERNATIONALE TOURISTINNENANKÜNFTEN IM ZEITRAUM 1950 - 2010 MIT AUSBLICK BIS 2020 (UNWTO 2012:14).....	22
ABBILDUNG 5 - AUFTEILUNG NACH REGIONEN DER INTERNATIONALEN TOURISTINNENANKÜNFTEN IM JAHR 2011 (UNWTO 2011:7).....	23
ABBILDUNG 6 - KLASSISCHES DREI-SÄULEN-MODELL (HAUFF/KLEINE 2009:117)	33
ABBILDUNG 7 - INTEGRIERENDES NACHHALTIGKEITSDREIECK (HAUFF/KLEINE 2005 IN HAUFF/KLEINE 2009:125; EIGENE DARSTELLUNG).....	35
ABBILDUNG 8 - GESAMTSYSTEM NACHHALTIGE FREIZEITENTWICKLUNG (FREERICKS/HARTMANN/STECKER 2010:254)	43
ABBILDUNG 9 - HIERARCHISCHE EBENEN MIT ZIELEN, KRITERIEN UND INDIKATOREN (FREERICKS/HARTMANN/STECKER 2010:316; EIGENE, VEREINFACHTE DARSTELLUNG)	51
ABBILDUNG 10 - ABLAUF DER THEMENBEREICHSBEARBEITUNG (© ELISABETH HELMICH 2012).....	69
TABELLE 1 - INTERNATIONALE TOURISTINNENANKÜNFTEN AB 1990, ABSOLUT UND RELATIV (UNWTO 2012:5; EIGENE DARSTELLUNG)	24
TABELLE 2 - VERGLEICH DER KOMPONENTEN VON VERSCHIEDENEN DEFINITIONEN DER NACHHALTIGKEIT (JOHNSEN/UMBACH-DANIEL/SCHNELL 2003 IN BIEGER 2006:282-284).....	39
TABELLE 3 - POSITIVE UND NEGATIVE WIRKUNGEN DER FREIZEIT IN DEN DREI NACHHALTIGKEITSDIMENSIONEN (FREERICKS/HARTMANN/STECKER 2010:278; JOB/WEIZENEGGER 2003:635).....	46
TABELLE 4 - BASELINE ISSUES AND BASELINE INDICATORS OF SUSTAINABLE TOURISM (WTO 2004:244F; EIGENE DARSTELLUNG).....	59

12. Abkürzungsverzeichnis

Akte	Arbeitskreis für Tourismus und Entwicklung
BMWFJ	Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
CSR	Corporate Social Responsibility
EED	Evangelischer Entwicklungsdienst
EU	Europäische Union
ITB	Internationale Tourismus Börse
GSTC	Global Sustainable Tourism Council
NGO	Non-Governmental Organisation (dt.: Nicht-Regierungsorganisation)
NFI	Naturfreunde International
NTE	Nachhaltige Tourismus Entwicklung
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development
UN	United Nations
UNEP	United Nations Environment Programme
UNWTO	United Nation World Tourism Organisation
WTO	World Tourism Organization
WTTC	World Travel & Tourism Council

13. Anhang

13.1. Anhang 1 – „Fair-Tipps“ von „fairunterwegs“

fair unterwegs sein – gewusst wie?

Machen Sie die fünf "fair unterwegs"-Faustregeln zu Ihren persönlichen Leitsätzen auf Reisen. Mit unseren konkreten Tipps können Sie diese ganz einfach in ihren Reiseplänen umsetzen:



Zeit nehmen

Nehmen Sie sich Zeit für Ihre Ferien. Stimmen Sie sich mit Reiseführern und Literatur aus dem Gastland ein. Informieren Sie sich über Sicherheitslage und Formalitäten. Bleiben Sie auch nach der Reise in Verbindung - mit Ihren GastgeberInnen, mit Menschen aus dem Gastland hier bei uns, mit der Unterstützung von Solidaritätsprojekten. Tragen Sie mit dem Kauf von Fairhandels-Produkten zu mehr globaler sozialer Gerechtigkeit bei.



Fairer Austausch

Legen Sie Wert auf einen fairen Austausch mit Ihren GastgeberInnen. Schätzen Sie es als grosses Privileg, willkommen geheissen zu werden. Respektieren Sie die Selbstbestimmung und Würde Ihrer GastgeberInnen und unterstützen Sie die Rechte der gastgebenden Bevölkerung auf Mitsprache und Teilhabe am Tourismus.



Nutzen für die Einheimischen

Ihre Ferienreise soll der Bevölkerung am Zielort den grösstmöglichen Nutzen bringen. Ziehen Sie einheimische Unterkünfte und Dienstleistungen vor. Bringen Sie Erzeugnisse aus dem lokalen Handwerk als Reiseandenken nach Hause und geniessen Sie die kulinarischen Spezialitäten der Region.



Faire Preise

Achten Sie darauf, faire Preise zu bezahlen. Sichern Sie so die Existenz der AnbieterInnen langfristig und ermöglichen Sie ihnen einen guten Service wie auch Investitionen in Umwelt, Bildung und Gemeindeentwicklung. Vergewissern Sie sich, dass alle, die zu Ihrem Ferienerlebnis beitragen, zu guten Bedingungen arbeiten.



Respekt vor Lebensgrundlagen

Schätzen Sie Naturschönheiten und respektieren Sie die attraktive Landschaft als Lebensraum Ihrer GastgeberInnen. Ihre Komfortansprüche sollen nicht zum Verschleiss der knappen Ressourcen wie Land und Wasser führen. Belasten Sie die Umwelt am Ferienort nicht unnötig und wählen Sie umweltfreundliche Verkehrsmittel.

13.2. Anhang 2 – Expertinneninterview I

Interview mit Christine Plüss von Akte, Schweiz

Zeitpunkt: 8. 10. 2012 um 14 Uhr, per Telefon

Dauer: 36 Minuten 24 Sekunden

Abkürzungen:

Interviewerin: Elisabeth Helmich (EHE)

Interviewte: Christine Plüss (CPÜ)

Begrüßung, Abklärung der Zeitfrage, Vorstellung;

1. Frage von EHE: Die erste generelle Frage: Und zwar, ich habe Ihre Homepage schon öfters besucht - wie ist die Resonanz auf das ganze Thema? Ist Ihre Homepage gut besucht? Machen Sie viele Fortbildungen für Schulen?

Antwort CPÜ: Unser Reiseportal ist mehr als einfach eine Homepage, es sind ja auch über 40 Partner beteiligt. Das Portal ist sehr gut besucht, wir haben etwa 1000 Besucher pro Tag im Schnitt. Es sind zwischen 600 und 1200 oder noch mehr an gewissen Tagen – also sehr zufriedenstellend, großes Interesse.

EHE: In Bezug auf die Unterrichtsmaterialien in Schulen, die Sie anbieten – wie ist da die Resonanz von schulischer Seite zum Beispiel?

CPÜ: Wir haben ein Bildungsprogramm im Arbeitskreis für Tourismus und Entwicklung. Das Reiseportal ist eines unserer wichtigsten Arbeitsfelder, aber nicht das einzige. Und Bildungsarbeit – die haben wir eigentlich neu ausgerichtet seit etwa 2006. Und machen fast nur noch das, mit Schwerpunkt in der touristischen Fachausbildung. Dafür haben wir Module erarbeitet, die wir auf Bedürfnisse der Lehranstalten ausrichten. Diese ganzen Sachen sind nicht abrufbar bei uns. Sowieso nicht auf dem Reiseportal. Wir haben auf unserer Homepage www.akte.ch –eine Informationsabteilung zur Bildungsarbeit, wo wir Information geben, wo wir auch Tipps geben. Früher war unser Schwerpunkt, einfach in Schulen zu gehen und auch Lehrmaterialien dafür bereitzustellen, aber wir haben hier die Richtung völlig geändert.

