

Nachhaltiger Tourismus – Schlüssel zum Erfolg

**Tagungsbericht zum
ECOTRANS FORUM ITB '97**

'97

ECOTRANS

FORUM



Nachhaltiger Tourismus –

Schlüssel zum Erfolg

TAGUNGSBERICHT ZUM ECOTRANS FORUM ITB '97

ECO  TRANS



ITB
BERLIN 1997
Internationale
Tourism-Exchange
March 8-12

ITB Messe Berlin

**UMWELT
STIFTUNG**



gefördert durch die
Deutsche Bundesstiftung Umwelt

IMPRESSUM

- Herausgeber: ECOTRANS e.V.
Berliner Promenade 7
D-66111 Saarbrücken
Tel.: 49(0)681/37 46 79
Fax: 49(0)681/37 46 33
◆ ecotrans@t-online.de
◆ www.ecotrans.org
- Förderung: Deutsche Bundestiftung Umwelt
- Redaktion : Herbert Hamele
- Fotos: Herbert Hamele, Autoren
- Übersetzungen: Lisa Davies, Dagmar Diwok,
Marion Hammerl-Cavanna
- Gestaltung und Satz: Andreas Mischke
- Druck: Saarbrücker Druckerei und Verlag
gedruckt auf 100% Recyclingpapier
- Schutzgebühr: 10,- DM

ECOTRANS '97

Nachhaltiger Tourismus – Schlüssel zum Erfolg

TAGUNGSBERICHT ZUM ECOTRANS FORUM ITB '97



gefördert durch die
Deutsche Bundesstiftung Umwelt

Vorwort



Der Tourismus ist eine Wachstumsbranche. Nach Angaben der Welt-Tourismus-Organisation (WTO) wächst der Weltreiseverkehr jährlich um 4 Prozent und verdoppelt sich alle 20 Jahre. Drei von vier Deutschen fahren zur Zeit jährlich in Urlaub, wovon rund 30 Prozent ein Reiseziel im Inland wählen, weitere 30 Prozent fahren oder fliegen an das Mittelmeer. Im Alpenraum erholen sich knapp 15 Prozent der Deutschen. Dieser Massentourismus hat erhebliche Auswirkungen auf die Umwelt. Deshalb ist dort, wo heute und zukünftig viel Tourismus stattfindet, eine Veränderung des Konsum- und Reiseverhaltens besonders notwendig. Der Umweltproblematik des modernen Tourismus ist ein neues Konzept, nämlich das eines nachhaltigen Tourismus mit dem Ziel der Schonung der Natur und ihrer Ressourcen am Urlaubsort und auf dem Weg dorthin, entgegenzusetzen. Die Reiseveranstalter als Mittler zwischen Angebot und Nachfrage müssen deshalb eine verantwortungsvolle Schlüsselrolle einnehmen. Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt hat in der Vergangenheit bereits Projekte gefördert, die sich mit dem umweltverträglichen Tourismus beschäftigen. Insgesamt wurden seit 1992 neununddreißig auf diesem Themengebiet angesiedelte Vorhaben mit einer Fördersumme von fast 15 Mio. DM unterstützt.

Der Schlüssel für einen Tourismus mit Qualität und Zukunft liegt in der Integration des Umweltschutzes in alle Bestandteile eines touristischen Angebots. Ein Tourismus, der als nachhaltig bezeichnet werden kann, wird nicht nur mit Betten- und Sitzplatzauslastung, Umsatz pro Mitarbeiter oder Kapitalrendite gemessen werden, sondern schließt als gleichwertige „Erfolgskennziffer“ den Energie- und Wasserverbrauch im Hotel, den Anteil an Bahn- und Buskosten, die Artenvielfalt und den Anteil regionaler Produkte mit ein. Der Urlaub der Zukunft sollte möglichst durch kürzere Reisedrecken und längere Aufenthaltszeiten geprägt sein.

Mit Unterstützung durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt hat das internationale Expertennetz ECOTRANS e.V. erstmals richtungsweisende Initiativen und Erfolge bekannter Tourismusorte und Reiseveranstalter in Deutschland, in den Alpen und am Mittelmeer recherchiert und unter die Lupe genommen. Die auf der Fachtagung **„Nachhaltiger Tourismus - Schlüssel zum Erfolg“** im Rahmen der internationalen Tourismusbörse ITB 97 in Berlin vorgestellten konkreten, praktischen Beiträge für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus haben gezeigt, daß auf diesem Gebiet noch sehr viel mehr möglich wäre. Entscheidend für die Zukunft ist, daß Angebote für nachhaltigen Tourismus ihre Nachfrage finden, daß richtungsweisende Maßnahmen für umweltverträglicheren Tourismus überleben und Schule machen. Dies erfordert eine umfassende Informationsarbeit - und weitere politische Anstrengungen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für ökologisches Handeln. Denn nach wie vor ist der Trend zu immer mehr, immer weiteren, kurzzeitigeren und schnelleren Reisen ungebrochen.

Wir freuen uns, daß mit der vorliegenden Broschüre die Ergebnisse der Fachtagung **„Nachhaltiger Tourismus - Schlüssel zum Erfolg“** einem breiten Kreis von Verantwortlichen und Multiplikatoren vorgestellt werden können und hoffen, daß viele weitere Beispiele folgen. Ein ökologisch verträglicher und wirtschaftlich sinnvoller Tourismus ist notwendig, um auch für die Reisenden zukünftiger Generationen Reiseziele zu erhalten, in denen eine wirkliche körperliche, seelische und geistige Erholung möglich ist.

Fritz Brickwedde
Generalsekretär der Deutschen Bundesstiftung Umwelt

Inhalt

I. NACHHALTIGE ENTWICKLUNG UND TOURISMUS	4
ECOTRANS FORUM ITB'97: Konzentration auf zentrale Themen	4
Leitartikel: Nachhaltiger Tourismus – Schlüssel zum Erfolg / Sustainable Tourism – the Key to Success	5
Globalisierung heißt Reisen	11
Nachhaltigkeit und Tourismusqualität: zwei Seiten einer Medaille	12
„Nachhaltiger Tourismus“ – Initiativen und Instrumente der Umweltpolitik	13
II. NATUR UND UMWELT: AUSGEWÄHLTE INDIKATOREN UND BEISPIELE	17
Energie – mit der Sonne rechnen	17
Wasser – Engpaß am Mittelmeer	19
Natur und Landschaft – Vielfalt statt Einfalt	20
Regionale Wirtschaft– Viele Vorteile durch Kurzstreckenmenues	21
Verkehr – Umsteigen für sanfte Mobilität	23
Warum nicht ? Schlüsselindikator für „nachhaltige Tourismusentwicklung“	24
III. ZIELGEBIETE UND REISEVERANSTALTER: ANSÄTZE UND LEISTUNGEN	26
Städtetourismus in Deutschland	26
z. B. Heidelberg	26
„Conditio sine qua non“ - Kommunales Umweltengagement in Deutschland	29
Die Blumeninsel Mainau - in Sachen Umwelt und Natur	30
Tourismus in den Alpen	32
z.B. Weissensee	32
Mittelmeer: Tourismus und nachhaltige Entwicklung	38
z.B. Calviá auf Mallorca	40
Reiseveranstalter	43
z.B. Touristik Union International TUI	43
z.B. Studiosus Reisen München	46
ECOTRANS: Partnernetz für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in Europa	48
Autorinnen und Autoren	

ECOTRANS FORUM ITB '97: Konzentration auf zentrale Themen

Herbert Hamel

Eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus ist vor allem dort anzustreben, wo Tourismus heute mit hoher Intensität stattfindet und zu starken Belastungen führt:

- in Europa, wo die Hälfte des weltweiten Tourismus stattfindet,
- bei den Urlaubern aus Deutschland, dem wichtigsten „Quellgebiet“ für europäische Tourismusgebiete,
- im Inland, in den Alpen und am Mittelmeer, den Zielregionen für insgesamt drei Viertel aller deutschen Urlauber.

Zum ECOTRANS FORUM ITB '97 haben wir Verantwortliche solcher Zielorte eingeladen, die einem hohen Gästeaufkommen mit einem hohen Anspruch für eine nachhaltige Tourismusentwicklung begegnen. Sie sollen beispielgebend für einen Wandel im europäischen Tourismusangebot sein: Heidelberg, Weissensee und Calvià.

Eine entsprechende Vorreiterrolle bei den Reiseveranstaltern in Deutschland, die den Großteil der Auslandsreisen organisieren, nehmen Studiosus Reisen, München und die Touristik Union International TUI, Hannover, ein.

Eine nachhaltige Tourismusentwicklung mit ökologischen, ökonomischen und sozialen Zielen erfordert zwingend eine Reduzierung der Umweltbelastungen, die global und regional Tragekapazitäten überschreiten und zu einem zunehmenden Qualitätsverlust führen. Den Orientierungsrahmen dazu muß die Politik setzen. Die Deklaration „Biologische Vielfalt und nachhaltiger Tourismus“ unter Federführung des Bundesumweltministeriums ist ein Beitrag dazu. Als vorrangige Umweltthemen haben wir Energie, Wasser, Verkehr und Natur/Landschaft ausgewählt. Mit dem zentralen Thema „regionale Wirtschaft“ werden Ökonomie, Ökologie und soziale Aspekte verknüpft.

Neben der Effizienzsteigerung bei der Nutzung von Energie und Ressourcen steht unser gesamtes Reiseverhalten auf dem ökologischen Prüfstand: als Schlüsselindikator gilt hier der Primärenergie-Transportverbrauch pro Übernachtung. Nicht Häufigkeit und Geschwindigkeit, sondern Erholung und Erlebbarkeit vielfältiger und lebendiger Kulturen und Landschaften entscheiden langfristig über Qualität und Nachhaltigkeit im Tourismus. Dies ist auf Dauer nur durch Integration der touristischen Entwicklung in

die Interessen und Möglichkeiten der gastgebenden Bevölkerung möglich. Darin liegt Schlüssel für Erfolg.

Nachhaltige Entwicklung: eine Definition

„In Anbetracht der immensen (vor allem globalen) ökologischen und sozialen Herausforderungen unserer Zeit setzt die nachhaltige Entwicklung einen klaren Kurswechsel voraus. Sie darf nicht einfach als Fortschreibung der eingespielten Wachstumspfade unter einem neuen Titel verstanden werden. Wir möchten die **Nachhaltige Entwicklung** als jene **Zunahme der Lebensqualität** - das heißt des wirtschaftlichen Wohlstandes und des subjektiven Wohlbefindens - umschreiben, **die mit geringem Einsatz an nicht vermehrbaren Ressourcen sowie einer abnehmenden Belastung der Umwelt und der Menschen erzielt wird.** (...) Im Zentrum der nachhaltigen Entwicklung steht die „Generationenverträglichkeit“. Es muß eine Art Generationenvertrag ausgehandelt werden, dessen Ziel es ist, die heutigen Belastungen von Luft, Klima, Ozonschicht, Wasser, Boden, Flora und Fauna zu reduzieren und den Ressourcenverbrauch zu vermindern. Nur so werden die Gestaltungsoptionen zukünftiger

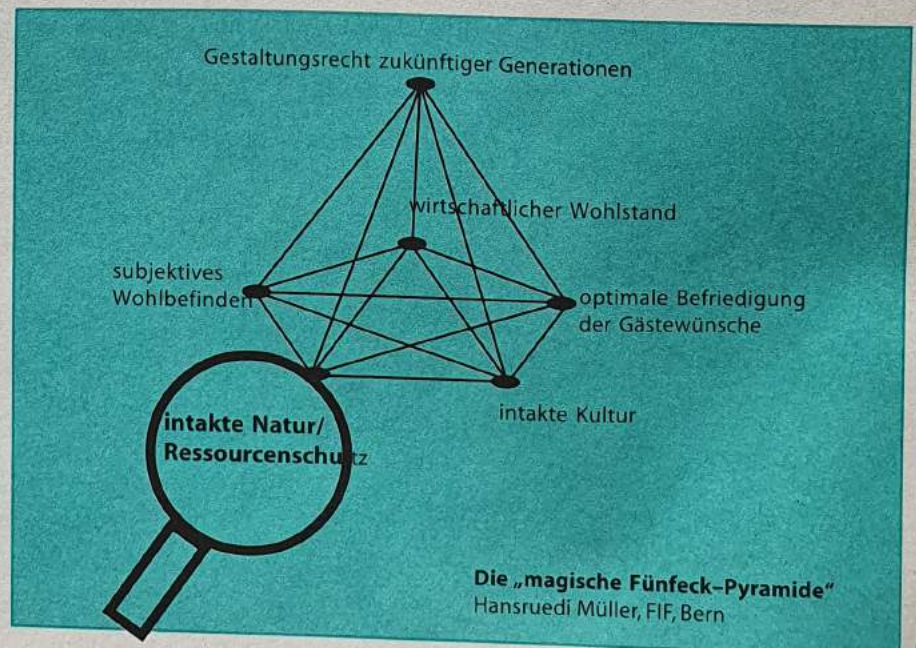
Generationen respektiert. Es genügt nicht, nur eine relative Reduktion des Wachstums von Ressourcenverschleiß und Emissionen zu erreichen.“

(Hansruedi Müller: Nachhaltige Regionalentwicklung durch Tourismus: Ziele - Methoden - Perspektiven, in: Tourismus und nachhaltige Entwicklung, ETI-Texte-Heft 7, Trier 1995)

Umwelt als Voraussetzung

Hansruedi Müller, Leiter des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus an der Universität Bern, führt frühere Arbeiten seines Vorgängers Jost Krippendorf und Ergebnisse gemeinsamer Arbeiten fort und stellt als Leitbild für eine nachhaltige touristische Entwicklung die „magische Fünfeck-Pyramide“ zur Diskussion (s. Grafik):

Eine intakte Natur/ Ressourcenschutz und eine intakte Kultur sind Voraussetzungen für die übrigen Entwicklungsziele eines nachhaltigen Tourismus. Die Erfüllung einer dieser beiden Voraussetzungen (intakte Natur/ Ressourcenschutz) ist Gegenstand der vorliegenden Publikation.



Nachhaltiger Tourismus – Schlüssel zum Erfolg

Herbert Hamele

Tourismus - ein weltweiter Markt in Bewegung

Die Welt ist in Bewegung wie noch nie: immer mehr (Urlaubs-)Reisen gehen mit immer schnelleren Verkehrsmitteln in immer fernere Regionen - bei kürzerem Aufenthalt vor Ort. Dies wurde auch dieses Jahr wieder auf der wichtigsten Reisemesse der Welt, der Internationalen Tourismusbörse ITB 97 in Berlin, bestätigt.

Weltweit registriert die World Tourism Organisation WTO derzeit mehr als 600 Millionen grenzüberschreitende Urlaubs- und Geschäftsreisen mit jeweils mindestens einer Übernachtung. Dazu kommen noch schätzungsweise mehr als 2 Milliarden Reisen innerhalb der Landesgrenzen. Die Welt ist mehr denn je in Bewegung. Rund die Hälfte all dieser Reisen finden in Europa statt. Meist führen sie ans Mittelmeer oder in die Alpen.

Allene die Urlaubsreisen der Deutschen von mindestens fünf Tagen belaufen sich auf rund 60 Millionen jährlich. 30% davon wer-

den in Deutschland selbst durchgeführt 30% fahren oder fliegen ans Mittelmeer, knapp 15% in die Alpen, 15% ins übrige Europa und rund 10% ins fernere Ausland.

Welchen Tourismus wollen wir eigentlich ?

Dabei schafft der Tourismus nicht nur Arbeitsplätze und Einkommen, fördert Kennenlernen und Verständnis, sondern trägt durch das enorme Verkehrsaufkommen und durch Ressourcenverbrauch, durch mangelnde Reisevorbereitung und Fehlverhalten vor Ort zu den hinlänglich bekannten Belastungen von Mensch, Natur und Kultur bei.

Mit RIO 92 und der Agenda 21 hat sich die weltweite Staatengemeinschaft einen recht allgemeinen Rahmen für eine dauerhaft umweltgerechte, nachhaltige Entwicklung gesetzt. Die Bundesrepublik Deutschland hat sich in diesem Zusammenhang zur Reduzierung des CO₂-Ausstoßes um 25-30%



bis 2005 (bezogen auf 1990) verpflichtet: ein Ziel, das mittlerweile in weite Ferne gerückt ist. Mit der Klimakonvention und der Berliner Erklärung "Biologische Vielfalt und nachhaltiger Tourismus", verabschiedet von der Internationalen Umweltministerkonferenz am 8.03.97 in Berlin, sollen nun allgemeine Zielsetzungen konkreter und verbindlicher werden und damit auch dem weltweit wachsenden Wirtschaftszweig Tourismus eine Orientierung geben. Karl Tem-

Sustainable Tourism – The key to Success

Herbert Hamele

Translation by Lisa Davies

Tourism - a Worldwide Market in Movement

The world is more than ever in movement: increasing numbers of holiday trips are being made to increasingly far-flung regions by ever faster means of transport - for short stays or stays on the spot. This trend was confirmed again this year at the world's most important travel trade fair, the ITB 1997 in Berlin.

Worldwide the WTO (World Tourism Organisation) currently records more than 600 million cross-border tourism and business trips with at least one overnight stay. On top of this there is an estimated 2,000 million or more trips within countries' internal borders. The world is more than ever in movement. About half of all these trips take place in Europe, most of them to the Mediterranean or the Alps.

The holiday trips made by the Germans alone of at least five days duration amount to nearly 60 million trips annually. 30% of these are in Germany, 30% travel or fly to the Mediterranean, barely 15% to the Alps,

15% to the rest of Europe and around 10% are to long distance destinations overseas.

What type of tourism do we really want ?

Tourism not only creates jobs and income, and promotes intercultural relations and mutual understanding. It also contributes to the increasingly well-known side effects on people and populations, nature and culture caused by the enormous amounts of transportation, the consumption of resources, inadequate preparation of travel and inappropriate behaviour at the destination.

With RIO 92 and Agenda 21, the worldwide community / grouping of States has created a very general framework for sustainable, environmentally-friendly development. In this context the Federal Republic of Germany has committed itself to reducing CO₂ emissions by 25-30% (on the basis of its 1990 levels) by the year 2005 - a goal which is slowly fading into the distance. With the 'International Convention on Climatic Change', and the Berlin Declaration

on 'Biodiversity and Sustainable Tourism' made by the International Conference of Ministers of the Environment on 8.03.97 in Berlin should help to convert these general goals into more concrete and binding ones, and help to give a sense of direction to the growing worldwide economic sector of tourism. In this context Karl Tempel, head of the department for „Tourism, Leisure, Sport & Recreation“ of the Federal Ministry of Environment, refers to the EU's 5th Environmental Action Programme (1992-1997) and the European Council's meanwhile approved „European Strategy for Biological Diversity“, which also contains recommendations for environmentally-directed tourism and leisure activities.

Where exactly this journey into the future will take us was an element of the speech made by the Secretary General of the „Deutsche Bundesstiftung Umwelt“ in his welcome to the ECOTRANS FORUM "Sustainable Tourism - The Key to Success" at ITB '97 in Berlin on 10. March 1997:

"We sincerely hope that the holiday of the future will be characterised by the selection

pel, Leiter des Referates „Tourismus, Freizeit, Sport und Erholungsvorsorge“ im Bundesumweltministerium verweist hier auch auf das 5. Umweltaktionsprogramm der EU (1992-1997) und die inzwischen vom Europarat beschlossene „Gesamteuropäische Strategie der biologischen Vielfalt“, die auch Empfehlungen für eine umweltgerechte Steuerung von Tourismus- und Freizeitaktivitäten enthält.

Wohin die Reise in Zukunft gehen soll, hat der Generalsekretär der Deutschen Bundesstiftung Umwelt in seinem Grußwort zum ECOTRANS FORUM „Nachhaltiger Tourismus-Schlüssel zum Erfolg“ auf der Internationalen Tourismusbörse (ITB '97) Berlin, 10. März '97 formuliert:

„Wir wünschen uns, daß der Urlaub der Zukunft durch die Wahl energiesparender Verkehrsmittel, abfallarmer Hotels sowie die Verwendung regionaler Erzeugnisse und die Entscheidung für kürzere Reisetrecken und längere Aufenthaltszeiten geprägt sein wird. In diesem Sinne erwarten wir, daß besonders auch die großen Reiseveranstalter die Nachhaltigkeit in ihren künftigen Angeboten verstärkt berücksichtigen.“

Nachhaltiger Tourismus mit gleichrangigen ökologischen, sozialen und ökonomischen

Zielen ist natürlich mehr als nur Umwelt, Arbeitsplätze und unternehmerische Gewinne. Wohlstand und Wohlbefinden, kulturelle Vielfalt und sozialer Frieden sind bedeutende Ziele; aber vor allem steht die Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen als „conditio sine qua non“. Ohne Wirtschaften und Handeln **innerhalb der natürlichen Grenzen** des Wachstums kann nicht von einer nachhaltigen Entwicklung gesprochen werden. Vor allem in der ständigen Orientierung an ökologischen Grenzwerten und Kennziffern liegt auf Dauer der Schlüssel zum Erfolg für einen Tourismus mit Zukunft.

Schlüsselindikatoren oder: wie messen wir Erfolg ?

„Hurra ! 1996 wieder 5% mehr Gäste, 3% mehr Umsatz !“. Doch wie lange sind sie geblieben, was haben sie tatsächlich gebracht und hinterlassen ?

Im Rahmen des ECOTRANS FORUMS ITB '97 wurden erstmals im europäischen Zusammenhang umweltbezogene Indikatoren in Verbindung mit praktischen Beispielen für „mehr Nachhaltigkeit im Tourismus“ in Deutschland, in den Alpen und am Mittel-

meer vorgestellt und exemplarisch hochgerechnet.

Die reinen Ausgabenzahlen oder die Anzahl der Gästeankünfte taugen schon lange nicht mehr als Maßstab für eine erfolgreiche Arbeit im Tourismus. Was heute und morgen zählt, sind Indikatoren, die eine optimale Nutzung vorhandener Ressourcen bei möglichst geringer Belastung der Umwelt widerspiegeln. Aussagekräftiger sind z.B. die Aufenthaltsdauer der Gäste, der Belegungsgrad der Betten die Ausgaben für regionale Produkte

Sie zeigen die Wirksamkeit eines regionalwirtschaftlich orientierten Tourismuskonzeptes. Die entsprechenden Zahlen sollten in keinem örtlichen oder regionalen Tourismusbericht fehlen. Genausowenig die Umweltindikatoren, an denen der Erfolg der vielen Maßnahmen abgelesen werden kann, die von Betrieben, Kommunen oder Verbänden initiiert und umgesetzt werden:

- Trinkwasserverbrauch pro Gast und Übernachtung (im Hotel) bzw. Essen (im Restaurant)
- Stromverbrauch pro Gast
- Abfallmenge pro Gast
- Transportenergieverbrauch für die Anreise

of more energy-saving forms of transport, hotels which produce less waste and use more regional produce, as well as the decision to make shorter trips and longer stays. In this context we hope that the large tour operators in particular will increasingly include sustainability in their future programmes“.

Sustainable tourism with equal-ranking ecological, social and economic goals is obviously more than just environment, jobs and profits. Economic prosperity and well-being, cultural diversity, and social peace are significant goals; but none is more important than the maintainance of the natural preconditions for life as „conditio sine qua non“. Without economies and trade, sustainable development cannot be expected **within the natural limits of growth**. The „key to success“ in the long term for a „tourism with future“ lies in conditional orientation along ecological limit values and figures.

Key Indicators or: How do we measure Success ?

“Hooray! In 1996 another 5% more visitors and 3% more turnover !” But how long did they stay, what did they really bring and what did they leave behind ?

In the framework of the ECOTRANS FORUM at ITB '97, for the first time in a European context, environmental indicators in connection with practical examples for “more sustainability in tourism” in Germany, the Alps and the Mediterranean were presented and their effectiveness projected.

Figures on expenditure or the number of visitor arrivals have long ceased to be the measure for successful work in tourism. What counts, both today and tomorrow, are indicators reflecting the optimal use of available resources combined with the lowest possible environmental impact. More meaningful are e.g.:

- visitors' length of stay
- occupancy rates in terms of bednights
- spending on regional products.

These show the effectiveness of a regionally-oriented tourism concept and the corresponding figures should be a must for inclusion in any local or regional tourism report. Even more so the environmental indicators, which are proof of the success of the various measures initiated and carried out by businesses, 'Kommunen' (municipalities or local authorities / communities), associations and federations:

- drinking water consumption (hotel) per guest/per stay or meals (in restaurant)

- energy consumption per guest
- waste produced per guest
- use of energy by means of transport used for arrival
- proportion of guests using train, bus or bicycle as main means of transport
- proportion of trips in holiday area made by train, bus or bicycle
- incidence of endangered species, continued existence of attractive 'Kulturlandschaft' (historic landscape; land developed and cultivated by man) and ecologically valuable biotopes, water quality.

A key indicator for developing more environmentally-friendly tourism is the use of energy on transport per day of stay.

- For the tourists or the tour operator this means: if a long flight with high use of energy is involved, the stay should be as long as possible.
- For the destination this means: if guests are long-distance, as many overnights as possible.

Case Studies show Opportunities

The following case studies, recently researched by ECOTRANS experts, show that even and particularly in so-called “mass

- Anteil der Gäste mit Hauptanreise-Verkehrsmittel Bahn, Bus oder Rad
- Anteile der Fahrten im Urlaubsgebiet mit Bahn, Bus oder Rad
- Vorkommen bedrohter Tierarten, Bestand an ansprechender Kulturlandschaft und ökologisch wertvollen Biotopen, Wasserqualität

Als Schlüsselindikator für eine umweltverträglichere Tourismusedwicklung zählt der:

- Transportenergieverbrauch pro Aufenthaltstag. Für den Touristen oder den Reiseveranstalter heißt dies: Wenn schon eine weite Flugreise mit entsprechend hohem Energieverbrauch, dann für eine möglichst lange Urlaubsreise.
- Für den Urlaubsort bedeutet dies: wenn schon Gäste aus der weiten Ferne, dann mit möglichst vielen Übernachtungen.

Fallbeispiele zeigen Chancen

Daß selbst und gerade im sogenannten Massentourismus erfolgreiche Schritte hin zu mehr Nachhaltigkeit möglich sind, zeigen die nachfolgenden Beispiele, die die Experten von ECOTRANS aktuell recherchiert haben.

tourism" successful steps towards achieving improved sustainability are possible.

Hotels make Profits through Environmental Protection

Heidelberg is currently setting the standard with its Town Development Plan and integrated tourism model. As a long-distance destination, Heidelberg aims to attract "closer guests for a longer stay" - obviously a difficult undertaking. An easier goal would be to make immediate reductions in environmental pollution in the hospitality sector. With 800,000 overnight stays a year (and over 3,5 million day visitors!) in the hotels alone over 520,000 aluminium containers less a year can be used. Bruno Schmaus, Director of the 'Amt für Stadtentwicklung' (Department for City Development) projects this "small" amount: savings of 1560 litres of rubbish and 40,500 kWh of energy. In total, this means that Heidelberg's hospitality sector can make savings of 30% in energy or 9 out of 30 million kWh p.a. The much-visited city's contribution within the international climate alliance would mean a reduction of 5,400 t. in terms of CO₂ emissions. And with the installation of water heater savers in hotel rooms, 45.6 million litres of water were able to be saved. At current water prices of 3.59 DM/m³ for drinking water and 3.70 DM/m³ of waste water this meant savings of DM 350,000 for the businesses

Hotels machen Gewinne durch Umweltschutz

Maßstäbe setzt hier Heidelberg mit seinem in den Stadtentwicklungsplan integrierten Tourismusleitbild. Ziel der Bemühungen: „nähere Gäste mit längerem Aufenthalt“, sicherlich ein schwieriges Unterfangen. Leichter sind sofortige Umweltentlastungen im Gastgewerbe. Bei 800 000 Übernachtungen/ Jahr (und über 3,5 Millionen Tagesbesuchern!) sollen nun allein in den Hotels 520 000 Aludöschen eingespart werden. Bruno Schmaus, Leiter des Amtes für Stadtentwicklung, rechnet diesen „kleinen“ Beitrag hoch: 1 560 l Abfall weniger und eine Einsparung von 40 500 kWh Energie. Insgesamt können so im Heidelberger Gastgewerbe 30% Energie oder 9 von 30 Millionen kWh/Jahr eingespart werden. Der Beitrag der vielbesuchten Stadt im internationalen Klimabündnis entspräche 5 400 t weniger CO₂-Ausstoß. Und mit der Installation von Durchlaufbegrenzern in den Hotelzimmern sollen 45,6 Millionen Liter Wasser weniger verbraucht werden. Beim derzeitigen Wasserpreis von 3,59 DM/m³ Trinkwasser und 3,70 DM/m³ Abwasser heißt dies für die Betriebe 350 000,- DM weniger Kosten. Die Investitionen haben sich bereits nach vier Monaten amortisiert.

involved. The investment had paid for itself if after only four months.

And in the Mediterranean? In **Southern Italy** it would be possible to make similar savings in energy and water immediately. Lorenzo Canova from the 'Associazione Culturale Turismo Ambiente' in Milan calculates that with an average daily consumption of 250 l. per guest and 35 million overnight stays, in this hot region water savings of over 2 million m³ could be made. However, the low price of drinking water at only DM 1.25/qm - plus waste water rates only where there are water purification plants! - is not an incentive to the hotelier to make savings, particularly if at present DM 2.6 million less must be paid, and the investments would be paid for after ca. 1 year.

However, with energy in South Italy things could be different: average consumption of heating oil by the 3766 hotels is 118 kWh/m² of hotel area. 1/3 of this is used for heating water. 60% of this amount could be saved by installing solar panels. The current total costs of around DM 50 million could be reduced to DM 20 million p.a., with the investment paying for itself in 7 years. The European Commission hopes to promote the use of such installations through guarantees of success in the form of a 'Guarantee of Solar Results': if, after

Und am Mittelmeer? In **Süditalien** wären sofort ähnliche Einsparungen von Wasser und Energie möglich. Lorenzo Canova von der Associazione Cultura Turismo Ambiente, Mailand, rechnet bei einem mittleren Tagesverbrauch von 250 l/Gast und 35 Millionen Übernachtungen mit über 2 Mio m³ weniger Wasserverbrauch in dieser heißen Region. Allerdings begünstigt der niedrige Trinkwasserpreis von nur 1,25 DM/qm - zusätzlich Abwassergebühren nur dort, wo es überhaupt Kläranlagen gibt! - in keinsten Weise den Sparwillen der Hoteliers, auch wenn sie derzeit bereits 2,6 Millionen DM weniger zahlen müßten und sich die Investitionen immerhin nach rund einem Jahr amortisiert hätten.

Bei der Energie wäre in Süditalien bereits heute schon mehr zu erreichen: der Heizbedarf der 3766 Hotels liegt im Schnitt bei 118 kWh/m² Hotelfläche. 1/3 wird zur Warmwasseraufbereitung benötigt. Durch den Einsatz von Solaranlagen könnten 60 % davon übernommen werden. Die derzeitigen Gesamtkosten von knapp 50 Mio DM könnten somit auf 20 Mio/Jahr gesenkt werden, die Amortisierungszeit läge bei 7 Jahren. Die EU-Kommission will nun den Einsatz entsprechender Anlagen durch Erfolgsgarantien (Guarantee of Solar Results) fördern: wenn der Hotelier nach Einbau inner-

installation, the hotelier has not achieved the energy savings calculated within a period of four years, the firm or company concerned agrees to take over the "damage".

Regional Products: Jobs and Traffic Reductions

In the heavily-frequented Alps, in **Weissen-see / Kärnten** Tourism Director Christoph Gruber counts on the 32 part-time (second occupation) farmers as guardians and managers of the attractive 'Kulturlandschaft' (historic landscape), formed by human hand, which is the main reason given by the 55.000 overnight guests and just as many day visitors for their visit. An ingenious premium or bonus for the cultivation of the landscape contributes to the survival of the farmers: the land is cultivated ecologically cultivated. "If someone applies fertilizer, his bonus is redistributed to the areas of the other farmers." With the winning back of one-third of the previous land earmarked for development in Grünland in 1990, the motorboat ban on the lake which was already made 30 years ago, the prevention of a through-road and the building of the ring-sewerage installation in 1973, the early on had set out on the important course towards environmentally-friendly tourism development. For Karl Reiner, adviser of the ÖAR Regionalentwicklung (ÖAR Regional Development) in Vienna, Weissensee should

halb von vier Jahren nicht die errechneten Energieeinsparungen erzielt hat, übernimmt die betreuende Firma den „Schaden“.

Regionale Produkte: Arbeitsplätze und Verkehrsreduzierung

In den stark frequentierten Alpen rechnet Tourismusdirektor Christoph Gruber fest mit den 32 Nebenerwerbslandwirten als Pfleger und Bewirtschafter der Kulturlandschaft in **Weissensee/Kärnten**. Denn in der attraktiven, von Menschenhand geprägten Landschaft sehen die 55.000 Übernachtungsgäste und ähnlich viele Tagesausflügler den Hauptgrund für ihren Besuch. Eine ausgeklügelte Flächenbewirtschaftungsprämie trägt zum Überleben der Landwirte bei: die Flächen werden umweltgerecht bewirtschaftet. „Wenn jemand düngt, wird seine Prämie auf die Flächen der anderen Bauern umgelegt.“ Mit der Rückwidmung von einem Drittel der ehemaligen Baulandfläche in Grünland 1990, dem schon 30-jährigen privaten Motorfahrverbot auf dem See, der Verhinderung einer Durchzugsstraße und dem Bau der Ringkanalisation 1973 hat die Bevölkerung schon frühzeitig wichtige Weichen für eine verträgliche

Tourismusentwicklung gestellt. Für Karl Reiner, Berater bei der ÖAR Regionalentwicklung, Wien, besteht jetzt vor allem noch Handlungsbedarf in den Bereichen Verkehr und Energie, etwa durch Hackschnitzelverfeuerung.

Vor allem die Nutzung regionaler Produkte kann hier, wie in allen ländlich geprägten Regionen, erheblich zur weiteren Sicherung von Arbeitsplätzen und der regionalen Wirtschaft beitragen, durchaus in Einklang mit und besonders zur Erhaltung der landschaftlich geprägten Kulturlandschaften. Dieter Popp von der FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung, München, hat über mehrere Jahre im Biosphärenreservat **Rhön** das Potential hochgerechnet und überprüft: Der derzeitige Durchschnitt beim Privatkonsum regionaler Lebensmittel liegt in Deutschland bei rund 2%, im Küchenwareneinsatz der Gastronomie bei 3%. Der Küchenwareneinsatz in der Rhön ist zwischen 1992 und 1996 bereits von 4% auf 10% gestiegen, die verstärkte Nachfrage nach handwerklichen Leistungen etwa für die Einrichtung von Gästezimmern hat 1995 einen Umsatz von rund 5 Millionen DM ausgelöst. Eine Anhebung heimischer Waren im Privatkonsum auf 20% ist durchaus möglich. Hier sind wir alle tagtäglich gefordert. Als Urlaubsgäste können wir ohne weiteres

8,-DM/Tag, als Tagesausflügler 0,20 DM/Tag für regionale Produkte wie Käse oder Honig, Obstbrände oder Kräutertee ausgeben. Solche Ausgaben können alleine in der Rhön an die 2000 Familienarbeitsplätze sichern, die angesichts der knappen staatlichen Haushaltsmittel ohnehin nicht mehr lange subventioniert werden dürften. Darüber hinaus könnten sogar 500 Arbeitsplätze neu geschaffen werden. In ganz Bayern könnten so mehrere Milliarden DM an Wertschöpfung erzielt werden.