Wir haben immer noch relativ gute Nachfrage, ohne dass wir es bewerben, für die Schulmaterialien oder auch Filme. Aber das ist natürlich gegenüber früher, wo wir das wirklich bewirtschaftet haben, ein bisschen auf Sparflamme. Wir haben auch gesehen, dass Lehrpersonen praktisch keine Zeit mehr haben, Fremdthemen so aufzunehmen. Wenn das dann zum Schwerpunkt wird in einer Schule, nehmen wir uns gerne die Zeit, die Lehrpersonen direkt am Telefon zu beraten, wie sie das

gestalten können. Aber insgesamt, das macht auch keinen Sinn mehr, einfach Bildungsmaterialien auf gut Glück bereitzustellen. Das ist auch kommerziell eigentlich nur mehr ein Verlustgeschäft. Die Bildungsanstalten sind völlig überfrachtet mit Lehrmaterialien und es ist schwierig, zum Tourismus dann einfach irgendetwas bereitzustellen. Das geht eigentlich nur noch auf genaue Absprache.

Was wir natürlich haben auf dem Reiseportal, sind über das Reiseportal, aber auch über unsere Bildungsarbeit, viele Studierende. Das sind allerdings dann nicht Schüler, sondern effektiv höhere Fachschulen, Fachhochschulen und Universitäten; Schweiz, Deutschland, Österreich, wo sich sehr viele Studierende, über 100 pro Jahr, mit Anfragen zu Diplomarbeiten usw. an uns wenden. Das ist praktisch jetzt aus dem Reiseportal ein Zielpublikum geworden, das war ursprünglich nicht so angepeilt. Wir können gut auf unseren Themenkatalog verweisen, weil wir sehr, sehr viele Beiträge auch archiviert haben. Unter „Themen“ auf dem Portal, da kann man sich schlau machen.

EHE: Auf der Homepage geben Sie ja ganz viele Reisetipps, „Fair-Tipps“ nennen Sie die ...

CPÜ: Am Portal meinen Sie?

EHE: Ja, genau – wie sind diese ganzen Reisetipps eigentlich zustande gekommen? Haben Sie Fachpersonal, das sich genau damit beschäftigt oder wie ist das generiert worden?

CPÜ: Wir sind das Fachpersonal. Es gibt nicht sehr viele Leute, die soviel Kompetenz haben zu Tourismus und Entwicklung wie jetzt wir hier das Team. Es gibt ja in Österreich die „respect“, die ja jetzt die Abteilung bei die „Naturfreunde Internationale“ ist. Es gibt in Deutschland „TourismWatch“. Aber die Fachleute zu diesem Thema lassen sich praktisch an einer Hand abzählen in Europa, auch an zwei Händen. Und uns gibt es seit 35 Jahren. Was hier bei uns an Information zusammengetragen wird, ist das Resultat dieser Beschäftigung, wir haben immer verschiedene Quellen – Sie fragen hier in Ihren Unterlagen nach wissenschaftlichen – ich weiß nicht genau, was Sie was hier unter wissenschaftlichen Unterlagen verstehen?

EHE: Ob's da Studien dazu gibt, oder die aus bestehender Literatur ausgearbeitet werden.

CPÜ: Also es gibt natürlich zu vielen Bereichen Studien, aber es gibt andere Bereiche, die gerade praxisnah überhaupt nicht untersucht sind. Wir schauen immer ein bisschen Marktforschungsangaben darüber, wie sich die Leute für das Thema „Nachhaltigkeit“ interessieren. Aber man weiß immer noch viel zu wenig – das zu Ihrer letzten Frage oder zweitletzten Frage – in der Wissenschaft, man weiß immer noch viel zu wenig, was die Leute eigentlich brauchen, damit sie auch so handeln, wie sie es in Meinungsumfragen sagen. Also sie möchten gerne nachhaltig unterwegs sein, aber was brauchen sie, damit sie das tun.

EHE: Ja, aber da ist ja Ihr Portal eine perfekte Anleitung dazu?!

CPÜ: Ja genau. Dann machen wir halt eine Mischung. Wir haben praktisch zu jedem dieser Themenfelder, Tipps. Sagen wir, die fünf ausprägenden Tipps. Also unter „Fair-Tipps“, so wie das strukturiert ist. Was man machen kann, damit die Einheimischen etwas davon haben. Die Frage des Respekts, die Frage der Preise, die Frage der Lebensgrundlagen und Nachhaltigen Nutzung. Und zur Reisevorbereitung. Aber dann auch so Einzelfragen, die wir dann im Bereich *frequently asked questions* abhandeln. Das kommt aus einem reichen Fundus aus verschiedenen Quellen. Es gibt wissenschaftliche Studien, die sind nicht immer sehr brauchbar, es gibt journalistische Untersuchungen, die wir auch gerne beziehen oder einfachere Abklärungen und dann gibt es die eigenen Recherchen. Wir haben immer wieder Themenbereiche selber ganz stark selber recherchiert – jetzt Menschenrechtsfragen, früher einmal Kinderarbeit, Frauen im Tourismus. Und was wir immer noch machen dazu – Öffentlichkeitsarbeit offline: Wir sind ja nicht nur über das Portal mit vielen Menschen verbunden, wir gehen auch raus. Wir machen Messen, haben einige gemacht im letzten Frühling, und hatten über 600 Kundenkontakte und haben das dann wieder ausgewertet. Jetzt werden wir wieder so eine öffentliche Aktion machen im November, gehen dann auf eine Ferienmesse im Februar, vielleicht noch auf eine Messe „Natur“ im März, dann wieder zur „ITB“¹⁰³ – da hat man Kundenkontakt. Und wir haben auch über das Portal, leider zeigt sich das wenig im interaktiven Bereich, das ist schwierig, aber wir kriegen doch sehr viel Feedback im Sinn des Kontaktformulars. Und dann kriegen wir Anfragen. Und so können wir dann auch immer wieder unsere Kommunikation ausrichten. Aber es sind immer wieder verschiedene Bestandteile, die es dann machen, dass ein Tipp so formuliert wird und nicht anders. Oder die *frequently asked questions*, den ganzen Katalog, den wir da haben unter „Fair-Tipps“, das sind im Prinzip Fragen, die bei uns oder in befreundeten Reisebüros am meisten gestellt werden. Das kommt direkt aus der Praxis. Dann tun wir uns zusammen, wir in unseren Beiräten, Gremien, da gibt es Leute aus der Branche, die sammeln das für uns

EHE: Das heißt, es ist aber auf alle Fälle eine Zusammenarbeit mit der Praxis, z.B. mit Reisebüros vorhanden?

CPÜ: Unbedingt ja, auch die Tipps zum Buchen, die wir jetzt haben im Rahmen unserer Kampagne „Augen auf beim Ferienkauf“, da sind wir permanent im Austausch mit Reiseveranstaltern, die gerne auch ihre Nachhaltigkeitsbemühungen auch in Wert setzen möchten. Die sich auch mehr so ein Publikum wünschen, das mehr solche Sachen fragt.

EHE: Wenn es jetzt darum geht – Sie haben sie gerade angesprochen – die Reiseveranstalter versuchen ja auch, ich sag es jetzt mal provokant, sich mit Nachhaltigkeitsaspekt zu schmücken. Wie kann man einem Konsumenten das Vertrauen geben, dass eine Reise nachhaltig ist? Gibt's da Ansätze von Ihnen? Was würden Sie dem Konsumenten empfehlen?

CPÜ: Der Begriff an sich – Nachhaltigkeit – ist sowieso schon schwierig. Wir versuchen das möglichst nicht so zu verwenden, vor allem nicht „Nachhaltiger

¹⁰³ ITB = Internationale Tourismus-Börse

Tourismus“, sondern Tourismus, der zu einer nachhaltigen Entwicklung beiträgt und dann sieht man schon eher, was es dazu braucht. Bei Kundenumfragen in Deutschland hat sich gezeigt, dass das Stichwort „Nachhaltigkeit“ absolut lockt! Aber die Leute sich absolut Verschiedenes darunter vorstellen. Zum Beispiel es schöner Abend mit Freunden oder so. Sachen, die jetzt direkt mit dem Nachhaltigkeitsbegriff für Reisen nichts zu tun haben. Deshalb haben wir jetzt auch beschlossen, in dieser Kampagne „Augen auf beim Ferienkauf“ den Leuten nochmal viel klarer zu sagen, was dann das ausmacht, dass bei einem Angebot die Umwelt schonen hilft und zum fairen Umgang mit der Gastbevölkerung beiträgt. Da gibt's die Einführthemen, die wir bereits in den Tipps so schon haben, aber dann von einer anderen Seite nochmal aufgebröseln. Wenn ich buche, möchte ich ein Hotel, das betriebliches Management hat, das Wasser spart und schont. Schonender Umgang mit Wasser: Wassersparmaßnahmen, Wasser klären lassen, das nicht einfach dem Nachbar das Grundwasser abpumpt. Ich möchte ein Hotel, das Energie spart. Ich möchte ein Hotel, das mit Müll verantwortlich umgeht. Da gibt es jegliche Konzepte. Und dann auch: ich möchte ein Hotel, das faire Arbeitsbedingungen für die Angestellten hat. Ich möchte einen Reiseveranstalter, der die Menschenrechte respektiert und das im Leitbild geschrieben hat und Maßnahmen dazu ergreift. So ganz Basic ist natürlich immer Fliegen, wenn es sich nicht vermeiden lässt. Das muss kompensiert werden mit einem Goldstandardanbieter wie myclimate¹⁰⁴ oder atmosfair¹⁰⁵. Und jeglicher Tourismusanbieter müsste den Code zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung ratifiziert haben. Das sind so Eckpunkte, um den Leuten auch zu verdeutlichen, daraus besteht das sogenannte Nachhaltige – es geht nicht einfach darum, dass man unterwegs Leuten begegnet oder dass man als Freiwilliger zwei Tage irgendwo arbeiten geht.

EHE: Und haben Sie dann auch schon Rückmeldungen aus der Praxis, ist das auch wirklich machbar? Kann ich als Reisebüro, wenn eine Kundenanfrage mit genau diesen Kriterien komme, kann ich eine Reise zur Verfügung stellen? Kann man das wirklich nachprüfen als Reisebüro?

CPÜ: Ja, das kann man und das ist auch nicht so schwierig. Es gibt für Reiseanbieter, sei es Reiseveranstalter oder Reisebüros, also Wiederverkäufer, gibt es ein ausgezeichnetes Nachhaltigkeitsmanagementsystem, das zertifiziert wird. Das heißt „TourCert Tourism“ und wird von „TourCert“ angeboten. In Deutschland gibt's ja den Zusammenschluss von „Forum Anders Reisen“. Die haben sich den Kriterienkatalog, zu dem sie sich als Mitglied verpflichten, haben damit ihre Zertifizierung aufgebaut, damit nachgewiesen werden kann, was einer tut. Aus diesem Vorgang ist die „TourCert Tourism“-Zertifizierung entstanden von „TourCert“. Das können heute auch Veranstalter machen, die nicht Mitglieder sind von „Forum Anders Reisen“. Und wer das hat, muss sich gegenüber dem Zertifizierer ohnehin ausweisen, dass er genau diese Maßnahmen einhält. Seine Leistungsträger daraufhin checkt, seine Kundschaft entsprechend informiert. Andere Reiseunternehmen haben andere Nachhaltigkeitsmanagementsysteme, z.B. hat die

¹⁰⁴ Siehe <http://de.myclimate.org/de.html> [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 18:45]

¹⁰⁵ Siehe www.atmosfair.de [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 18:46]

TUI eins. Wir haben im letzten Jahr eine Transparenzanalyse gemacht. Haben Sie die gesehen?

EHE: Nein, die hab' ich nicht gesehen.

CPÜ: Müssen Sie mal schauen. Bei der Kampagne „Augen auf beim Ferienkauf – welcher Reiseveranstalter informiert Sie am Besten über Nachhaltigkeit“. Wir haben das geprüft, weil wir ja nicht prüfen konnten, wie die das umsetzten, wir hatten ja kein Geld um in die Destinationen zu gehen. Wir haben geprüft, wie sie das der Kundschaft gegenüber zum Ausdruck bringen. Da müssen Sie mal schauen, das ist vergleichend, was sie online sagen und auf ihren Websites machen und in den Katalogen. Und da gibt's noch viel Handlungsbedarf.

EHE: Ich hab' das gesehen. Ich hab' zum Beispiel im „Forum Anders Reisen“ reingeschmökert und hab' zum Beispiel mir die Burma-Reisen angeschaut von den verschiedensten Reiseorganisationen, die dort angeboten werden. Und für mich beinhaltet der Nachhaltigkeitsaspekt auf jeden Fall auch politische Informationen. Und wenn man hier nicht einmal informiert wird, dass das bis vor wenigen Jahren – was heißt wenigen Jahren – bis vor einem Jahr noch eine Diktatur war – da fällt es mir schwer, das Gesamtkonzept positiv zu beurteilen, bzw. die Reise von dieser einzelnen Organisation. Mir fehlt es oft noch am Greifbaren.

CPÜ: Da haben Sie bestimmt recht, es gibt sehr großes Optimierungspotenzial in der Branche. Vor allem, wenn jemand etwas macht, wenn jemand das „TOURCert Tourism“- Zertifikat macht, dann sollte es der Reisekundschaft auch kommuniziert werden, damit sie sich daran gewöhnt, die Reisekundschaft, worauf sie achten muss. Wenn die Veranstalter im kommerziellen Angebot das transparent ausweisen würden: Dieses Angebot würde überprüft auf das und das, und das entspricht diesen Anforderungen. Dann kommt sehr viel schneller von den Reisenden, darauf muss ich achten. Das wäre auch viel, viel wirksamer, als wir, die einfach von außen zusätzlich eine Kampagne betreiben.

Und was die Branche noch nicht gecheckt hat, insgesamt noch nicht, ist, wie sie ihre eigenen Bemühungen zur Nachhaltigkeit in Wert setzen kann. Was bringt es mir als Unternehmen, wenn ich ein Nachhaltigkeitsmanagement einführe. Wie kann ich das bei meiner Kundschaft in Wert setzen? Wenn man das schon tut und schlecht darüber informiert, dann ist das vergebenes Potenzial. Das ist ein Jammer, das ist wirklich sehr schade. Das müsste ganz dringend besser gemacht werden. Es gibt immer mehr Untersuchungen, die zeigen, tendenziell lässt sich das zumindest abzeichnen, die großen Veranstalter, auch wenn sie Nachhaltigkeitsmanagement haben, verlieren heute Kundschaft.

EHE: An wen?

CPÜ: Ans Internet, für die 08/15-Reisen, wo man einfach ein Package buchen kann. Und sie verlieren an die Mittelständischen und Kleinen, die eine gute Beratung haben. Eine personifizierte, persönliche, gute Beratung. Die Leute, die auf Nachhaltigkeit achten, sind sicher sehr oft Leute, die auch ins Reisebüro gehen.