Die erwünschten Synergieeffekte durch Verminderung und Vermeidung langer Transportwege oft quer durch Europa, aber auch durch die Stützung von gefährdeten Arbeitsplätzen in der Landwirtschaft oder im Handwerk sind enorm. Damit ist bei „nachhaltiger Tourismusentwicklung“ nie nur von Umwelt, sondern immer auch von Arbeit und sozialen Aspekten die Rede.

Naturschutz für integrierte regionale Entwicklung

Für Jürgen Resch von der Deutschen Umwelthilfe, Radolfzell, kann die stärkere Nutzung regionaler Produkte im Tourismus sehr gut mit Naturschutz einhergehen. So hat die Blumeninsel **Mainau/Bodensee**, mit 1,5

continue its encouraging way: now more than anything else, there is a need for action in the fields of transport and energy.

More than anything the use of regional produce can - as in all predominantly agricultural regions - make a significant contribution towards safeguarding jobs and the regional economy, fully in harmony with and particularly in the preservation of the agriculturally-formed historic landscapes. Over several years in the **Rhön** Biosphere Reserve, Dieter Popp, from the *FUTOUR Environment, Tourism & Regional Consultancy* in Munich, made a projection of the potential and examined: the present average private consumption of regional products in Germany is around 2%, its use by the gastronomy sector around 3%. The use of gastronomic products in the Rhön rose from 4% to 10% between 1992 and 1996, the increased demand for hand-made products as e.g. in the furnishing of hotel rooms, achieved a turnover of around DM 5 million in 1995. An increase in the use of local products for private consumption of 20% is perfectly feasible. We are all faced with this on a daily basis. As holiday guests we can all afford DM 8 per day, or as day visitors DM 0.20 per day for regional products like e.g. cheese or honey, fruit schnaps, or herbal teas without any problem. Such purchases in the Rhön alone could help secure around 2.000 family jobs

which, in view of the scarcity of State budgetary resources, were no longer able to be supported. Over and above this, 500 new jobs could even be created. In the whole of Bavaria, several thousand million (billion) DM in value could be created in this way.

There is enormous potential for the desired synergy effects which can be achieved by reducing or avoiding long-distance transport routes, often across the length and breadth of Europe, and by supporting endangered jobs in agriculture or in manual professions and trades. Thus "sustainable tourism development" it is not only a question of the environment, but should also always address the issues of employment / jobs and the social aspects.

Nature Protection for Integrated Regional Development

For Jürgen Resch of the *'Deutsche Umwelthilfe'* (German Environmental Aid) in Radolfzell, the increased use of regional products in tourism can easily go hand-in-hand with nature protection. Thus the flower island of Mainau on the Bodensee (Lake Constance), the mass destination in southern Germany with 1.5 million visitors a year, has completely converted all its

gardening and agricultural enterprises to ecological farming. Today all the restaurant menus include a "Bio-Menu". Thanks to the demand for biological and organic products, pesticide and fertiliser use on over 20 ha. of agriculturally productive land was drastically reduced. The results: the number of species and the area of original natural 'Kulturlandschaft' or historic landscape have increased.

Nature protection is also surprisingly high on the agenda of **Calviá / Mallorca**. With 60,000 beds and more than 11 million overnight stays p.a., this epitome of mass tourism - is the first 'Gemeinde' (municipality / local authority) to have a local 'Agenda 21' i.e. with a binding model based on the principles of sustainable environmentally-friendly development, is working in close collaboration with citizens' groups, the authorities and businesses. What is already relatively normal for the Alpine area has remained a one-off until now in the Mediterranean region. The Lady Mayoress Margarita Najera draws attention not only to the spectacular blowing-up of 12 (admittedly extremely run-down) hotels and buildings previously used for tourism purposes. She has also applied to the Government of the Balearics for the designation of large areas and several islands as nature protection areas. These should mean that the building boom of the

Millionen Besuchern pro Jahr touristisches Massenziel in Süddeutschland, seine gärtnerischen und landwirtschaftlichen Betriebe voll auf ökologischen Landbau umgestellt. Der Speiseplan der gastronomischen Betriebe bietet heute „Biomenüs“. Auf über 20 ha landwirtschaftlicher Nutzfläche wurde durch die Nachfrage nach Bioprodukten der Pestizid- und Düngemittelsatz drastisch reduziert. Die Folge: der Artenreichtum und die Fläche der naturnahen Kulturlandschaft haben zugenommen.

Naturschutz steht auch in **Calviá/Mallorca** erstaunlich hoch im Kurs. Mit 60.000 Betten und über 11 Millionen Übernachtungen/Jahr der Inbegriff von Massentourismus – und gleichzeitig die erste Gemeinde mit einer lokalen Agenda 21, d.h. mit einem verbindlichen, an einer nachhaltigen umweltgerechten Entwicklung orientierten Leitbild, erarbeitet in enger Zusammenarbeit mit Bürgergruppen, den Behörden und Betrieben. Was für den Alpenraum schon relativ normal ist, ist für den Mittelmeerraum bisher eine Einmaligkeit. Die Bürgermeisterin Margarita Nájera verweist nicht nur auf die spektakuläre Sprengung von 12 (ohnehin abgewirtschafteten) Hotels und ehemals touristisch genutzten Gebäuden. Sie hat auch bei der Landesregierung der Balearen die Ausweisung großer Flächen und mehrerer Inseln zum Naturschutzge-

biet beantragt. Der bisherige Bauboom soll damit endgültig gestoppt werden. Qualität ist ihre Devise. Mit insgesamt fünf funktionierenden (!) Kläranlagen ist Calviá ebenfalls Vorbild für das Mittelmeer. Allerdings verweist die Naturschützerin Marion Hammerl-Cavanna vom Fondo Patrimonio Natural Europeo FPNE, Madrid, auf die nach wie vor schwierige Trinkwassersituation. Die Selbstversorgung auf Mallorca ist schon lange nicht mehr gesichert. Ein großer Teil des Trinkwassers wird mit Schiffen vom Festland herübergebracht. Bei einem vergleichsweise niedrigen Wasserpreis von 0,73 DM bis 3,81 DM/m³ fehlt auch hier ein wirklicher Anreiz zum Sparen: Die 259 Liter/Gast und Tag könnten erheblich reduziert werden. Wer nun eine Entwicklung Mallorcas zur „grünen“ Musterinsel erwartet, die ihre Tragkapazitäten nicht mehr überschreitet, dürfte allerdings enttäuscht sein: derzeit wird die Start- und Landekapazität des Flughafens mehr als verdoppelt – alles andere als ein Zeichen für eine Beschränkung der Gästezahlen.

Reiseveranstalter: Brücke zur Nachfrage

Bei der Beschränkung der besonders gravierenden Umweltbelastungen durch das stän-

dig steigende und energieintensivere Verkehrsaufkommen im Tourismus sind auch die Reiseveranstalter gefragt. **Studiosus Reisen München** hat sich mit seinem Unternehmensleitbild nicht nur für möglichst hohe Umweltverträglichkeit und soziale Verantwortung verpflichtet, sondern ist auch der erste Reiseveranstalter, der vor kurzem in Zusammenarbeit mit FUTOUR ein umfassendes Umwelt-Audit erarbeitet hat. Die zentrale Leistung liegt in der Integration und Umsetzung eines detaillierten Maßnahmenkataloges in sämtlichen Unternehmensbereichen. Dazu läuft u.a. bereits die exemplarische Erfassung von Transportenergiebilanzen. Einen konkreten Erfolg bei der Nutzung des Verkehrsmittels Bahn als Alternative zum Flugzeug konnte Studiosus 1996 verbuchen. 18% der 92.000 Kunden wählten Italien als Reiseziel, davon entschied sich jeder Dritte für eine Städtereise nach Rom. Mario Kubsch, geschäftsführender Gesellschafter, freut sich natürlich, daß die Buchungen nach Rom innerhalb eines Jahres um 22% zugenommen haben. Aber er freut sich mit Recht besonders darüber, daß dieses Wachstum voll auf die Bahn gegangen ist. Gründe dafür liegen für den Autor in einer vorbildlichen Informationsarbeit – z.B. mit Energievergleich der Verkehrsmittel im Katalog – und im Preis: wer Rom bucht, kann ohne Aufpreis den beque-

previous years has now finally ended. Quality is now its motto. With its 5 functioning (!) purification plants, Calviá is also the model for the Mediterranean. Nature conservationist Marion Hammerl-Cavanna from the *Fondo Patrimonio Natural Europeo (FPNE)* in Madrid refers to the continuing problems faced by the drinking water situation. Mallorca's self-sufficiency is no longer assured, a large part of the needs of drinking water is brought to the island by ships from the mainland. With a relatively low water price of between DM 0.73 and DM 3.81 / m³ there is no real incentive to make savings: the 259 l. / per guest per day could be considerably reduced. Anyone awaiting the development of Mallorca into a "green" model island which has ceased to exceed its carrying capacity will be disappointed: the take-off and landing capacity of the airport is presently being more than doubled – quite the reverse of a sign to limit visitor figures.

Tour Operators: The Bridge to Demand

Tour operators are also being questioned about limiting the particularly serious environmental pollution caused by the rising and increasingly energy-intensive amounts of transport produced by tourism. **Studiosus Reisen Munich**, with its own operations / business model has committed

itself not only to achieving the highest possible degree of environmental performance and social responsibility, but is also the first tour operator to recently carry out a comprehensive environmental audit with the help of FUTOUR. The main achievement is in the integration and transposition of a detailed catalogue of measures in various areas of business. For example, this already includes the exemplary collation of transport 'energy balance-sheets'. Studiosus was able to chalk up concrete successes in the use of rail transport as an alternative to aeroplane in 1996. 18% of the 92,000 customers chose Italy as their destination, of which one in three opted for a city tour in Rome. Mario Kubsch, an executive shareholder, is of course happy that the bookings to Rome have increased by 22% within one year. But he is particularly happy – and justifiably so – that this growth has been achieved almost completely in the rail sector. For the author, the reasons for this lie in their exemplary information work – e.g. by giving comparisons of energy use by the different means of transportation in their catalogue – and in the price: anyone who books Rome may, at no extra cost, use the comfortable rail shuttle from his home to Munich Central Station. This helps to reduce the specific transport energy consumption per guest by more than 6%, the total consumption of Rome-visitors has

increased "only" by 14%. Whilst more and more people are flying, here a slight dissociation between the idea of tourism growth and air transport can be seen.

For Europe's largest tour operator **TUI**, things are obviously not that simple. Dr. Wolf Michael Iwand, Environment Director of TUI, with over 4 million customers p.a. can list numerous small successes. However, compared to the total volume no big successes could be reached in the use of transport resources for the arrival, in the consumption of water and energy or waste produced in the more than 50,000 hotel beds with TUI involvement. Nevertheless TUI is the first large tour operator to introduce environmental checklists for its contract hotels and destinations, although the results obviously do not exert a great influence on the purchasing policy. If customers want to know more about the environmental situation in the holiday destinations, they can find general information and advice on environmentally friendly hotels in TUI's catalogues. This information could be expanded further if TUI wishes to meet the demands of its clients. With the small but well-produced environmental brochure on Mallorca, TUI has proved that it can inform its customers well, without spoiling their holiday mood. Further brochures on this type are also in the pipeline.

men „Bahnzubringer“ etwa von Hof zum Hauptbahnhof München nutzen. Damit ist der spezifische Transportenergieverbrauch pro Gast um mehr als 6 % gesunken. Der Gesamtverbrauch aller Romreisenden ist jedoch „nur“ um 14% gestiegen. Während immer mehr geflogen wird, kann hier eine leichte Entkoppelung von Tourismuswachstum und Flugreisen festgestellt werden.

Die TUI als Europas größter Reiseveranstalter tut sich da offensichtlich etwas schwerer. Dr. Wolf Michael Iwand, Direktor für den Bereich Umwelt, kann bei mehr als 4 Millionen Kunden/Jahr zahlreiche kleine Erfolge nachweisen. Doch im Vergleich zum Gesamtvolumen sind etwa bei den Anreiseverkehrsmitteln, beim Wasser- und Energieverbrauch oder Abfallaufkommen in Relation zu den mehr als 50.000 Hotelbetten mit TUI-Beteiligung noch keine größeren Erfolge erzielt worden. Zwar hat die TUI als erster Großveranstalter Umwelt-Checklisten für seine Vertragshotels und Destinationen eingeführt. Aber die Ergebnisse haben offensichtlich keinen großen Einfluß auf die Einkaufspolitik. Wenn sich die Kunden mehr über die Umweltsituation in den Zielgebieten informieren wollen, finden sie allgemeinere Informationen und Hinweise zu umweltorientierten Hotels in den TUI-

Katalogen. Ein Informationsangebot, das durchaus noch ausgeweitet werden könnte, wenn die TUI dem Anspruch der Orientierung des Kunden gerecht werden will. Mit der kleinen, aber feinen Umweltbroschüre zu Mallorca hat die TUI bewiesen, daß sie ihre Kunden gut informieren kann, ohne ihnen die Urlaubsblase zu verderben. Weitere Broschüren dieser Art sollten folgen.

Durch die entsprechende Nachfrage können die Umweltpioniere im Städte-, Alpen- oder Mittelmeertourismus überleben, Marktanteile gewinnen und so zu einer Ökologisierung dieses riesigen Wirtschaftszweiges beitragen. Wenn wir im Reisekatalog schwarz auf weiß den Energieverbrauch der verschiedenen Anreiseverkehrsmittel vor Augen haben, im Internet über Umweltauszeichnungen im Tourismus nachlesen, im Ortsprospekt Hotels mit einem Umweltgütesiegel entdecken, dann sind uns damit Kriterien zur Hand gegeben, uns für die Umwelt zu entscheiden.

Mehr Nachhaltigkeit = mehr Qualität

Durch verstärkte Kooperation in Gemeindefitzwerken und durch gemeinsames Marketing können Tourismusorte und -regionen die Synergieeffekte nutzen,

die sie zum Überleben und zur Amortisation ihrer Umwelt-Investitionen dringend brauchen. Im „grenzenlosen“ Tourismus ist hier auch die europäische Politik mit ihren Förderprogrammen gefragt, vor allem wenn es um die Reduzierung von Belastungen durch den ständig steigenden Tourismus- und Warenverkehr geht.

Allerdings: Durch freiwillige Umweltleistungen der wachstumsorientierten Wirtschaft wird der tourismusbedingte CO₂-Ausstoß wohl kaum zurückgehen. Neben den nicht ausreichenden „weichen“ Instrumenten wie Selbstverpflichtungen und Umwelt-Audits, Ökosiegel und Umweltpreise, Netzwerke und Seminare sind „harte“ Instrumente wie Trinkwasserpreise und Abfallgebühren, die Aufhebung der Steuerbefreiung für Flugbenzin oder eine CO₂/Energie-Steuer zur Durchsetzung des Verursacherprinzips (polluter pays principle) unerläßlich. Je eher und klarer die Politik auf nationaler wie auf internationaler Ebene entsprechende gesetzliche und steuerliche Regelungen erläßt, je eher auf nationaler Ebene verbindliche Umwelpläne im Stile von „Sustainable Netherlands“ erarbeitet und als Entwicklungsrahmen vorgegeben werden, desto besser und sicherer können die Anbieter im Tourismus kalkulieren und investieren. Damit investieren sie auch in Qualität. Denn mehr Nachhaltigkeit im touristischen Angebot - also mehr regionale Produkte, weniger Lärm und Abgase, weniger Abfälle und ungeklärte Abwässer - bedeutet für die Bevölkerung mehr Arbeitsplätze und Lebensqualität und für den Gast eine vielfach neue Urlaubsqualität. **Nachhaltigkeit und Qualität im Tourismus sind zwei Seiten einer Medaille.**

Given adequate demand, the eco-pioneers in city, Alpine or Mediterranean tourism can survive, gain market share and thus contribute towards the 'ecologising' of this huge branch of economic activity. If we can see the energy consumption of the different means of transport in black & white in tourism brochures, and can read about environmental awards in tourism on the Internet, and if the information in local tourism brochures contains information on hotels with ecolabels, then we will have more criteria to make decisions that favour the environment.

More sustainability = more quality

Through increased cooperation in local networks (of the 'Gemeinden': municipalities, local authorities) and through joint marketing, tourism resorts and regions can make use of the synergies which they urgently need to survive and to write off or amortise their environmental investments. In tourism without frontiers, here above all European policies with their aid programmes are required, particularly if it is to do with reducing pollution and environmental pressures caused by the continual increase in tourism and goods traffic.

However, tourism-induced CO₂ emissions are unlikely to be reduced through voluntary environmental efforts by a growth-oriented economy. Besides the weak "soft" instruments such as voluntary commitments and environmental audits, ecological seals / ecolabels and environmental awards & prizes, networks and seminars "hard" instruments such as drinking water prices and refuse collection charges, the removal of tax exemptions on aviation fuel or a CO₂/energy tax to implement the "polluter pays principle" are indispensable. The sooner and the more clearly the policies on regional as well as at international level impose the appropriate legal and tax regulations, the sooner binding environmental plans in the style of „Sustainable Netherlands“ can be worked out and introduced in the form of a development framework at national level, the suppliers of tourism products will be able to better calculate and invest more securely. In this way they will also be investing in quality. Because greater sustainability of the tourism product i.e. more regional products, less noise and emissions, less waste and unpurified sewage - means the creation of jobs and quality of life for the local population, and an improved quality of holidays for the guest. **Sustainability and quality in tourism are two sides of the same coin.**

Globalisierung heißt Reisen

Michael Gleich

Wer Mediendebatten um die Globalisierung verfolgt, gewinnt den Eindruck: Da ist etwas über uns hereingebrochen, unerwartet wie ein Schneesturm im August. Auf einen Schlag scheint es nur noch Globales zu geben, und alle Orte, alle Regionen haben sich darin aufgelöst, diffundieren in weltweite Netze.

Daran ist Dreierlei unwahr.

Erstens ist Globalisierung kein Zustand, sondern eine Entwicklung. Sie „herrscht“ nicht unumschränkt, sondern hat lediglich gegen Ende des 20. Jahrhunderts eine besonders hohe Dynamik erreicht. Ob aber tatsächlich in Zukunft jegliche Wirtschaft gleich Weltwirtschaft sein wird, läßt sich unmöglich voraussagen.

Zweitens verliert regionale Kultur nicht an Bedeutung; im Gegenteil, als Ort unserer Identitätsfindung und -betonung wird sie aufgewertet werden.

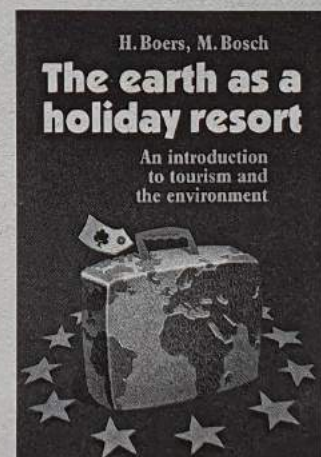
Und drittens kommt Globalisierung nicht plötzlich über uns, sondern hat sehr alte Wurzeln, als Prozeß prägt sie die Menschheit von Anfang an. Die Geschichte der Migrationen, der Reisen, der Eroberungen, des Fernhandels und des Verkehrs belegt eindrücklich, wie der Homo mobilis nach und nach die Erde zur Gänze in seine Heimat verwandelte. Und daß jeder technische Fortschritt genutzt wurde, um noch größere Entfernungen in noch kürzerer Zeit zu überwinden. „Durch immer neue Reisen“, konstatiert der amerikanische Historiker Eric J. Leed, „ist die globale Kultur entstanden.“

Doch der Tourismus, ein Motor und Beschleuniger dieser Entwicklung, steht ständig am Pranger. Insbesondere wenn er Massen bewegt, gelten seine weltweiten Ströme als Verursacher ökologischer, sozialer und kultureller Erosionen und insofern als „abträglich“. Und wenn man in den Hauptdestinationen der Touristen herumschaut, sind die Symptome einer modernen Reisekrankheit tatsächlich unübersehbar: zubetonierte Küsten, bettelnde Kinder und Plastiktüten, die Berggipfel umwehen. In Zeiten einer gewachsenen Sensibilität für Naturzerstörung fällt unser Blick auf die zersetzenden Kräfte des Reisens. Vor allem, weil wir als Schuldige sowieso Andere vermuten. Wenn Touristen Touristen „Touristen“ nennen, eigentlich aber „Idioten“ meinen, entlarvt sich die Anklage schnell als Heuchelei.

Die Öffentlichkeit tut sich schwer, die segenreichen Wirkungen des Tourismus wahrzunehmen, geschweige denn anzuerkennen. Zu den Positiva gehört beispielsweise, daß die „weiße Industrie“ oft die Alternative zu schädlicherem Umgang mit der Natur ist, etwa zu intensivem Ackerbau oder zum Abbau von Rohstoffen. Natürlich sind Schlagzeilen unter der Rubrik „Wie Touristen die Umwelt ruinieren“ besonders spektakulär. Andererseits verdanken viele bedrohte Landschaften ihre heutige Unversehrtheit allein der Tatsache, daß sie Reisende- und damit Devisenbringer anziehen. Man denke an die Serengeti (Tansania), den Krüger Nationalpark (Südafrika) oder an Yosemite (USA). Die Berggorillas in Ruanda toben nur deshalb heute noch durch den Regenwald, weil sich mit fotografierenden Touristen mehr verdienen läßt als an illegalen Jägern.

Den Massentouristen spricht eine elitäre Kritik ab, daß auch sie „by the way“ ihr Weltbild verändern. Daß jeder Aufenthalt in der Ferne den Horizont erweitert (und wenn es nur marginal ist); daß ein Urlaub Zugang zu fremden Kulturen verschafft (wenn auch Sonne, Sand und Salzwasser die eigentlichen Interessen sind); daß schließlich die Begegnung mit anderen Ländern und Mentalitäten der Völkerverständigung dienen kann (wenn auch die „Getthosituation“ oftmals nur Vorurteile verstärkt). Der Schriftsteller John Steinbeck jedenfalls zeigte sich optimistisch: „Der Fremdenverkehr und das Reisen fördert den Frieden. Es ist beinahe unmöglich, ein Volk zu hassen, das man näher kennengelernt hat.“

Sicher beschert uns die moderne Mobilität eine Fülle von Problemen. Auf der anderen Seite ist ihre sinnvolle Entfaltung unser wertvollstes Kapital auf unserem Weg zu einem Weltbürgertum, das globale Probleme auch global zu lösen sucht. Dazu müssen wir über die Grenzen von Ländern und Kontinenten hinweg miteinander reden, wir müssen uns treffen: Wir müssen reisen.



„Die Erde als Ferienort“
in 7 Sprachen herausgegeben von der:
SME MilieuAdviseurs,
NL-3507 LA Utrecht
(Smemil@icnl.nl,
Fax: 31(0)30-2801345)

Nachhaltigkeit und Tourismusqualität – zwei Seiten einer Medaille

Lorenzo Canova

Zwei Grundsätze

Jeder, der sich als Fachmann, als Anbieter oder ganz einfach als Beobachter mit Tourismus beschäftigt, konnte im Laufe der letzten zehn Jahre feststellen, wie die Diskussion sich auf zwei übergeordnete Themen zurückführen ließ:

- Qualität
- Nachhaltige Entwicklung

Diese beiden Grundsätze kennzeichnen die Überlegungen der Forscher, die Strategien der Unternehmen und die Kommunikation in den führenden Medien.

In den fortschrittlichen Industriegesellschaften, wo gemäss einiger Autoren (Giddens) im Augenblick eine "zweite Moderne" stattfindet, spiegeln Qualität und Nachhaltigkeit auf gewisse Weise die Gegensätze, die Erwartungen und die Ambivalenz wieder, welche die Gesellschaft selbst erlebt.

Konsumenten wollen Qualität

Qualität - oder "totale Qualität" in ihrer kommerziellen Auffassung - versucht eine Antwort auf die Frage zu finden: "Bis zu welchem Punkt und mit welchen Mitteln ist es machbar, auf bestmögliche Weise die Erwartungen der Verbraucher zu erfüllen?" Eine **nachhaltige Entwicklung** hingegen sollte den Einzelnen dazu auffordern, seinem stark auf Konsum und auf konsumorientiertes soziales Verhalten ausgerichteten Egoismus Grenzen zu setzen.

Seit Adam Smith gilt, dass die bestmögliche Gesellschaftsform darin besteht, dass jeder seinen eigenen wirtschaftlichen Vorteil im Beruf und im Privatleben verfolgt, ohne dabei jedoch moralische Gesetze zu verletzen. Dieses Prinzip hat zur Bildung der modernen Gesellschaft und ihrer Wirtschaft viel mehr beigetragen, als technische Neuerungen und politische Normen. Der Tourismus selbst, der ein lebendiges Bild aller stattfindenden Veränderungen und Modernisierungen widerspiegelt, ist eines der Resultate dieser Philosophie. Kein Wunder also, wenn die Marktwirtschaft jetzt einen nicht materiellen Wert wie die Qualität hervorhebt. Diese drückt nämlich in der derzeitigen kulturellen Auffassung die beste Art und Weise aus, den größtmöglichen persönlichen Vorteil und die höchstmögliche Befriedigung aus einer individuellen Tätigkeit

oder Handlung zu schöpfen. Im Fall des Tourismus ist damit das Konzept des "loisir", des Freizeitgenusses verknüpft.

Anbieter wollen überleben

Das gleiche Prinzip hat jedoch gleichzeitig auch dazu beigetragen, die Gegensätze hervorzuheben, welche letztendlich zum Thema "Nachhaltigkeit" geführt haben. In der Tat haben der Modernisierungsprozess und die Industriegesellschaft bisher ignoriert oder zu ignorieren vorgegeben, dass die Natur "Produkte schafft und Werte produziert." Viele Jahre lang hat kaum jemand sich die Frage gestellt: "Welche Art von Wirtschaft braucht die Natur?" Und wer heute für sich Antworten auf diese Frage sucht, sieht sich sofort mit den allgegenwärtigen „Erfordernissen“ des Marktes, den „Zwängen“ der Bilanzen und den „Fakten“ der volkswirtschaftlichen Statistik konfrontiert.

In der allgemeinen Diskussion dominiert immer noch eine große Verwirrung, obwohl doch eigentlich die Themen „Qualität“ und „Nachhaltigkeit“ zwei Seiten der gleichen Medaille sind, die mit (modisch) wechselnden Sprachen und Symbolen die gleichen Werte vertreten. „Qualität“ im Tourismus ist vor allem auf den Konsumenten ausgerichtet. Damit wird die Effizienz und die Funktionalität der Dienstleistungen gemessen, die notwendig sind, um den höchstmöglichen Grad an Zufriedenheit zu garantieren. Die derzeitigen Maßstäbe begnügen sich allerdings bislang damit, diejenigen Elemente zu betrachten, die sich direkt auf die Reise und Unterkunft des Gastes beziehen. Erst seit kurzer Zeit und auf noch sehr oberflächliche und unkoordinierte Weise werden auch Aspekte mit einbezogen, die das Zielgebiet als „Anbieter von Kultur“ betreffen.

Das Konzept der nachhaltigen Entwicklung, das seine Entsprechung im „nachhaltigen Tourismus“ findet, versucht hingegen seit einigen Jahren den Dienstleistungsbereich neu zu definieren. Dies geschieht u.a. mit Hilfe von auf positiven Erfahrungen beruhenden Richtlinien und ethischen Leitfäden, vom Wasser- und Energiesparkonzept bis zur Besucherbegrenzung und Landschaftskonzeption. Einige schwache Versuche zur Einführung entsprechender politischer Strategien scheiterten an den leider noch sehr gegenwärtigen Spuren ideologischer Unbeweglichkeit, dem schwierigen Erbe der gesellschaftlichen Konflikte, die zu Beginn der ökologischen Diskussion entstanden. Aus unserer Sicht erscheint es sinnvoll, Arbeitsweisen zu analysieren, die die positi-



ven Aspekte der **beiden** Konzepte zu erfassen versuchen. Demzufolge verfolgen wir das Konzept der „**integrierten Qualität**“, das die Möglichkeit beinhaltet, eine gemeinsame Beschreibung für die beiden „getrennten“ Konzepte der Nachhaltigkeit und der Qualität zu definieren.

Integrierte Qualität

Dazu ist vor allem eine „unkonservativ-konservierende“ Einstellung nötig.

Diese Behauptung, welche auf den ersten Blick widersprüchlich erscheinen mag, bedarf einer Erläuterung:

- Auch im Fremdenverkehr sind viele Akteure, die sich verbal als konservativ bezeichnen, eigentlich radikale Erneuerer. Sie treten für einen liberalisierten Markt ein und tragen so dazu bei, die traditionellen Lebensformen zu verwässern und Landschaften zu zerstören, die eine grundlegende Ressource für jegliche touristische Entwicklung darstellen. Je vollständiger die Fremdenverkehrsorte in den globalen touristischen Markt eintreten, desto radikaler finden diese Veränderungen statt. Diese Art von „Konservativen“ sind offensichtlich keineswegs daran interessiert, irgend etwas zu konservieren, das heisst, zu erhalten.
- Eine weitere Art von „Konservativen“ findet sich im veralteten Revier der sogenannten „Linken“, für welche jegliche Form des Fremdenverkehrs zerstörerische Auswirkungen hat und somit von vorneherein abzulehnen ist.

Beide Einstellungen sind überholt und nicht nachvollziehbar. In einer andauernd in Wandlung begriffenen Welt ist es nicht möglich, unendliche Neuerungen einzuführen, wenn man gleichzeitig die negativen und zerstörerischen Auswirkungen der Veränderungen begrenzen will. Aus diesem

Grund bedeutet für viele Fremdenverkehrsgemeinden die Erprobung von Formen **Integrierter Qualität** die Erhaltung und Verteidigung der Traditionen - aber nicht immer auf traditionelle Art und Weise. Grundsätzlich muß verstanden werden, daß die "Normalität", die noch vor wenigen Jahrzehnten das Leben eines Ortes charakterisierte, sich heutzutage mit vielen Faktoren messen muß, welche früher größtenteils in Gewohnheiten, Traditionen und natürliche Gegebenheiten eingebunden waren. Eine neue Art von Politik muß den Einwohnern der Orte und den Touristen die Bedeutung der eingeschlagenen Wege zu vermitteln wissen und darüber hinaus auch das Bewußtsein, daß es Themen gibt, hinsichtlich derer *niemand mehr die Freiheit besitzt, keinerlei Entscheidungen zu treffen*. Diejenigen Themen, die sich auf den Schutz der Landschaft und der Ressourcen beziehen, auf Sicherheit, auf Qualität der Dienstleistungen im touristischen Angebot, auf Besucher- und Verkehrspolitik, auf das gesamte touristische Angebot und alle Elemente des touristischen Systems, stellen einerseits ein enormes wirtschaftliches und soziales Potential dar, andererseits aber auch einen erhöhten Risikofaktor für das soziale, kulturelle und ökologische Gleichgewicht.

Wer soll nun eine Politik der "integrierten Qualität" erarbeiten und umsetzen ?

Die Hauptakteure dieses Prozesses können nur die lokalen Institutionen, Einwohner und Unternehmen sein. Insbesondere letztere stellen ein grundlegendes Bindeglied im produktiven Verhältnis zwischen Mensch und Natur dar. Durch sein Mitwirken im touristischen System bestimmt das Unternehmen entscheidend die Art und Weise der Veränderungen, die die Natur durch Menschenhand erfährt. Das Unternehmen ist demzufolge einer der strategischen Ausgangspunkte für eine konkrete Umweltpolitik, die auf Integration abzielt: es geht um die Integration von Maßnahmen der Unternehmen, die diese alleine, zusammen mit Gebietskörperschaften oder mit weiteren Institutionen durchführen. **Unternehmen** spielen eine außerordentliche Rolle bei der Umwandlung der Natur. Darum ist es unabdingbar, daß sie neben dem Qualitätskonzept auch die grundlegende Wichtigkeit der Natur- und Umweltressourcen als vorrangig erkennen. Nur so können Strategien entstehen, die Qualität mit der Zufriedenstellung der Kunden verbinden.

Als internationales Expertennetzwerk **ECOTRANS** wollen wir mit der vorliegenden Publikation auch Beiträge für eine Diskussion liefern, die zur Formulierung von Strategien zur „Integrierten Qualität“ auf Unternehmensebene wie auch auf lokaler und regionaler Ebene führen können.

„Nachhaltiger Tourismus“ – Initiativen und Instrumente der Umweltpolitik

Karl G. Tempel

Der Tourismus - eine Schlüsselbranche für „nachhaltige Entwicklung“

Als einer der am schnellsten wachsenden Sektoren der Weltwirtschaft ist der Tourismus eine Schlüsselbranche für das globale Ziel einer „nachhaltigen Entwicklung“, auf das sich mehr als 170 Staaten auf der Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung in Rio 1992 verpflichtet haben. Nachhaltige Entwicklung bedeutet, die Verbesserung der ökonomischen und sozialen Lebensbedingungen mit der langfristigen Sicherung der natürlichen Lebensgrundlagen in Einklang zu bringen. Viele Entwicklungstrends im Tourismus sind mit diesem Leitbild aber nur schwer zu vereinbaren und stellen die nationale wie internationale Umweltpolitik vor neue Herausforderungen.

- So ist einerseits ein **verstärktes ökologisches Bewußtsein** der Touristen und ein wachsendes Bedürfnis nach Naturnähe und intakten Umweltbedingungen im Urlaub zu verzeichnen.
- Andererseits verstärkt sich der **Trend zum „Mehr - Weiter - Öfter - Reisen“**. Das **Flugzeug** verzeichnet die höchsten Zuwachsraten als touristisches Transportmittel und der Anteil der Fernreisen nimmt stetig zu. Nach Angaben der Welt-Tourismus-Organisation (WTO, 1997) wächst der Weltreiseverkehr jährlich um etwa 4 % und verdoppelt sich alle 20 Jahre. Wurden in 1971 noch rund 180 Mio. internationale Touristen gezählt, so waren es 1996 bereits annähernd 600 Mio. Im Jahr 2020 sollen es nach Schätzungen der WTO bereits 1,6 Mrd. sein.
- Darüber hinaus ist eine anhaltende **Ausdifferenzierung der Freizeitaktivitäten** zu beobachten, die durch technische Innovationen sowie die Entwicklung immer neuer Geräte und verbesserter Ausrüstungen begünstigt wird. Dies alles führt zu einer zeitlichen und räumlichen Expansion des globalen Reise- und Freizeitverhaltens, die auch bisher noch unberührte Naturräume (z. B. Hochgebirge, Gletscher, Regenwälder oder die polaren Meere) in zunehmendem Maße erfaßt.
- Weitere ökologisch negative Auswirkungen dieser Entwicklungstrends bestehen vor allem in der **Zunahme der Schadstoff- und CO₂-Emissionen** durch den



Tourismus- und Freizeitverkehr, in der **Verbauung und Urbanisierung** attraktiver Natur- und Kulturräume, sowie in der **Übernutzung der natürlichen Ressourcen** in den Zentren des Massentourismus und in ökologisch empfindlichen Gebieten (semiaride Gebiete, Feuchtgebiete, Inseln).

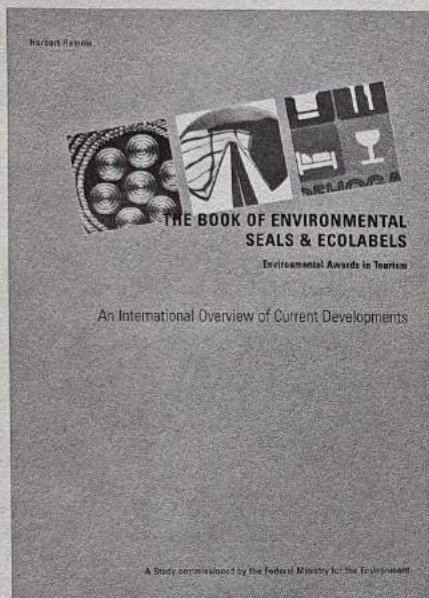
Andererseits kann ein nachhaltiger, umweltgerechter Tourismus durchaus dazu beitragen, die Ziele des Natur- und Umweltschutzes zu unterstützen, indem er z. B. zusätzliche Einkommen für ländliche Regionen schafft und zur Erhaltung von Kulturlandschaften beiträgt, die Finanzierung von Schutzgebieten gewährleistet oder attraktive Einkommensalternativen bietet, die es den Menschen ermöglichen, auf ökologisch nachhaltigere Nutzungen zu verzichten (z. B. Tourismus statt Waldrodung und Anbau von Monokulturen).