Vielleicht buchen Sie auch online, das sind oft erfahrene Leute, die oft rumfragen. Da könnten auch die Großen Marktanteil wieder gewinnen, wenn sie ihre Nachhaltigkeitsbemühungen in Wert setzen würden. Die britische „Travel Foundation“¹⁰⁶, die britische Stiftung hat eben eine Studie veröffentlicht: „The Survival of the fittest“¹⁰⁷. Die sagt ganz klar, wer in der Reisebranche nicht resolut auf Nachhaltiges Wirtschaften umstellt, wird eingehen. Es ist eine Überlebensbedingung.

EHE: Das heißt, es wird der Trend auf jeden Fall in diese Richtung gesehen, laut dieser Studie?

CPÜ: Die Kundschaft fragt mehr nach – ihre Erwartungen sollen erfüllt werden. Vielleicht fragt sie nicht mehr nach, sondern erwartet zunehmend, dass ein Hotel sein Abwasser nicht einfach ungeklärt ins Meer lässt. So Selbstverständlichkeiten. Und auf der anderen Seite sieht man doch, dass es großes Sparpotenzial gibt, Effizienzgewinne. Also wenn man – Sie müssen vielleicht die Studie lesen. Ich kann Ihnen den Link schicken. Wir haben sie zwar besprochen, aber die Besprechung ist noch nicht online. Und es ist auch ein Risikomanagement, das einhergeht mit einem Nachhaltigkeitsmanagement. Das heißt, Sie müssen eine politische Situation in einem Land einschätzen, damit Sie nicht in den Hammer laufen, wenn es da Aufstände gibt und so weiter. Und natürlich auch Umweltrisiken. Das verlangt heute schon von Veranstaltern neues Wissen.

EHE: Laut dieser Studien geht es darum, dass es kein Nischenprodukt bleibt, sondern mehr Potenzial für eine größere Masse hätte?

CPÜ: Das hat nichts mit Nische zu tun. Das muss sich quer durch die gesamte Geschäftstätigkeit durchziehen. Als Konzept und als Leitgedanke. Wir wollen die Destinationen erhalten, Sorge dazu tragen. Sorge tragen zu den Angestellten, damit die nicht ständig den Job wechseln und wir nicht so hohe Turnover, Verluste haben, usw.

EHE: Aber wie sehen Sie das? Hat das wirklich Potenzial? Kann wirklich so ein Bewusstsein geschaffen werden? Dass es jetzt außer Frage steht, dass es so sein müsste, um ein Leben für jedermann zu ermöglichen, dass dieser halbwegs gut überlebt und der Tourismus kann ja in Entwicklungsländern teilweise wirklich was bringen, aber dafür muss die Masse an Konsumenten überzeugt davon sein. Da stellt sich für mich die Frage, ob das wirklich machbar ist und ob das wirklich Realität werden kann?!

CPÜ: Ja, das ist eigentlich nicht die falsche Frage. Oder das ist die falsche Frage, weil da bin ich mit der „Travel Foundation“ einverstanden. Und bin ich froh, dass sie das auch mit Beispielen belegen – aus der Branche selber, das sind ja Branchenverantwortliche, die das sagen. Es führt kein Weg daran vorbei im Tourismus, dass hier nachhaltiger gewirtschaftet wird. Sie haben heute das ganz, ganz große Problem im Zusammenhang mit Klima, Klimawandel – die Fliegerei, so

¹⁰⁶ Siehe <http://www.thetravelfoundation.org.uk/> [letzter Zugriff 19.12.2012; MEZ 08:35]

¹⁰⁷ Siehe http://www.thetravelfoundation.org.uk/images/media/Whitepaper_Survival_of_the_Fittest_2012.pdf [letzter Zugriff 19.12.2012; MEZ 18:37]

wie sie weiter gefördert wird praktisch und auch subventioniert und gedumped mit Billigangeboten in der Überseekonkurrenz, usw. Das wird auf Dauer so nicht weitergehen können. Der Flugverkehr ist auf dem besten Wege zum Klimakiller Nummer Eins. Im Transportwesen. Es ist ein riesiges Problem, es wird staatliche Regulierungen brauchen. Und der Flugverkehr muss eingebunden werden in die großen internationalen Abkommen. Das Kerosin ist ja immer noch immer steuerfrei, das geht auf Dauer auch nicht so, außerdem werden die Brennstoffe ohnehin mit der Verknappung teurer. Da tut sich ganz gewaltig etwas. Zudem kommt, dass die Auswirkung des Klimawandels gerade auf Küsten, niedrig liegende Inseln, auch auf unsere schönsten Tourismusgebiete wie die Gletscher in den Bergen, usw. ganz gravierende Auswirkungen haben. Das wird man sich gar nicht mehr leisten können, das noch in Schuss zu halten. Das heißt, es gibt Teuerungen, das heißt Regulierungen sind notwendig, ein Risikomanagement, ein längerfristiges Denken ist notwendig. Und wo ich mit Ihnen einverstanden bin, Ihre Skepsis teile ich mit Ihnen auch, dass man das über einen Bewusstseinswandel hinkriegt, oder dass man jetzt denkt, die Leute jetzt einfach aufweckt, dass sie das Anders-Reisen einfach jetzt tun. Das Angebot muss anders werden. Es muss ganz andere Ferienreisen geben, die aufgelegt werden. Das ist eine Überlebensfrage der Branche, wer das schafft und attraktiv ist, wird die Nase vorne haben, die anderen wird es nicht mehr geben. Das sagt auch die Studie „Survival of the Fittest“. Wenn jetzt einer nicht resolut umstellt auf Nachhaltiges Wirtschaften, dann verdient er es nicht mehr, Geschäfte machen zu können in diesem Bereich.

EHE: Aha. Ich bin gespannt auf die Studie. Das hört sich interessant an.

CPÜ: Es gibt andere Bereiche, die ebenfalls ein riesiges Konfliktpotenzial haben. Die Frage des Wassers. Tourismus ist ein übermäßiger Wasserkonsument, Wasserverschleuderer. Jedes Hotel muss einen grünen Garten und Pool haben, auch in der Wüste. Das sind Konzepte, die nicht mehr aufrecht zu erhalten sind, auch nicht zu legitimieren. Vor allem 800 Liter bis 1600 Liter Wasser pro Kopf pro Tag im Verbrauch im Vergleich, wo 15 oder 25 Liter für Einheimische zur Verfügung stehen. Das ist ein Konfliktpotenzial, das nicht aufrecht zu erhalten ist. Das kann böse ausgehen. Ganz ähnlich die Frage des Landes: also wenn auf schönem landwirtschaftlichen Land Megaresorts gebaut werden und man die Leute enteignet. Da gibt's so viel Konfliktstoff. Da ist nichts von Armutslinderung durch Tourismus und Entwicklungshilfe im Tourismus – überhaupt nicht. Tourismus schafft heute mehr Armut als er beseitigt.

EHE: Wirklich?

CPÜ: Ich würde das auf jeden Fall als Hypothese in den Raum stellen. Wenn wir sehen, wie viel gravierende Menschenrechtsverletzungen in Zusammenhang mit Tourismus passieren. Wir stellen die auch laufend zusammen auf unserer Menschenrechtsplattform. Schlechte Arbeitsbedingungen, die nicht den gesetzlichen Vorschriften entsprechen, Ausbeutung von Kindern, Kinderarbeit, sexuelle Ausbeutung, Enteignungen der indigenen Völker, Zwangsenteignungen, Vertreibungen, das sind Tatsachen, die laufend geschehen im Mainstream-

Tourismus. Das hat soviel Konfliktpotenzial. Tourismus kann sich dann vielleicht noch einfach woanders weiterentwickeln. Aber wenn jetzt ganz China und ganz Indien und alle auch noch reisen wollen, wohin geht man dann noch?

EHE: Gute Frage.

CPÜ: Und es wichtig, dass die Leute, die auf Reisen gehen, ein anderes Bewusstsein kriegen und auch um die Problematik wissen. Viele haben übrigens auch schon viel Reiseerfahrung und das auch schon gesehen. Die Sensibilisierung steigt, auf jeden Fall, das können wir von unserem Beobachtungsposten hier sagen. Aber alleine mit dem Verändern des Bewusstseins, kriegen Sie ganz schlecht Verhaltensänderungen auch hin. Zwischen dem, dass man etwas nicht tun sollte und das auch dann nicht zu tun, das sind Abgründe, oder?

EHE: Das sieht man ja auch im Kaufverhalten teilweise im Supermarkt. Die Produkte wären ja da und das Bewusstsein ist ja gerade in Richtung „FairTrade“ da, aber dass es dann bewusst gekauft wird, ist nicht immer jedermanns Sache.

CPÜ: Auch im Textil. Es muss einen Trend geben, der dort hingehet, dass Biobaumwolle verwendet wird und möglichst hohe Standards angesetzt werden bei der Verarbeitung des Textils. Und jede Kampagne, die für „FairTrade“ oder für *ethical textiles* wirbt, ist ein Baustein in die richtige Richtung und zieht auch den Mainstream nach sich, deshalb unterstützen wir so stark den „FairTrade“-Reisetourismus. Das ist ein Zugpferd, das ist ein Wegbereiter, so soll's sein.

EHE: Das wundert mich, es gibt das „FairTrade“-Gütesiegel nur für Südafrika¹⁰⁸, soweit ich das gelesen habe. Das gibt's ja noch nicht für Europa oder andere Kontinente, oder?

CPÜ: Nein, aber „FairTrade“-Produkte aus Europa gibt es ja auch nicht, es gibt nur Produkte aus Übersee – erstens. Und zweitens hat das „FairTrade Southafrica“ vom Schweizer Staatssekretariat für Wirtschaft ein Großprojekt an Land ziehen können. Wird dahin unterstützt, das „FairTrade“-Travel-, „FairTrade“-Tourism-Konzept auszuweiten auf acht Länder des südlichen Afrikas. Und dann wird das Angebot endlich größer von zertifizierten Betrieben vor Ort. Sodass auch mehr Veranstalter einsteigen können, um die sogenannte weitere Entwicklung die sogenannten „FairTrade“-Packages anbieten zu können. „FairTrade“-Packages heißt dann, das ist nicht nur der Betrieb von vor Ort oder das Ausflugsziel, das zertifiziert ist, sondern alle Bestandteile in der Wertschöpfungskette und auch der Veranstalter hier wird auf „FairTrade“-Kriterien überprüft. Können Sie nachlesen auf der Plattform über „FairTrade“-Reisen. Das haben wir gerade besprochen, im Juni eine Veranstaltung dazu gemacht zu diesem neuen Großprojekt.

EHE: Weil „FairTrade“ ist ja mittlerweile ein gängiges Gütesiegel, das wäre einfacher, weil die Leute bereits das Siegel kennen. Oder wenn ein Name schon da ist, ist es leichter, an Leute ranzukommen.

¹⁰⁸ Siehe <http://www.fairtourismsa.org.za/> [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 18:42]

CPÜ: Im Moment, haben diese Reisen, die angeboten werden, das international anerkannte „FairTrade“-Gütesiegel noch nicht. Das muss erst homogenisiert werden, angepasst, wir sind aber in Verhandlungen. Aber das dürfte noch dauern. Das wäre auch unglaublich, wenn das einfach über Nacht passiert.

Beendung des Gesprächs; Bedanken für das Interview; Diplomarbeit schicken – ja.

13.3. Anhang 3 – Expertinneninterview II

Interview mit Frau Birgit Steck vom Studienkreis, Deutschland

Zeitpunkt: 13. 11. 2012 um 14 Uhr, per Telefon (von meiner Seite per Skype)

Dauer: 24 Minuten 26 Sekunden

Abkürzungen:

Interviewerin: Elisabeth Helmich (EHE)

Interviewte: Birgit Steck (BST)

Begrüßung, Aufzeichnung Interview, Vorstellung

1. Frage von EHE: Die Verbindung zwischen Wissenschaft und Praxis ist für mich spannend. [Problem der schlechten Tonqualität von BST wird angesprochen] Sie schreiben auf Ihrer Homepage, dass Sie Wettbewerbe machen und auch Weiterbildungen und Ausbildungen. Jetzt wollte ich fragen, die Ansprechgruppe ist bei Ihnen wahrscheinlich immer hier die Organisation und nicht der Reisende selber?

Antwort BST: Ja, wenn wir die Wettbewerbe ausschreiben, den „TOURA D’OR“ als Filmwettbewerb bzw. den „ToDo!“ als Wettbewerb für sozial verträglichen Tourismus, sind natürlich, ich sag mal, die Akteure in Tourismus, sprich auch die, die’s weitergeben können, die Ausschreibungsunterlagen, also Verbände, Touristboards, Vereine angesprochen und nicht in erster Linie der Tourist selbst. Aber wenn es darum geht, diese Projekte, oder Filme dann zugänglich zu machen, dann ist natürlich schon die Zielgruppe der Endverbraucher.

EHE: Das heißt, im Endeffekt wird der Endverbraucher bei Ihnen über den anderen Akteur angesprochen?

Ja, und wir und soweit über Medien, vielleicht jedes Jahr, wenn wir die Preisverleihung bei der ITB haben, also jährlich für den „ToDo!“ und alle zwei Jahre für den „TOURA D'OR“ sind ja auch Medienvertreter und alle Multiplikatoren vertreten und die schreiben natürlich schon für den Endverbraucher. Dann finden Sie schon Zeitungsartikel oder Blogs oder alle möglichen Medien, die dann über die Preisverleihung und damit auch über alle möglichen Projekte berichten.

EHE: Und wo würden Sie als Unternehmen die Möglichkeiten jetzt sehen, dem Verbraucher jetzt noch mehr Möglichkeiten zu einem fairen Tourismus, fairen Reisen zu ermöglichen? Sie sagen, Sie machen das über Wettbewerbe, über Fortbildungen zum Beispiel für Reiseleiter und, und. Wo sehen Sie noch Handlungsbedarf?

BST: Ja, wir sehen für uns ganz konkret Handlungsbedarf, dass die Gewinnerprojekte oder Gewinnerinitiativen, Gewinnerfirmen des „ToDo!“ zum Beispiel, dem Preis für sozial verantwortlichen Tourismus, dass die noch stärker promotet werden, dass die besser buchbar werden. Da sind wir eben dabei ein Konzept zu entwickeln, dass die gerade über spezialisierte Onlineplattformen eben auch gefunden werden. Es gibt einige, die sind schon sehr gut vernetzt. Da gibt's welche, die direkt mit Reiseveranstaltern zusammenarbeiten oder auch über verschiedene Reiseführer, also der „Lonely Planet“ oder der „Rough Guide“, also was auch immer. Also auch direkt geführt werden und erwähnt werden und damit eben auch stärker besucht werden können. Aktiv, also wenn da dann die Entscheidung kommt, ja da möchte ich hin, die haben „ToDo!“ gewonnen. Aber diese Initiativen, die sind, ich sag mal, die Minderheit aller „ToDo!“-Preisgewinner und die Mehrheit der „ToDo!“-Preisgewinner hat den Marktanschluss nicht so direkt. Da sind wir eben am prüfen, welche Rolle der Studienkreis haben kann, auch diese Wettbewerbsgewinner nach diesem Wettbewerb und nach dieser medienträchtigen Veranstaltung auf der ITB schon auch dann mit den Konsumenten zusammenzubringen. Entweder direkt an die Verbraucher über entsprechende Onlineplattformen oder auch an spezialisierte Veranstalter.