Umweltpolitische Ziele und Instrumente

Vor diesem Hintergrund ist die Umweltpolitik gefordert, Instrumente zu entwickeln und auf Rahmenbedingungen hinzuwirken, die eine nachhaltige und umweltgerechte Entwicklung des Tourismus im nationalen wie im globalen Maßstab gewährleisten.

Die gesellschaftlich bedingten Ursachen für die Zunahme und Ausdifferenzierung von Tourismus- und Freizeitaktivitäten, die heterogene Struktur von Akteuren und Aktivitäten und die jeweils besonderen ökologischen Belastungswirkungen erfordern - ergänzend zum „klassischen“ umweltpolitischen Instrumentarium - auch die Entwicklung spezifischer, tourismusbezogener umweltpolitischer Instrumente. Um spezifi-

sche Umweltschutzaktivitäten in der Tourismuswirtschaft auszulösen sowie Veränderungen im individuellen Verhalten der Touristen zu erreichen, bieten sich vor allem **dialog- und kooperationsfördernde Instrumente** an wie Information, Aufklärung und Beratung. Im Rahmen solcher Maßnahmen können weitere marktwirtschaftlich wirkende Instrumente zur Anwendung kommen, wie die Entwicklung ökologischer Kriterienkataloge, die Durchführung von Wettbewerben oder die Vergabe von Umwelt-Auszeichnungen.



Dadurch können z. T. erhebliche Handlungsspielräume für den Natur- und Umweltschutz auch unabhängig von rechtlichen Vorgaben und finanziellen Restriktionen ausgeschöpft werden.

Projektbezogene Umweltzusammenarbeit

Das Bundesumweltministerium führt Projekte der Umweltberatung in Zusammenarbeit mit allen maßgeblichen touristischen Leistungsträgern durch. Über projektbegleitende Arbeitskreise oder Beiräte sind jeweils auch die Naturschutz- und Umweltverbände an solchen Projekten beteiligt.

- Ein erheblicher ökologischer Impuls für das deutsche **Hotel- und Gaststättengewerbe** ist von dem „40-Punkte-Katalog: So führen Sie einen umweltfreundlichen Betrieb“ ausgegangen, der mit Mitteln des BMU gefördert wurde und seit 1993 im Rahmen von Wettbewerben des DEHOGA umgesetzt wird. Der Katalog ist in 1996/97 aktualisiert und erweitert worden und enthält jetzt neben „ökologischen Kennziffern“ für die verschiedenen Betriebstypen auch Informationen über

das integrierte Umweltmanagement in Hotellerie und Gastronomie zur Vorbereitung auf das EU-Umwelt-Audit.

- Im Februar 1997 wurde der erste **„Bundeswettbewerb umweltfreundliche Fremdenverkehrsorte in Deutschland“** mit der Verleihung von 13 Bundes- und 14 Projektpreisen „Tourismus und Umwelt“ sowie weiteren 13 Anerkennungs-Urkunden abgeschlossen. Ziel dieses Wettbewerbes, der vom Deutschen Fremdenverkehrsverband mit Unterstützung durch das Bundeswirtschafts- und Bundesumweltministerium durchgeführt wurde, war es, das breite Spektrum der Handlungsmöglichkeiten der Fremdenverkehrsgemeinden im Natur- und Umweltschutz aufzuzeigen, sowie Anregungen für ein ganzheitliches ökologisches Management zu geben. Darüber hinaus diente der Wettbewerb auch als „Praxistest“ für die Einführung eines einheitlichen Umweltsiegels für Fremdenverkehrsorte. Die Dokumentation der Wettbewerbsergebnisse (Titel: „Urlaub und Reisen in Deutschland - natürlich umweltfreundlich“) ist eine Fundgrube für Ideen und Innovationen eines umweltgerechten Tourismus.
- Für die Betreiber der rd. 5.800 Campingplätze in Deutschland steht seit Anfang 1996 ein Leitfaden **„Umweltschutz auf Campingplätzen“** zur Verfügung, der praktische Anregungen für die naturnahe Gestaltung und umweltorientierte Bewirtschaftung von Campingplätzen gibt.
- Im Rahmen eines Umweltberatungsprojektes mit dem Deutschen Reisebüro-Verband (DRV) wurden in 1995 **„Umweltempfehlungen“ für die wichtigsten Urlaubsgebiete deutscher Touristen - Mittelmeerraum, Bergregionen und Fernreiseziele** - herausgegeben. Darüber hinaus steht für Reise-

veranstalter, Reisemittler und deren Druckereien eine Handlungsanleitung für die umweltgerechte Herstellung und Entsorgung von **Reisekatalogen** und Printmedien in der Touristikbranche zur Verfügung. Gemeinsam mit dem Verein „Ökologischer Tourismus in Europa“ wurden 55 Kriterien für den **„umweltorientierten Reiseveranstalter“** erarbeitet (1996), die für die Teilnahme der Reiseveranstalter und -mittler am EU-Umwelt-Audit eine wertvolle Hilfe darstellen.

- BMU und UBA unterstützen darüber hinaus die europaweite **Kampagne „Blaue Europa-Flagge“**. Die Blaue Flagge wird von der Europäischen Stiftung für Umwelterziehung über deren nationale Partnerorganisationen (in Deutschland: Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung) für saubere Badestrände an Küsten und für ökologisch vorbildliche Sportboothäfen verliehen. In 1997 wurden in Deutschland insgesamt 16 Badestrände sowie 122 Sportboothäfen mit einer „Blauen Europa-Flagge“ ausgezeichnet.

Weiterführende Maßnahmen der Tourismuswirtschaft

Das in Rio beschlossene Leitbild der nachhaltigen Entwicklung wendet sich nicht an den Staat allein. Nachhaltigkeit ist vielmehr ein Prozeß, der alle gesellschaftlichen Gruppen einbeziehen muß. Im Rahmen der vom BMU ergriffenen Initiative **„Schritte zu einer nachhaltigen, umweltgerechten Entwicklung in Deutschland“**, deren Zwischenergebnisse im Juni 1997 vorgestellt wurden, hat die Tourismuswirtschaft aktiv mitgewirkt und sich u. a. darauf verständigt,

- Landnutzungen an den jeweiligen naturräumlichen Voraussetzungen und ökologischen Belastungsgrenzen zu orientieren,
- sich verstärkt für Maßnahmen einer umweltschonenden Mobilität einzusetzen,
- die landschaftlichen Voraussetzungen für Erholung und Freizeit zu verbessern, sowie
- eine **gemeinsame Umwelterklärung** vorzulegen, die als Leitlinie für die zukünftigen Aktivitäten der verschiedenen Träger des deutschen Tourismus für eine nachhaltige Entwicklung dienen soll.

Diese gemeinsame Umwelterklärung wird eine wertvolle Unterstützung der Initiativen des BMU für einen nachhaltigen Tourismus darstellen, so z. B. für das **umweltpolitische Schwerpunktprogramm** der Bundesregierung, das auf der Grundlage der Ergebnisse des „Schritte-Prozesses“ bis zum Frühjahr 1998 erarbeitet wird.



Weltweite Aktivitäten für einen nachhaltigen Tourismus

Seit der Rio-Konferenz 1992 haben sich auch auf europäischer und internationaler Ebene die Initiativen für einen nachhaltigen Tourismus verstärkt. Die **Europäische Union** und der **Europarat** haben spezifische Aktivitäten für einen nachhaltigen Tourismus entfaltet. So wird der Tourismus im 5. Umweltaktionsprogramm der EU (1992 - 97) als prioritärer Handlungsbereich benannt. Die vom Europarat erarbeitete und inzwischen beschlossene „Gesamteuropäische Strategie der biologischen und landschaftlichen Vielfalt“ enthält auch Empfehlungen für eine umweltgerechte Steuerung von Tourismus- und Freizeitaktivitäten. **Das Umweltprogramm der Vereinten Nationen** (UNEP, Paris) hat 1995 erstmals die weltweit vorhandenen Umwelt-Leitlinien im Bereich des Tourismus veröffentlicht („Environmental Codes of Conduct for Tourism“). Im April 1995 fand auf der Insel Lanzarote eine „**Weltkonferenz für nachhaltigen Tourismus**“ statt, die von der UNESCO in Zusammenarbeit mit UNEP, der WTO und der spanischen Regierung veranstaltet worden war. Es wurde eine „**18-Punkte-Charta für einen nachhaltigen Tourismus**“ verabschiedet, die große Beachtung gefunden hat. Auch in anderen Weltregionen wurden entsprechende Aktivitäten entfaltet (z. B. Seychellen, im Oktober 1996 und Malé/Malediven im Februar 1997).

- Ein erstes Beispiel für ein umweltpolitisches **Rechtsinstrument** im Bereich Tourismus stellt das „**Tourismusprotokoll**“ zur Durchführung der **Alpenkonvention** dar. Es verpflichtet alle Alpenstaaten auf das Ziel eines nachhaltigen Tourismus im

gesamten Alpenraum, z. B. durch Ausweisung von „Ruhezonen“, Maßnahmen der Besucherlenkung und Verkehrsberuhigung, den landschaftsschonenden Bau und Betrieb touristischer Anlagen usw. Die Unterzeichnung des Protokolls wird voraussichtlich auf der 5. Alpenkonferenz im Frühjahr 1998 erfolgen.

- Beispielcharakter für Regelungen in besonders empfindlichen Gebieten hat das **Umweltschutzprotokoll (USP) zum Antarktisvertrag**. Der zu seiner Umsetzung beschlossene „Leitfaden für Besucher der Antarktis“ definiert hier die Anforderungen an das Verhalten der Touristen.

Die „Berliner Erklärung: Biologische Vielfalt und nachhaltiger Tourismus“

Diese Ansätze reichen aber nicht aus, um auf globaler Ebene eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus zu bewirken. Vor dem Hintergrund wachsender Konfliktpotentiale zwischen internationaler Tourismusentwicklung und der Erhaltung der biologischen Vielfalt, die in der Anfang 1997 veröffentlichten Studie des Bundesamtes für Naturschutz über „**Biodiversität und Tourismus an den Küsten der Weltmeere**“ eindrucksvoll belegt werden, hat Bundesumweltministerin Dr. Angela Merkel deshalb die Initiative ergriffen, um das „**Übereinkommen über die biologische Vielfalt**“ als zentrales Instrument für die Erarbeitung internationaler Regeln und Grundsätze eines naturverträglichen Tourismus zu nutzen. Zwar befaßt sich dieses Übereinkommen nicht speziell mit Fragen

Artenschutz an Bord

Die **Deutsche Lufthansa AG**, Frankfurt, klärt ihre Fluggäste nach Afrika, Südamerika und Fernost auf: mit einem neuen Video über Artenschutz in Zusammenarbeit mit der Stiftung **Europäisches Naturerbe EURONATUR**, Rädolfzell. Die schätzungsweise 5-6 Mio. Zuschauer, etwa 20 % aller Lufthansa-Kunden, erfahren beim Anflug auf Rio, Johannesburg oder Singapur, mit welchen Souvenirs sie zur Ausrüstung seltener Tier- und Pflanzenarten in den fernen Ländern beitragen - wenn sie sie kaufen würden.

des Tourismus, doch bietet es geeignete Anknüpfungspunkte für globale Absprachen zu diesem Thema.

Bundesumweltministerin Merkel hat deshalb Staaten aus allen Weltregionen, die als Zielländer für den internationalen Tourismus von Bedeutung sind und zugleich über eine große Artenvielfalt verfügen, sowie einschlägig engagierte Verbände und internationale Organisationen zu einer internationalen **Konferenz „Biologische Vielfalt und Tourismus“** eingeladen, die vom 6. - 8. März 1997 in Berlin - im Vorfeld der ITB - stattgefunden hat.

Die auf dieser Konferenz von 18 Staaten verabschiedete „Berliner Erklärung“ stellt einen ersten, weltweiten Konsens über Grundsätze eines nachhaltigen Tourismus dar.

Ihre Kernaussagen sind:

- Nachhaltiger Tourismus stellt eine sinnvolle Nutzung der biologischen Vielfalt

Nachhaltiger Tourismus ? Nur mit mehr Mut zur politischen Gestaltung !

Halo Saibold

Die Trendwende hin zum nachhaltigen Tourismus muß von vielen Akteuren gleichzeitig angestoßen werden: von den Reiseveranstaltern, den Reisebüros, den Kommunen und den TouristInnen. Eine Schlüsselrolle kommt aber der Politik zu: nur wenn auf der ganzen Linie der richtige politische Rahmen gesteckt wird, kann das Engagement der einzelnen Akteure für zukunftsfähigen Tourismus Früchte tragen. Dabei muß die Tourismuspolitik als Querschnittsaufgabe begriffen werden, was leider noch viel zu selten in den Köpfen verankert ist.

Die besten Konzepte zur BesucherInnenlenkung, zur Verkehrsvermeidung und für Umweltbildung in Naturschutzgebieten werden zunichte gemacht, wenn die angrenzenden Kommunen Zersiedelung und Landschaftsfraß durch Großmärkte auf der grünen Wiese zulassen. Durch solche öden Siedlungen will niemand wandern oder fahrradfahren. Solche Beispiele für mangelnde Koordination gibt es viel zu häufig. Deshalb müssen die Bereiche Raumordnung, Verkehr, Umwelt- und Naturschutz, Wirtschaft und Kultur in Zukunft stärker koordiniert und durch eine touristische Fachplanung verzahnt werden. Das gleiche gilt für den Rahmen auf Bundesebene: Eine mit mageren 3 Millionen DM ausgestattete Imagekampagne zur Förderung des Tourismus in Deutschland verpufft, wenn gleichzeitig der Flugverkehr durch die Befreiung von der Mineralölsteuer weiterhin mit über 7 Milliarden DM (der 2300fache Betrag!) subventioniert wird.

Halo Saibold ist Mitglied im deutschen Bundestag, tourismuspolitische Sprecherin der Partei Bündnis90/DieGrünen und Vorsitzende des Parlamentarischen Ausschusses für Tourismus.

dar und kann zur Erhaltung der biologischen Vielfalt beitragen.

- Die Tourismusentwicklung bedarf der Steuerung und eines sorgfältigen Managements, um sicherzustellen, daß sie in nachhaltigen Bahnen verläuft; geeignete Steuerungsinstrumente werden benannt.
- Tourismus in ökologisch und kulturell sensiblen Gebieten muß besondere Aufmerksamkeit gewidmet werden. Massentourismus sollte in diesen Gebieten vermieden werden.
- Für eine nachhaltige Tourismusentwicklung sind alle Akteure verantwortlich, insbesondere auch der private Sektor; freiwillige Initiativen der Wirtschaft (Selbstverpflichtungen, Codes of Conduct, Gütesiegel) sind zu ermutigen.
- Große Bedeutung wird der lokalen Ebene beigemessen, die nicht nur Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus trägt, sondern auch in besonderer Weise aus dem Tourismus Nutzen ziehen soll.

Umsetzung

Die Umsetzung der „Berliner Erklärung“ soll einerseits im Rahmen der Vertragsstaatenkonferenzen (VSK) des Übereinkommens über die biologische Vielfalt mit dem Ziel **globaler Absprachen** für eine nachhaltige Tourismusentwicklung erfolgen. Eine erste Beratung ist auf der 4. VSK im Mai 1998 in Bratislava (Slowakei) vorgesehen. Zum anderen dient sie auch als Grundlage für unterstützende Aktivitäten und für die Erörterung der nichtkonventionsspezifischen Aspekte eines nachhaltigen Tourismus (z. B. nachhaltige Konsummuster, ökonomische Instrumente) im Rahmen der **UN-Kommission für nachhaltige Entwicklung (CSD)**. Die Sondergeneralversammlung der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung vom Juni 1997 hat der CSD bereits ein entsprechendes Mandat erteilt.

Nicht zuletzt sind auch die bi- und multilateralen Finanzierungsinstitutionen aufgefordert, die Grundsätze der „Berliner Erklärung“ bei ihrer Förderpolitik zu berücksichtigen.

Es ist zu hoffen, daß die geschilderten Initiativen den erfolgreichen Auftakt international abgestimmter Bemühungen für einen nachhaltigen, d. h. ökologisch wie sozial verträglichen Tourismus darstellen.

Nachhaltige Entwicklung?



„Zufälle“, entdeckt in München, Herbert Hamel, 1996

Energie – Mit der Sonne rechnen

Lorenzo Canova, unter Mitarbeit von Barbara Limentani

Der Energiekonsum der EU liegt 1990 bei 864 Mtoe (Milion tons equivalent petroleum), davon stammt nur 31 Mtoe, das heißt, 4% aus erneuerbaren Energiequellen. Der Energieverbrauch in Deutschland betrug 1990 ca. 232 Mtoe, davon ca. 1% aus erneuerbaren Energiequellen (Eurostat).

Schlüsselindikator

Auf Reisen wird die meiste Energie für den Transport und in der Unterkunft benötigt. Die Entwicklungsziele sind:

- Senkung des Energieverbrauchs (pro m², Übernachtung oder anderer Leistungseinheit)
- Erhöhung des Anteils an regenerativen Energiequellen (am Gesamtenergieverbrauch)
- Kostendeckung durch Verbraucher (DM/kWh)

$$\text{Energieverbrauch pro Quadratmeter} = \frac{\text{Gesamtverbrauch kWh/a}}{\text{Oberfläche in m}^2}$$

Als Schlüsselindikator für die Hotellerie haben wir den Energieverbrauch pro Quadratmeter ausgewählt. Der Gesamtverbrauch, welcher für mehr als 50% aus dem Heiz- und Klimatisierungsbedarf der Struktur sowie der Beleuchtung der Gemeinschaftsräume besteht, ist im Großen und Ganzen unabhängig von der Zahl der im Hotel anwesenden Gäste.

z.B. „Hotel della Salute“

Energiequellen können in erneuerbare und nicht erneuerbare Quellen unterteilt werden. Unter die erneuerbaren fallen z.B. Solarenergie, Biomasse und Windenergie. Im Bereich unserer Aktivitäten versuchen wir soweit wie möglich den Gebrauch erneuerbarer Energiequellen voranzutreiben, und hierbei insbesondere der Solarenergie, welche im Mittelmeerraum sicherlich dazu beitragen kann, die Nachfrage nach fossilen Brennstoffen bedeutend zu senken.

Hotelfläche	1800 m ²
Anzahl Übernachtungen	5500
Gesamtenergieverbrauch	243180 kWh
Energieverbrauch / m ²	135,1 kWh

Das nachfolgende Beispiel bezieht sich auf die Installation einer Solar-Warmwasseranlage im norditalienischen „Hotel della Salute“, Valtalleggio/Bergamo. Dazu wird mit der Abteilung „Erneuerbare Energiequellen“ des Joint Research Centre in Ispra (Lago Maggiore) der EU-Kommission, GD XVII, zusammengearbeitet.

Um die genaue mit Solarpaneelen zu bedeckende Oberfläche und den exakten Bei-

- Der ausgewählte Paneeltyp verfügt über eine Vakuumkammer im Inneren, was einerseits die Leistung verbessert und andererseits eine geringere Oberfläche benötigt. Die Paneele werden auf der Dachsüdseite installiert.
- Mit der Solarenergie werden zwei Wassertanks im Dachgeschoss mit insgesamt 1500 Litern beheizt werden. Wenn es zeitweise nicht möglich sein sollte, durch die Solarenergie die Mindesttemperatur für das Warmwasser zu erhalten, schaltet sich die traditionelle Heizanlage zur Unterstützung ein.
- Mit der Solarenergie können ca. 60% des mittleren Jahresbedarfs an Warmwasser geheizt werden, der Rest wird durch den Gasbrenner gedeckt. Je nach Jahreszeit wird dieser Prozentsatz natürlich variieren. Insbesondere in den Sommermonaten wird es möglich sein, den Warmwasserbedarf völlig durch Solarenergie zu decken, während im Winter der Beitrag des Gasbrenners intensiver sein wird.

Einsparung durch Ersatz des traditionellen Heizölbrenners

Aus der Berechnung des NPV geht hervor, daß der „Return on Investment“ auf 45 000 DM für eine Solaranlage mit der geschätzten Lebensdauer von 15 Jahren ca. 4 500 DM betrifft. Dieser Wert ist vor allem auf die

Gesamtverbrauch Heizöl in kWh / Jahr	212400
Durchschnittskosten für kWh Heizöl (Gesamtkosten Heizöl 26 mil Lit./ tot kWh)	DM 0,1224
Energieverbrauch für die Erwärmung des Wassers in kWh / Jahr	88200
Beitrag des Solarsystems zur Deckung des Gesamtbedarfs (Schätzung)	60%
Energieeinsparung (60% des Energieverbrauchs für Warmwassererzeugung)	52920
Gesamtkosten Energie (Verbrauch vor Installierung der Solaranlage x Lit kWh)	DM 10795
Finanzielle Einsparung	DM 6477
Investition in die Solaranlage (30 m ²) (Schätzung)	DM 45000
Amortisierungsperiode (einfach)	7 Jahre
Net Present Value NPV (geschätzte Lebensdauer 15 Jahre)	DM 4500

trag der Sonnenenergie gegenüber der traditionellen thermischen Anlage zu bestimmen wurde folgendermaßen vorgegangen:

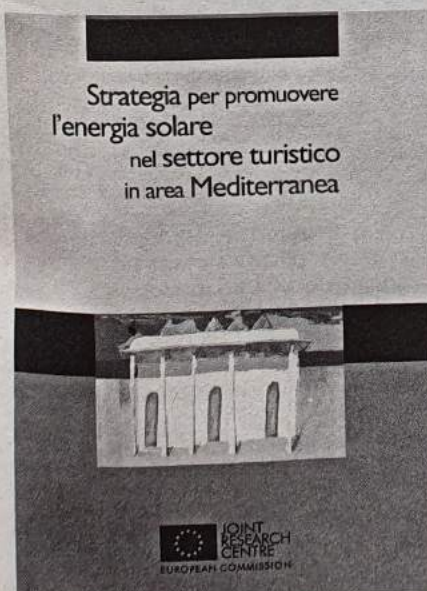
- Messung und Monitorierung der Sonnenbestrahlung auf der Südseite des Gebäudes über einen Zeitraum von 6 Monaten durch die Installierung von Außenwand-Solarmessgeräten.
- Bestimmung der durch die Paneele zu bedeckenden Oberfläche nach Feststellung des genauen Verlaufs der täglichen Sonnenbestrahlung auf der Gebäudeaußenfläche.

derzeit relativ **geringen Heizölkosten** zurückzuführen.

Unsere Empfehlung

Grundsätzlich möchten wir Hotelbetrieben folgende Vorgehensweise empfehlen:

- Erarbeitung von betrieblichen Lösungsansätzen zur flexiblen Nutzung der vorhandenen Energieanlagen, etwa bei nicht-belegten Etagen oder Gebäudeabschnitten
- Anregung zum Gebrauch von alternativen Energiequellen



- Kontrolle des Energieverbrauchs als Teil der Führungsstrategie des Hotelbetriebs.

Die Maßnahmen zur Umsetzung beinhalten unter anderem:

- Ersatz der Glühlampen durch leistungseffizientere Leuchtörper (z.B. Energiesparlampen)
- Säuberung und Instandhaltung der Leuchtkörper
- Sauberhaltung der Fenster, um die höchstmögliche natürliche Beleuchtung zu garantieren
- Instandhaltung aller Geräte und Anlagen (Kühlschränke, Kühltruhe, Waschanlagen)
- Instandhaltung der Brenner der Heizanlagen, Isolierung des Gebäudes (z.B. doppelte Scheiben) und der Anlagen (z.B. Heizkessel)
- Installierung eines zentralen Überwachungssystems für den Energieverbrauch, welches in der Lage ist, den Verbrauch und die Ein- und Ausschaltung der Anlage automatisch zu regulieren (z.B. Einstellung der Klimaanlage, der Heizung, der Beleuchtung und des Wasserverbrauchs in nicht belegten Hotelbereichen).

Unter solaren Energiesystemen verstehen wir *thermische* Sonnennergiesysteme für die Produktion von Warmwasser oder zur Raumheizung und *photovoltaische* Systeme zur Umwandlung von Sonnenenergie in elektrische Energie. Die fortschrittlichste Technologie auf diesem Gebiet betrifft derzeit die thermischen Solarsysteme, welche in der Lage sind, einen befriedigenden Wirkungsgrad zu erreichen, wenn sie zur Wassererwärmung verwendet werden. Die Experten des Joint Research Centre der EU-Kommission in Ispra schätzen, daß thermische Sonnenkollektoren bis zu 50% des Energiebedarfes für die Warmwassererzeugung südlich von Mitteleuropa decken könnten. Die Effizienz der Sonnenkollektoren zur Raumheizung konnte bisher keine ähnlichen Erfolge aufweisen, sie liegt derzeit bei 10% des Energiebedarfes. Photovoltaiksysteme sind im Augenblick aufgrund des hohen finanziellen Aufwandes ihrer Installation nur in Orten ratsam, wo der Anschluß an das Stromnetz schwer realisierbar ist (Kriterium: Stromanschlußkosten sind höher als die Photovoltaikinstallationskosten).

Die Amortisierung der Installationskosten von Solarsystemen variiert je nach Art der verwendeten Technologie, nach der Lokalisierung der Paneele und der daraus erfolgenden Aufnahmekapazität von Sonnenstrahlen sowie nach den örtlichen klimatischen Bedingungen. Es wird geschätzt, daß eine thermische Solaranlage zur Wassererhitzung sich in den südeuropäischen Regionen im Laufe von 7-8 Jahren amortisiert. Sowohl die thermischen Solarsysteme zur

Raumheizung als auch photovoltaische Anlagen erscheinen derzeit nicht innerhalb eines sinnvollen Zeitraumes amortisierbar und sind darum nicht ratsam, außer unter besonderen Umständen (Kriterium: Investition für Solaranlage ist kleiner als die Investition für traditionelle Anlagen).

Erfolgsgarantie der EU

Die Kommission der Europäischen Union fördert über die GD XVII (Energie) die Verbreitung der Technologien zur Nutzung der erneuerbaren Energien, wie zum Beispiel der Sonnenenergie (Thermien-Programm zur Finanzierung innovativer Projekte, Altener-Programm für erneuerbare Energien: Forschung und Ausbildung)

Die EU unterstützt die Finanzierung von Projekten zur Installierung von Solarsystemen und beinhaltet Initiativen wie die „Garantie der Ergebnisse von Solarsystemen“ (Guarantee of Solar Results GSR) zur Warmwassererzeugung. Die technische Gruppe, bestehend aus dem Projektverantwortlichen des Systems, dem Hersteller der Paneele, dem Installateur und dem Leiter/Instandhalter des Systems, garantiert die Leistungen der solarthermischen Anlage für 4 Jahre. Sie ist verpflichtet einzugreifen, wenn die von der Solaranlage gelieferte Energiemenge nicht derjenigen entspricht, welche im Garantievertrag festgelegt wird. Sollte zu Ende des vierten Jahres die vom Solarsystem gelieferte Energie noch unter der vom Vertrag festgelegten Menge liegen, muß die technische Gruppe den Kunden für die mangelnde Energielieferung entschädigen.

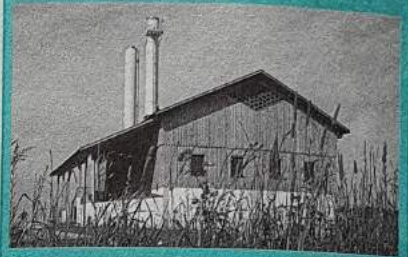
Solaranlagen statt Heizölbrenner – mögliche Kostenersparnis in süditalienischen Hotels

Durchschnittspreis kWh Brennstoff	DM 0,1224
Anzahl Hotels im Süditalien	3 766
Energieverbrauch pro m ² (nur auf den Heizölverbrauch bezogen)	118 kWh/ m ²
Durchschnittliche Fläche	2 700 m ²
Gesamtenergieverbrauch	1 199 874 600 kWh
Energieverbrauch für Warmwasser (1/3 des Gesamtenergieverbrauch)	399 949 200 kWh
Gesamtkosten Energie	DM 48 953 700
Mögliche Einsparung (60% der totaler Energieverbrauch)	DM 23 996 520
Mögliche finanzielle Einsparung (Mögliche Einsparung x Preis kWh)	DM 29 372 200

Fazit: Bereits bei den heute noch niedrigen Heizölpreisen könnten in den süditalienischen Hotelbetrieben jährlich 30 Millionen DM an direkten Kosten eingespart werden - garantiert.

Biomasse als Alternative

Die erste Kuranlage in Deutschland mit ausschließlich CO₂-neutraler Beheizung steht im Oberpfälzer Wald. Das neue Sybillenbad (Tel. 49(0)9638-9330) inkl. Apartmenthotel nutzt dazu nur Schwachholz aus den umliegenden Wä-



dern, die Lieferung der nachwachsenden Rohstoffe sichert den Waldbauern zusätzliches Einkommen.

Süditalien „solar“?

Was wäre wenn alle Beherbergungsbetriebe in Süditalien (Kampanien, Marken, Abruzzen, Apulien, Kalabrien, Basilikata, Sizilien, Sardinien) für die Produktion von Warmwasser Solaranlagen verwenden würden?

Durch die optimale Sonneneinstrahlung gerade während der tourismusintensiven Sommersaison mit dem damit verbundenen erhöhten Warmwasserbedarf stellt das Mittelmeer eine ideale Zone für zur Nutzung der solarthermischen Technologien dar. Der derzeitige Stand der Technologie erlaubt einem Hotelbetrieb im Mittelmeerraum die Deckung von ca. 60% seines Warmwasserbedarfs durch solarerzeugte Energie. Die Europäische Kommission hat im Rahmen des Thermie-Programmes bereits zahlreiche Projekte zur Nutzung der erneuerbaren Energien in diesem Sektor unterstützt.

Wasser – Engpaß am Mittelmeer

Lorenzo Canova, unter Mitarbeit von Barbara Limentani

Im Jahre 1980 betrug der Wasserverbrauch in der EU ca. 237 000 Mio m³ (einschließlich der heutigen östlichen Bundesländer in Deutschland). Durch Deutschlands Leitungen floßen 1994 5 138 Mio m³ Wasser, das entspricht einem mittleren Tagesverbrauch von 173 Litern pro Person. Mittlerweile sinkt der Trinkwasserverbrauch in Deutschland - vor allem wegen der relativ hohen Kosten (ca. 8,- DM/ m³ Trinkwasser und Abwasser) Während die Trinkwasserversorgung in nördlichen Ländern Europas noch kein großes Problem darstellt, wird diese kostbare Ressource am südlichen Mittelmeer und an der spanischen Mittelmeerküste immer knapper.

Schlüsselindikator

Die Entwicklungsziele sind:

- Nutzung eigener Ressourcen (Anteil eigener Trinkwasserförderung)
- weniger Trinkwasserverbrauch (pro Übernachtung, Grünfläche, etc.)
- möglichst gutes Abwasser (Anschlußgrad an Klärung, Funktionstüchtigkeit, Technik)
- möglichst gesundes Trinkwasser (Nitratgehalt, Salzgehalt)
- Kostendeckung durch Verbraucher (Trinkwasser- bzw. Abwasserpreis in DM/m³)

Der größte Wasserverbrauch im Tourismus fällt in der Unterkunft an. Als Schlüsselindikator gilt hier:

Mittlerer Trinkwasserverbrauch =
Gesamtverbrauch Trinkwasser
Gesamtanzahl Übernachtungen

Dieser Indikator ist der aussagekräftigste, da er nicht von den Ausmaßen der Räume abhängig ist (Doppel/Einzelzimmer) und die effektive Belegung berücksichtigt.

z.B., „Duca di Milano“

Im Verlauf des Pilotprojektes für ein Öko-Audit im Hotel „Duca di Milano“, durchgeführt von ACTA in Zusammenarbeit mit der technischen Universität Mailand, fand auch eine tiefgehende Analyse des Wasserverbrauchs statt: in diesem Luxushotel beträgt das Verbrauchsmittel 410 l pro Person/Tag. Im einzelnen wurden die Kriterien zur Bestimmung des Verbrauchs wie folgt festgesetzt:

- Monitorierung und Berechnung des Verbrauchs
- Gesamtbelegungsziffern (pro Jahr)

Wasserkosten/Jahr vor Sparmaßnahmen (5 000 m ³ x DM 0,60)	DM 3 000,-
Gesamtverbrauch pro Person (Liter)	410
verringerbare Verbrauch (Liter/Person/Tag) für Wasserhähne und Dusche	220
Prozentsatz Einsparung (bei 4 Durchflußbegrenzern)	60%
Insgesamt eingesparte Liter pro Person /Tag	132
Tagesverbrauch in Liter/Person (einschl. nicht verringerbarem Verbrauch)	278
Gesamtverbrauch/Jahr in Litern (Verbrauch/Person x 12 358 Übern.)	3 435 524
Wasserkosten/Jahr nach Sparmaßnahmen (m ³ x DM 0,60)	DM 2 061,-
Totale Einsparung/ Jahr	DM 939,-

- Berechnung des Verbrauchs unterteilt auf die verschiedenen Bereiche und mit Bezug auf die Belegung

Auf die Wasserhähne der Waschbecken und Bidets und auf die Duschköpfe aller Zimmer wurden Durchflußbegrenzer installiert (insgesamt 4 Elemente pro Raum).

In Anbetracht der Wasserkosten in Mailand (Berechnungsgrundlage: DM 0,60 /m³; heutiger Wasserpreis 1997 bereits DM 0,80) amortisierte sich die Anschaffung der 4 Durchflußbegrenzer in jedem Zimmer innerhalb von 17 Monaten.

Unsere Empfehlung

- Installation von Durchflußbegrenzern oder -konstanthaltern mit Zumischung von Luft am Auslauf des Wasserhahns oder als Zwischenstück im Brause-schlauch
- Wasserspartasten für das WC
- Sofortige Reparatur aller tropfenden Armaturen und Leitungen
- Installation einer Zisterne für den Auffang von Regenwasser: Nutzung zur Bewässerung der Außenanlagen
- Installierung einer Anlage zur Klärung des Brauchwassers und zu seiner Rückführung für alle Bereiche, die keine Trinkwasserqualität erfordern

Für die lokalen Verantwortlichen:

- Angleichung der Wasserkosten an den tatsächlichen Wert der Ressource (im Verhältnis zu ihrer Knappheit und zu den Umweltfolgen übermäßigen Verbrauchs)
- Investition in Kläranlagen, wo diese fehlen

Wassereinsparung in Süditalien ?

Was wäre, wenn alle Beherbergungsbetriebe in Süditalien (Kampanien, Marken, Abruzzen, Apulien, Kalabrien, Basilikata, Sizilien, Sardinien) Durchflußbegrenzer für Wasserhähne und Duschköpfe verwenden würden?

Das kostbare Trinkwasser kostet zu wenig

„Nur“ 2,6 Millionen DM könnten heute bereits eingespart werden. Der niedrige Trinkwasserpreis in Italien - auch in Regionen mit ernsthaften Versorgungsproblemen (insbesondere während der Sommermonate) - begünstigt in keiner Weise Investitionen in Wassersparmaßnahmen.

Durchschnittspreis Trinkwasser pro m ³ (nicht eingeschlossen die Klärsteuer, welche nur in Regionen mit Kläranlagen erhoben wird)	DM. 1,25
Mittlerer Tagesverbrauch pro Person (bezogen auf ein 3-Sterne-Hotel)	250 l
Anzahl Gäste (in allen Kategorien) 1994 (Quelle: ISTAT, 1996)	35 223 461
Gesamter Wasserverbrauch 1994 (mittlerer Tagesverbrauch x Gäste)	8 805 865 000 l
Gesamtkosten Trinkwasser (Kosten pro m ³ x Gesamtverbrauch in m ³)	DM 11 007 331
Durch Installierung von Durchflußbegrenzern reduzierbarer Prozentsatz des Wasserverbrauchs der Zimmer (Schätzung für 3 Sterne-Hotels)	40%
Insgesamt verringerbare Verbrauch (40% des Gesamtverbrauchs)	3 522 346 000 l
Mögliche Einsparungen (60% des verringerbaren Verbrauchs)	2 113 407 600 l
Mögliche finanzielle Einsparung (Wassermenge in m ³ x Wasserpreis /m ³)	DM 2 641 760

Natur und Landschaft – Vielfalt statt Einfalt

Jürgen Resch

Ziele im Handlungsbereich

- a) Erhaltung der Biodiversität (Artenvielfalt)
- b) Schutz des Grundwassers, der Oberflächengewässer
- c) Erhaltung natürlicher oder naturnaher Biotop
- d) Erhaltung der Kulturlandschaft

Aussagekräftige Indikatoren

zu a) Vorkommen bedrohter Tierarten („Rote Liste“)

Hierzu ist die Erhebung eines Arteninventars mit Untersuchung der Reproduktions- und Durchreisevorkommen wichtiger Indikatorarten (Vögel, Säugetiere, evtl. Schmetterlinge)

zu b) Hohe Wasserqualität, Nutzbare Wassermengen, intakte Oberflächengewässer

Ergänzend zu den im Handlungsbereich „Wasser“ getroffenen Aussagen Daten über Grundwasservorkommen, Bestandsaufnahme der ökologischen Qualität der Fließgewässer (inkl. Uferbereiche)

zu c) Bestand an ökologisch wertvollen natürlichen oder naturnahen Biotopen
Biotopinventar mit Bewertung der Lebensräume liegt vor. Angaben über geschützte oder mit Nutzungsaufgaben versehene Landschaftsteile wie z. B. National-/Naturparkfläche, Biosphärenreservat, nationale Schutzgebietskategorien.

zu d) Bestand an regionaltypischen, ästhetisch ansprechenden Kulturlandschaftsteilen

Inventar traditioneller oder sonstiger ästhetisch ansprechender und ökologisch wertvoller Kulturlandschaft (z.B. Streuobstwiesen, beweidete Steineichenwälder, Hütewiesen etc.)

Schlüsselindikator

Die Unterschiedlichkeit der Biotop- und Artenausstattung und die nach anderen Grundsätzen zustande gekommenen Grenzen der betrachteten Gebiete machen es unmöglich, Formeln für absolute Schlüsselindikatoren festzulegen. Allerdings ist es möglich, relative Werte zu erheben. Unser Schlüsselindikator ergibt sich aus der Betrachtung der Veränderung der Biodiversität, des Gewässerzustandes, der ökologisch wertvollen, ausgewiesenen Schutzgebiete und klassifizierter Kulturlandschaft. Prak-

tisch zu allen touristisch genutzten Gebieten liegen diese Werte vor und können von den touristischen Akteuren als Bewertungsfaktoren genutzt werden.

Erläuterung der Aussagekraft

Da praktisch in allen touristisch genutzten Gebieten Beeinträchtigungen der Natur und Landschaft (und damit verbunden der Tier- und Pflanzenwelt) bestehen, muß bei der Untersuchung zumindest eine „0“ (Zustand hat sich nicht verschlechtert, aber auch nicht verbessert), möglichst aber ein positiver Wert (konkrete Verbesserung wurde erreicht) herauskommen.

Zur Ermittlung der „Rote Liste Arten“ („a“) können nur diejenigen Tier-/Pflanzengruppen berücksichtigt werden, zu denen von der Methodik vergleichbare Bestands-erfassungen vorliegen.

Zur Ermittlung der „ökologisch wertvollen Fläche“ („b“ - „d“) sollten im Idealfall nicht nur die jeweils unter Schutz stehenden Flächen, sondern vor allem die Flächen mit einer entsprechenden Biotopqualität unabhängig von ihrem Schutzstatus betrachtet werden. Dadurch wird vermieden, daß Regionen, die ihre wertvollen Flächen beeinträchtigen oder sehr spät die erhaltenen Restbereiche unter Schutz stellen, positive Werte erhalten.

Beispiele aus der Praxis

Anhand des Beispiels der Stadt Heidelberg soll für den Bereich „b“ und „c“ dargestellt werden, wie mit den Schlüsselindikatoren gearbeitet werden kann:

b) Schutz der Oberflächengewässer

Kriterium: Anteil naturnaher Gewässer		
1994	1996	Indexwert
60 %	60 %	1

c) Erhaltung natürlicher oder naturnaher Biotop

Kriterium Landschaftsschutzgebiete		
1994	1996	Indexwert
4918 ha	4918 ha	1

Kriterium Naturschutzgebiete

1994	1996	Indexwert
90 ha	75 ha	< 1 !

Kriterium Flächenerwerb für Naturschutzzwecke

1994	1996	Indexwert
1 ha	14 ha	> 1



Bei dieser Betrachtung bleibt naturgemäß unberücksichtigt, welche Naturlandschaft die jeweilige Tourismusdestination hat (absolute Werte) und welche Anstrengungen in der Vergangenheit erfolgten oder unterblieben. Auf der anderen Seite lassen sich Aktivitäten zeitnah bewerten.

z.B. Gemeinde Hattenhofen (Baden-Württemberg)

Analyse und Maßnahmen: Durchführung einer Biotopkartierung, Neupflanzung von Feldgehölzen, Obstbäumen und Schutz und Neuanlage von Gewässern gemeinsam mit Bürgern (örtlicher Naturschutzverband) und Landwirten. Erfolge: Neuansiedlung mehrerer Tierarten, Vergrößerung der Fläche naturnaher Gewässer, ökologisch wertvoller Biotop und Kulturlandschaft (Streuobstwiesen) = In allen vier Schlüsselindikatoren Werte > 1.

z.B. Gemeinde Eckernförde (Schleswig-Holstein)

Analyse und Maßnahmen: 45 Prozent der 1797 ha umfassenden Gemeinde sind besiedelt. Zur Verbesserung der Kulturlandschaft und der z.T. verrohrten und durch Schadstoffeinträge belasteten Gewässerabschnitte des Lachsenbachtals wurden Flächen angekauft, auf 1000m Länge die Betonufer entfernt und der Bach renaturiert und ein Teil der Fläche für Besucher erschlossen. Die landwirtschaftliche Nutzung wurde extensiviert und am Rande des Tales erfolgte eine geordnete, landschaftsangepasste Bebauung. Erfolge: Das Projekt hat zu erheblichen ökologischen Verbesserungen und zu einer Steigerung des Naherholungswerts dieser Gemeinde geführt = In allen vier Schlüsselindikatoren Werte > 1.

**z.B. Blumeninsel Mainau GmbH
(Bodensee)**

Analyse und Maßnahmen: Mit ca. 1,5 Mio Besuchern pro Jahr touristisches Massenzentrum in Süddeutschland. Umstellung der landwirtschaftlichen und gärtnerischen Betriebe auf der Insel auf ökologischen Landbau (Bioland), Extensivierung der blumengärtnerischen Nutzung (Wiesen), Angebot von „Biomenus“ in der Gastronomie. Erfolge: Auf über 20 ha landwirtschaftlicher Anbaufläche wegen der Nachfrage nach Bioprodukten drastische Reduzierung der Pestizid- und Düngermengen. Folge: In zwei der vier Schlüsselindikatoren (Artenreichtum/Kulturlandschaft) Werte >1, in den beiden übrigen Indikatoren Werte=1.

Unsere Empfehlung

Die Vielzahl erprobter Maßnahmen erlaubt es jeder Destination, mit überschaubarem Aufwand positive Entwicklungen zu erreichen. Wegen der großen Unterschiede in der naturräumlichen Ausstattung sind allerdings „Hochrechnungen“ unter dem Motto „Was wäre, wenn ...“ schwierig.

Da für die meisten Destinationen die erforderlichen Daten vorliegen, empfehlen wir eine Ist-Analyse in einem oder mehreren der vier Themenfelder und die Durchführung von Maßnahmen zum Schutz, zur Wiederherstellung oder zur Neuschaffung ökologisch wertvoller Natur- bzw. Kulturlandschaften. Die Deutsche Umwelthilfe verfügt über einen Erfahrungsschatz für kommunale Naturschutzmaßnahmen sowie bei der Einführung regionaler Lebensmittel aus ökologischem Anbau.



**Regionale Wirtschaft –
Viele Vorteile durch Kurzstreckenmenues**

Dieter Popp

**Aus der Region –
für die Region**

Wirtschaft und Umwelt passen in allen Regionen zusammen, wenn mit den natürlichen und menschlichen Ressourcen entsprechend gehaushaltet wird. Die Verwendung regionaler Produkte im Küchenwareneinsatz der Gastronomie ist bislang eher ein Thema der wenigen Betriebe, die auf dieses Segment im Marketing setzen und sich damit profilieren.

Die Integration heimischer Produkte in den Küchenwareneinsatz wird aber noch nicht im umfassenden Sinne auch als umweltrelevanter Beitrag gesehen. Angesichts der dramatischen Veränderungen im europäischen Agrarmarkt oder vor dem Hintergrund der globalen Auswirkungen einer Liberalisierung der Märkte, müssen Produktion und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse grundlegend neu überdacht werden. Dies gilt insbesondere für die Auswirkungen dieser Produkte auf die Qualität der Kulturlandschaften, bzw. die unmittelbar von ihnen abhängige Attraktivität der Urlaubslandschaften.

Eine **zukunftsfähige Agrarpolitik** zeichnet sich daher u.a. durch folgende Faktoren aus:

- Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe und bessere Nutzung des regionalen Verbrauchermarktes
- Anpassung der Betriebsstrukturen an eine stärkere Marktorientierung
- Versorgung der Bevölkerung mit qualitativ hochwertigen Lebensmitteln aus heimischer Erzeugung (verbrauchernah) sowie
- umweltorientierte Flächenbewirtschaftung und tierschutzgerechte Nutztierhaltung

Sowohl mit der Intensivierung einer landwirtschaftlichen Produktion, als auch mit der Aufgabe der landwirtschaftlichen Nutzung in den sogenannten „Ungunstlagen“ – meist sind dies die touristisch attraktiven Bereiche – geht eine landwirtschaftliche Nivellierung einher. Vor dem Hintergrund der langfristigen Sicherung der landschaftlichen Attraktivität muß es daher auch im Interesse der Hotellerie und Gastronomie liegen, einen eigenverantwortlichen Beitrag zur Bewahrung und Weiterentwicklung strukturreicher Kulturlandschaften zu leisten.



**Schlüsselindikator
„Regionale Produkte“**

Die Bundesbürger geben rund 16% des Haushaltseinkommens für Lebensmittel aus (12% Speisen, 4% Getränke). Der Anteil regionaler Produkte am Gesamt-Privatkonsum von Lebensmitteln liegt im Bundesdurchschnitt bei rund 2%. Eine deutliche Erhöhung dieses Anteils ist nur durch eine intensiv und professionell betriebene Marketingkampagne möglich. Wichtige Multiplikatoren sind dabei aber die Gastronomen der jeweiligen Regionen, sofern sie ein solches Vorgehen auch entsprechend kommunizieren.

Der Anteil regionaler Produkte im Küchenwareneinsatz der deutschen Gastronomie liegt im Durchschnitt unter 3%. Dabei gibt es allerdings Spitzenbetriebe mit einem Anteil regionaler Produkte von bis zu 80%. Eine Anhebung heimischer Waren im Privatkonsum auf ca. 20% kann als realistisch angesehen werden. Im Bereich der Gastronomie sind Anteile zwischen 20 und 30% regionaler Produkte zeitnah durchaus zu realisieren.

Zusätzlich können durchschnittlich 8.– DM pro Urlaubsgast und durchschnittlich 0,20 DM pro Tagestourist an Ausgaben kalkuliert werden, die anlässlich der Mitnahme landwirtschaftlicher Produkte bei touristischen Leistungsträgern ausgegeben werden. Die touristisch induzierte Nachfrage nach handwerklichen Dienstleistungen (Möbelschreiner, Malerbetrieb, Textilhandwerk, Bad- und Sanitätsbetriebe) beträgt durchschnittlich 80.– DM pro Urlaubsgast.

z.B. Rhön

Am Beispiel der touristischen Destination **Rhön** (Biosphärenreservat, länderübergreifend) wurden umfangreiche Erhebungen für den Umsatz durch den Einkauf landwirtschaftlicher Produkte aus der Region durch Touristen durchgeführt.

- Der Anteil stieg dort im Küchenwareneinsatz von 4% (1992) auf 10% (1996), dies sind rund 4,5 Millionen DM (1996).
- Im Bereich des Privatkonsums stieg der Anteil regionaler Produkte in der Rhön



von 2,5% /1992) auf rund 5% (1996), dies sind rund 16 Millionen DM.

- Durch den Zusatzverkauf landwirtschaftlicher Produkte in den Betrieben touristischer Leistungsträger wird bisher noch relativ wenig umgesetzt, obwohl große Potentiale vorhanden sind.
- Die touristisch induzierte Nachfrage nach handwerklichen Dienstleistungen hat in der Rhön bereits einen Umsatz in der Größenordnung von rund 5 Mio. (1995) ausgelöst.

Grundlage ist das angestrebte Ziel im Biosphärenreservat Rhön

- 0,20 DM/Tagestourist für Ausgaben zur Mitnahme landwirtschaftlicher Produkte aus touristischen Betrieben (aktuell unter 0,01 DM)
- 8,30 DM/Urlaubsgast für Ausgaben zur Mitnahme landwirtschaftlicher Produkte aus touristischen Betrieben (aktuell ca. 0,30 DM)
- 80,- DM/Urlaubsgast für touristisch motivierte handwerkliche Nachfrage (aktuell 10,- DM (aktuell 3,50 DM))
- 8,50 DM/Gast für Anteil an landwirtschaftlichen Produkten im Küchenwareneinsatz

- 1,50 DM/Tag/Einwohner an Ausgaben für den Anteil heimischer Produkte beim Privatkonsum (aktuell 0,37 DM)

Was wäre wenn ... ?

In der Rhön sind Untersuchungen in diesem Gesamtzusammenhang deshalb so umfangreich durchgeführt worden, weil dort ein **UNESCO-Biosphärenreservat** eingerichtet wurde. Das Ziel der Biosphärenreservate ist der für andere Regionen übertragbare Nachweis, daß ein Wirtschaften im Einklang mit der Natur möglich ist. Ein Untersuchungsergebnis war, daß in der Rhön rund 65% des Wareneinsatzes in den Küchen gastronomischer Betriebe in entsprechender Menge und Qualität aus der Region zur Verfügung gestellt werden können. Voraussetzung dafür wäre aber eine entsprechend dezentral aufgebaute Vermarktungsstruktur, die es seit Jahren aber nicht mehr gibt.

Bei rund 2 Mio. Übernachtungsgästen und rund 1,6 Mio. Tagesgästen sowie rund 120 000 Einwohnern existieren Rahmenbedingungen, die folgende Überlegungen ermöglichen:

- Die Attraktivität der Urlaubsregion Rhön wird neben dem Ambiente der Städte und Dörfer und im Kulturangebot vor allem durch die Kulturlandschaft gewährleistet. Diese Kulturlandschaft ist gleichzeitig auch die attraktive Urlaubslandschaft und damit das Kapital des Tourismus.
- In der Vergangenheit mußten die touristischen Leistungsträger keinen eigenen Beitrag erbringen, um dieses Kapital zu sichern. Vor dem Hintergrund der Veränderungen auf dem Agrarsektor global und in Europa sind jedoch verstärkt Anstrengungen nötig, um insbesondere in den sog. landwirtschaftlichen Ungunstlagen (vor allem in den Mittelgebirgen und im Hochgebirge) eine landwirtschaftliche Produktion auf Dauer zu stabilisieren, die diese hochwertigen Kulturlandschaften sichert.
- Der Kostendeckungsbeitrag für Haupterwerbsbetriebe beträgt derzeit rund 1 300 DM je Jahr und Hektar und für Nebenerwerbsbetriebe rund 600 DM/Jahr/ha. An staatlichen Transferleistungen werden für die Haupterwerbsbetriebe rund 650 DM/Jahr/ha und für die Nebenerwerbsbetriebe rund 500 DM/Jahr/ha aus Steuermitteln zugezahlt.
- Um vor allem die Nebenerwerbsbetriebe (in der Rhön bewirtschaften diese 80% der Fläche und zwar die attraktiveren Landschaftsteile) überlebensfähig zu halten, sind rund 70 Mio. DM zusätzliche Transferleistungen notwendig. Diese werden jedoch in Zeiten knapper werdender öffentlicher Mittel nicht mehr zur Verfügung stehen.

- Über die stärkere Verwendung regionaler Produkte aus der Rhön selbst könnten aber knapp 80 Mio. DM zusätzliche Wertschöpfung erzielt werden, wobei von dieser Summe etwas mehr als die Hälfte den landwirtschaftlichen Betrieben zugute käme.

Mehr Arbeitsplätze und weniger Subvention ...



Regionale Produkte: quer durch ganz Europa

Daraus leitet sich ab, daß rund 50 DM je ha/LF oder 3,50 DM je Gast aus einer touristisch motivierten Nachfrage und rund 150 DM je ha/LF oder 0,37 DM/Tag/Einwohner aus privater Konsumnachfrage nach regionalen Produkten z.Z. sichergestellt werden. Dies zeigt, daß die staatlichen Transferleistungen durch verstärkte Nachfrage nach regionalen Produkten substituiert, bzw. daß auf diese Weise die Einkommen der landwirtschaftlichen Betriebe entsprechend angehoben werden können. Gleichzeitig werden mit diesen Maßnahmen rund 2.000 Familienarbeitsplätze gesichert, die sonst zumindest mittelfristig aufgelöst werden müßten. Das genannte Beispiel aus dem UNESCO-Biosphärenreservat Rhön kann folgendermaßen dargestellt werden:

a) Anteil regionaler Produkte am Küchenwareneinsatz der Gastronomie

1992	1,8 Mio. DM (4%)
1996	4,5 Mio. DM (10%)
<i>angestrebtes Ziel:</i>	
2002	11 Mio. DM (25%)

b) Anteil regionaler Produkte am Privatkonsum:

1992	8 Mio. DM (2,5%)
1996	16 Mio. DM (5%)
<i>angestrebtes Ziel:</i>	
2002	64 Mio. DM (20%)

- Bei einer optimalen Ausschöpfung des regionalen Potentials im Bereich der Rhön könnten 50% regionale Produkte im Küchenwareneinsatz verarbeitet werden, das sind 22 Mio. DM zusätzlicher Wertschöpfung.
- In gleicher Weise könnte der Privatkonsum auf 25% Anteil regionaler Pro-

dukte gesteigert werden, dies entspricht 80 Mio. DM.

- Wenn alle Touristen regionale Produkte aus der Region mitnehmen würden, könnten zusätzlich 30 Mio. DM an regionaler Wertschöpfung erzielt werden.
- Im Bereich der touristisch induzierten handwerklichen Leistungen der Gastronomiebetriebe beträgt die Zahl einer maximalen Wertschöpfung rund 40 Mio. DM.

Fazit: Mit diesem Beispiel können rund 2000 vorhandene Arbeitsplätze der Region erhalten und rund 500 weitere Arbeitsplätze neu geschaffen werden.

... und weniger Verkehr !

Neben der Erhöhung des Wareneinsatzes und der damit verbundenen regionalen Wertschöpfung können gleichzeitig mit dieser Maßnahme auch Verkehrsvermeidungen in der Größenordnung von ca. 80% erreicht werden. Nähere Produkte heißt v.a. weniger Schwerlastverkehr. Der entsprechende CO₂-Ausstoß sinkt in dieser Region von 185.000 auf 42.000 kg/Jahr.

Unsere Empfehlung für die Zielgebiete

- Es erscheint zunächst wichtig, die landwirtschaftlichen Erzeuger, die touristischen Leistungsträger und die handwerklichen Verarbeiter in im Bereich der Kooperation zu sensibilisieren. Deshalb empfiehlt es sich für touristische Regionen,
- diese drei Gruppen gezielt zu informieren,
 - sie anschließend zu gemeinsamen „Runden Tischen“ einzuladen und
 - nach neuen Wegen zu neuen Kooperationen zu suchen.

Erste Erfolge solcher Kooperationen gibt es mittlerweile überall in Europa.



Der Transportaufwand z.B. für Lebensmittel wird im Tourismus oft „vergessen“.

Verkehr – Umsteigen für sanfte Mobilität

Peter Zimmer, in Zusammenarbeit mit Robert Ulzhöfer

Die Anreise zum Urlaubsort und die Bewegung im Urlaubsgebiet werden als Hauptursache für tourismusbedingte Umweltbelastungen angesehen. Der Trend zu schnelleren Verkehrsmitteln, weiteren Reisezielen und kürzerem Aufenthalt hat einen ständig steigenden Transportnergieaufwand zur Folge. Innerhalb Europas verreisen die Deutschen Urlauber zu über 50% mit dem PKW, zu nahezu 30% mit dem Flugzeug und nur noch zu 10% mit dem Bus bzw. weniger als 10% mit der Bahn. Vor Ort führt der hohe PKW-Anteil und ein zusätzlich hohes Tagesbesucheraufkommen zu erheblichen direkten Belastungen durch Abgase, Lärm oder Unfälle und zu erheblichen Kosten für infrastrukturelle Maßnahmen.

Schlüsselindikator

In den Tourismusorten und -regionen werden folgende Entwicklungsziele zunehmend diskutiert und beschlossen:

- Verringerung des PKW-Anteils und des Fluganteils bei der Anreise
- Verringerung der PKW-Nutzung vor Ort
- Reduzierung der Schadstoff- und Lärmbelastungen vor Ort
- Erhöhung des ÖV-Anteils für die Mobilität vor Ort
- Erhöhung der Wirtschaftlichkeit des vorhandenen ÖV-Systems vor Ort
- Verbesserung der ÖV-Angebotsqualität auch für die Einheimischen
- Schärfung der Identifikation der Gäste mit „ihrer“ Region
- Verzicht auf übertriebene Mobilität während des Ferienaufenthalts
- Erhöhung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer
- „nähere“ Gäste (Hauptherkunftsgebiete der Gäste)
- Senkung des Transport-Energieverbrauchs pro Gast/Reisetag

Als Schlüsselindikator für die Beurteilung einer mehr oder weniger verträglichen Entwicklung im Urlaubsverkehr gilt der Anteil der Ankünfte mit den weniger umweltbelastenden Verkehrsmitteln Bahn, Bus oder Rad, auch „Umweltverbund“ genannt.

Der Anteil der umweltfreundlichen Gästeankünfte mit Bahn/Bus/Rad allein gibt noch nicht genügend Auskünfte über Erfolg oder Mißerfolg eines ökologisch orientierten Konzeptansatzes. Ein mittlerer Anteil von



mit der Bahn anreisenden Gästen ist höher zu bewerten, wenn vor Ort ein eher mäßiges ÖPNV-Angebot vorhanden ist. Ein höherer Anteil ist geringer zu bewerten, wenn die Gäste sich strukturell z.B. vorrangig aus Senioren zusammensetzen, die während ihres Aufenthalts einen eingeschränkten Aktionsradius haben und auf ein günstiges örtliches ÖPNV-Angebot gar nicht zwingend angewiesen sind. Besonders hoch zu bewerten wäre ein hoher Anteil von Bahnreisenden Gästen aus der Gruppe der Familien, Aktivsportler und Singles, die während des Aufenthalts eine relativ große Mobilität aufweisen. Insofern ist in den verschiedenen Urlaubsregionen nicht unbedingt der absolute Wert der „Umweltverbund-Quote“ ein Indikator für „gut“ oder „schlecht“. Sehr aussagekräftig hingegen ist die relative Veränderung z.B. zum Vorjahr.

z.B. Urlaubsticket Oberallgäu



Neben der Anreise ist die Mobilität vor Ort nicht zu unterschätzen. Orte ohne eigenen Bahnanschluß können hier ihre „PKW-Gäste“ zum „Urlaub vom Auto“ animieren.

Das „Urlaubsticket Oberallgäu“ wurde 1996 eingeführt, der Preis für 1 Woche beträgt 30,-DM, für 2 Wochen 50,-DM, für 3 Wochen 70,-DM. BahnCard-Besitzer erhalten noch-

$$\text{Umweltverbund-Quote} = \frac{\text{Gästeankünfte (Übernachtungsgäste) / Jahr (Bahn + Bus + Rad)}}{\text{Gästeankünfte (Übernachtungsgäste) / Jahr}}$$



mals Rabatt, Kinder bis 15 Jahre fahren frei. Erfolg: es wurden 9 000 Karten in der Saison 1996 verkauft, dies entspricht bis zu 16 000 eingesparten KFZ-Fahrten pro Woche.

Erfolg in Hindelang

Als beispielhaft für den Erfolg des Oberallgäuer Urlaubstickets gilt die Gemeinde **Hindelang**.

Die Berggemeinde hat 5 000 Einwohner und 7 500 Gästebetten. Damit ist die selbstgesetzte Ausbaugrenze erreicht. Jährlich besuchen 110 000 Gäste mit 1 Mio. Übernachtungen und 1,1 Mio. Tagesgäste Hindelang. Die Gemeinde hat sich unter starker Bürgerbeteiligung ein Tourismusleitbild erarbeitet, veröffentlicht jährlich ihren Tourismus- und Umwelt-Bericht, entwickelt in einem „Offenen Forum Tourismus“ (OFT) neue Ideen, hat zur Unterstützung der Bergbauern und zur Erhaltung der Kulturlandschaft die Gründung des Vereins Natur & Kultur Hindelang e.V. unterstützt und hat in den vergangenen Jahren eine Reihe von Umweltauszeichnungen erhalten.

■ Mit der „Oberallgäuer Urlaubskarte“ konnte Hindelang einen guten Erfolg erzielen: durch zusätzliche Vergünstigung der Kurverwaltung (5.-DM/Karte), Schulung der Mitarbeiter/innen am Schalter der Kurverwaltung und der Hoteliers/Vermieter und durch gute, attraktive Informationsmaterialien.

verkaufte Karten			
1995	1996	Veränderung	%
1525	2366	+841	+55 %

Durch die erhöhte Nutzung der Urlaubskarte konnten schätzungsweise 4 000 PKW-Fahrten pro Woche in Hindelang vermieden

werden. Vor Ort ist dies auf jeden Fall ein Erfolg, auch wenn sich ohne direkten Bahnanschluß bislang der Anreise-Anteil der PKW-Gäste kaum verringern ließ. Entscheidend für den Verkauf der Urlaubskarte war die sehr aktive Bewerbung durch das Team der Kurverwaltung.

Potential „Bahn“ ?

Das Potential hängt bei der Bahnreise von Kapazitätsreserven der DB ab. Das ÖV-Angebot vor Ort muß ein bestimmtes Grundniveau erreichen. Verbesserungen müssen darüber hinaus die Werbung, die Vermarktung, die Information sowie die PKW-Zugänglichkeit umfassen. Hierzu zählen Parkraum-Bewirtschaftung, örtliche und zeitliche Fahrverbote, attraktive Alternativenangebote für PKW-Verzicht (Prinzip Belohnung).

Unsere Empfehlung

- *miteinander reden und planen:* Arbeitskreis „Verkehr“ aus Verkehrsunternehmen, Gastronomie, Hotellerie, Handel, Politik und Kurverwaltung unter Moderation unabhängiger Berater einrichten
- *sich informieren:* Informationsaustausch mit anderen Regionen, Kooperation mit Nachbargebieten, verstärktes Herausstellen der örtlichen Qualitäten usw.
- *Neues wagen:* Förderung von Alternativangeboten zu Flug- und PKW-Anreise (Offensives Marketing, Test-Reiseangebote, neue Angebotsschienen)

Warum nicht ?

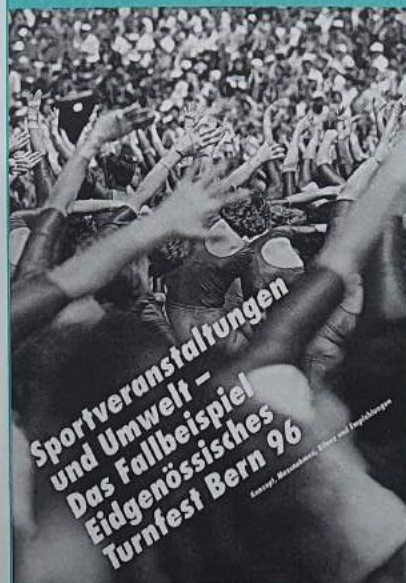
Überlegungen zu einem Schlüsselindikator für „nachhaltige Tourismusentwicklung“

Herbert Hamele

Der Transport zwischen Wohnort und Reiseziel stellt im weltweiten Tourismus die zentrale Leistung - mit der größten Umweltbelastung aufgrund des damit verbundenen CO₂-Ausstoßes aus nicht erneuerbaren Energiequellen. Aus weiteren ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Überlegungen heraus kann der **Transport-Energieverbrauch pro Gast/Reisetag** als Schlüsselindikator für eine nachhaltige Tourismusentwicklung herangezogen werden.

Mittlerweile liegen mehrere Berechnungsmethoden vor, die zwar von abweichenden Verbrauchswerten ausgehen, sich jedoch nicht grundlegend voneinander unterscheiden. Als Pionierarbeit gilt hier die Arbeit von Roman Mezzasalma, 1993, der die nachfolgende Methode zur Berechnung erarbeitet hat (s. Tabelle).

Mit Großveranstaltungen richtig umgehen



„Das eidgenössische Turnfest gehört zu den sportlichen Großveranstaltungen mit einer langen Tradition. Es ist für die meisten Turnerinnen und Turner nicht mehr wegzudenken. Dies entbindet jedoch die Organisierenden nicht, Zielsetzung und Art und Weise der Durchführung immer neu zu hinterfragen.“ Hansruedi Müller, der als Umweltbeauftragter beim Eidgenössischen Turnfest 1996 für die Geringhaltung der Belastungen mitverantwortlich war, kann neben vielen „kleinen“ auf einen besonders großen Erfolg verweisen: mehr als 98% aller 75.000 Aktiven und 200.000 Zuschauerinnen und Zuschauer sind mit öffentlichen Verkehrsmitteln an- und abgereist. Daß und wie dies mit viel Kooperation, mit einer ausgefeilten Logistik und mit entsprechender Ansprache der Zielgruppen möglich ist, zeigt die abgebildete Broschüre (ISBN 3-9521214-1-X).

10 Argumente zur Diskussion

Je weiter die Reise „geht“, desto mehr Transportenergieaufwand ist notwendig - und desto länger sollte der Aufenthalt vor Ort sein. Warum?

1. Die Bereitschaft und das Interesse, sich bei längeren Fernreisen **besser vorzubereiten**, sich einzustimmen und vor Ort vorsichtiger und langsamer zu bewegen, steigt. Damit sinkt die Gefahr, bei kurzen Fernreisen ohne genügende Vorbereitung in fremden Kulturen „von einem Fettnäpfchen ins nächste zu treten“.
2. Bei zunehmendem Interesse für das Authentische/ Landestypische dürfte auch die Bereitschaft zur Nutzung **regionaler Produkte** und Ressourcen steigen - und somit zur Stützung von Arbeitsplätzen etwa in Landwirtschaft und Handwerk beitragen.
3. Gleichzeitig hält eine längere Urlaubsreise in die Ferne auch **emotional** länger an, hinterläßt nachhaltigere Spuren in der Erinnerung, als ein entsprechender Kurztrip (mit gleichem Transportaufwand), bei dem bei der Ankunft schon wieder an die Abreise gedacht wird.
4. Das verbleibende Zeitkontingent der Gäste für weitere (umweltbelastende) Fernreisen nimmt ab, **nähere Reiseziele** werden (wieder) interessanter.
5. Die **gastgebende Bevölkerung** und die Betriebe vor Ort haben damit z.B. bei einer Halbierung der Ankünfte und gleichzeitiger Verdoppelung der Aufenthaltsdauer eher wirtschaftliche und soziokulturelle Vorteile als Nachteile.
6. Die **Reiseveranstalter**, soweit sie am Aufenthalt vor Ort und nicht nur in erster Linie am Flug (mit derzeitigen Niedrigpreisen) verdienen, dürften ebenfalls „überleben“. Ein Reiseunternehmen ist für seine gesamte Produktpalette verantwortlich, inkl. Nah- und Fernreisen. Alle Veranstalter, egal wie groß, egal worauf sie sich spezialisieren, können mit diesem Indikator die *relative* Wirksamkeit ihrer Anstrengungen zur Senkung des Energieverbrauchs für die Anreise dokumentieren - und gleichzeitig *absolut* weiter wachsen.
7. Bei steigenden Energiepreisen, die über die technisch erzielbaren spezifischen Energieverbräuche der verschiedenen Transportmittel (z.B. der Flugzeuge) hinausgehen, werden **nähere Ziele** vergleichsweise konkurrenzfähiger. Die Wachstumspotentiale für Reiseveranstalter liegen damit verstärkt *auch* bei Urlaubsangeboten in Deutschland und seinen Nachbarländern.

8. Die Fluggesellschaften würden weniger stark weiterwachsen, manche hätten mit Umsatzeinbußen zu rechnen. Allerdings würden tendentiell eher die Carrier überleben, die technisch neuestes Gerät mit entsprechend niedrigem Energieverbrauch einsetzen. Dies würde den umweltengagierten **Fluggesellschaften** gegenüber Carriern mit „Dreckschleudern“ einen Wettbewerbsvorteil einbringen.
9. Das **gesetzliche Instrument** für eine solche Entwicklung könnte z.B. die *Aufhebung der Steuerbefreiung* bei Flugbenzin weltweit oder zumindest europaweit sein. Auch ein höherer Mehrwertsteuersatz auf Fernflüge wäre denkbar („Luxussteuer“). Die Einnahmen könnten zur weiteren Stärkung von Bahn und Bus verwendet werden.
10. Mit dem „weichen“ Instrument einer Selbstverpflichtung aller Reiseunternehmen - z.B. über DRV/asr - zur Darstellung des spezifischen Transport-Energieverbrauchs von Reiseangeboten könnte der **Umweltwettbewerb in der Tourismusindustrie** zum Vorteil der besonders umweltengagierten Anbieter gefördert werden.

Berechnung des Transportenergieverbrauchs

REISE XY (alle Teilstrecken berücksichtigen!)

Flug	von:.....nach:.....	=..... km
	= Total Flugkilometer x 1,49 MJ *)	=..... MJ
	+ Anzahl Starts (inkl. Zwischenstops).....x 343 MJ *)	=..... MJ
	= Energiebedarf „Flug“ pro Gast	=..... MJ
Bus	von:.....nach:.....	=..... km
	x 0,35 MJ *) = Energiebedarf „Bus“ pro Gast	=..... MJ
Bahn	von:.....nach:.....	=..... km
	x 0,34 MJ *) = Energiebedarf „Bahn“ pro Gast	=..... MJ
Auto	von:.....nach:.....	=..... km
	x 2,88 MJ *) = Energieverbrauch/ Auto	=..... MJ
	: Anzahl Insassen = Energiebedarf „Auto“ pro Gast	=..... MJ
Schiff	von:.....nach:.....	=..... km
	x 0,17 MJ *) = Energiebedarf „Schiff“ pro Gast	=..... MJ
Summe aller Transportmittel = Energiebedarf pro Gast		=..... MJ
: Anzahl Reisetage		
= Transportenergieverbrauch Reise XY pro Gast/ Reisetag		=..... MJ

Aufgrund technischer Neuerungen dürften die Werte der einzelnen Verkehrsmittel pro Kilometer langsam sinken. Grundsätzliche Unterschiede beim Energieverbrauch der verschiedenen Transportmittel bestehen jedoch nach wie vor. Somit ist diese Berechnungsmethode auch heute für jeden Reiseveranstalter ein hilfreiches Instrument.