EHE: Da sind Sie erst dabei?

BST: Ja, da sind wir erst dabei. Da haben wir schon mal Prüfungen durchgeführt. Das ist eine Frage der Kapazitäten und der Förderung, weil der Studienkreis ist ja auch durch öffentliche Mittel gefördert in Deutschland. Durch Seiten des BMZ¹⁰⁹ und auch andere Förderer. Und da muss jetzt natürlich erst mal eine Projektidee oder eine Weiterspinnung als Entwicklung des „ToDo!“-Wettbewerbes und damit auch um das kümmern, um ehemalige Preisträger, und nicht nur die aktuellen aus diesem Jahr, dass das Projekt dann eben unterstützt wird. Das kann der Studienkreis aus eigenen Mitteln nicht bestreiten. Aber da sind wir dran. Aber im Moment ist das noch Zukunftsmusik.

¹⁰⁹ BMZ = Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

EHE: Sie kennen sicher die Onlineplattform „Forum Anders Reisen“. Die preisen sich ja auch an als Forum für Nachhaltigen Tourismus. Da werden Reisen dazu vorgestellt – geht das dann in die Richtung?

BST: „Forum Anders Reisen“ ist ja ein Verband! Das ist ja keine Onlineplattform, die nachhaltige Produkte vermarktet. Das ist ein Verband von Veranstaltern, die für sich einen bestimmten Kriterienkatalog sozusagen unterschreiben. In dem sie für sich definieren, wir bieten eine besonders nachhaltige Form von Tourismus an. Und da gibt es große und kleine Veranstalter, die Mitglied sind in „Forum Anders Reisen“. Die sich dann schon an die Kriterien des Verbands halten müssen. Es ist an sich keine Onlineplattform. Also Onlineplattformen werden – also im traditionellen Bereich die „Expedia’s“¹¹⁰ oder „Opodo’s“¹¹¹ –im Massentourismusbereich, die alle möglichen Produkte anbieten und es gibt ein paar wenige Plattformen, die auch spezielle zertifizierte Produkte anbieten. Da muss man dann eben sehen, welchen Kriterien man entsprechen muss, damit er auf diese Plattform kommt oder entsprechend auch von den Kunden wahrgenommen wird. Es gab auch mal auf der europäischen Ebene solche Ansätze wie „DestiNet“¹¹² oder Zertifizierungsnetzwerke wie „travalize“¹¹³, die dann schon auch versucht haben, das eben auch in die Vermarktung zu bringen. Aber wenn ich jetzt ehrlich sein darf, wir haben uns noch nicht so intensiv darum gekümmert, aber die sind beim Verbraucher eher nicht so bekannt.

EHE: Es gibt ja das „FairTrade“-Gütesiegel für Reisen in Südafrika – [Schlechte Verbindung, kurzes Nachfragen und dann Wiederholen der Frage] Könnten Sie sich vorstellen, dass ein „FairTrade“-Gütesiegel wie in Afrika auch in Europa Platz hätte oder von Reisenden akzeptiert wird/angenommen würde?

BST: Es gibt hier Nachfragen bzw. Umfragen, dass sehr viele Leute sich – ich kann jetzt nicht für den gesamteuropäischen Markt sprechen, ich weiß es für den deutschen Markt. Ich weiß, dass es viele Menschen gibt, die sich für „FairTrade“, für nachhaltige Produkte insgesamt in verschiedenen Sparten interessieren und die auch ganz toll finden, aber es sind nur ganz wenige, die diese dann auch tatsächlich kaufen. Da gibt’s schon eine Bekenntnis-/Umsetzungslücke – eine große. Das ist eben, im Lebensmittelbereich schließt sich diese Lücke ein bisschen. Grade Österreich und Schweiz sind da Vorreiter, was den Lebensmittelbereich betrifft, Deutschland hinkt da noch hinterher. Im Reisebereich ist das so, dass sich die Lücke gar nicht so gut schließt. Viele Leute bekennen sich zu „FairTrade“ und fairen Bedingungen bei der Produktion oder auch im Tourismus. Das finden viele sehr toll und im Moment ist ja auch das Thema „Menschenrechte“ irgendwo auch selbst in der

¹¹⁰ Siehe <http://www.expedia.at/> [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 18:39]

¹¹¹ Siehe <http://www.opodo.de/> [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 18:41]

¹¹² DestiNet beschreibt sich selbst als „Knowledge Networking Portal for Sustainable & Responsible Tourism“ (DestiNet 2012). „DestiNet is an independent portal which brings together the global community of people and organisations working for making tourism more sustainable. [...] DestiNet is administrated by ECOTRANS - a independent not-for-profit European network of experts and organisations who are working for making tourism more sustainable - in partnership with the European Environment Agency (EEA), the United Nations Environment Programme (UNEP), and the World Tourism Organization (UN WTO). DestiNet is officially registered as a United Nations ‘Partnership for Sustainable Development’ “ (DestiNet 2012).

¹¹³ Keine Informationen dazu im Internet gefunden.

traditionellen Massentourismusindustrie angekommen, es wird zumindest angesprochen. Und da versuchen auch Anbieter, sich abzusetzen und sagen, wir kümmern uns ganz aktiv darum, dass die Menschenrechte eingehalten werden, dass wir vor Ort nur mit Unternehmen zusammenarbeiten, die dann auch für faire Arbeitsbedingungen einstehen und uns das auch garantieren können, aber das sind immer noch die Ausnahmen. Traurige Wahrheit ist schon, dass in der Tourismusindustrie sehr viel über den Preis entschieden wird. In der Reiseentscheidung spielen die ganzen guten Argumente, zu denen man sich in der Absichtserklärung bekennt, in den Umfragen, immer wieder – wir arbeiten ja ganz stark mit der Reiseanalyse zusammen – dieses Bewusstsein ist schon da, was Tourismus bewirkt an Positivem und Negativem, aber die Umsetzung dann, sich aktiv für eine Reise zu entscheiden, die all diese Kriterien erfüllt, die findet im Moment noch zu wenig statt, viel zu wenig und steht gar nicht immer im Verhältnis zu diesem Lippenbekenntnis.

EHE: Meiner Erfahrung nach ist es auch schwierig ein Unternehmen zu finden, das eine Reise anbietet, wo die Kriterien nachhaltig sind. [schlechte Tonqualität] Also als Konsument ist es sehr schwierig, einen Reiseveranstalter des Vertrauens zu finden.

BST: Da kann ich Ihnen zustimmen, es gibt sehr wenige Reiseveranstalter. Ich denke mal, das „Forum Anders Reisen“ ist sicher mal ein guter Schritt in die richtige Richtung, weil sie sich selbst an Kriterien gebunden fühlen, die speziell für diesen Verband gelten. Aber das ist sehr schwierig. Aber ich weiß zum Beispiel, dass es in der Schweiz eine Initiative gibt, die allerdings noch nicht marktreif ist – von „Akte“, ich weiß nicht, ob Sie „Akte“ kennen in der Schweiz, mit Christine Plüss – die kümmern sich gerade darum, sowas wie einen Verbraucherleitfaden aufzustellen/herzustellen, der den Kunden oder Reisenden, egal ob pauschal oder individuell, sich um eine Reise kümmert, da auch die richtigen Kriterien oder Entscheidungshilfen mit auf den Weg gibt. Aber das ist, auch in der Schweiz, wo vielleicht die Voraussetzungen besser sind, gar nicht so einfach und das kann auch nur bedingt als Modell für Deutschland genommen werden. Wie es am österreichischen Markt aussieht, weiß ich nicht genau. Ob da „respect“ auch oder die „Naturfreunde Internationale“ eine Rolle spielen, die beschäftigen sich ja auch mit verschiedenen Themen, aber ob die jetzt konkret Richtlinien und Handreichungen für Verbraucher rausgeben, weiß ich nicht.