Mezzasalma, 1993 (s.a. ECOLETTER Nr. 8)



Tourismus morgen ?

Wir verreisen heute immer schneller, weiter und häufiger - bei abnehmender Aufenthaltsdauer und zunehmendem Energieverbrauch.

- Wollen wir morgen mit unendlichem Energieaufwand sofort und immer überall sein und uns nirgendwo mehr aufhalten („ $e=mc^2$ “-Einstein läßt grüßen) ?
- Oder ist für uns ein Leitbild im Tourismus denkbar, nach dem viele Menschen (wieder) langsamer, näher, seltener, dafür jedoch mit längerer Aufenthaltsdauer und niedrigerem Energieverbrauch in Urlaub fahren können ?

Städtetourismus in Deutschland

Städtetouren sind vor allem Kurzreisen. 40 % der 24 Mio. Deutschen, die 1996 mindestens eine zwei-bis viertägige Kurzreise gemacht haben, sind nach München oder Rom, London oder Paris - oder nach Heidelberg gefahren. Rund 20% aller Übernachtungen in Deutschland werden in den attraktiven Städten gezählt, Geschäftsreisen mit eingeschlossen. Dazu kommen unzählige Tagesbesucher von Nah und Fern, deren Aufenthaltsdauer nach Stunden, in Extremfällen gar nach Minuten gezählt wird. Verkehrslärm und Abfälle werden vielerorts noch als „Schicksal“ hingenommen. Doch wenn heute im Freiburger Dreisamstadion Tonnen von Abfällen durch die Aktion „Gib Müll 'ne Abfuhr“ vermieden



werden, wenn auf dem Münchner Oktoberfest der Müllberg durch Mehrweg um 40% reduziert wurde, wenn zum Eidgenössischen Turnfest Bern die öffentlichen Verkehrsmittel zum „Renner“ werden, sind alle Großstädte mit ähnlichen Großveranstaltungen zur Nachahmung aufgefordert. Viel Zusammenarbeit und Hartnäckigkeit, eine ausgefeilte Logistik und ein weitreichendes Entwicklungskonzept sind dazu notwendig.

Heidelberg als Attraktion von europäischem Rang ist ein Paradebeispiel für „Minuten-Tourismus“- und kann mit seinen kurz- und langfristigen Maßnahmen für mehr Umwelt- und Sozialverträglichkeit ein Vorbild für zukunftsfähigen Städtetourismus in Europa werden.

z.B. Heidelberg

Bruno Schmaus

Basisinformationen (1996)

Fläche	108,8 km ²
Einwohner	ca. 139 000
Gästeanzahl insgesamt	
Übernachtungsgäste:	ca. 550 000
Tagesgäste:	3,5 Mio
Quellgebiete	52,5% Deutschland, 16,3% Europa, 31,2% Übersee
Übernachtungen	780 000
durchschnittlicher Aufenthalt:	1,6 Tage
Saisonquotient	1,7 (Sommer/Winter)
Bettenanzahl	4 697
Bettenauslastung	46%

Entwicklungsziel

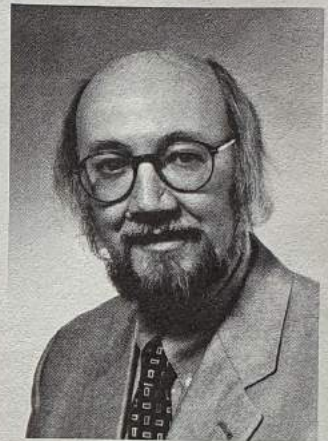
sozial- und umweltverträglicher Tourismus, längerer Aufenthalt, mehr „nahe“ Gäste

Kurzinformationen zu den Handlungsbereichen

- **Verkehr:** 60% der Übernachtungsgäste kommen per Bus/ Bahn; 80% der Tagestouristen per Pkw
- **Energie:** geschätzter Stromverbrauch im Gastgewerbe (1993): 30 Mio KWh
- **Wasser:** Wasserverbrauch im Gastgewerbe (1993): 800 000 m³
- **Natur und Landschaft:** 24 ha aus bisheriger landwirtschaftlicher Fläche sind nun Bestandteile der Biotopvernetzung
- **Regionale Produkte:** Förderung des biologischen Landbaus

Tourismusleitbild - Teil des Stadtentwicklungsplanes

- Die Stadt Heidelberg ist überzeugt, daß die „**Philosophie des Sanften Tourismus**“ - wenn man vom Schlagwortcharakter einmal absieht - auch für den Städtetourismus anwendbar ist. Sie unterstützt die allgemeinen stadtentwicklungspolitischen Leitlinien nach einer nachhaltigen (zukunftsfähigen) Entwicklung. Das 1993 verabschiedete Tourismusleitbild ist in die übergeordneten Stadtentwicklungsziele eingebunden.
 - Auf eine Kurzformel gebracht, versteht man unter „Sanftem oder nachhaltigem Tourismus“ einen Tourismus, der gleichzeitig wirtschaftlich ergiebig, sozial verantwortlich und umweltverträglich ist. Alle drei Ziele stehen gleichwertig nebeneinander; sie sind Ziele und Voraussetzungen in einem.
 - Es geht nach Prof. Krippendorf darum, die vier Zielgrößen eines „**magischen Vierecks**“ miteinander in Einklang zu bringen:
 - Intakte Umwelt (natürliche und gebaute),
 - intakte Sozio-Kultur der Einheimischen,
 - optimale Erholung/Zufriedenstellung der Gäste und
 - wirtschaftliche Wertschöpfung
- Anliegen ist es, die positiven Beziehungen zwischen allen vier Größen bei möglichst geringen negativen Auswirkungen zu maximieren.
- Die Erfahrungen aus anderen Tourismusstädten und Regionen, aber auch in Heidelberg selbst, haben gezeigt, daß mit einer hohen Besucherzahl nicht nur wirtschaftliche Vorteile, sondern auch Belastungen einhergehen. Soll der Tourismus eine positive Zukunft haben, darf er nicht zerstören, was die Bewohner und Gäste an Heidelberg lieben und schätzen. Er muß sich in die gesamtstädtische Entwicklung einfügen.
 - Genau hier setzt das Leitbild an: Es versucht, eine sensible Balance zwischen den unterschiedlichen Interessen herzustellen und der Privatwirtschaft sowie der Stadtverwaltung einen Orientierungsrahmen zu geben.
 - Heidelberg bekennt sich in der **Präambel** seines Tourismusleitbildes folgerichtig zu einer „Umorientierung hin zu einem sozial- und umweltverträglichen Tourismus“. Es strebt einen „Tourismus mit weniger Hektik“ an. Bei allen Maßnahmen soll der „qualitative Aspekt Vorrang vor dem quantitativen“ haben.
 - Das Leitbild ist in drei Dimensionen aufgeschlüsselt: die ökonomische, soziokulturelle und ökologische. Sie stehen untereinander in einem wechselseitigen Wirkungszusammenhang.



Die **ökonomischen Ziele** dienen vor allem dazu, die Aufenthaltsdauer zu verlängern und den saisonalen Auslastungsgrad zu verbessern. Man ist sich bewußt, daß die dafür geeignete Zielgruppe nicht der klassische Sightseeingtourist ist, der Europa in 14 Tagen abhakt oder den Stopover in Frankfurt zum zweistündigen Besuch in Heidelberg nutzt. Ihn zur höheren Verweildauer zu animieren wäre vergebene Liebesmühe.

Von dieser Beurteilung her ist es mehr als konsequent, daß Heidelberg den Hauptansatz in der Förderung des Übernachtungstourismus (1994: 4.200 Betten, 800 000 Übernachtungen), vor allem im Kongreß- und Weiterbildungstourismus, sieht. Heidelberg wird als die „Wissenschaftsstadt“ in der BRD als prädestiniert dafür angesehen.

Die **soziokulturellen Ziele** möchten den unverwechselbaren Charakter der Stadt bewahren und die Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Stadt (auch als Ziel von Touristen) fördern.

Hauptziele der **ökologischen Dimension** sind es, die tourismusbedingten Verkehrsbelastungen durch gezielte Angebote abzubauen.

Der Tagestourismus (1994: 3,5 Mio Personen) soll durch ein entsprechendes „visitor management“ behutsam gesteuert, jedoch nicht vergrault werden. Eine solche offensive Gesamtstrategie der Gästelenkung beinhaltet vor allem Maßnahmen im Verkehrsbereich, kombiniert mit Aktionen in den Bereichen Information, Werbung, Ermunterung.

Keinesfalls denkt die Stadt daran, die Gäste über Voranmeldungen zu kontingieren, wie das bereits in Venedig überlegt wird, oder durch eine Art Zugbrücke



vom Besuch abzuhalten. Ein Numerus Clauses für Gäste wäre kontraproduktiv und würde dem Image Heidelbergs als weltoffene und tolerante Stadt widersprechen.

Zur Umsetzung des Leitbildes wurde eine Lenkungsgruppe Tourismusleitbild gebil-

det, die sämtliche Umsetzungsmaßnahmen zu koordinieren und zu überwachen hat. Sie hat dem Gemeinderat jährlich einen Erfolgsbilanzbericht vorzulegen.

Die folgende Auswahl der vorgeschlagenen Maßnahmen zeigt auf, daß man den „Mut zum langen Atem“ haben muß:

- Erhöhung der Erlebnisvielfalt für einen Tourismus ohne Hektik, ohne „künstliche Welten“ zu schaffen. Ziel: stärkere Einbindung der Region
- Einrichtung einer Dienstleistungsagentur, die u. a. Tagungsthemen aus den Bereichen Wissenschaft, Wirtschaft und Politik entwickelt und langfristig an den Standort Heidelberg bindet
- Entwicklung eines Konzeptes für ein neues Veranstaltungszentrum (privatwirtschaftliches Finanzierungsmodell)
- Entwicklung eines Marketingkonzeptes für einen Tourismus, der die Heidelberger Wissenschaft, Wirtschaft und Kultur stärker einbezieht
- gut an den ÖPNV angeschlossene Park- und Ride-Plätze am Rande der Stadt für PKW und Busse
- Einrichtung eines Bootpendelverkehrs auf dem Neckar
- Verbesserung der Erreichbarkeit des Schlosses zu Fuß und mit der Bergbahn
- Erweiterung der Erlebnismöglichkeiten wie z. B. mehr Stadt(teil)führungen zu Fuß und per Rad
- Lenkung der Tourismusströme über ein „Visitor management“ (Entzerrung der touristischen Trampelpfade etc.)
- Modellversuch ökologisch geführter Gastronomie- und Hotelleriebetriebe in einem städtischen Gesamtkonzept zur Energieeinsparung, Abfallvermeidung und ressourcenschonendem Umfang

Mit diesem Leitbild strebt die Stadt Heidelberg ein ehrgeiziges Ziel an: Sie möchte die Vorreiterrolle in einem durch besonderes ökologisches Bewußtsein geprägten Städtetourismus übernehmen. Dazu ist jedoch der stete Dialog mit der Bevölkerung und ein breiter Konsens Vorbedingung.

Projekt: Umweltverträgliches Gastgewerbe

Feldstudie

15.10.92 - 31.10.93 in Heidelberg (Pilotprojekt)
Orientierung an DEHOGA-Studie „Umweltschutzberatung im Hotel- und Gaststätten-gewerbe“



Projektträger

EG, HOGA RhN + BaWü, VV+Stadt Heidelberg, Umweltverband „Ökologischer Tourismus in Europa e.V.“ (ÖTE)

Projektbetreuer

ÖKON, Institut für ökologische Konzepte, Analytik und Umwelttechnik, Heidelberg

Teilnehmer

35 Betriebe aus der Hotellerie und Gastronomie (Restaurants, Cafés, Bistros, Imbiß, Fast Food, Ausschank)

Projekthalte/-ziele

Die Ziele stehen in einem engen Zusammenhang mit der Agenda21 (Klimaschutz), dem Tourismusleitbild von 1993 und der Aktion „Gesunde Stadt“:

- Wegbereitung für einen umwelt- u. sozialverträglichen Tourismus
- Ökologisch orientiertes Management
- Ermittlung der tatsächlichen Belastungssituation in einem räumlich abgegrenzten Bereich (z.B. Altstadt)
- Reduzierung des Rohstoff- und Energieeinsatzes: weniger Energie- und Wasserverbrauch, Abwasserbelastung, Müllaufkommen
- Verringerung der Verkehrsbelastung (An-/Abreise)
- Nachweis der Wirtschaftlichkeit umweltfreundlicher Maßnahmen
- Übertragbarkeit auf vergleichbare europäische Städte
- Wissenstransfer zwischen Kommunen, Wirtschaft, Wissenschaft, Verbänden, Umweltorganisationen

Arbeitsschritte

1. Schwachstellenanalyse
2. Erstellung von betriebsspezifischen Handlungskonzepten
3. Umsetzungs- und Handlungsempfehlungen
4. Exemplarische Aktionen mit Vorbildcharakter, z.B. Vergabe des DEHOGA-Gütesiegels für ökologische Betriebsführung (40 Punkte-Katalog), Ökochecklisten
5. Begleitende Beratung, Mitarbeiterschulungen, Know-how-Transfer, Gästeinformationen, Öffentlichkeitsarbeit
6. Erstellen einer Abschlußbilanz

Heidelberg heute: Belastungen für das Klima

868 000 t CO₂-Emissionen/Jahr, darunter

- Verkehr: 312 600 t (36%)
- Privatgebäude 382 000t (44%)
- Gastgewerbe 35 600t (4%). Von diesen entfallen auf
 - Gas: 17 600 Tonnen CO₂/Jahr bei 8.8 Mio. m³/a Gasverbrauch von 200 Betrieben
 - Strom: 18 000 Tonnen CO₂/Jahr bei 30 Mio. kWh/a Stromverbrauch von 500 Betrieben

Maßnahmenkatalog

Der nachfolgende Maßnahmenkatalog für das Gastgewerbe wurde zusammen mit Betrieben erarbeitet und an „Musterbetrieben“ getestet. Alles ist machbar:

Wasserwirtschaft

- Einbau von Wassermengenreglern in Wasserhähne (Sanitäranlagen, Küche, Gästezimmer, Personalräume) sowie Duschen und Toiletten.

Abwasser

- Nur Verwendung von Reinigern auf Essig-/Zitronenbasis und Schmierseife
- Keine scharfen Sanitärreiniger, Urinsteinentferner, Urinalsteine
- Anwendung von Duftöl im Sanitärbereich

Energiewirtschaft

- Einsatz von Energiesparlampen, Leuchtstoffröhren, Halogen- u. Niedervoltlampen
- Ersatz von Elektrogeräten mit hohem Wattverbrauch, die älter als 10 J sind
- Umstellung in der Küche von Strom auf Gas
- Umstellung der Heizung von Strom auf Gas
- Einbau von Fenstern mit Schall- u. Wärmeisolierung
- Nutzung Nachttarif
- Abwärmenutzung (Kühlhaus) durch Wärmerückgewinnung zur Beheizung der Gasträume

Abfallwirtschaft

- Abfallvermeidung durch: Verpackungsrückgabe an Lieferanten, Mehrwegsysteme und Großgebäude, Wiederverwertung von Materialien, Müllfreies Frühstück, Verzicht auf Portionsverpackungen
- Optimierung der Müll(vor)trennung, Anpassung des Müllcontainerbestandes
- Reduzierung des Restmülls

Sonstiges

- Nutzung von Recyclingpapier bei Papierhandtüchern, Toilettenpapier, Papierdekorationen
- Verzicht auf Papierdekorationen für Tablets u. Untertassen
- Handtuchwechsel nach Gästewunsch

Das wäre, wenn ... ! Entlastung der Umwelt und Senkung der Kosten

Frischwasser: 350 000,- DM Kosteneinsparungen

Das Gastgewerbe kann 800 000 m³/Jahr einsparen. Mensen, Großküchen u. Kantinen sind dabei nicht einbezogen. Bei 30% Teilnehmer sind das 120 000 m³/Jahr. Durchflußbegrenzer ergeben den höchsten Einsparwert, bei Handtuchwechsel nach Gästewunsch sind 50% Einsparung möglich.

- Ein Feldversuch in Heidelberg (Hotel mit 40 Zimmer u. 15 000 Übernachtungen) hat gezeigt, daß allein durch den Einbau von Durchflußbegrenzern in zwei Dritteln der Gästezimmer 57 Liter Wasserverbrauch pro Gast und Tag = 641 m³ (641 000 Liter)/Jahr eingespart werden könnten.
- Annahme: Herkömmliche Durchflußmenge Wasserhähne 12 Liter/min., Dusche: 25 Liter/min. Nach Umrüstung 6l/min. bzw. 10l/min. (Frischwasserpreis 1993: 3,00 DM/m³, Abwasser: 2,60 DM/m³) und bei Warmwasseranteil von 30% und Kosten von 7,00 DM/m³ Warmwasseraufbereitung ergibt sich ein Gesamteinsparbetrag von 4 935 DM /Jahr (Frischwasser: 1923 DM, Brauchwasser: 1 666 DM, Energie: 1 346 DM). Bei einem Investitionsvolumen von ca. 1500 DM für 26 Gästezimmer ist eine Amortisation nach 4 Monaten erreicht.
- Bei Übertragung auf die für 1997 erwarteten ca. 800 000 Übernachtungen in Heidelberg (Annahme: 100% Durchlaufbegrenzer) sind das 45 600 m³ bzw. 45,6 Mio. Liter. Insgesamt ergibt sich daraus allein für die Ver- u. Entsorgung mit Wasser (ohne Warmwasseraufbereitung) ein theoretisches Einsparvolumen von 350 000 DM/Jahr (Basis 1997: 3,95 DM/m³ Frischwasser, 3,70 DM/m³ Abwasser).

Abwasser: Entlastung der Kläranlagen

- Flächendeckende Einführung von Fett- und Stärkeabscheidern
- Verzicht auf aggressive Sanitärreiniger, Urinsteinentferner, aggressive Wasch- u. Spülmittel, tägl. Wäschewechsel

Energie: 30% weniger CO₂-Ausstoß

Einsatz von Energiesparlampen führt zur Einsparung von 20%-80%, Moderne Heiztechnik (Brennwertkessel): 40%, Dimmer: 20%, Wärmerückgewinnung: 50%, Neuananschaffung von energiesparenden Geräten: je nach Alter 10%-60%, Reduzierung des Warmwasserverbrauchs durch Wassermengenregler: 30%.

Die Verbrauchswerte lassen sich durch die angesprochenen Maßnahmen insgesamt um ca. 30% senken. Das Potential zur Redu-

zierung des Stromverbrauchs beträgt in Heidelberg somit ca. 9 Mio. kWh (von heute ca. 30 Mio. auf 21 Mio. kWh/Jahr), der CO₂-Ausstoß könnte dadurch um ca. 5 400 t verringert werden (von heute ca. 18 000 t auf 12 600 t CO₂). Dies wurde in einem Feldversuch in einem Großhotel bereits nachgewiesen: 50% Energieeinsparung.

Abfallaufkommen: Entlastung von Wasser, Luft, Klima

- Bei Einsparung einer 120 Litertonne für Restmüll durch Verringerung des Restmüllaufkommens über optimierte Mülltrennung u. ökologisch orientierte Beschaffung, sind Kosteneinsparungen von 570 DM/Jahr (Basis: 1994) möglich, für ein Großhotel mit 500 Betten bedeutet dies 30 000 DM Einsparung/Jahr.
- Rechenbeispiel bei Verzicht von Portionsverpackung von 2 kg Konfitüre:
 - Für 80 Aluminiumdöschchen à 25-Gramm-Einheiten werden 8 kWh an Energie verbraucht. Die kritische (= verschmutzte) Wassermenge beträgt 120 l, die kritische Luftmenge 554 000 m³. Bei Verwendung von 2 kg-Großgebänden aus Weißblech nur 1,7 kWh Energie, Wasser 42 l, Luft 66 800 m³. Einsparpotential: 6,3 kWh, 78 l Wasser, 487 200 m³ Luft.
 - Potential für Heidelberg mit 800 000 Übernachtungen
 - Annahme: für 65% der Übernachtungsgäste wird die Konfitüre noch in Portionsverpackungen in Aludöschchen angeboten. Von dieser Gruppe konsumiert jeder Gast eine verpackte Konfitüre. Würde auch bei diesen Betrieben auf ein „offenes Frühstücksangebot“ umgestellt, dann betrüge das Einsparpotential:
 - Energie: 40 500 kWh = 24 300 kg an CO₂
 - Reduzierung der kritischen Wassermenge um ca. 507 000 Liter
 - Reduzierung der kritische Luftmenge um 3,2 Mrd. Kubikmeter
 - Reduzierung des Abfallvolumens um 1 560 Liter = 13 Abfalltonnen à 120 Liter.

(Sofern nicht anders angegeben gelten die Daten für 1996)

... und noch ein kleiner Erfolg „am Rande“

Auch Stadtführungen zu Fuß werden in Heidelberg verstärkt gefördert. Dies hatte eine Zunahme der zu-Fuß-Führungen von 2 200 (1993) auf 4 000 (1996) Teilnehmer und gleichzeitig einen Rückgang der Teilnehmer der Bus-Führungen zur Folge. Immerhin ein kleiner Erfolg: ca. 60 eingesparte Stadtrundbusfahrten pro Jahr.

„Conditio sine qua non“ – Kommunales Umweltengagement in Deutschland

Herbert Hamele

110 Vorreiter...

Deutschland umfaßt mehr als 6 000 Städte und Gemeinden. Sie wurden im Januar 1996 vom Deutschen Fremdenverkehrsverband (DFV) zur Teilnahme am **Bundeswettbewerb „Umweltfreundliche Fremdenverkehrsorte in Deutschland 1996“** eingeladen. In 110 Gemeinden haben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der kommunalen Verwaltung innerhalb einer knapp bemessenen Bewerbungsfrist umfangreiche Unterlagen zusammengestellt und den detaillierten 16-seitigen Bewerbungsbogen zur Darstellung des kommunalen Umwelthandelns ausgefüllt. Der Wettbewerb ist mit zahlreichen Projekten in der Dokumentation „Urlaub und Reisen in Deutschland - natürlich umweltfreundlich“ dokumentiert.

... und ihre Statistik

Neben der Dokumentation wurden die (nicht bewerteten) Angaben der Bewerber auch unter statistischen Gesichtspunkten ausgewertet. Demnach repräsentieren die teilnehmenden Orte, Städte und Gemeinden mit 360 000 Betten (davon 20% nicht gewerblich), mit 54 Mio. Übernachtungen und mit 88 Mio. Tagesbesuchern mehr als 10% des Tourismus in Deutschland. Drei Viertel von ihnen sind als Erholungs- oder Kurort prädikatisiert.

Die „durchschnittliche“ Wettbewerbs-gemeinde (Zahlen aus 1994) hat 28 000 Einwohner, 3 200 Gästebetten, 0,5 Mio. Übernachtungen und 0,8 Mio. Tagesbesucher. Die Bettenauslastung liegt bei 40%, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt bei knapp 10 Tagen. 22 % ihrer Übernachtungsgäste reisen mit der Bahn oder mit dem Bus an. Zwischen 1990 und 1994 ist die Restmüllmenge im Ort um 20% und der Wasserverbrauch um 10% gesunken, der Energieverbrauch ist gleichgeblieben.

Handlungsbedarf und Konzepte

Von maximal 100 Punkten erzielten die Bewerbungsgemeinden für ihr dargestelltes Umweltengagement und ihre besonderen Leistungen im Durchschnitt 60 Punkte. Es wird also vieles getan. Doch die Probleme sind nur teilweise gelöst. Handlungsbedarf zur Minderung der Umweltbelastungen besteht in allen Ge-



Urlaub und Reisen in Deutschland - natürlich umweltfreundlich

meinden. Je größer der Ort, desto notwendiger sind (weitere) Maßnahmen zur Senkung des Energie- und Wasserverbrauchs oder des Abfallaufkommens. Ob in Dörfern oder Städten: Verkehrsprobleme stehen überall ganz oben.

Die dazu notwendigen Arbeiten zur Planung und Umsetzung müssen koordiniert werden. 40 % der 110 Teilnehmer haben in den vergangenen Jahren ein schriftliches Abwasser- oder Abfallkonzept erarbeitet, 50 % im Bereich Energie und 60% in den Bereichen Verkehr und Natur/Landschaft; je größer der Ort, desto mehr Konzeptionen liegen bereits vor; je kleiner die Tourismus-gemeinde, desto eher fehlen noch schriftliche Grundlagen zur Orientierung.

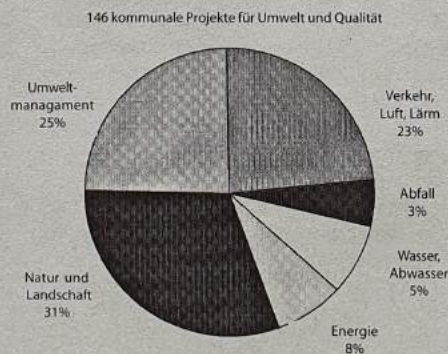
Der DFV hat die Materialien aus den Bewerbungen dem **ECOTRANS e.V.** zur Archivierung zur Verfügung gestellt. Damit sind weitere wissenschaftliche Arbeiten und Auswertungen möglich.

Qualitätsspitze in Deutschland

Mit ihrem breiten Umweltengagement und mit rund 150 herausragenden Einzelprojekten stellen die Teilnehmer die Spitze der Qualitätssicherung im Deutschland-tourismus dar: größere Städte wie Heidelberg oder München und kleinere wie Bremervörde/Niedersachsen oder Naumburg/Hessen, bekannte Kurorte wie Baden-Baden oder Bad Laer und weniger bekannte wie Leutenberg/Thüringen oder Weiskirchen/Saarland, Berggemeinden wie Hindelang oder Bodenmais, Badeorte wie Borkum oder Zingst, Dörfer wie Nettersheim oder Presen/Fehmarn bieten hervorragende Angebote und setzen langfristig (auch) auf ihre Natur und Umwelt.

Mit diesem - europaweit bislang einmaligen - Wettbewerb ist eine erste Grundlage für eine Bestandsaufnahme „Tourismus und Umwelt in Deutschland“ geschaffen worden. Mit der Weiterführung des Wettbewerbes kann der DFV nun die wertvolle Arbeit seines langjährigen Hauptgeschäftsführers Jürgen Werner († 1997) fortführen.

Urlaub und Reisen in Deutschland – natürlich umweltfreundlich, Dokumentation des Bundeswettbewerbes Umweltfreundliche Fremdenverkehrsorte in Deutschland 1996, Deutscher Fremdenverkehrsverband DFV, Bonn, 1997 (10,-DM)



Jede zweite Bewerbungsgemeinde verfügt über ein schriftliches Tourismuskonzept oder Entwicklungsleitbild, teilweise mit weitreichendem Umweltbezug und unter starker Bürgerbeteiligung erarbeitet. Mehr als 50 Gemeinden nennen vorbildliche Betriebe im Gastgewerbe oder kommunale Einrichtungen mit besonderen Umweltleistungen.

Die Blumeninsel Mainau - in Sachen Umwelt und Natur

Gerhard Worm

Basisinformationen

1,6 Mio. Besucher hat die Bodenseeinsel Mainau jährlich zu verkraften, an sonnigen Feiertagen bis zu 10 000. 60 % von ihnen machen Urlaub in der weiteren Region zwischen Allgäu und dem Schwarzwald. 40% machen einen Tagesausflug.

70% kommen mit ihrem eigenen PKW, der Rest mit dem Bus. Der ÖPNV spielt mit weniger als 10% noch eine eher bescheidene Rolle, trotz finanzieller Anreize.

Die Gäste bringen 38-40 Mio. Umsatz, die Hälfte davon für Eintrittsgelder aller Art, die andere Hälfte für Speisen und Getränke. Die Blumeninsel Mainau GmbH beschäftigt 220 Festangestellte und weitere 230 Mitarbeiter in der „Blumensaison“.

Die Erlöse gibt die Blumeninsel Mainau GmbH zu 99% an die Lennart-Bernadotte-Stiftung weiter, v.a. für Bildungsaufgaben.

Umweltmaßnahmen „quer Beet“

Natur- und Umweltschutz hat in der hochsensiblen Bodenseeregion Tradition. Bereits die 1961 verabschiedete „Grüne Charta“ von der Mainau beinhaltet Umweltschutzaspekte, die heute noch immer hochaktuell sind.

In den Unternehmenszielen der Blumeninsel Mainau GmbH ist der Umweltschutz fest verankert und wird auch im „Alltagsgeschäft“ (eigene Umweltschutzabteilung) im Betrieb praktiziert.

Praktizierter Umweltschutz im Gartenbau

Torfersatz

Früher galt Torf als Allheilmittel im Gartenbau. In der großflächigen Rhododendron-Anlage am Osthang (1.500 m²) der Insel Mainau, die im Mai eine Attraktion im Bodenseegebiet darstellt, wird seit 1993 ausschließlich mit Torfersatz gearbeitet. Akzeptanz: durch ihren Mainau-Besuch oder auch durch Ratschläge des „Grünen Telefons“ darauf verwiesen, folgen immer mehr Hobby-Gärtner bereits dem Mainau-Vorbild.

Nützlinge statt „chemischer Keulen“

Biologischer Gartenbau: in der Inselgärtnerei hat der Einsatz von tierischen Nützlingen gegen Schadinsekten absoluten Vorrang. Die meisten Pflanzenkrankheiten können im Gewächshaus mit mechanischen, biologischen oder integrierten Mitteln verhindert werden. Der Einsatz von chemischen Pflanzenschutzmitteln stellt nur eine letzte Notlösung bei einzelnen, seltenen Spezialkulturen dar und ist die Ausnahme.



Dämpfen der Wechselbeetflächen im Freiland

Die alljährlich mit Wechselflor bepflanzten 8000 qm großen Flächen werden abschnittsweise mit heißer Luft /physikalisch) behandelt (=Dämpfverfahren), so daß die pflanzenschädlichen Bodenpilze ohne chemische Mittel absterben.

Bioland-Obstanbau

Die Ernte des gesamten Obstbaumbestandes (4 ha = 10% der Inselfläche!) auf der Insel Mainau darf sich seit 1995 mit dem wertvollen Bioland-Prädikat schmücken. Den Vorschriften des biologisch anerkannten Obstanbaus entsprechend werden weder chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel, noch synthetische Düngemittel ausgebracht und nur geeignete Obstsorten, unter ihnen seltene Hochstammsorten, angepflanzt. Vielleicht erklärt sich hieraus mit, daß die den Besuchern angebotenen auf der Mainau gebrannten Spirituosen regen Absatz finden. Die in der Brennelei benötigten Obstmengen werden aus eigenen Obstbeständen oder aus regionalen Streuobstbeständen bezogen, was den Erhalt der hochwertigen Wiesen- und Hochstammlächen sowie auch der Nist- und Brutplätze für Vögel sichert.

Extensivierungsflächen (ca. 30% der Parkfläche)

Auf sieben festgelegten Versuchsflächen ist die Düngung grundsätzlich eingestellt worden (Ausmagerung der Böden). Die Mahd wird nur 1-2 mal im Jahr vorgenommen (Wiesen- oder Waldsaum-Krautflora-Entwicklung). Wenn es um den Begriff Extensivierungsflächen geht, gilt die Insel Mainau bereits vielen Kommunen als Vorbild.

Auf den intensiv gepflegten Rasenflächen werden keinerlei Fungizide, Insektizide oder Herbizide eingesetzt. Die Düngung erfolgt organisch-mineralisch, nur nach vorab erfolgten Bodenproben durch ein externes Institut.

Bodenpflege/Kompostierung

Ca. 800 t Grünmaterial fallen im Jahr an, welches gänzlich im eigenen Betrieb verkompostiert, zu Betriebserden bzw. zur Bodenverbesserung im Freiland verwendet wird, um die permanent benutzten Beetflächen mit Humus zu versorgen (schrittweiser Bodenaustausch anstelle Mineraldüngung).

Verkehr

ÖPNV-Bonus

Mit öffentlichen Verkehrsmitteln, wie zum Beispiel dem von der Mainau gesponsorten „Zugvogel“ (täglich mehrmals verkehrende Bahnverbindung Konstanz-Zürich) anreisenden Besuchern gewährt die Insel Mainau



Preisnachlässe: so zahlen z. B. Inhaber der Konstanzer Gästekarte (Busse der Stadtwerke für die Dauer des Besuchs kostenlos) nur den Gruppeneintrittstarif.

Die regionale Aktion NATÜRLICH MOBIL OHNE AUTO wurde von der Mainau zum dritten Mal mitgesponsort. Die Teilnehmer des ÖPNV-Tages erhielten 50% Ermäßigung des Inseleintritts.

Umweltinformation – Besucher-Sensibilisierung

Besucher-Informationszentrum

Ein restaurierter mittelalterlicher Wehrturm gegenüber dem Schloß ist als Kooperationsprojekt zwischen der Blumeninsel Mainau und der Bodensee-Stiftung mit wertvollem High-Tech-Innenleben ausgestattet worden und dient seit dem 21. März 1996 als Informations- und Beratungszentrum unter dem Namen „Lichtblicke im Gärtnerturn“. Die Besucher erhalten nicht nur die „gewöhnlichen grünen Mainau-Infos“, sondern werden auch durch die im Halbstundentakt gezeigte Multivisions-

schau „Lichtblicke“ – einer Produktion der künstlerischen und technischen Spitzenklasse – auf die ökologischen Fragen der Region eingestimmt.

Finanzielle Projektförderung durch die Lennart-Bernadotte-Stiftung (Insel Mainau), die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (Osnabrück) und die Deutsche Umwelthilfe (Radolfzell).

Akzeptanz: 1996 wurden im Informationszentrum 216.000 Besucher gezählt, 50.000 Gäste besuchten die Bodensee-Natur-Kultur-Multivision.

Grünes Telefon der Insel Mainau
Selbst Hobbygärtnern, denen der Weg auf die Mainau gerade einmal zu weit sein sollte, steht bereits seit 10 Jahren das biologische „Mainau-Know-How“ zur Verfügung. Kostenlose Pflanz- und Pflege-Tips unter ökologischen Aspekten gibt das „Grüne Telefon der Insel Mainau“ mittwochs, donnerstags und freitags jeweils von 13.00 Uhr bis 15.00 Uhr unter Telefon-Nr. 07531/33191.

Umwelterziehung

Grüne Schule der Insel Mainau

Da der große Garten Mainau nicht nur für die erwachsenen Besucher, sondern auch für die Kinder da sein will, hat es sich die „Grüne Schule Mainau“ zur Aufgabe gemacht, Schulklassen - oder anhand mancher Projekte auch Kindergartengruppen – den richtigen Umgang mit der Natur zu vermitteln. Eine Vollzeitmitarbeiterin ist als Naturerzieherin eingestellt. 1996 besuchten 2.000 Kinder die „Grüne Schule“.



Energie

Umwelttechnologie – Stromoptimierungsanlage

Um den Stromverbrauch zu senken, wurde 1996 auf der Insel Mainau eine Stromoptimierungsanlage in Betrieb genommen. Sie sorgt dafür, daß zu Spitzenzeiten, wenn z.B. in der Gastronomie zur Mittagszeit mehr Strom benötigt wird, „Stromfresser“, wie z. B. die Kühlhäuser kurzfristig vom Netz genommen werden. Dadurch wurde der Stromverbrauch um etwa 6% reduziert.

Fuhrpark: 95% weniger Schadstoffausstoß durch Öko-Diesel

Seit Juni 1994 beziehen die entsprechenden Fahrzeuge des Mainau-Fuhrparks ihre Energie aus extrem schwefelarmem Dieselmotorkraftstoff, wodurch z. B. der Rußpartikelausstoß um 20% in Folge des Primärschwefelgehaltes gesenkt werden konnte. Während die geltenden Abgasvorschriften für Dieselmotorkraftstoff einen Schwefelhöchstanteil von 0,2% zulassen, wurde durch die Betankung mit ASPEN DIESEL 2000 der die Euro II Norm übersteigende Traumwert von 0,001% SO₂ erreicht. Die Umstellung hatte auch technische und wirtschaftliche Vorteile, denn extrem schwefelarmer Dieselmotorkraftstoff bewirkt ein günstigeres Kaltstartverhalten, eine gleichmäßigere Verbrennungsleistung des Motors und bessere Zugkraft bei niedrigerer Drehzahl. Weiterhin ist die Blumeninsel Mainau auch beim Sprit für alle Zweitaktmotoren umgestiegen: ASPEN 2T, ein Spezialbenzin ohne Benzol und Aromate, mit sehr niedrigem Schwefelgehalt, betreibt Motorsägen, Rasenmäher etc.

Neues Energiekonzept Mainau

Seit 1996 wird das neue Energiekonzept umgesetzt: Nahwärmeversorgung mit BHKW (Blockheizkraftwerk), Erdgas, Holzheizung und Biogasanlage. Ein BHKW erzeugt gleichzeitig Wärme und Strom, welcher in den Betrieb eingespeist wird. Infolge des kurzen Nahwärmenetzes kommt es zu geringeren Wärmeverlusten als bei konventioneller Energieversorgung. Der Einsatz fossiler Brennstoffe (Öl) reduziert sich durch diese Investition um annähernd 60%. Weiterhin ergibt sich eine Reduktion der CO₂-Emissionen von z. Zt. 100% auf 34%. Durch die Nutzung des nachwachsenden Rohstoffes Holz aus eigenen Wäldern werden Transportwege des Brennstoffes eingespart.

Trinkwasser

Durch technische Verbesserungen wurde 1996 der Wasserverbrauch um 17% im Vergleich zum Vorjahr reduziert.

Entsorgung/Abfall

Touristische Leistungsträger wie z. B. die Blumeninsel Mainau leben ganz elementar von einer sauberen Erholungslandschaft.

Müll-intern

Intern arbeitete der Mainau-Betrieb nach dem Vermeidungsprinzip: verpackungsarme Waren werden zentral eingekauft, Wertstoffe werden sauber getrennt. Die Mitarbeiter des Unternehmens bekommen bei ihrer Einstellung eine Mainau-eigene Müllfibel.

Mülltrennung im Park

Die Besucher finden seit dem Start ins Blumenjahr 1994 keinerlei gängigen „Müll-eimer“ mehr im Park, bei den Parkplätzen für Busse und PKWs, sondern nur insgesamt 8 Wertstoff-Sammelstationen mit je 5 Trennfraktionen an zentralen Punkten. Die unsortierten Gewerbeabfälle konnten 1996 um über 50% im Vergleich zum Vorjahr reduziert werden.

Umwelttechnologie für die Gastronomie: die Naßmüllzentrifuge

Die Reste köstlicher Restaurantspeisen, wie sie in der Mainau-Gastronomie gereicht werden, enthalten in unterschiedlicher Stärke Feuchtigkeit. Daher kann es ohne entsprechende Vorbehandlung schnell zu Fäulnisprozessen kommen. Der für die Kompostierung des Landkreises Konstanz vorgeschriebene Wassergehalt von 65% in Speiseresten wird durch die z. Zt. idealste technische Lösung entschieden: eine betriebs-eigene Naßmüll-Behandlungsanlage. Durch diese Technologie kann Naßmüll zu Kompost verarbeitet werden.

Gastronomie

Regionale Agrarprodukte haben immer den Vorzug

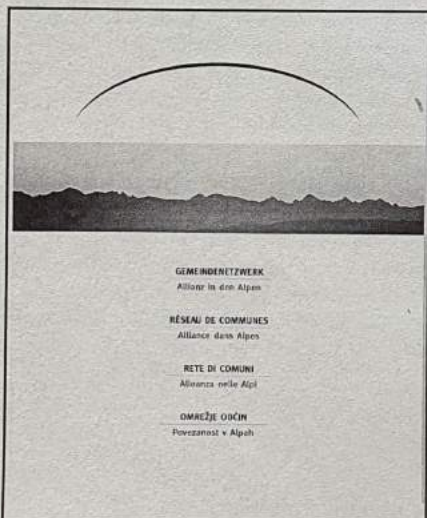
Die benötigten Agrarprodukte wie Fleisch, Obst, Gemüse und Salate werden zu über 75% aus der Region bezogen. In der Kooperation mit der Deutschen Umwelthilfe e. V. – Bodenseeschutzprojekt – und der Insel Mainau zählt der Wareneinkauf aus alternativ bewirtschafteten Agrarbetrieben zu einer Maßnahme, deren Ziel es ist, gesunde Produkte vorzuziehen. Beispielsweise enthält die Tageskarte u. a. einen Bio-Vesperteller und die Speisekarte des eleganten, anspruchsvolleren Abendrestaurants ein komplettes Bio-Menu mit drei Gängen.

Öko-Audit/Umweltprüfung

Zur Zeit beteiligt sich die Mainau an der freiwilligen Beteiligung gewerblicher Unternehmen für das Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung nach EU-VO 1863/93 (Öko-Audit) als einer der ersten touristischen Betriebe in Deutschland.

Tourismus in den Alpen

„Mit gut 5 Mio. Ferienbetten, 120 Mio. Feriengästen und 500 Mio. Übernachtungen pro Jahr sind die Alpen eine der größten Tourismusregionen der Welt: Hier soll sich ein Viertel des gesamten Welttourismus abspielen. Trotz dieser extremen Zahlen sind die Alpen jedoch keinesfalls flächenhaft touristisch erschlossen: nur etwa gut 500 oder knapp 10% aller Alpengemeinden sind Gemeinden mit einer großen touristischen Infrastruktur und einer touristischen Monofunktion. 20% aller Alpengemeinden besitzen einen relevanten Tourismus (mehr als 0,5 tour. Betten/Einwohner), 40% einen schwachen Tourismus (0,1-0,5 Betten/Einwohner) und 40% keinen Tourismus (weniger als 0,1 Betten/Einwohner).“ (Werner Bätzing, Kleines Alpen-Lexikon, Umwelt-Wirtschaft-Kultur, Verlag C.H.Beck, München, 1997). Gleichwohl werden die touristisch erschlossenen Talschaften durch den starken Besucherdruck und als Transitstrecken massiv belastet. Tourismusmagneten wie Saalbach-Hinterglemm oder Saas-Fee, Meran oder Hindelang erarbeiten zusammen mit dem Gastgewerbe und der Bevölkerung Konzepte für ihre Zukunftssicherung - mit Erfolg. Orte wie Weissensee haben frühzeitig eine Erschließung um jeden Preis abgelehnt und profitieren heute von der von Bergbauernhand gestalteten Kulturlandschaft.



Die CIPRA-International (Internationale Alpenschutzkommission) Schaan/Liechtenstein), baut in Zusammenarbeit mit dem Alpenforschungsinstitut (AFI), Garmisch-Partenkirchen, ein alpenübergreifendes Gemeindenetzwerk auf. Ziel: gegenseitige Unterstützung und Zusammenarbeit für eine nachhaltige Entwicklung im Alpenraum.

z.B. Weissensee

Christopher Gruber, unter Mitarbeit von Karl Knaller

Basisinformationen

Tourismusregion	Karnische Region -Weissensee
Einwohner	730
Fläche	78 km ²
Höhe über NN	930m bis 2200m
Wirtschaftsstruktur	90% Tourismus 10% Landwirtschaft (in Verbindung mit Tourismus) 95% der Bevölkerung lebt vom Tourismus Auslastung: ca.120 Vollbelegstage
Arbeitsplätze	gesamt: 342, davon 213 unselbständig und restliche Arbeitsplätze (129) von Familienmitgliedern aufgefüllt
Anteil Gastgewerbe	90%
Gästebetten	4000 Sommer, 3000 Winter
Angebotsschwerpunkte	Sommer: Berg - Seerlebnis Winter: Eissport, Langlauf, Familienschigebiet
Tagesbesucher	ca. 60 000 (1996) Sommer: bis zu 4000/Tag (v.a. Badegäste) Winter: bis zu 5000/Tag (v.a. Eisläufer)
Übernachtungen	425 000 (80% Sommer, 20% Winter)
Ankünfte Übernachtungsgäste	55 000 60% Deutschland, 20% Österreich, 10% Benelux - Ländern
Umsatz durch Übernachtungsgäste	ca. 400 bis 500 Mio. öS/Jahr (geschätzt)

Freizeiteinrichtungen/Infrastruktur

Sommer

6,5 km² Badegewässer mit Trinkwasserqualität, jedes Haus am See mit Badestrand, Badetemperatur bis 25° C, Segel-, Surfschule, 2 öffentliche Strandbäder; 1 Wasserskiboot, Fischereirevier, Tauchzentrum, Tennisplätze, Reitstall, Mountainbikeschule, -wege, 140 km markierte Wanderwege, Heilklimatischer Kurort, Bergbahn und Schifffahrt, Veranstaltungen und Feste

Winter

Langlaufzentrum mit 13 Doppelspurloipen (60 km), 6,5 km² Natureisfläche, 4-er Sesselbahn und 3 Schlepplifte, 40 km Winterwanderwege, Pferdeschlitten, Rodelbahnen, Veranstaltungen und Feste

Ortscharakter/ Bauentwicklung

Die Gemeinde Weissensee aus 6 Ortsteilen mit Techdorf als Hauptort. Der zentrale Siedlungsbereich erstreckt sich rund 2 km ca. 200 m entfernt vom Seeufer. Es gibt im Ortsbereich kaum öffentliche Stellplätze, so daß an starken Ferientagen die knappen öffentlichen Verkehrsflächen von Autos verstellt werden.

In der Zeitspanne von 1970 bis 1990 hat es eine rege Bauentwicklung gegeben; Zunahme der Gebäude um 60%:

derzeit: 395 Gebäude - 1980: 340 Gebäude - 1970: 260 Gebäude



Derzeit werden 290 Gebäude für Tourismus, 10 Gebäude für Wohnungen und 7 Gebäude ausschließlich für die Landwirtschaft genutzt. In 83 Gebäuden gibt es 224 Zweitwohnungen (20% der gesamten Gebäude).

Bürgerbeteiligung

Bevölkerungsbefragung, Einbindung in den Leitbild-Prozess
Gemeinsam mit der Bevölkerung wurde das touristische Leitbild Weissensee über 1,5 Jahre erarbeitet. In diversen Arbeitsgruppen wurden die Zielrichtungen für die Region festgelegt und formuliert und dienen dem Gemeinderat als Entscheidungsgrundlage. Jährlich wird das Leitbild in den Arbeitsgruppen hinterfragt und neue Entwicklungen eingearbeitet. Ein- bis zweimal jährlich wird eine Leitbildklausur einberufen, wo alle Probleme gemeinsam diskutiert werden.

Werbung/Umweltinformationen

Prospekte: Die Werbemittel der Gemeinde enthalten ausführliche Umweltinformationen. Es sind sowohl allgemeine Hinweise auf die konkreten Umweltmaßnahmen wie auch Informationen für den Gast (Umweltbus, EU Preisträger „Tourismus und Umwelt“)

Umweltmanagement

Gemeinde: Amtsleiter Hans Draxl, Verkehrsamt: Kurdirektor Christopher Gruber für ökologische Entwicklung, Leitbilderstellung, -weiterbearbeitung

Naturforum Weissensee: Obmann Zöhrer; Plattform für Kooperationen zwischen Tourismus und Landwirtschaft im Alpenraum

Beispielhafte Maßnahmen

Aus den Unterlagen und Gesprächen ergeben sich beispielhafte Ansätze besonders gelungener Maßnahmen, die positive Wirkungen in den einzelnen Handlungsbereichen zur Folge haben. In der Gemein-

de Weissensee wurden in einem Leitbild folgende Entwicklungsziele erarbeitet.

Entwicklungsziele

- Sicherung der Arbeitsplätze im Tourismus und in der Landwirtschaft
- Erhaltung des Landschaftsbildes
- Umweltschutz

Schon in der Vergangenheit wurden in der Gemeinde einige große Schwerpunkte in einer nachhaltigen touristischen Entwicklung gesetzt. Die hier angeführten Maßnahmen der letzten 30 Jahren sollen veranschaulichen, daß man am Weissensee nicht erst seit ein paar Jahren aus Trendgründen an eine intakte Umwelt denkt.

■ **Motorbootfahrverbot:** Im Jahre 1967 wurde für private Motorboote ein Fahrverbot erlassen, um den See nicht weiter mit Schadstoffen zu belasten.

■ **Verhinderung des Baus einer Durchzugsstraße am See:** Entgegen aller Empfehlungen für eine Durchzugsstraße als wirtschaftlicher Impuls wurde dieses Bauprojekt in der Gemeinderatssitzung abgelehnt.

■ **Bau einer Ringkanalisation:** 1973 wurde das Bauprojekt Ringkanalisation um den Weissensee abgeschlossen, so konnte die Trinkwasserqualität des Gewässers bewahrt werden.

■ **Rückwidmung von Bauland in Grünland:** Ende 1990 wurde 1/3 des Baulandes in Grünland rückgewidmet, und so blieben ökologisch wertvolle Freiflächen erhalten und die Zersiedelung und Verbauung der Landschaft begrenzt.

Verkehrsmo- dell Weissensee

Mit dem Ziel, den Tagesverkehr zu reduzieren und Flächen für den Fußgänger- und Radverkehr zu schaffen, wurden folgende Maßnahmen erarbeitet:

- Parkplatz außerhalb der Ortschaft
- Parkraumbewirtschaftung
- Shuttlebus - Service von Parkplatz in den Ort / zum See
- Abholdienst vom Bahnhof
- Beteiligung an Anreiseangeboten (z.B.: Wedelweissticket)

■ **Flächenbewirtschaftungsprämie** zum Erhalt der Kulturlandschaft und Vermark-

tung landwirtschaftlicher Produkte in der Region

Beispiel 1: Natur/Landschaft

Im Rahmen der Leitbilderarbeitung in der Gemeinde Weissensee, war ein wesentliches Thema der Erhalt der Kulturlandschaft. Da die Landschaft nie überaus intensiv bewirtschaftet wurde (nur Grünlandnutzung), war es möglich, für den Fremdenverkehr die Natur zu erhalten. Eine beispielgebende Umweltaktion war die Rückwidmung von Bauland in Grünland (1990). Um die weitere Zersiedelung und Zerschneidung der Landschaft zu verhindern und ökologisch bedeutende Flächen zu sichern, wurden 1/3 des Baulandes in Grünland umgewidmet.

Ziele

Entwicklungsziel allgemein: umweltverträglich, sozial verantwortlich, (regional-) wirtschaftlich sinnvolle Entwicklung der Gemeinde, „Erhalt der Kulturlandschaft“

ökologische Ziele

- **Erosionsschutz** (wegen Erosionsanfälligkeit und Erosionsschäden)
- **Wasserschutz** (aufgrund Grundwasserneubildung, Nitratauswaschungsempfindlichkeit, düngungsintensiven Anbaus und hohen Viehbesatzes)
- **Arten-, und Biotopschutz**
- **Schutz landwirtschaftlicher Produkte**

ökonomische Ziele

- **Sicherstellung der Funktionen der Landbewirtschaftung** (Bewerbs-, Einkommensfunktion, Raumerschließung, Aufrechterhaltung einer Mindestbesiedelungsdichte und Versorgungsinfrastruktur, Flächenvorhaltung, -sicherung Trennungs-, Gliederungs-funktion)
- **Sicherung der Arbeitsplätze in der Landwirtschaft**
- hohe Wertschöpfung durch die Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte in der Region

In der Gemeinde Weissensee werden im Jahr ca. 30-40% der Milchprodukte an ortsansässige Gastronomiebetriebe verkauft. Der erzielte Preis der landwirtschaftlichen Produkte liegt um 15-20% höher als beim Verkauf an Molkereien. Nur 10% der Fleischprodukte können in der Region vermarktet werden. Durch Ab-Hof-Verkauf und Bauernmärkte werden zusätzlich landwirtschaftliche Produkte in der Region verkauft

EUROPÄISCHER PREIS



FÜR TOURISMUS UND UMWELT

Auszeichnung für Weissensee 1995:
Ermutigung zum Weitermachen

- Erhalt des Landschaftsbildes als Potential für den Tourismus

Die Flächenbewirtschaftungsprämie Weissensee

Um eine längerfristig ökologische Bewirtschaftung und für die Bauern eine wirksame Einkommensverbesserung zu erreichen, wurde am Weissensee eine Flächenbewirtschaftungsprämie erarbeitet. Wer kompostiert, kann eine separate Abgeltung unter Berücksichtigung der Umweltverträglichkeit der Kompostierung (Grundwasser), Produktqualität und Menge erhalten. Da die Grenzziehung zwischen tiergerechter und nicht tiergerechter Art- und Haltung in der heute üblichen Haltung sehr schwierig ist und angenommen werden kann, daß die übliche kleinbäuerliche Viehhaltung auch tiergerecht ist, mußte eine Unterscheidung in diesem Bereich unterbleiben. Die Bewirtschaftungsprämie kann nach der finanziellen Verfügbarkeit der Gemeinde oder nach dem Lebenserhaltungskosten-Index wertsichernd kontinuierlich gesteigert werden.

1,5 ÖS pro Übernachtung

Für das Flächenbewirtschaftungsprogramm werden jährlich ca. 600 000 öS aus den Töpfen der Gemeinde und des Tourismusverbandes ausgegeben. Setzt man diese Summe in Relation zu den jährlich 425 000 Nächtigungen, dann kostet der Erhalt der Kulturlandschaft pro Nächtigung 1,5 öS.

Punktevergabesystem pro ha umweltgerechter Landbewirtschaftung	
ZUSCHLÄGE	Punkte /ha
Basispunkte für die gesamte bewirtschaftete Fläche (Eigen-, und Pachtfläche)	10
Zuschlag bezogen auf die gesamte Fläche für Hofdüngerbehandlung	2
Zuschläge für Motormäherflächen	20
Zuschläge für Handmähflächen	60
Mähen von Mooswiesen	30
Ackerbau maschinell	30
Ackerbau händisch	70
ABZÜGE	
Einsatz von Handelsdünger	5
Spritzmitteleinsatz	10
Nichtbehandlung des Hofdüngers	3
Überschreitung der Viehzahl: je ha 1,8 GV	4
Unterschreitung der Viehzahl: je ha 1,8 GV	4

Zu- und Abschläge für Qualität

Für die Sicherung der Kulturlandschaft wird in der Gemeinde Weissensee ein Berechnungsmodell von Zahlungen angewandt, das gegliedert ist in Zuschläge und Abzüge. Die einzelnen Pflegemaßnahmen werden je nach ihrer nachhaltigen ökologischen Verträglichkeit mit Punkten pro ha prämiert. Die sich aus Zu-, und Abschlägen ergebende Punktezahll wird mit 100 öS je Punkt multipliziert. Folgend sei die Auflistung des Berechnungsmodells von Zahlungen angeführt.

Aussagekraft

- Nach dem oben angeführten Punktesystem werden von Betrieb zu Betrieb unterschiedliche Bewirtschaftungsergebnisse ausgeglichen und gleichzeitig wird die Handlungsfreiheit jedes einzelnen Bewirtschafters erhalten.
- Das System ermöglicht dem Bewirtschafters durch Veränderungen der Wirtschaftsweise erhebliche Einkommenssteigerungen. Der finanzielle Anreiz verstärkt die Bereitschaft des Landwirts zu einer umweltverträglicheren Bewirtschaftungsform (z.B. Verzicht auf chemische Pflanzenschutzmittel).
- Um zukünftigen Ansprüchen und neuen Schwerpunkten des gesellschaftlichen Interesses an der Landwirtschaft (z.B. Koppelung von Flächenbewirtschaftung und bodenständigen Produkten) gerecht zu werden, ist das Modell dynamisch und flexibel angelegt: die Bewertung der einzelnen Zu-, und Abschläge kann problemlos verändert werden.
- Das Programm zur Festlegung von Ausgleichszahlungen in der Gemeinde Weissensee legt eine Laufzeit der Extensivierungsmaßnahmen von einem Jahr fest. In dieser Zeit ist der Bauer an die Pflegemaßnahmen gebunden und es ist ihm untersagt einen Teil seiner Bewirtschaftungsfläche wieder intensiv zu bearbeiten, da das Programm nur ermöglicht wird, wenn 100% der Betriebsfläche extensiviert werden.
- Stilllegungs- und Extensivierungsmaßnahmen dienen vordergründig dem Erhalt der Kulturlandschaft und verzögern die Hofaufgabe landwirtschaftlicher Betriebe. Die Förderprogramme für Kulturlandschaften sind von Geldern aus der Gemeinde, Land, Bund und EU abhängig, und so stellt sich die Frage, ob die Einkommen der Bauern über die Preise landwirtschaftlicher Erzeugnisse oder über staatliche Zahlungen gesichert werden sollen.
- Unabhängig von den Finanzierungsmöglichkeiten der Landwirtschaft ist die Zukunft des Bauern als Landschafts-

pfleger soziokulturell vertretbar? Die ländliche Bevölkerung erfährt einen Daseinswandel, der für den Planer nicht nachvollziehbar ist. Der Erhalt unserer überaus artenreichen Kulturlandschaft, die aus relativ homogenen Mischwäldern durch eine im ökologischen Gleichgewicht stehende Bewirtschaftungsform entstanden ist, zeigt sich, aus ökologischer Sicht und nicht minder aus individueller Entstehungsgeschichte des Menschen, als ein wichtiges Anliegen in der heutigen Gesellschaft.

Welche Prämie erhält ein durchschnittlicher landwirtschaftlicher Betrieb ?

Betrieb mit 12 ha Nutzfläche:

- 1 ha Kartoffelbau händisch und

ZUSCHLÄGE	Punkte / ha
12 ha Gesamtfläche mit 2 GV, Güllewirtschaft mit Hofdüngerbehandlung	120
Hofdüngerbehandlung	24
1 ha Kartoffelanbau händisch	
1 ha Getreideanbau maschinell	30
1 ha Mooswiese mit Pestizideinsatz	30
Zuschläge gesamt	274 Pkt / ha
ABSCHLÄGE	
Überschreiten der Viehzahl	48
Einsatz von Spritzmitteln	120
Abschläge gesamt	168 Pkt / ha
GESAMTPUNKTE (Zuschläge minus Abschläge)	106 Pkt / ha

- 1 ha Getreideanbau mit dem Mähdescher geerntet,
 - 1 ha Mooswiese, unter Einsatz von chemischen Unkrautvertilgungs-, und Pflanzenschutzmitteln
- Durch den Verzicht auf chemischen Pflanzenschutzmitteleinsatz kann die Prämie um 12 000 öS erhöht werden. Die Verringerung der Viehzahl von 2 auf 1,8 Großvieheinheiten/ ha bringt eine Erhöhung der Prämie um weitere 4 800 öS.

Heute bewirtschaften alle 30 Landwirte nach dem Förderprogramm zum Erhalt der Kulturlandschaft. 18 Landwirte sind bereits Mitglied bei einem der anerkannten Verbände für biologischen Landbau. Wenn auch

die übrigen 12 Betriebe als Biolandwirte anerkannt sind, hat Weissensee ein großes Ziel erreicht.

Beispiel 2: Verkehr Verkehrsmo­dell Weissensee

Die Verkehrsbelastung wurde auch am Weissensee zu einem zentralen Thema im Rahmen der Leitbilderstellung. Als „Spielplatz der Natur“ und ohne Durchzugsstraße stellt sich der Weissensee als ein ideales Gebiet für eine Verkehrsberuhigung dar.

Ziele

Aufgrund der Verkehrserhebungen und der Diskussion mit den Mitgliedern der Arbeitsgruppe und den Bürgern wurden folgende Zielvorstellungen erarbeitet:

- Einschränkung des Tagesausflugsverkehrs mit dem Auto
- Einschränkung des „selbstgemachten“ KFZ-Verkehrs
- Förderung der Anreise ohne Auto
- Vorrang für den nicht motorisierten Verkehrsteilnehmer (Rad, Fußgänger)
- Ortsbild (Möglichkeiten zur Ortsbildgestaltung)
- wertschöpfungsintensiver Tourismus
- Sicherung der Attraktivität des Ortes (Ökologie, Ortsbild, Landschaftsbild); Schaffung eines klaren USP durch Sanfte Mobilität, um sich am Tourismusmarkt weiter zu profilieren.
- Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen
- Reduzierung der Kfz - Emissionen (CO₂, NO_x):

Umsetzung Phase I:

- Der Tagesgast muß, sofern er mit dem eigenen Auto anreist, dieses auf dem Auffangparkplatz (Fassungsvermögen ca. 620 PKW-Stellplätze) abstellen.
- Auffangparkplatz: Etagenparkplatz für ca. 620 PKW. Die Parkplätze sind generell gebührenfrei.
- Busshuttle: Buslinien von Parkplatz zu Talstation Bergbahn; von Neusach nach Naggl; Die Betriebszeiten sind täglich von 8.00 bis 24.00 Uhr.
- Parkflächen: Im gesamten Gebiet, mit Ausnahme von Kuzparkzonen im Bereich der infrastrukturellen Einrichtungen, gilt generelles Park- und Halteverbot.

Umsetzung Phase II:

- eine verstärkte Werbung für den „Urlaub ohne Auto“, eine bessere ÖV- Anbindung, Busshuttlebetrieb mit umweltfreundlichem Antrieb u.a. angestrebt.

Dieses Verkehrsmodell soll dazu beitragen, die Aufenthalts- und Erlebnisqualität am Weissensee zu erhöhen, ohne die Mobilität der Besucher und der Einheimischen wesentlich einschränken zu müssen.

Indikator „Kfz-Emissionswerte“

Zur Prüfung positiver Auswirkungen der Verkehrsberuhigung auf die Umwelt werden als Schlüsselindikator die „Kfz - Emissionswerte“ berechnet.

CO - Emissionen:

60 km/h	2,4 g/km
100 km/h	2,5 g/km
130 km/h	10 g/km
150 km/h	12,5 g/km

NOx - Emissionen:

60 km/h	2,6 g/km
100 km/h	4 g/km



130 km/h	5,7 g/km
150 km/h	7 g/km

(Quelle: F. VESTER: Crashtest Mobilität, München 1996)

- Bei einer Geschwindigkeit von 60 km/h im Ortsgebiet werden pro PKW ca. 2,4 g CO pro km und ca. 2,6 g NO_x pro km ausgestoßen.
- Kohlendioxid wird von Industrie und Kfz emittiert. Die gasförmige Luftverunreinigung wirkt besonders in der Nähe giftig für Tiere und Pflanzen und trägt zur Ozonbildung bei.
- Eine Verminderung des PKW - Aufkommens wird Schadstoffemissionen und den Lärmpegel herabsetzen und dadurch die Erholungswirkung der Landschaft für den Gast wie auch für den Einheimischen erheblich steigern. Eine spürbar und hörbar bessere Luft ist auch ein besser vermarktbare Produkt für einen nachhaltigen Tourismus.

- Die Weissenseer haben bei der Erstellung des touristischen Leitbildes klare Vorstellungen über den gewünschten Gast entwickelt. Sie erwarten die Vermeidung von Umweltbelastungen, einen weitgehenden Verzicht auf die Benutzung des Autos während des Urlaubs, Verständnis für verkehrslenkende Maßnahmen, Rücksichtnahme gegenüber dem See, Akzeptanz des Preis-Leistungsverhältnisses. Diese Erwartungshaltung gegenüber den Gästen erfordert auch von den WeissenseerInnen ein hohes Maß an Verantwortung und Verzicht.

Erste Schritte weg vom Auto

In der Gemeinde Weissensee beträgt der Tagesausflugsverkehr 70%. An einem durchschnittlichen Sommertag werden ca. 4000

Pkw genutzt. Der CO₂ und NO_x- Ausstoß beträgt:

$$4000 \text{ PKW} \times 2,4 \text{ g} = \mathbf{9,6 \text{ kg CO / km/h}}$$

$$4000 \text{ PKW} \times 2,6 \text{ g} = \mathbf{10,4 \text{ kg Nox / km/h}}$$

Das Verkehrskonzept Weissensee sieht an der Taleinfahrt eine entsprechende Infrastruktur für Parkplätze, Informationsstände, und alternative Verkehrsmittel vor. Die Gäste werden mittels Umweltbus, Pferdekutschen, Räder, etc. zum Weissensee gebracht.

Die Verkehrsberuhigung und die Einrichtung des Umweltbusses sind zwar vorbildliche Maßnahmen zu einer sanften Mobilität vor Ort, jedoch reisen immer noch 90% der Gäste mit dem PKW an. Als Alternative zum Pkw wird das „Wedelweissticket“ (ein Pauschalpaket mit verbilligter Bahnreise + Schipaß + gratis Bahnabholung) angeboten. Ab Sommer 1997 beteiligen sich eine Rei-

he von Betrieben an der Aktion der ÖBB „Abholung vom Bahnhof“.

Durch forcierte Werbung für das Wedelweissticket bzw. andere Pauschalangebote sollen bisherige PKW-Gäste zum „Umsteigen“ gewonnen werden. Eine Befragung der Einheimischen und Gäste bezüglich der Einschränkung des Individualverkehrs zeigt, daß 80% bzw. 70% der Befragten zu diesem Ziel positiv eingestellt sind. Es zeigte sich auch, daß 67% der befragten Ausflugs Gäste bereit wären, ihr Fahrzeug außerhalb der Ortsbereiche abzustellen und mit einem öffentlichen Verkehrsmittel zum See zu fahren.

Dreierlei Potentiale für die kommenden Jahre werden als realistisch angesehen:

Potential 1:

Reduzierung der Autoanreise um 10%
Verminderung der Ankünfte bei Übernachtungsgästen um 5 000 PKW/ Jahr. Die durchschnittliche Kilometerzahl der Urlaubsreise wird mit 1 500 km angenommen bei einer durchschnittlichen Geschwindigkeit von 130 km/h.

- 7,5 Mio km x 10 g CO = 75 000 kg weniger CO
- 7,5 Mio. km x 5,7 g Nox = 42 750 kg weniger NO_x

Potential 2: Reduzierung der Anreise von Tagesgästen mit eigenen PKW um 1/3
1/3 der Tagesgäste: 20.000 Autos weniger die durchschnittliche Kilometerzahl des Tagesausflugsverkehrs wird mit 100 km angenommen und eine durchschnittliche Geschwindigkeit von 60 km/h

- 2 Mio km x 2,4 g CO = 4 800 kg weniger CO
- 2 Mio. km x 2,6 g NO_x = 5 200 kg weniger NO_x

Potential 3: Reduzierung der PKW-Anzahl im Ort um 2000

Die gewonnene Fläche beträgt 5 ha (ca. 2 - 3 ha im Ortsbereich), die für Rad-, und Fußgängerverkehr genutzt werden kann.

Schlußfolgerungen

- Schadstoffemissionen und Lärmbelastigungen für die Umwelt und die Bevölkerung können reduziert werden
- Fläche für Ortsbildgestaltung und den nicht motorisierten Verkehr wird gewonnen
- keine Beeinträchtigungen auf das Landschaftsbild
- höherer Erholungswert der Landschaft, bessere Vermarktung als touristisches Produkt

Stellungnahme

Karl Reiner
unter Mitarbeit von Birgit Bocek

Ausgangssituation und Entwicklung

Die Gemeinde Weissensee ist eine klassische alpine - ursprünglich von der Berglandwirtschaft geprägte - Gemeinde. Mit rund 730 Einwohnern, 3 900 Betten und rund 450 000 Nächtigungen ist Weissensee heute eine „Intensiv-Tourismusgemeinde“ mit einem nach wie vor bäuerlichen Ambiente.

- Kennziffern für die Tourismusintensität:
- 5 Betten/Einwohner (Österreich: 0,2)
 - 600 Nächtigungen/Einwohner (Österreich: 15)
 - 90% der Arbeitsplätze direkt oder indirekt im Tourismus (Österreich: 10-12%)

Die Touristen haben neben den vielen positiven Effekten, natürlich auch am Weissensee Probleme und Belastungen mit sich gebracht: Müll, Abwasser und zunehmend der Autoverkehr. Vor allem die Autos werden in den Spitzentagen mit bis zu 5 000 PKW durch den Tagesurlaubsverkehr zu einer argen Belastung für die Gäste und einheimische Bevölkerung. Dies hat auch mit der örtlichen Siedlungsstruktur und den fast nicht vorhandenen Parkflächen zu tun.

Was fällt auf ?

Die Gemeinde und die Tourismusverantwortlichen haben schon sehr früh ein ausgeprägtes Umweltsensibilität entwickelt und auch entsprechende Ziele und Maßnahmen verfolgt: Ringkanalisation, Motorbootverbot, Baulandrückwundung.

In den letzten Jahren sind insbesondere folgende Initiativen der Gemeinde hervorzuheben:

- integrierte Leitbildentwicklung mit der Bevölkerung. Das Leitbild beinhaltet auch den Verzicht auf massiven Ausbau der Seilbahninfrastruktur, auch die Zahl der Betten soll nicht mehr erhöht werden.
- Etablierung des Naturforums Weissensee als Plattform für Kooperationen zwischen der Landwirtschaft und dem Tourismus im Alpenraum
- Einführung einer **Flächenprämie für die Landwirtschaft** (1,5 öS/Nächtigung, insgesamt 600 000,- öS/Jahr), welche eine ökologische Landbewirtschaft und eine nachhaltige Pflege der Kulturlandschaft sichern soll. Mit 1997 sollen alle 32 Betriebe erfaßt werden, rund 2/3 sind bereits Mitglied bei einem Bioverband. Mit



dieser Maßnahme wird zweifellos auch ein wichtiger Beitrag zur Sicherung der lokalen Arbeitsplätze geleistet. Die Aktivitäten zur verstärkten Nutzung bäuerlicher Produkte in der lokalen Gastronomie können hier noch zusätzliche Wertschöpfung schaffen.

- Entwicklung des **Verkehrsmodells Weissensee**: der Verkehr ist nach wie vor eines der brennenden Probleme für die Gemeinde. Etwa 90 % der Gäste reisen mit dem Auto an. Einige Maßnahmen sind bereits umgesetzt: seit der Sommersaison 1996 gibt sowohl im Sommer (Umweltbus) wie im Winter (Skibus) ein attraktives öffentliches Verkehrsmittel vor Ort. Alle wichtigen Einrichtungen sind in regelmäßigen Takten erreichbar. Weissensee beteiligt sich an den Aktionen der ÖÖB zur Anreise mit der Bahn (Wedelweiss-Ticket, Broschüre „Abholung vom Bahnhof“ ab Sommer 1997). Die volle Umsetzung des Verkehrsmodells scheitert bisher an der Finanzierung.

- Die bisherigen Anstrengungen haben der Gemeinde bereits einige Anerkennung im In- und Ausland eingebracht. Unter



anderem ist Weissensee auch Träger des „Europäischen Preises für Tourismus und Umwelt“ (1995).

Was kann noch getan werden ?

Mit den durchgeführten Maßnahmen wurde bereits viel erreicht. So hat die Tourismuswirtschaft eine hohe Akzeptanz in der Bevölkerung, die vom Tourismus lebt.