EHE: Wie sehen Sie generell die Zukunft von Fairem Tourismus? Es ist ja einstweilen ein Nischenprodukt. Hat das Potenzial zu mehr? Wie würden Sie das einschätzen?

BST: [Frage wird von BST nochmal wiederholt, aufgrund der schlechten Verbindung] Ich würde mir wünschen, dass es nicht ein Nischenprodukt bleibt und ich sehe auch Tendenzen und wir können das auch vom Studienkreis ganz gut ablesen, weil wir ja durch verschiedene Dialogprojekte, wie wir sie nennen, wie zum Beispiel die „Zwischenrufe“, aber auch das „Ammerlander Gespräch“ direkt mit der Wirtschaft im Gespräch sind – wir nennen das „kritisch konstruktiven Dialog“, wo wir auch sehen,

in welche Richtung die Wirtschaft denkt. Da gibt es wirklich ganz unterschiedliche Veranstalter. Es gibt da wirklich welche, die sich ganz offen dazu bekennen „wir wollen uns zertifizieren lassen“, also wie auch diese Zertifizierung im Nachhaltigkeitsbereich, also „TourCert“ zum Beispiel. Für ganze Unternehmen – ein Riesenaufwand – wo manche dann eben sagen: „Wir dachten zuerst, das ist eine Sache für unsere Marketingabteilung und hilft uns dann zu verkaufen, ein grünes Label uns aufzudrücken, aber am Ende haben wir dann festgestellt, das ist ein Lernprozess für das gesamte Unternehmen. Und wir haben dabei soviel an unseren eigenen Einstellungen gearbeitet, dass es eine große Bereicherung war, eben nicht nur für die Vermarktung, sondern eben für die gesamte Produktentwicklung.“ Also das heißt, es wird sich da auch was in der Angebotspalette tun. Allerdings sind diese Firmen, die das tun, da sind auch große dabei, weil das ist ein relativ aufwändiger Prozess, der eine ganze Menge Geld kostet. Da gibt es große Firmen, die sich diesem Prozess unterwerfen. Und dann bis hin zu ihren Zulieferern und Dienstleistern vor Ort diese Zertifizierung durchführen. Aber wirklich sehr aufwändig. Und da denke ich, ist das der richtige Weg, weil es reicht eben nicht zu sagen: „Wir haben ein paar Nischenprodukte, die nachhaltig oder politisch korrekt sind“, sondern wir müssen schauen, dass Instrumente weiterentwickelt werden, die dann eben im großen Geschäft, bei den großen Unternehmen ansetzen und dann die Produkte verändern und bevor sich das Produkt verändern kann, die Angebotspalette sich verändern kann, muss sich zuerst die Einstellung verändern. Und festgestellt werden, dass Nachhaltigkeit eben nicht nur etwas ist, wie ein Luxusgut für wenige, die sich das leisten können, neben Einkauf bei „Manufactum“ oder im Bioladen eben auch nochmal eine nachhaltige Reise buchen, weil das eben in die Luxusreihe passt. Sondern dass es eben auch im Mainstream ankommt, aber da ist noch ein weiter Weg. Was wir erst kürzlich am „Ammerlander Gespräch“ diskutiert haben in Bezug auf Menschenrechte im Tourismus, dass sich eine Schere auftut. Das war schon so von allen so gesehen worden, die dort waren von der Tourismusindustrie oder auch von den Medien, dass der Tourismus sich in zwei Richtungen entwickelt. Wir haben einmal – das ist eine Schere, die sehr weit auseinander klafft und immer weiter auseinander klaffen wird und gar nicht die Aussicht hat, zusammen zu kommen. Das heißt, wir haben diese Qualitätsprodukte, die eben schon aus der Nische rauskommen und wo auch Angebot und Nachfrage das weiterentwickeln. Die wächst – diese nachhaltige oder qualitativ hochwertige Tourismuspalette, oder Anteil am Markte, der wird größer. Die Nachfrage steigt, das Angebot steigt. Aber auf der anderen Seite haben wir auch ganz viel, ganz großen Anstieg an solchen, die in Richtung Diskonterreisen gehen, die mal kurz und schnell, für wenig Geld irgendwo ganz weit, ganz exotisch weg gehen wollen. Da geht natürlich alles nur über den Preis und bei diesen Preisen ist dann mit Nachhaltigkeit nicht mehr viel zu holen. Diese beiden Entwicklungen sind da und sind parallel. Deshalb kann ich Ihnen keine eindeutige Antwort auf die Frage geben, wie ich die Zukunft des Tourismus da sehe. Ich sehe das ganz genauso. Denn es gibt auch im täglichen Leben Leute, die genauso zum „Aldi“ oder zum „Hofer“ gehen und danach zum Bioladen. Und diese Entwicklung läuft eben parallel und ich weiß nicht, ob man die irgendwie steuern kann, dass diese billig und schnell, und vor allem auch häufig, in Urlaub reisen zu

wollen – den Anspruch zu haben „ich muss mehrmals im Jahr weg“ – also nicht wie in der Klimadiskussion auch oft angesprochen wird, zu sagen: „Meine Güte, es reicht doch, wenn ihr alle drei oder vier Jahre eine große Fernreise macht.“ Das wird einfach dem Anspruchsdenken nicht gerecht. Es muss dann schon häufiger, auch fürs Prestige und fürs eigene Wohlbefinden vielleicht, der Alltag ist so stressig, mich mal richtig erholen. Und dann brauch ich mal 14 Tage Strand, egal wo und wie.

EHE: Gibt's dazu in Deutschland Bildungsarbeit in diesem Bereich? [Rest der Frage schlecht verständlich]

BST: Also, es gibt schon verschiedene Einrichtungen, die sich mit diesem Thema befassen, da gibt's zum Beispiel den Verkehrsclub Deutschland, der zumindest für Nachhaltige Mobilität sehr stark einsteht und wie gesagt von den Veranstaltern wird es auch immer stärker angeboten. Das man eben sagt, wir machen die Kompensation im Klimabereich. Zumindest wenn wir schon fliegen, dann wollen wir's zumindest kompensieren über „myclimate“¹¹⁴ oder „atmosfair“¹¹⁵. Die üblichen Verdächtigen, hätt' ich jetzt fast gesagt – die ganzen Naturschutzorganisationen, die das fördern, Veranstalter eben auch, Diskussion in Fachkreisen und in den Medien, in den Fachmedien. Man kann sich, wenn man jetzt die „Travelone“¹¹⁶ oder auch mal die „FVW“¹¹⁷ aufschlägt, man kann auch immer wieder auch solche Artikel lesen. Aber ich würde sagen, es trifft die Mehrheit der Verbraucher nicht direkt und bewusst, da ist sicher noch eine Lücke.

EHE: Also sehen Sie das als Lücke?

BST: Also ich sehe das schon noch als Lücke, also dass auch die Massenmedien darauf gehen. Wir haben schon festzustellen, dass insgesamt in den Medien, sei es jetzt in den Zeitungsredaktionen oder in den Senderanstalten, es immer weniger rein touristische oder auf das Reisen spezialisierte Redaktionen gibt. Das wird dann über andere Redaktionen abgedeckt. Und entweder sind da dann mehr auf der Unterhaltungsseite. Da gibt's dann eben die „VOX Tours“ um „viel erleben, lustig, halligalli, Party oder tolle Ziele“ und andere, die gehen dann eher in die Tiefe und stellen eine Region auch auf eine andere Weise dar, aber es gibt keine richtigen Reisedredaktionen mehr. Auch in den Zeitungen nicht mehr. Und das ist sicher auch in der Medienlandschaft zu bedauern, weil es dann auch für die Industrie oder auch für solche Anbieter, entweder Anbieter von Informationen oder solche Anbieter von Reisen, wenig Möglichkeiten gibt, sich direkt damit zu platzieren in den Medien. Man muss schauen, in welche Redaktion passt das jetzt, damit es in den Zeitungen, oder auch im Radio oder Fernsehen, untergebracht werden kann. Weil es reine Reisesendungen nicht mehr gibt oder Reisetexte in den Zeitungen nur mehr beschränkt.