■ Konsequentes Arbeiten an der Realisierung des Verkehrsmodells. Anzustreben ist die Reduzierung der Autoanreisenden um 10 %: dies könnte pro Jahr eine Reduktion von etwa 75 000 kg Kohlenmonoxid und 40 000 kg Stickoxiden bringen. Die Errichtung des geplanten Parkplatzes außerhalb des Ortes könnte vor allem die Belastung in den Orten entlang des Sees durch den Tagesurlaubsverkehr weitge-

hend eliminieren und so mehr Raum für Fußgänger und Radfahrer schaffen. Damit wäre auch das Lärmproblem gelöst. Intensive und kreative Finanzierungs-lösungen und aktive Kommunikation zum Gast sind gefragt. Eine Möglichkeit wäre etwa auf die Haushalte, Tourismusbetriebe, Tagesgäste und Urlaubsgäste abgestimmte Mobilitätsberatung als Baustein des Gästeservice anzubieten.

■ Im Abfallbereich sind sicher noch Verbesserungen möglich. Die Mülltrennung ist organisatorisch ok, der Restmüllanteil ist mit rund 65% jedoch relativ hoch. Hier können mit Aufklärungsarbeit und organisatorischen Maßnahmen sicher Potentiale ausgeschöpft werden.

■ Das Abwasser ist qualitativ gelöst, der See hat Trinkwasserqualität, fast alle Haushal-

te sind an das öffentliche Kanalnetz angeschlossen. Obwohl die Abwässer beim Eintritt in die Drauf ebenfalls eine gute Wasserqualität aufweisen, sollte die geplante Kläranlage mittelfristig realisiert werden. (Vom Land Kärnten wird diesem Projekt allerdings wenig Priorität beigemessen)

■ Ein wichtiges zukünftiges Potential zur Verbesserung der Umwelt und der Ökobilanz liegt noch im Energiebereich. Der Großteil Weissenseer Haushalte und Tourismusbetriebe heizt mit Erdöl. Dies ist aus ökologischer Sicht natürlich nicht optimal. Die aktuell niedrigen Ölpreise verhinderten bisher die Realisierung eines bereits geplanten Hackschnitzel-Nahwärmanlage.

ViviLaguna - Rettung für Venedig ?

Dagmar Diwok

Venedig ist eine der am stärksten durch den Fremdenverkehr belasteten Städte der Welt. Von den 9,5 Millionen Besuchern 1990 haben ungefähr ein Drittel tatsächlich in der Stadt übernachtet. Bei den verbleibenden ca. 6 Millionen handelt es sich um Tagesausflügler, die aus ökonomischer Sicht kaum positive Spuren in Venedig hinterlassen, wohl aber zur Verschlechterung der ökologischen Situation beitragen (vor allem durch hinterlassene Abfälle).

Das Verhältnis Besucher/Einwohner im Zentrum beträgt 89:1, und die Tragkapazität („carrying capacity“) der Innenstadt von 22 000 Touristen pro Tag wurde schon 1990 um 4 000 Besucher überschritten. Ebenfalls negative Auswirkungen hat die immer einseitiger auf einen oberflächlichen Durchgangstourismus ausgerichtete Angebotspolitik; von der Internationalisierung und Banalisierung des Speiseangebotes über das niedrige kulturelle Niveau der meisten Führungen bis zum Niedergang der echten lokalen Handwerkertradition zu Gunsten der Fabrikation von Einheitsandenken.

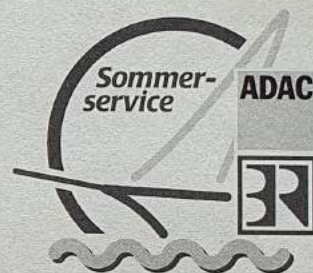
Das Projekt „Vivilaguna“ hat sich eine Umorientierung der venezianischen Tourismuspolitik im Sinne eines nachhaltigen Tourismus zum Ziel gesetzt. Es wird vom Verein „Forum per la Laguna di Venezia“ koordiniert, zu 43 % unterstützt aus dem Life-Programm der EU.

Die venezianische Wirtschaft soll durch die Integration der lokalen Bevölkerung sich verstärkt diversifizieren, etwa durch geführ-

te Exkursionen ausserhalb der ausgetretenen Touristenbahnen, durch entsprechendes Informationsmaterial (Broschüren und CD-Rom) zur Verbreitung solcher alternativer Angebote, durch Kurse und Seminare für die lokalen öffentlichen und privaten Akteure im Tourismus, und schliesslich durch die Bildung eines Konsortiums zur Erarbeitung eines Qualitätslabels für Produkte und Dienstleistungen, welche aus sozialer und ökologischer Sicht tragbar erscheinen. Das Projekt konnte von Beginn an auf die Unterstützung mehrerer öffentlicher und privater Träger zählen, darunter die venezianische Transportgesellschaft, der Hoteliersverband, die Gemeinde und die Regionalverwaltung von Venedig und zahlreiche Vereine und Verbände aus Venedig und der Umgebung. Zu den bereits verwirklichten Zielen zählen die Kurse, die Exkursionen und das Informationsmaterial. Zur Erarbeitung des Qualitätssiegels wird auch der im Juni '97 angelaufene Agenda 21-Prozess beitragen, der von Akteuren des ViviLaguna-Projektes mitgetragen wird.

Kontakt: Dagmar Diwok, ACTA, Milano
(Tel./Fax: 39(2)66 98 09 31)

Forum per la Laguna di Venezia
Paola Minoia / Luca Santarossa
I-30124 Venezia
Tel.: 39(0)41-5 21 28 30
Fax: 39(0)41-5 21 28 31



Badewasserqualität per Telefon

Ob Mittelmeer, Nordatlantik, Nord- und Ostsee oder große Binnengewässer: neueste Umweltinformationen über Strände und die Badewasserqualität liefert der **ADAC-Sommerservice** erstmals 1997 auch per Telefon unter der Nummer (089) 76 76 48 84 und unter 11 „Reisezielnummern“. Damit ist eine wichtige Lücke zwischen dem Zeitpunkt der Messungen und dem Bedarf an schneller und aktueller Auskunft geschlossen. Das Institut für angewandte Hydrobiologie HYDRA, Konstanz, mißt dazu mit seinen „Öko-Korrespondenten“ vor Ort nicht nur die gesundheitsrelevanten Stoffe im Wasser, sondern beobachtet auch das Umweltgeschehen in der jeweiligen Urlaubsregion. Zu Beginn des telefonischen Auskunftsdienstes im Juni 1997 sind in der ADAC-Zentrale in München bereits 8000 Anfragen eingegangen. Spitzenreiter waren die Obere Adria,

Mittelmeer

Das Mittelmeer ist mit einem Drittel aller grenzüberschreitenden Reisen die bedeutendste Tourismusregion der Erde. Nahezu 20 Mio der über 60 Mio. Urlaubsreisen der Deutschen gehen zu den kulturellen Stätten oder an die Strände im hocherschlossenen Westen oder (noch) weniger erschlossenen Osten und Süden.

Allein zwei Drittel der deutschen Mittelmeurlaubler fliegen oder fahren nach Italien und Spanien, die Adria und die Baleareninsel Mallorca gelten als Hochburgen der Deutschen. Der Tourismusdruck auf die Küstenregionen soll noch weiter zunehmen. Damit bieten sich den „reifen“ Zielgebieten aber auch Möglichkeiten, nicht noch weiteres Wachstum um jeden Preis zuzulassen, sondern voll in die Sicherung und Verbesserung der Umwelt-, Angebots- und Lebensqualität zu investieren - in Zusammenarbeit mit den Reiseunternehmen, die in den vergangenen Jahrzehnten mit dem Mittelmeertourismus gewachsen sind.

Bekannte Badeorte wie Riccione oder Benidorm tun bereits einiges, Calviá auf Mallorca könnte hier eine Vorreiterrolle am Mittelmeer einnehmen.

Tourismus und nachhaltige Entwicklung

18 Punkte zur Diskussion

Fernando Prats Palazuelo

I. Der Mittelmeerraum und seine Ressourcen

1. Der Mittelmeer-Raum

11,4 Mio. qkm, 1% der Wasserfläche, 6% des Festlandes der Erde. Eine reichhaltige geographische, klimatische, biologische und landschaftliche Vielfalt. Das Mittelmeer umfaßt 2,5 Mio. qkm mit 46 000 km Küste und Hunderten von Inseln.

2. Die Bevölkerung

7% der Menschheit, 412 Mio. Einwohner verschiedener Herkunft, Kultur und Religion. Bedeutendes, ungleiches Niveau menschlicher Entwicklung. 50% sind derzeit mit gewalttätigen Konflikten konfrontiert.

3. Die Wirtschaft

13,5 % der internationalen wirtschaftlichen Aktivitäten und ein Potential pro Kopf doppelt so hoch wie der Weltdurchschnitt. Die Entwicklung und Umweltbelastungen konzentrieren sich auf die EU-Länder.

4. Biodiversität

Über 10 000 Arten von Meerestieren und -pflanzen, reiche Fauna und Flora auf dem Festland, zahlreiche endemische Arten, über 25 000 Pflanzenarten. Das Meer und viele Lebensräume und Arten sind bedroht. Knapp 11% der Waldflächen sind geschützt.

5. Kultur und historisches Erbe

Eine lebendige Kultur, geschaffen von verschiedenen Zivilisationen während mehr

als 50 Jahrhunderten. Mit 130 Denkmälern von Weltrang eines der bedeutendsten Vermächtnisse der Menschheit.

II. Die Küste: Ungleichheiten, Möglichkeiten und Herausforderungen

6. Invasion der Küste, ungleiche Entwicklung

In 30 Jahren hat sich der menschliche Druck auf Landwirtschaft und Naturräume entlang der Küsten verdreifacht. Heute stehen 135 Mio. Einwohner, hunderte von Städten und Industriegebieten und mehr als 180 Mio. Touristen (international und national) in Konkurrenz bei der Vorherrschaft um die Küsten. ¾ dieser Expansion konzentriert sich auf EU-Länder.

7. Gewinne und Verluste der Entwicklung

An bestimmten Küstenabschnitten hat die Entwicklung zugenommen und haben sich die Bedingungen verbessert für eine Bevölkerung, die sich verdoppelt hat. In der EU haben Belastungen die Tragkapazitäten einer großen Zahl natürlicher und kultureller Systeme entlang der Küste erreicht.

8. Neue Expansion nach Süd und Ost

In den kommenden 30 Jahren sieht der „Blaue Plan“ eine stetig wachsende Inanspruchnahme der Küsten vor. Auf bereits hohem Niveau in der EU und mit außerordentlicher Intensität an den südlichen und östlichen Küsten des Mittelmeeres

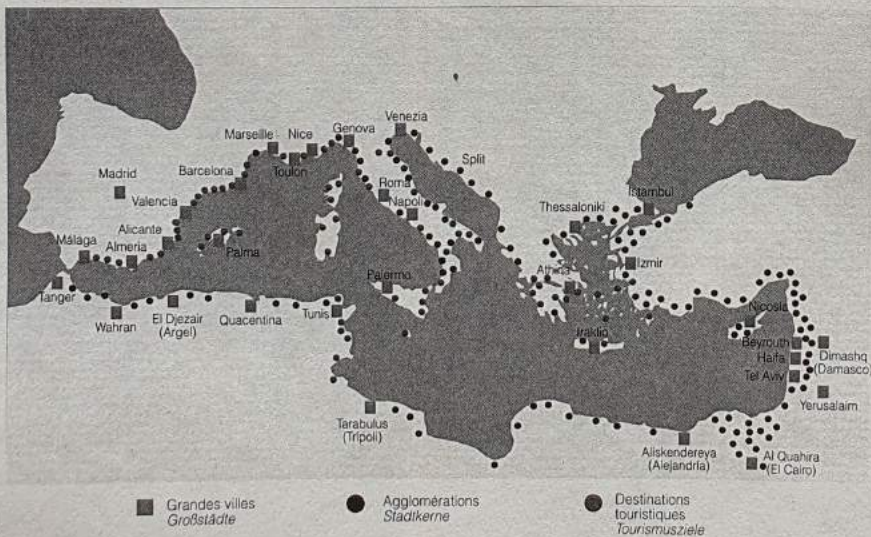
- könnte sich die Bevölkerung im Süden und Osten verdreifachen
- könnte sich der Küstentourismus (international und national) dort vervierfachen
- könnten sich dort die wirtschaftlichen Aktivitäten verdrei- bis verfünffachen
- würde die Wasserknappheit mehr als 50% der Bevölkerung im Süden, Osten und Südwesten betreffen

9. Herausforderungen der kommenden Jahrzehnte

Soziale und Umweltaufgaben, die sich in den nächsten 30 Jahren anhäufen werden, könnten die gesamte Region aus dem Gleichgewicht bringen:

- Deckung der Grundbedürfnisse der Bevölkerung, die sich verdoppeln wird
- Vermeidung eines ökologischen und kulturellen Zusammenbruchs
- Abbau der Wohlstandsunterschiede zwischen Ländern und sozialen Schichten

Urbanisation et destinations touristiques sur la Méditerranée
Städte und Tourismusziele im Mittelmeerraum



Solche Aufgaben sind nicht ohne verbindliche Prinzipien der Nachhaltigkeit und verstärkte Zusammenarbeit zu erfüllen.

10. Das Mittelmeer, bedeutendste Tourismusregion der Welt

Am Mittelmeer hat sich die Zahl der internationalen Touristen in 20 Jahren verdreifacht, die Deviseneinnahmen sind um das 20-fache gestiegen. 1996 gingen 30% des weltweiten Tourismus an das Mittelmeer: 183 Mio. internationale Touristen, 116 Mrd. Dollar Einnahmen.

III. Tourismus und nachhaltige Entwicklung an der Küste

11. Die Charakteristik des Mittelmeertourismus

- Ökonomische Bedeutung
- Europäischer und Inlandstourismus
- Ungleiche Verteilung
- breites und aktives Tourismusangebot
- Starke saisonale Spitzen und Beschäftigung
- Konzentration entlang der Küste
- Bedeutung der Belastungen und Erschöpfung des europäischen Modells der 60er und 70er Jahre

12. Weitere Zunahme des touristischen Wachstums entlang der Küste

Für die nächsten drei Jahrzehnte ist eine weitere Expansion entlang der Küste vorgesehen. Bedeutende Ausweitungen in Ländern der EU und auf einem Niveau, das sich „explosiv“ für die Küsten im Süden und Osten erweisen könnte:

- Die Tourismuswirtschaft könnte die Besucherzahlen verdoppeln
- Der Tourismus könnte innerhalb der EU nochmal um 65% wachsen
- Der Tourismus an den südlichen und östlichen Küsten könnte um das 3-bis 4-fache zunehmen

13. Zukunft: Möglichkeiten und Risiken

Neue Investitionen, Wissen und Beschäftigung an der Küste, besonders im Süden und Osten, wo die urbane Bevölkerung sich sogar verdreifachen könnte:

- Ein enorme Bedrohung der ökologischen und kulturellen Ressourcen, die bereits in den EU-Ländern am Mittelmeer stark belastet und im Süden und Osten sehr „zerbrechlich“ sind:
- Auswanderungen, Bevölkerungsdruck
- Kulturelle Verzerrungen, Preissteigerungen, Tourismus als einzige Einkommensquelle, sozialer Widerstand
- Zunehmender Verbrauch an Ressourcen, insbesondere an Land, Wasser, Energie und Baumaterialien
- Zunehmende Umweltverschmutzung, Abfälle und ungeklärte Abwässer
- Erhöhte Waldbrand- und Erosionsgefahr

14. Neubestimmung des Tourismus entsprechend der „Schlüssel“ für mehr Nachhaltigkeit

Kein radikaler Konservatismus und keine Entwicklung um jeden Preis. Drei Schlüsselkonzepte - Nachhaltigkeit, Tragkapazität und Lebenszyklus - müssen den Bedingungen der Zielgebiete angepaßt werden:

- In den EU-Ländern: Verhinderung des „Abstiegs“, Begrenzung des Wachstums und Erneuerung des natürlichen und gebauten Erbes
- Im Süden und Osten: Entwicklung „nachhaltiger“ Initiativen zur Vermeidung der Zerstörung ihrer Ressourcen und zur Erhaltung ihrer Zukunftsfähigkeit

15. Qualität der Umwelt und Kultur als Voraussetzung

Wer die Prinzipien der Nachhaltigkeit nicht beachtet, soll vom Markt und durch entsprechende gesetzliche Maßnahmen bestraft werden.

- Umweltbewußtsein ist nicht einfach eine Mode, sondern ein grundsätzliches Thema
- Die Forderung nach Umweltverträglichkeit wächst und muß zu einem Entscheidungsfaktor werden
- Neue Bedingungen werden geschaffen für gemeinsames Handeln von Touristen, Reiseveranstaltern, Hoteliers und Urlaubsorten.

16. Die zentrale Rolle der Städte und Gemeinden

Es wird keine nachhaltige Entwicklung ohne aktive Beteiligung der lokalen Verwaltungen geben:

- Auf der lokalen Ebene arbeiten die Tourismusunternehmen und die örtliche Bevölkerung zusammen.
- Die politische Führung auf lokaler Ebene und deren politischer Wille zum Handeln ist unerläßlich.
- Es müssen arbeitende Netzwerke von Städten und Gemeinden eingerichtet werden für internationale Themen.

17. Für eine nachhaltige, lokale Tourismusentwicklung: Agenda 21

Nachhaltigkeit erfordert kulturellen Wandel im lokalen Management: „Global Denken - lokal Handeln“ und „lokal Denken - global Handeln“.

Die Entwicklung integrierter Strategien zur Überwindung sektoraler und kurzfristiger Sichtweisen ist notwendig:

- Integrierte Betrachtung der touristischen und lokalen Entwicklung
- Erhalt der Ökosysteme und der lokalen Kulturen
- Vermeidung eines schnellen, ungeordneten und unbegrenzten Wachstums und Planung einer ausgewogenen, flexiblen und zukunftsfähigen Entwicklung Vergleich verschiedener kurz-, mittel und langfristiger Szenarien

- Ausgleich der Tourismussaison
- Feststellung der Probleme, Bereiche und Schlüsselpersonen zur Erarbeitung von Indikatoren und Aktionsprogrammen
- Minimierung der Belastungen in den Schlüsselbereichen: Wasser, Energie, Abfall, Transport und Materialien
- Verstärkung der öffentlichen und privaten Zusammenarbeit, aktive Bürgerbeteiligung bei der Beurteilung der Situation und Durchführung von Maßnahmen

IV. Für eine gemeinsame Zukunft

18. Zusammenarbeit für einen nachhaltigen Tourismus am Mittelmeer

Die Zukunft der Mittelmeerküste und das historische Erbe betrifft uns alle:

- Tourismus: ein Schlüsselsektor, der neu überdacht werden muß
- Grenzen internationaler Kooperation im Tourismus
- Die Rolle und Zusammenarbeit zwischen Städten und Gemeinden
- Zusammenarbeit aus lokaler Sicht.

INTERNATIONAL CONFERENCE
Tourism and Sustainable development in the Mediterranean Basin
 17, 18, 19 APRIL 97
 CALVIÀ, MALLORCA
 FIRST CALL

Logo of the Mediterranean Action Plan and other international organizations.

Logo of the Ajuntament de Calvià and Govern Balear.

Tools to foster Sustainability

„... We will create and promote the use of tools to foster the implementation and management of responsible and environmentally-friendly tourism, such as eco-audits, labels, awards, dissemination of Good Practices, capacity building programmes, indicators and monitoring systems. ...“

Calvià Declaration on Tourism and sustainable Development in the Mediterranean (Calvià, April 19, 1997)

z.B Calviá auf Mallorca (Balearen)

Margarita Najera

Basisinformationen

Einwohner	32000 plus 3856 Ausländer mit 2. Wohnsitz 192 Bewohner pro km ²
Fläche	145 km ²
Küste	56 km, davon 5 km Strände
Aufteilung der G. Fläche	22 km ² bebaute Flächen 25 km ² landwirtschaftlich genutzte Flächen 48 km ² Wald 104 km ² unbebaute Fläche, teilweise geschützt

Wirtschaftsstruktur	90 % Tourismus direkt 5 % Tourismus indirekt über die anderen Wirtschaftszweige keine Angaben (Landwirtschaft = 2 % für die Balearen)
---------------------	--

Touristische Infrastruktur	1015 Geschäfte und Boutiquen (Angaben: TUI) 584 Bars 342 Restaurants 679 andere Dienstleistungen (Wechselstuben, Autoverleih, Kartenverkauf, etc.) 169 Hotels, 81 Apartmentanlagen
----------------------------	--

Gästebetten	Hotelbetten: 45 153 Apartmentbetten: 13 559
-------------	--

Touristen 1995	1 169 270 davon 363 834 Deutsche = 31 % 393 710 Engländer = 34 % 151 495 Spanier = 13 %
----------------	---

Übernachtungen 1995 durchschn. Aufenthalt	11 692 700 10 Tage
--	-----------------------

Ausgaben pro Tag im Ort	Deutscher Urlauber = 2 293 Pts. = 27,62 DM Schweizer Urlauber = 1 982 Pts. = 23,88 DM Italienischer Urlauber = 2 448 Pts. = 29,50 DM Spanischer Urlauber = 3 464 Pts. = 41,73 DM Englischer Urlauber = 2 369 Pts. = 28,54 DM
-------------------------	--

Angebotsschwerpunkt	Badeurlaub, Golf 3 Sporthäfen (2 mit „Blauer Flagge“ in 1996) 7 Strände (5 mit „Blauer Flagge“ in 1996) 4 Golfplätze
---------------------	---

Verkehr

Anreise der Touristen: Mobilität vor Ort	keine genauen Angaben; ca. 90 % per Flugzeug Öffentliche Verkehrsmittel sehr unzureichend, Touristen machen ihre Ausflüge mit dem Leihwagen, Fahrradverleih ?
---	--

Geplant	„Tempo 30“-Zonen, in denen der Autoverkehr weitestgehend ausgeschlossen werden soll. Umwandlung einer 30 km langen Landstraße in einen Fußgänger- und Fahrradweg mit Randbegrünung (30 000 Bäume und 100 000 Sträucher).
---------	--

Energie (Werte für die Balearen)

Energiequellen	Erdöl	69 %
	Kohle	25,6 %
	Alternative Energie	5,4 %

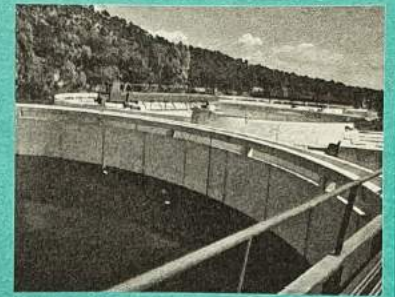
Energiekonsum	Dienstleistungen	50,6 %
	Transport	38,4 %
	Industrie	11,0 %

Sparmaßnahmen	keine Angaben
---------------	---------------



Wasser /Abwasser

Situation auf Mallorca	2 Talsperren. Meereswasser-Entsalzungsanlage im Bau. Seit 1995 nach 7-jähriger Trockenzeit: akuter Trinkwassermangel und Transport von Trinkwasser per Schiff vom spanischen Festland
Wasserkonsum	Mittelklassehotel mit 110 Betten: 272 Liter pro Tourist /Übernachtung
Wasserpreis	Gestaffelt (von 0,73 DM bis 3,81 DM)
Kläranlagen	Fünf Großkläranlagen für 9629 950 Kubikmeter /Jahr (etwa 124 000 Einwohner-Gleichwerte)
Geplant	Ausbau von drei Kläranlagen und Einsatz einer 3. Klärstufe. Kosten: 18,7 Mio. DM.
Geplant	Brauchwasser-Wiederverwertung für die Bewässerung von Golfplätzen, Grünflächen, landwirtschaftlich genutzte Flächen, Toiletten.
Geplant	Verlegung eines Doppelrohr-Kanalisationssystems zur Abwasserwiederverwertung. Kosten: 15 Mio. DM
Sparmaßnahmen	Keine Angaben



Abfall

Aufkommen	Calviá 1994: 41 195 000 kg =295 kg pro Person /Jahr = 0,8 kg pro Person /Tag (Zum Vergleich: Mallorca = 1,5 kg; Spanien: 0,75 kg)
Zusammensetzung	Organische Abfälle: 39 %

Papier: 20 %
 Plastik: 11 %
 Glas: 11 %
 Textilien: 7 %
 Eisen/Metalle: 4 %



Situation auf Mallorca	Zentrale Müllverbrennungsanlage in Son Reus wurde 1991 wegen Nichterfüllung der EG-Normen geschlossen. Die neue Anlage soll ab 1997 das gesamte Abfallaufkommen Mallorcas reduzieren. 15 Deponien, davon sind einige öffentliche Müllplätze illegal. Nur zwei Anlagen genügen den EU-Vorschriften.
------------------------	--

Maßnahmen Abfallreduzierung	nicht bekannt
Recycling	„Punts verds“ = 49 Sammelstellen für Altglas und Altpapier. 10 Sammelstellen für Altöl und Küchenöl.

Natur /Landschaft

Situation	Modellprojekt für den Massentourismus am Mittelmeer: Boom in den 60er und 70er Jahren mit vollkommener Überbauung der Küsten und unkontrolliertem Auswuchs der fünf wichtigsten Tourismuszentren in der Gemeinde. Flächenversiegelung im großen Rahmen. Zersiedelung der Landschaft, fortschreitender Erosionsprozeß, Waldbrandgefahr, Tragkapazitäten für Fauna und Flora in weiten Teilen der Gemeindeflächen, speziell an der Küste hoffnungslos überschritten.
-----------	--

Maßnahmen -geplant	Antrag auf Ausweisung der Sierra de Na Burguesa zum Naturpark (1 800 Hektar dieser Gebirgskette befinden sich auf Gemeindegebiet). Entscheidung abhängig von der Landesregierung. Ausweisung der Inseln Malgrat und der Inselchen Islotes del Torro als Marine-Schutzgebiete. Eine Studie zur Bewertung der ökologischen Werte wurde bereits in Auftrag gegeben.
-----------------------	---

- initiiert	„Voluntarios de la Nar Burguesa“, eine Gruppe von Freiwilligen, die regelmäßig in der Sierra Müll einsammeln, aufforsten, etc.; „Brigadas Forestales“, eine Aufforstungsbrigade der Gemeindeverwaltung, die vor allem in der Sierra aufforsten und zukünftig auch die Grünflächen in und um die touristischen Zonen restaurieren und verschönern sollen
-------------	---

Kampagnen zur Information und Sensibilisierung für die lokale Bevölkerung, speziell Jugendliche. Z.B. Woche zum Schutz der Küste „Acercarte a la costa“.

Umweltmanagement: Erste „Agenda Local 21“ in Spanien

Stellungnahme zu Calviá

Marion Hammerl-Cavanna

Zwei große Pluspunkte

Die Gemeinde Calviá ist in zweierlei Hinsicht beispielhaft:

- Einerseits zählt sie zu den Tourismuszentren am Mittelmeer, die während der Boomzeiten in den 60er und 70er Jahren unkontrolliert und ungeordnet gewachsen sind, ihre goldenen Jahre erlebten und dann in den 90er Jahren einem kontinuierlichen Rückgang der Besucherzahlen gegenüber stehen.
- Andererseits gehört Calviá zu den wenigen Destinationen in Spanien, die nicht nur von einer nachhaltigen Entwicklung reden, sondern eine Strategie entwickelt haben, Problemlösungen in Arbeitsgruppen erarbeiten und sich Termine setzen, um entsprechende Maßnahmen umzusetzen.

Warum hat sich Calviá der Agenda Local 21 verschrieben? Kann denn ein „reifes“ Tourismusziel wie Calviá je einen akzeptablen Grad an Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit erreichen? Normalerweise fallen reife Früchte vom Baum und verfaulen. Calviá versucht, diesen Prozeß aufzuhalten und mit der Agenda Local 21 den „Verfallsprozeß“ aufzuhalten, um sich wieder als Mittelklasse-Tourismusziel zu stabilisieren – auch mit einer Verbesserung der Umweltqualität.



Als vorbildlich bewerte ich die Aktivitäten zur Sensibilisierung der Bevölkerung, vor allem der Kinder und Jugendlichen. Die Broschüren zum Thema Abfall und Küste sind hervorragend und eignen sich bestens, die Kinder zu interessieren und zu informieren. Außerdem bieten sie dem Lehrer viele Anknüpfungspunkte und Informationen für den Unterricht. Leider zeigt sich der Erfolg von Sensibilisierungsmaßnahmen oft erst langfristig und ist überdies schwer zu „messen“. Deshalb habe ich die Frage „**Was wäre wenn ... ?**“ in Bezug auf zwei meßbare Maßnahmen gestellt: Wasser und Bebauung.

Wassereinsparung ?

Drei der Kläranlagen von Calviá werden derzeit ausgebaut und mit einer dritten Klärstufe ausgerüstet mit dem Ziel, die gereinigten Abwasser für die Bewässerung von Grünanlagen, in der Landwirtschaft und für die Toilettenspülungen zu verwenden. Die drei Kläranlagen werden eine Tageskapazität von 48 000 m³ haben. Bei einer durchschnittlichen Auslastung von 75 % würde dies 36 000 m³ Brauchwasser bedeuten, das zur Bewässerung zur Verfügung stünde. Die fünf Golfanlagen werden heute schon mit Brauchwasser gegossen. Eine zukünftige Ersparnis für die Umwelt und für den Geldbeutel wäre die Nutzung des Brauchwassers für die Landwirtschaft und für die Toilettenspülungen. Die landwirtschaftlich genutzten Flächen im Gemeindegebiet von Calviá brauchen wenig Wasser, da sich die traditionelle Nutzung bewahren konnte (Mandelbäume, Trockengetreide, etc.). Anders sieht es im Tourismus aus: Der durchschnittliche Wasserverbrauch in einem Mittelklassehotel mit 110 Betten beträgt 259 Liter pro Tourist und Übernachtung. Die Toilettenspülung schlägt dabei allein mit 10 % zu Buche. Nimmt man der Einfachheit halber diesen Verbrauch grob als Durchschnitt für alle Unterkünfte, so summiert sich bei mehr als 11 Mio. Übernachtungen/Jahr der Wasserverbrauch auf rund 3 Mio. m³. Wenn alle Badezimmer in den Hotels und Appartmentshäusern mit Wasserspartasten und Durchflußbegrenzern ausgestattet würden, könnte mehr als ein Drittel des Trinkwassers eingespart werden: 1 Mio. m³! Eine erhebliche Menge, wenn man bedenkt, daß Trinkwasser zur Zeit unter großem Energieaufwand vom spanischen Festland gebracht wird und in Zukunft unter großem Energieaufwand aus Meerwasser gewonnen werden soll.

Baustopp ?

Calviá hat seinen verabschiedeten Bebauungsplan gestoppt, um ihn an die Philosophie der Agenda Local 21 anzupassen. Als erste konkrete Maßnahme sind 1 500 Hektar Bauland in „suspensio“, d.h. Calviá hat die Möglichkeit zur Bebauung vorläufig aufgehoben, um weiteres unerwünschtes Wachstum zu vermeiden. Für diese 1 500 Hektar waren 50 000 Betten vorgesehen – eine Planung aus den „fetten“ Jahren der Gemeinde. Realistisch für die aktuelle Situation wären ein Viertel, also 12 500 Betten, die den Druck auf die natürlichen Ressourcen entsprechend verstärken würden. Bei einem durchschnittlichen Wasserkonsum von 259 Liter pro Gast und Übernachtung und einer



Auslastung von 66 % würden 12 500 Betten einen zusätzlichen Konsum von 780 000 m³ Wasser im Jahr ausmachen. Bei einem Abfallaufkommen von 0,8 kg pro Person und Tag wären zusätzlich 2 419 t zu entsorgen.

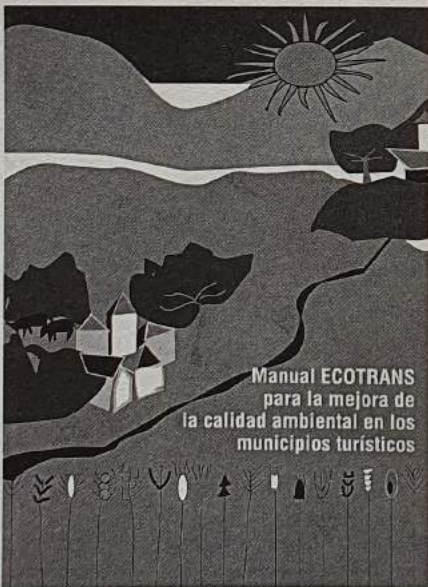
Abgesehen von solchen meßbaren „Umweltersparnissen“ wird mit diesem „suspensio“ ein klares Zeichen gesetzt, die vorhandene Infrastruktur zu restaurieren – und keine „neuen Bäume zu pflanzen, um wieder Früchte zu ernten“.

Empfehlung: Runderneuerung

Wenn Massentourismus-Zentren wie Calviá wieder attraktiver gemacht werden, nimmt dies auch etwas von dem Druck, neue Massen-Destinationen erschließen zu müssen. Der Hotelier oder Touroperator, der in Calviá gut und sicher verdient, wird sich (hoffentlich) neue Investitionen an neuen Orten gründlich überlegen. Ein wichtiger Schritt weg von der „Ex- und hopp“-Mentalität. Wenn ein solcher Runderneuerungsprozeß dann auch noch nach den Prinzipien der Nachhaltigkeit ablaufen soll wie bei Calviá, dann können mit Hilfe moderner Technik die Umweltbelastungen im Tourismus erheblich reduziert werden. Calviá ist damit ganz am Anfang. Ich möchte der Gemeinde dringend empfehlen, lückenlose Informationen über die derzeitige Umweltsituation zu erheben, um die Erfolge (oder auch Nichterfolge) anhand konkreter Umweltindikatoren messen zu können. Ein wichtiger Aspekt für die Glaubwürdigkeit der „Agenda Local 21“ – aber auch zur Motivation für die Initiatoren der Strategie und für die lokale Bevölkerung.

Reiseveranstalter

Immer mehr Urlaubsreisen werden mit Hilfe eines Reiseveranstalters durchgeführt. Von 61 Mio. Reisen der Deutschen 1996 wurden 42 % (25 Mio.) aus dem Katalog ausgesucht. Der Anteil bei Zielen am Mittelmeer liegt weit über 50%. Die Veranstalter übernehmen damit auch zunehmend Mitverantwortung für die Belastungen, die durch ihre Reiseangebote in Nah und Fern mitverursacht werden. Als Mittler zwischen Angebot und Nachfrage können sie vor allem dann etwas tun, wenn sie durch hohe Belegungsanteile bei den Fluggesellschaften oder Hotels eine starke Marktposition einnehmen - oder wenn sie selbst Anteilseigner bei Transportunternehmen oder Beherbergungsbetrieben sind. Für die **Touristik Union international TUI** als Europas größtes Reiseunternehmen und **Studiosus Reisen München** als führender Spezialveranstalter für Studienreisen gehört die Erhaltung der Umwelt zu den festgeschriebenen Unternehmenszielen. Die Instrumente dieser beiden Veranstalter reichen vom Umwelt-Monitoring der Zielgebiete über gezielte Kundeninformation bis hin zum ausgeklügelten Umwelt-Audit-Verfahren für das Unternehmen selbst. Wie wirkungsvoll solche Instrumente sind, läßt sich erst an der entsprechenden Minderung von Natur- und Umweltbelastungen nachweisen.