Danke, Verabschiedung, Diplomarbeit zuschicken.

¹¹⁴ Siehe <http://de.myclimate.org/de.html> [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 18:45]

¹¹⁵ Siehe www.atmosfair.de [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 18:46]

¹¹⁶ Siehe <http://www.travel-one.net/> [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 18:48]

¹¹⁷ Siehe <http://www.fvw.de/> [letzter Zugriff 18.12.2012; MEZ 18:52]

Deutsche Zusammenfassung

Von der Situation ausgehend, dass der/die Reisende als AkteurIn einen wesentlichen Bestandteil des relevanten Wirtschaftssektors „Tourismus“ darstellt und deswegen seine/ihre Aktivitäten von großer Bedeutung sind, werden in dieser Diplomarbeit seine/ihre Handlungsmöglichkeiten hin zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus behandelt. Dazu findet eine Analyse der gegebenen Reisetipps für TouristInnen von den vier deutschsprachigen Institutionen („respect“, „Arbeitskreis für Tourismus und Entwicklung“, „Evangelischer Entwicklungsdienst“ und österreichisches „Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend“ – alle vier Einrichtungen beschäftigen sich u.a. mit Handlungsmöglichkeiten im Nachhaltigen Tourismus) mit Hilfe international anerkannter Kriterien und Indikatoren statt. Dabei wird die vorhandene Literatur mittels *grounded theory* bearbeitet.

Nach der Schaffung einer theoretischen Grundlage wurden dazu aussagekräftige Themenbereiche gebildet. Jedes der zwölf Gebiete widmet sich einem eigenen Thema, welches nach folgendem Schema bearbeitet wurde: 1. Darstellung der Problematik, 2. Vorstellung der jeweils passenden Kriterien des „Global Sustainable Tourism Council“, 3. der entsprechenden Indikatoren der „World Tourism Organization“ und 4. der empfohlenen Reisetipps. Im 5. Schritt wird der jeweilige Themenbereich zusammengefasst und analysiert. Die behandelten Themenbereiche sind: „Saisonabhängigkeit von Arbeitsplätzen“, „Beschäftigung: unqualifizierte Arbeitskräfte“, „Sextourismus – v.a. Sex mit Minderjährigen“, „Lokale Wertschöpfung und Geldabflüsse“, „Transport: Luftverschmutzung, Lärmbelästigung & Mobilitätsfragen“, „Sicherheitsaspekte“, „Energieverbrauch“, „Gesundheitsprobleme“, „Wasserversorgung, -schutz und -qualität“, „Abfall und Abwässer“, „Landrechte“ und „Natur- und Artenschutz“.

Das Ergebnis der Analyse zeigte, dass sich die Reisetipps der vier verschiedenen Institutionen überaus unterschiedlich in den Kriterien und Indikatoren widerspiegeln. Ein Grund für den Grad der (Nicht-)Übereinstimmung kann darin begründet sein, dass in den Handlungsmöglichkeiten verschiedene AkteurInnen (z.B. KonsumentInnen vs. ReiseanbieterInnen) angesprochen wurden.

Die zwei Expertinneninterviews, eines mit Frau Christine Plüss (Geschäftsleiterin des Schweizer Arbeitskreises für Tourismus und Entwicklung) und das zweite mit Frau

Birgit Steck (Geschäftsführerin des Deutschen Studienkreises für Tourismus und Entwicklung) stellen den Bezug zur Praxis dar – sie zeigen die konkrete Problematik rund um Nachhaltigkeit im Tourismus in einem anderen Licht.

English abstract

This paper is based on the following situation: The stakeholder “tourist” is a significant part of the relevant economic sector tourism and therefore its activities are of major importance. That is the reason why my diploma thesis deals with the course of actions for tourists towards more sustainability in tourism. For this purpose an analysis of the given travel tips from the following four German speaking institutions will be done: “respect”, “Arbeitskreis für Tourismus und Entwicklung”, “Evangelischer Entwicklungsdienst” and the Austrian “Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend”. All of these agencies handle with course of actions in terms of sustainability and tourism. The further analysis takes place with the help of international recognised criteria and indicators. In the process the existing literature will be verified by the “grounded theory”.

Therefore the operational procedure was carried out as following: First a theoretical basic was established for the purpose of generating subject areas. Each out of the twelve subject areas is dedicated to a specific subject and is handled as followed: Opening a demonstration of the problem is given. Afterwards follows the presentation of the three key elements: the matching criteria of the “Global Sustainable Tourism Council”, the appropriate indicators of the “World Tourism Organization” and the recommended travel tips. The last step is to subsume and analyze the respective subject area. The covered subject areas are: “seasonality of jobs”, “employment: unqualified labour”, “sex tourism”, “local economic benefits and leakages”, “transport: air and noise pollution and spatial mobility”, “safety issues”, “energy management”, “health problems”, “water availability, conservation and quality”, “waste and sewage”, “land rights” and “nature protection and wildlife conservation”.

The results of the analysis are as following: The travel tips from the four different institutions are diverse reflected in the criteria’s and indicators. A cause for the level of (non-) compliance can be given as the courses of actions are addressed to different stakeholders (e.g. consumer versus travel agent).

In reference to practice there were interviews with two professionals carried out. The first conversation was conducted with Christine Plüss (general manager of the “Arbeitskreis für Tourismus und Entwicklung“ in Switzerland) and the second one was held with Birgit Steck (general manager of the “Studienkreis für Tourismus und

Entwicklung" in Germany). These interviews reveal the complex of problems around sustainability in tourism in a different view.

Lebenslauf

Elisabeth Helmich

Geb.: Wien, 18. November 1981

E-Mail: elisabeth_helmich@gmx.at

Ausbildung

- Seit 09-2009 Bachelorstudium „Volkswirtschaft und Sozialökonomie“ an der
Wirtschaftsuniversität Wien
- Seit 09-2007 Individuelles Diplomstudium „Internationale Entwicklung“ an
der Universität Wien
- 09-2001 – 01-2002 Diplomstudium „Betriebswirtschaftslehre“ an der Wirtschafts-
universität Wien
- 09-1996 – 06-2001 Tourismusschule Wassermannngasse, Wien

Studienreise/Projektarbeit

- 05-2012 Studienreise nach Rumänien im Rahmen der Lehrveran-
staltung „Wirtschaftsgeographie“ der Wirtschaftsuniversität
Wien
- 09-2010 – 08-2011 Teilnahme am Projekt der Technischen Universität Wien in
Kooperation mit Horizont3000 und der Diözese Lodwar in
Kenia zum Thema „*Integrated Ecological Approach to
Sustainable Community Development*“ inkl. Feldforschung

Beruflicher Werdegang

- Seit 09-2009 MedMedia Verlag, Produktion, Wien
- 05-2007 – 08-2009 Div. Geringfügige Beschäftigungen
- 11-2002 – 03-2006 AstraZeneca Österreich GmbH, Medizinische Abteilung, Wien
- 03-2002 – 06-2002 Au Pair, Chicago, USA
- 1999 – 2002 Div. Ferialpraxen