Handbücher sind nicht gleich Handbücher. Zugeschnitten auf die spanischen Verhältnisse haben die ECOTRANS-Partner FICN und FPNE, Madrid, „manuales“ für Gemeinden, für das Gastgewerbe und für Anbieter von Urlaubsprogrammen und Ausflügen erarbeitet (Adressen s.S.49)

z.B. Touristik Union International TUI

Dr. Wolf Michael Iwand

Basisinformationen

Gäste 1996:	3 992 900
Umsatz 1996:	4,9 Mrd. DM
Mitarbeiter Zentrale:	1 530
Mitarbeiter Zielgebiete:	810
Verkaufsstellen/Reisebüros:	8 800
Hauptzielgebiete:	Spanien (über 40%), Italien, Deutschland (ca.10%), Griechenland, Österreich
Vertragshotels:	ca. 6 000
davon 138 mit Hinweis „Umweltschonende Hotelführung“ (Sommer 1997)	

Besonderheiten

- Natur- und Umweltinformationen in Katalogen und Reiseunterlagen
- Umwelt-Checklisten für Vertragspartner
- Umweltinitiativen in Zielgebieten mit Naturschutzorganisationen

Das TUI Umwelt-Monitoring als Instrument zur Umweltverbesserung, Beispiel Calviá/Mallorca

Wie die Balearen innerhalb Spaniens nehmen die Gemeinden Calviá, Alcudia und Ses Salines innerhalb Mallorcas eine Vorreiterposition ein, was die zukunftsorientierten Pläne zur Entwicklung eines umweltschonenderen Tourismus angeht. Calviá unternimmt die gezieltesten Anstrengungen zum Strukturwandel, weil hier ganz eindeutig der Zwang zu Änderungen aufgrund der vorhandenen Strukturschwächen am dringenden ist. Calviá zählt auch in dieser Hinsicht zu den touristischen Pionieren Mallorcas und auch der Balearen.

Mit einer Bettenkapazität von insgesamt 120 000 (etwa ein Drittel der Gesamtkapazität Mallorcas) konzentriert sich hier ein großes touristisches und ökonomisches Potential. Um dieses zu erhalten, wurde die zukünftige Tourismuspolitik der Gemeinde den Erfordernissen eines umweltschonenden Tourismus angepaßt. Man hat erkannt,

- daß Calviá eine touristische Monokultur aufweist,
- daß das Angebot an Unterkünften zum Teil veraltet und überdimensioniert ist und
- daß sich zuviele ähnliche Angebotsleistungen gegenseitig Konkurrenz machen.



Ein Generalbebauungsplan und eine Lokale Agenda 21 sollen eine Verschönerung und Modernisierung der Ortsbilder sowie einen noch besseren Schutz der Naturschutz- und Küstengebiete zur Folge haben.

Um die Stärken bei den Bemühungen für mehr Umweltschutz deutlich zu machen, sollen beispielhaft einige Umweltaktivitäten der Gemeinde Calviá genannt werden, wie sie sich aus dem **TUI Umwelt-Monitoring** ergeben:

■ Sauberes Meerwasser, effektives Kontrollsystem, gute Küstenüberwachung

Die Gemeinde Calviá hat 54 km Küstenlinie. Auf fünf Strandkilometern verteilen sich 23 Strände, an denen sich das touristische Angebot konzentriert. Der Küstenwachdienst zur Sicherung der Badestrände gilt unter den Gemeinden der Balearen als vorbildlich. 1996 wurden zwei Sportboothäfen und fünf Strände mit der Blauen Flagge ausgezeichnet. Die Untersuchungsergebnisse für Strände (Sand) und Meerwasser der Gemeinde Calviá durch das Gesundheitsamt Palma sind an 16 Entnahmestellen „ausgezeichnet“ (1995: 12 von 16). Die durchgeführten Untersuchungen erfüllen seit 1995 alle bestehenden EU-Richtlinien.

■ Abwasserklärung und Wiederverwertung, hohe Investitionen in Kläranlagen

Im Tourismusbereich wirft die Abwasserreinigung ganz besondere Probleme auf. Zum einen ist die für küstennahe Orte gründliche Abwasserreinigung heute geradezu überlebenswichtig, zum anderen steigt die Belastung der Anlagen in den Spitzenmonaten der Feriensaison teilweise enorm an, auch in Calviá. Vier der fünf Großkläranlagen auf Gemeindegrund - Calviá, Santa Ponsa, Paguera und Bendinat - werden eigenverantwortlich über eine Firma der Gemeinde Calviá betrieben. Nur eine Kläranlage wird privat geführt (El Toro),

eine weitere, kleine Kläranlage, ebenfalls im Besitz der Gemeinde, liegt bei Capdella. Für alle Kläranlagen gibt es Pläne zu Ausbau und Erweiterung. Die Planungen umfassen auch jeweils eine dritte Klärstufe und die Ermöglichung zur Wiederverwendung des geklärten Abwassers zum Einsatz in der Landwirtschaft oder zur Bewässerung von Grünanlagen.

■ **Abfalldeponie entspricht EU-Richtlinien**

Die Abfalldeponie „Son Barrques“, Calviá (Lagerung von 45 600 t / a), lagert Abfälle aus der Gemeinde Calviá, aus Andratx, Esporles und Estellenchs. Sie ist neben der Deponie „Son Reus“, Palma (199 131 t / a), die einzige, die bestehenden EU-Vorschriften genügt.

Mallorcas. Andererseits liegt der Anteil an bebautem Land, insbesondere Siedlungsgebiete mit deutlicher touristischer Nutzung, über dem Insel-Durchschnitt. Die Gemeindefläche teilt sich auf in 22 km² bebautes Gebiet (15,1 %), 25 km² landwirtschaftlich genutztes Land (17,2 %), 104 km² Naturschutzgebiete (72,4 %) und 48 km² Waldgebiete (33,1 %; Überschneidungen mit Naturschutzgebieten).

Das TUI Umwelt-Monitoring in der Praxis

Aufgrund der hohen ökonomischen Bedeutung Mallorcas für die TUI werden entsprechend häufig umweltbezogene Zielgebiets-Checks und Fachpräsentationen für Tourismusverantwortliche und Hoteliers über Umweltverbesserungsprozesse

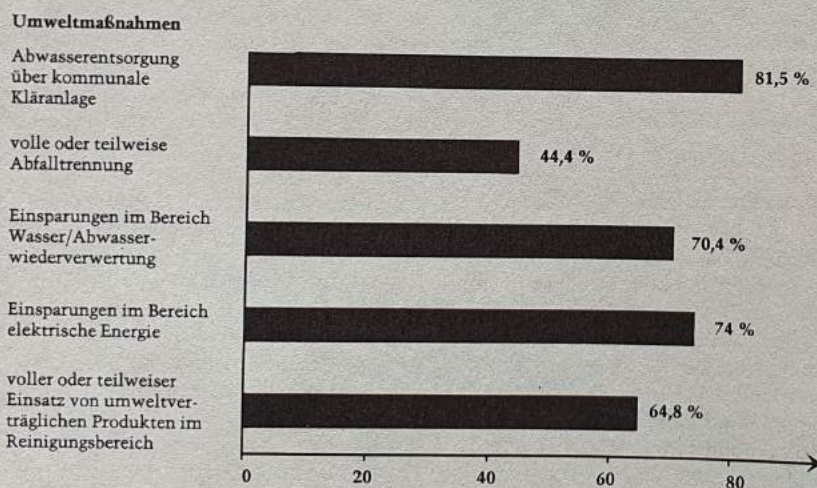
TUI Katalogen ca. 150 gekennzeichnete Hotels bzw. Apartments.

Besonders positives Ergebnis der **Analyse 1995/96** (s. Abbildung): 81,5 % der TUI Vertragspartner der Gemeinde sind an die kommunale Kläranlage angeschlossen. Der Rest betreibt eine eigene kleine Anlage oder entsorgt über Sickergruben.

Direkt aus Mallorca bezieht die TUI jährlich Informationen zu 10 Umweltkriterien. Die Entwicklungen der Gemeinde Calviá bezüglich des Natur- und Umweltschutzes wurden im Mallorca-Bericht besonders positiv dargestellt. Dies wurde in einem direkten Hinweis auf die außerordentlichen Umweltverbesserungsmaßnahmen der Gemeinde im „Natur + UMWELT“-Text auf den Einlaufseiten für Mallorca zum Ausdruck gebracht (TUI Katalog, Sommer 1997).

Die Informationen des Umweltberichtes und aller anderen verfügbaren, vertrauenswürdigen Quellen werden in ein Stärken-Schwächen-Profil umgesetzt und als Umweltprofil abschließend bewertet. Häufig werden die Gesamtinformationen auch zu einem Vergleich zwischen einzelnen Gemeinden einer Tourismus-Destination und der Destination als Ganzem verwendet. Diese Instrumente sind wichtige Bestandteile des Umwelt-Monitorings der TUI, das konzernweit alle Partner des Unternehmens für das Thema Umwelt sensibilisieren hilft. Außerdem wird auf diesem Weg eine Kontrolle der bereits bestehenden Maßnahmen geleistet.

Wieviele TUI Vertragspartner der Gemeinde Calviá wenden welche Umweltmaßnahmen an?



■ **überdurchschnittliche Bemühungen um getrennte Abfallsammlung**

Ein „Punt Verd“ ist eine Ansammlung von Spezialcontainern an gut zugängliche Stellen zur Aufnahme von getrennt gesammelten Abfällen (Haushalt, Gewerbe). Ein kompletter „Punt Verd“ weist Container auf für: Altpapier, Karton, Blech, Metalle, Weißglas, Buntglas, Batterien, Wäsche, Altöl (Haushaltsöl, Mineröl), sperrige Gegenstände (Möbel, Waschmaschinen etc.) und Akkumulatoren. Inselweit gibt es 380 Container für Altglas, 385 für Altpapier und 75 für Öl. Calviá liegt mit jeweils 49 Containern für Altglas und Altpapier sowie 20 für Öl hinter Palma an der Spitze.

■ **Hoher Anteil an Naturschutzgebieten im Hinterland**

Die Gemeinde Calviá zählt mit einem Anteil geschützter Flächen von über 72 Prozent zu den Spitzenreitern der Kommunen

durchgeführt. Innerhalb des TUI Qualitätsmanagement-Ansatzes wurden frühzeitig Umwelt-(Mindest)-Qualitätsstandards, z.B. für TUI Vertragshotels, definiert, integriert und durch TUI Umwelt-Checklisten überprüft. In der internen TUI Umweltdatenbank waren Anfang 1995 650 Umweltberichte aus 110 Zielgebieten und 2027 Hotelchecklisten verarbeitet. Die TUI Vertragspartner der Gemeinde Calviá werden seit 1992 kontinuierlich in den Prozeß einbezogen, indem sie jedes Jahr die TUI Umwelt-Checklisten ausfüllen. Aus diesen Informationen ergibt sich bei stark umweltorientiert handelnden Hotels der **Zusatz „umweltschonende Hotelführung“** in den TUI Katalogen. Damit werden Urlauber auf die Aktivitäten des jeweiligen Hotels hingewiesen erhalten eine Hilfe bei der Urlaubsentscheidung. Mallorcaweit wurden 1996 zwölf Hôtels mit diesem Zusatz versehen, insgesamt gibt es in allen

Umweltprofil für Calviá

Für Calviá wird deutlich, daß die Gemeinde Vorbildcharakter bezüglich der touristischen und ökologischen Entwicklung nicht nur für Mallorca besitzt. Innerhalb der Gesamtbetrachtung Mallorca liegt Calviá in fast allen Punkten vor der Insel als Ganzem. Das Umweltprofil macht deutlich, daß die Gemeinde Calviá lediglich im Bereich Wasserversorgung und -sparmaßnahmen deutliche Schwächen aufzuweisen hat. Das Stärken-Schwächen-Profil zeigt auf, daß sehr starken, zukunftsgerichteten Pluspunkten (Qualitatives Wachstum, Lokale Agenda 21 etc.) Minuspunkte gegenüberstehen, die schon in naher Zukunft, bei Beibehaltung der Umsetzungsgeschwindigkeit bisheriger Maßnahmen, in eine Stärke umgewandelt werden können (z.B. die angesprochene Ausweitung der Kapazitäten von Kläranlagen durch fest eingeplante, hohe Investitionen).

Stellungnahme

Marion Hammerl-Cavanna

„Große Veranstalter wie die TUI können mit direkten und indirekten Instrumenten und Maßnahmen Einfluß auf eine umweltverträglichere Entwicklung in den Zielgebieten. Direkt beim Einkauf und Volumen der Bettenkontingente und Zielgebiete, durch Umwelanforderungen im operativen Geschäft mit Hoteliers und Zielgebietsagenturen, durch konkretes einwirken auf Hoteliersverbände, Fremdenverkehrsämter, Behörden, ja Regierungen und durch offene Unterstützung und Zusammenarbeit mit lokalen Umweltorganisationen.“

Diese Aussage von Dr. Iwand können wir als spanische Umweltorganisation voll unterstreichen. Dr. Iwand fordert mit gutem Grund seit Jahren mehr Umweltwettbewerb unter den Reiseveranstaltern. Wettbewerbe haben in der Regel einen Gewinner. Die TUI steht gut da, auch wegen der geringen Initiativen der anderen Großveranstalter. Die Frage ist: was bringt das TUI-Umweltmanagement denn wirklich für die Umwelt und für die Natur?

TUI-Umweltkriterien für Hotels

Nach aufmerksamer Lektüre des TUI-Angebotes für Mallorca habe ich neun von 203 Hotels mit Hinweis auf „umweltschonende Hotelführung“ gefunden. Referenzen über schöne Natur und reizvolle Landschaft sind weitaus zahlreicher als Verkaufsargument im Katalog vertreten. Bestandteile der um-

weltschonenden Hotelführung sind Mülltrennung, Energiesparlampen und biologisch abbaubare Reinigungsmittel. Maßnahmen, die auch in Spanien nicht mehr neu sind. Immerhin: ein Hotel verfügt über eine eigene biologische Kläranlage. Der Beach-Club Font de Sa Cala nutzt Solarenergie und hat wassersparende Duschköpfe installiert; allerdings trägt er durch seinen Brunnen für die Bewässerung der Tennisplätze und Gartenanlagen auch eifrig zur Senkung des ohnehin niedrigen Grundwasserspiegels der Insel bei. Unter den Tophäusern der TUI auf Mallorca ist „umweltschonender Hotelführung“ Fehlanzeige. Auch nicht bei den meist rustikalen, etwas abseits gelegenen Hotels des „Romantischen Mallorca“.

Empfehlungen reichen nicht

Nachdem ich mehrere Vertragshotels kennengelernt habe, hat sich bei mir der Eindruck gefestigt, daß die ambitionierten TUI-Umwelt-Kriterien wirklich nur als Empfehlung dienen, nicht aber als gewichtiges Argument für die Entscheidung „TUI-Vertragspartner: ja oder nein“. Ich bewerte die TUI-Umwelt-Kriterien grundsätzlich sehr positiv. Doch Kriterien, die auch nach fünf Jahren nur als reine Empfehlung gewertet werden, sind wie ein Tiger ohne Zähne. Also, TUI: nur Mut und genügend Nachdruck für den längst überfälligen Schritt. „Handeln und kein Blabla“ (Zitat Iwand).

Was die **TUI-Umwelt-Kriterien für Zielgebiete** und ihre Durchsetzung angeht, habe ich Herrn Dr. Iwand schon einige Male als beherzten Verfechter für mehr Natur- und Umweltschutz kennengelernt, z.B. im Fall Fuerteventura. Die Unterstützung der Arbeit der lokalen Umweltschutzorganisationen ist Realität und wird, was sehr wichtig ist, auch mit Kontinuität betrieben. Als Naturschützerin weiß ich, wie hartnäckig man sein muß, um Behörden und allen voran die Bürgermeister zu bewegen, einen von zehn Mißständen zu beseitigen. Doch hier kann man sich heute nicht mehr nur auf die Phase der Sensibilisierung und verständnisvollen Diskussionen beschränken und hoffen, daß die Einsicht noch rechtzeitig kommt.

Auch in Spanien sind alle Hotelverbände, Bürgermeister und Verantwortlichen der regionalen Behörden bestens mit den Umwelt- und Naturschutzgesetzen vertraut. Die spanischen Gesetze sind gut, allerdings nur so effizient, wie die Kontrolle zu ihrer Einhaltung. Dies gilt für alle Schutzbestimmungen, auch für die vielzitierten Biosphärenreservate.

Ich kann die TUI nur ermuntern, unmißverständliche Zeichen zu setzen und z.B. ein Zielgebiet auszuklammern, solange die Abwasserfrage nicht umweltverträglich gelöst ist. Dies ist keine Einmischung in regionale Angelegenheiten, sondern die Ausübung aktiver Mitverantwortung zur Einhaltung der Landesgesetze – damit die TUI nicht selbst Mittäter wird.

Lanzarote – Modell für nachhaltigen Tourismus?

Marion Hammerl-Cavanna, Angeles de Andrés

Im November 1992 wurde Lanzarote zum Biosphären-Reservat ernannt. Dieser Status ist nicht durch konkrete gesetzliche Bestimmungen geregelt, sondern baut auf einen Kompromiß der Landes- und der Inselregierung. Diese verpflichtet sich, die Entwicklung der Insel und die Verwaltung ihrer Natur- und Kulturressourcen nach den Prinzipien der Nachhaltigkeit zu steuern. Ein schwieriges Unterfangen bei einer Insel, die mit 53 000 Betten und rund 1,2 Millionen Touristen pro Jahr zu den Massentourismus-Destinationen zählt. Ausschlaggebend für die Ernennung zum Biosphärenreservat war die Qualität und Originalität der Pflanzen- und Tierwelt, die abhängig ist vom Schutz der besonders sensiblen Ökosysteme Lanzarotes: *Malpais* (Lavafelder), das Meer mit Höhlen und Riften und die Steilküsten, Strände und Dünen. Die Inselregierung und die Landesregierung der Kanarischen Inseln verpflichteten sich, eine Reihe von Empfehlungen des MAP (Man and Biosphere)-Komitees zu realisieren: Info-Zentren über die Naturwerte der Insel, Museen, Kampagnen zur

Umwelterziehung für die lokale Bevölkerung und für Touristen, wissenschaftliche Studien über die Entwicklung der Ökosysteme und Förderung der lokalen Wirtschaft (Landwirtschaft, Handwerk, die traditionelle Fischerei).

„Biosphären-Reservat“ – ein wirksames Instrument?

Der Schlüssel zur nachhaltigen Entwicklung der Insel ist allerdings der *Plan de Ordenación Territorial*, der Landschafts- und Bebauungsplan, der u.a. die touristische Erschließung der Insel festlegt, schützenswerte Flächen ausweist, die Urbanisierung begrenzt und strenge Qualitätsstandards für die Bebauung erhebt. Um den Empfehlungen des MAP-Komitees gerecht zu werden, müssen die Instrumente zur Flächen- und Landschaftsplanung perfektioniert bzw. mit Inhalten gefüllt werden. Außerdem wurde die Gründung eines *Consejo de Reserva* empfohlen, ein Rat zur Verwaltung des Biosphären-Reservats, in dem alle Interessen vertreten sind. Wenn die Auflagen wirklich umgesetzt würden und wenn

Nichtumsetzung mit dem konsequenten Aberkennen des Titels geahndet würde, dann wäre das Biosphärenreservat ein hervorragendes Gerüst für eine nachhaltige Entwicklung. Doch auf Lanzarote sind Planung und Realität auch fünf Jahre nach der Ernennung noch weit voneinander entfernt. Zwar ist der Flächennutzungsplan der Insel verabschiedet, aber nur ein kleiner Teil wurde bisher umgesetzt. Naturschutzgebiete ohne konkrete Verwaltungs- und Nutzungspläne sind wirkungslos; eine Verabschiedung der Pläne ist nicht in Sicht. Zwar verpflichtete sich der Tourismussektor, keine weiteren Kapazitäten auszubauen; trotzdem geistern bei der Inselregierung Pläne für 40 000 zusätzliche Betten bis zum Jahr 2000 herum.

Die Liste der Widersprüche ist lang.

Schade, denn Lanzarote hätte alle Voraussetzungen, der internationalen Tourismuswelt zu zeigen, daß auch trotz oder besser mit Massentourismus eine nachhaltige Nutzung der Natur- und Kulturressourcen möglich ist.

z.B. Studiosus Reisen München

Peter Mario Kubsch

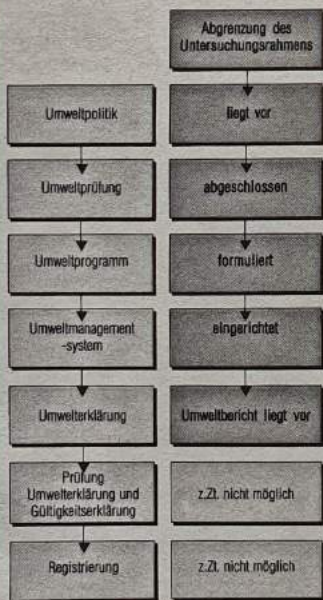
Basisinformationen

Gäste 1996:	91 787
Umsatz 1996:	345 Mio. DM
Mitarbeiter Zentrale:	ca.200
Mitarbeiter Zielgebiete:	ca.650
Reisekataloge - Papier:	chlorfrei
(hoher Altpapieranteil)	
Hauptzielgebiete:	
Italien:	16 800
Iberische Halbinsel:	8 700
Griechenland:	7 100
Großbritannien:	6 500
Frankreich/Benelux:	5 000
Fernreisen:	17 500
(außer Europa/Mittelmeer)	

Besonderheiten

- Pionier beim Umwelt-Audit für Reiseveranstalter
- Firmenleitbild: Umweltverträglichkeit und Sozialverantwortlichkeit

Das EG-Öko-Audit-Verfahren und der aktuelle Stand bei Studiosus



Studiosus hat sich bei der Entwicklung des Umwelt-Audit-Verfahrens nicht auf die umweltrelevanten Wirkungen des Standortes (Bürogebäude, Papierverbrauch, etc.) beschränkt, sondern auch exemplarische Bestandteile der Reiseangebote bearbeitet und in den umfangreichen Maßnahmenkatalog einbezogen.

Umwelt- und Sozialverträglichkeit am Beispiel „Städtereise Rom“

Städtereisen auf dem Prüfstand. Lassen sich Reisen an Brennpunkte des modernen Tourismus umwelt- und sozialverträglich veran-



Transportenergie-Verbrauch in MegaJoule pro Person

Reiseziel	Bahn-anreise	Flug-anreise
Kykladen-Törn	-	6150
Kykladen	-	6030
Kreta	-	7575
Peloponnes	-	7050
Türkei	-	8080
Istanbul	-	5820
Rom	1180	3210
Toskana	1230	3550
Sizilien	-	5595
Golf v. Neapel	1420	4155
Paris	1020	3050
Provence	1880	3555
Andalusien	-	8110
Barcelona	-	4550
Portugal	-	6015
London	1350	3920
Schottland	-	6320
Irland	-	5940
Norwegen	2430	5900
Island	-	10170
Prag	525	1750
Masuren	2195	-
Ägypten	-	12060
Israel	-	10815
Nepal	-	26410
Sri Lanka	-	27890
Bali	-	39940
Hongkong	-	33880
New York	-	23680
Mexiko	-	34770
Südafrika	-	34940

stalten? Aus unserem breiten Programmangebot möchte ich das Beispiel Rom herausgreifen und daran punktuell erläutern, wie Studiosus versucht, nachhaltigen Tourismus zu praktizieren.

Jedes Jahr besuchen ca. 6 Mio. Touristen Rom. Im „Heiligen Jahr“ sollen es 20-30 oder sogar 50 Mio. sein. Rom ist also kein exotisches Reiseziel, sondern eines von allererstem Rang in Europa, sozusagen das „Mallorca des Städtetourismus“. Auch bei Studiosus steht Rom hoch im Kurs. Es ist das meistge-

fragte Einzelziel in unserer Produktpalette. Jährlich besuchen mehr als 5 Prozent unserer Gäste die „Ewige Stadt“. Sie hat den Massenansturm von Goten, Teutonen und anderen Nationalitäten trotz aller Unkenrufe gut überstanden. Hoffentlich wird man dies auch nach dem Jahr 2000 noch sagen können.

Bahnreise

■ Bei all unseren Reisen nach Rom - die meisten dauern übrigens fünf Tage - schreiben wir im Katalog gleichrangig neben der Fluganreise die Bahnreise als umweltverträglichere Alternative aus. Das ist kein erhobener Zeigefinger! Der Kunde hat schlichtweg die Wahl - aber man muß sie ihm auch anbieten.

■ Bei beiden Anreisevarianten ist zusätzlich die Bahnreise von allen deutschen, österreichischen und schweizerischen Bahnhöfen zum jeweiligen Abflugs- bzw. Abreiseort im Reisepreis enthalten. Dieses Inklusiv-Angebot machen wir unseren Gästen seit 1996 - und es ist erfreulich eindeutig angenommen worden: Bei einer Gästezahl, die inzwischen auf über 4800 gestiegen ist, hat sich der Anteil der Bahngäste von 18 auf 32 Prozent erhöht. Ein Blick auf das Jahr 1995 zeigt sogar, daß der Trend zur Bahnreise damals sogar tendenziell rückläufig war - eine Folge der unseligen Politik der Gleich-tarifierung der Fluggesellschaften. Mit dem Ein-schluß der innerdeutschen Bahnreise in den Reisepreis haben wir eine Trendwende eingeleitet. Und - entgegen allen Bedenken - hat es sich sogar positiv auf das Gesamtaufkommen ausgewirkt.

Die konkreten Zahlen zeigen, daß wir vom Jahr 1995 auf 1996 durch unser Angebot der im Reisepreis eingeschlossenen innerdeutschen Bahnreise 14 Prozent oder 674 mehr Gäste unserer Rom-Reisen dazu bewegen konnten, auf die Bahn umzusteigen. Das bedeutet - berechnet auf Daten des Instituts für Energie- und Umweltforschung IFEU, Heidelberg - über 81 t weni-

ger Kohlendioxid, 514 kg weniger Stickoxide bis hin zu 734 660 Mega-Joule weniger an Primärenergie. Soweit die „meßbaren“ Ergebnisse unserer Bemühungen um einen nachhaltigeren Städtetourismus.

Viele kleine Bausteine

Nicht so recht meßbar sind andere Positionen: z.B. daß wir durch das Angebot von zentral gelegenen, traditionellen Hotels (die zumeist auch noch in Familienbesitz sind) viele innerstädtische Strecken - selbst mit Gruppen - per öffentlichem Nahverkehr zurücklegen, vor allen Dingen mit der U-Bahn. Bei vielen Rundgängen entdecken unsere Gruppen die Stadt auch zu Fuß. Lediglich für Ausflüge nach Ostia oder Tivoli wird der Bus benötigt, der übrigens von seinem stolzen Besitzer selbst chauffiert wird - versehen mit dem von uns produzierten und in Umlauf gebrachten Schild „stop the engine whenever possible“. Damit wollen wir anregen, daß die Reisebusse weltweit die Motoren im Stand - z.B. auf Parkplätzen, wenn sie auf die Gruppen warten - nicht unnötig laufen lassen (evtl. um die Klimaanlage in Betrieb zu halten).



Selbstverständlich wird der Kunde über all diese Bestrebungen rund um den nachhaltigen Tourismus vorab im Katalog bzw. nach seiner Buchung auch durch andere Medien informiert. Unsere Reiseleiterinnen und Reiseleiter klären unsere Kunden ebenfalls über Umweltthemen auf, ob über das Müllentsorgungssystem am Bahnhof oder das Smog-Entlastungssystem (mit den geraden und ungeraden Kfz-Nummern). Auch werden viele andere aktuelle Themen, die das bessere „Einander verstehen“ von römischen Gastgebern und deutschen Gästen fördern können, von ihnen thematisiert.

Unsere Leistungspartner machen wir ebenfalls kontinuierlich durch verschiedene Maßnahmen auf unsere Bemühungen um den nachhaltigen Tourismus aufmerksam. Auch hier sind Fortschritte spürbar, aber zumindest für uns als Reiseveranstalter nicht meßbar. Öffentliche Hilfestellung wäre gerade in diesem Bereich sehr wünschenswert. Unseren ausländischen Partnern sei an dieser Stelle ausdrücklich für ihr Engagement gedankt.

Vor allem unseren Young-Line-Kunden, Studienreisegästen zwischen 20 und 35 Jahren, wird die Notwendigkeit eines nachhaltigeren Tourismus mehr und mehr bewußt. Ihnen geben wir daher nicht nur unser Leistungs-Preis-Paket als Entscheidungsgrundlage an die Hand, sondern lassen sie auch mit Hilfe einer **Transport-Energie-Bilanz** selbst die Wahl über ihr Reiseziel treffen.

Last, but not least sei hier angeknüpft an unser Studiosus-Gespräch auf der ITB 1996. Damals war - als einer von vielen Vorschlägen zu einem sozialverträglicheren Reisen - die Idee der „Studienreise ohne Kamera“ geboren worden. Reisegäste sollten unbeschwert von Fotomaterial und Motivsuche freien Auges Begegnungen mit den Menschen des Gastlandes haben können und ihre Reisebilder im Kopf mit nach Hause nehmen. Eine von drei Destinationen, bei denen wir dieses „Neue Sehen“ testen wollten, ist Rom. Der Test ist gelungen.

Aus unserem Bemühen um umwelt- und sozialverträglicheres Reisen - hier dargestellt am Beispiel Rom - läßt sich das Fazit ziehen: Nachhaltiger Tourismus ist nicht nur in sensiblen Regionen der Welt nötig, sondern auch an den Brennpunkten des modernen Tourismus möglich!

Stellungnahme

Herbert Hamele

Das Angebot stimmt

Die Studiosus Reisen München GmbH will sich wie jedes andere wirtschaftliche Unternehmen auch im Tourismusmarkt behaupten und seine Wachstumspotentiale nutzen. Für das Rom-Reiseangebot bedeutet dies auch: mehr Gäste nach Rom. Doch das Wachstum soll dabei überproportional der Bahnreise zugute kommen. Dazu tut Studiosus einiges, was bei anderen Reiseveranstaltern bei weitem (noch) nicht üblich ist:

■ Die Bahnfahrt vom Wohnort in Deutschland, Österreich oder der Schweiz zum Abflughafen oder Abreisebahnhof ist im Pauschalreisepreis enthalten. Die damit verbundenen Kosten übernimmt STUDIOSUS. Kunden, die mit dem PKW als „Auto-Zubringer“ zum Bahnhof bzw. Flughafen fahren, zahlen den selben Pauschalpreis. Mit diesem relativen Preisvorteil wird der Einstieg in die nächstgelegene Bahn erleichtert.

■ Der „Städtereisen-Katalog“ enthält eine allgemeine, der „Young Line - Katalog“ eine differenzierte, gut aufgemachte und verständliche Tabelle der Transportenergiebilanz. Dies sensibilisiert und regt an zum „Nachrechnen“. Eine weitere Entscheidungshilfe „pro Bahn“. Und die „flankierenden“ Maßnahmen vor Ort in Rom passen dazu.

Erfolg in die richtige Richtung

Die Buchungen bei den Rom-Reisen sind innerhalb eines Jahres um 22% gestiegen. Die Zahl der Flüge ist gleichgeblieben, das zahlenmäßige Wachstum ging zu 100% auf die Bahn. Damit ging der durchschnittliche, relative Schadstoffanteil pro Gast bei den Rom-Städtereisen um 6,4 % zurück (nach IFEU, Heidelberg). Der gesamte, absolute Schadstoffausstoß dieses Angebotes stieg entsprechend unterproportional „nur“ um 14%.

Mit dem vorbildlichen Informations-Mix und dem Preisargument „Kostenloser Bahnzubringer“ konnten hier offensichtlich Kunden überzeugt und aktiviert werden. Mit diesem Beispiel ist Studiosus bei den Rom-Reisen gelungen, den allgemeinen Trend zur bequemeren/schnelleren Flugreise zu stoppen und sich trotzdem am Markt zu behaupten.

Umwelt-Audit im Tourismus: nächster Schritt durch die Politik?

Mit der Entwicklung des Umwelt-Audits für Reiseunternehmen hat Studiosus investiert. Der damit verbundene strukturierte Diskussions- und Entscheidungsprozeß war und ist für ein Unternehmen wie Studiosus, das sich in seinem Leitbild den Zielen einer möglichst hohen Umwelt- und Sozialverträglichkeit verschrieben hat, sehr wertvoll. Insofern hat sich die Investition für den Studienreiseveranstalter hoffentlich schon gelohnt.

Doch nun sind die Verbände und die Politik an der Reihe. Es bleibt zu hoffen, daß nach der angekündigten Erweiterung der entsprechenden EU-Richtlinie 1998/99 auch Reiseunternehmen, Verkehrs- und Beherbergungsbetriebe zertifiziert werden können. Dem **Umweltwettbewerb in der Tourismusbranche** sollte dies gut tun.

ECOTRANS e.V.

Das Partnernetz für eine nachhaltige Tourismusedwicklung in Europa

Verein

Der Verein **ECOTRANS e.V.** ist ein europäisches Netzwerk von Experten und Organisationen aus den Bereichen **Tourismus, Umwelt und regionale Entwicklung.**

Die Initiative ECOTRANS wurde 1988 im Rahmen der internationalen Konferenz „Tourismus und Umwelt in Europa“ in Brixen vorgestellt. 1993 wurde der Verein ECOTRANS e.V. im Rahmen der Internationalen Tourismusbörse ITB in Berlin gegründet. Der Name ECOTRANS beinhaltet zwei Prinzipien:

- ◆ Verbindung von „Ecology“ und „Economy“
- ◆ Transfer und Veröffentlichung von Wissen und damit mehr Transparenz

Mitglieder

Mitglieder des Vereins sind Nichtregierungsorganisationen und Beratungsunternehmen in derzeit acht Ländern: Deutschland, Österreich, Italien, Spanien, Großbritannien, Niederlande, Belgien und Schweden. Die Mitglieder zeichnen sich aus durch

- ◆ fundierte Ausbildung der Mitarbeiter und regelmäßige Weiterbildung
- ◆ anerkannte Tätigkeit in ihren Ländern und Fachgebieten
- ◆ erfolgreiche Verknüpfung von Forschung, Beratung, Aus- und Weiterbildung
- ◆ innovative Pilotprojekte für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus
- ◆ zukunftsweisende Lösungsansätze im Rahmen von EU-Förderprojekten

Als Netzwerk mit hohem Qualitätsanspruch haben sich die ECOTRANS-Mitglieder zur Erarbeitung praxisorientierter Grundlagen und beispielhafter Ansätze für eine dauerhaft umweltgerechte, nachhaltige Tourismusedwicklung in Europa verpflichtet.

Leistungen

Partnern, Auftraggebern und Förderern für europäische Projekte bietet ECOTRANS

- ◆ unbürokratisches Arbeiten ohne zeitliche Verluste
- ◆ vertrauensvolle intensive Zusammenarbeit in der jeweiligen Landessprache
- ◆ grenzüberschreitende Bearbeitung innovativer Aufgaben „Hand in Hand“
- ◆ Entwicklung von angepaßten, in der Praxis erprobten Maßnahmenpaketen
- ◆ Unterstützung bei der Suche nach weiteren europäischen Partnern

Mit diesen Leistungen bietet das Expertennetz ECOTRANS seinen Partnern wertvolle Grundlagen bei der Entwicklung und Umsetzung einer hohen Tourismusqualität in einem lebenswerten Europa und entscheidende Vorteile im internationalen Wettbewerb. Durch ihre langjährige und vertrauensvolle internationale Zusammenarbeit haben die Mitglieder von ECOTRANS für sich schon ein Stück „Europa“ verwirklicht. In den kommenden Jahren werden weitere Mitglieder unser Expertennetz verstärken und mitgestalten.

Publikationen

ECOLETTER Tourismus- und Umwelt- informationen für die Praxis

Zahlreiche aktuelle Initiativen und Beispiele für mehr Umweltverträglichkeit im Tourismus in folgenden Schwerpunktausgaben:

Nr.0:	Wirtschaft und Umwelt 16 S. (1994) <i>vergriffen</i>
Nr.1:	Umweltgütesiegel 16 S. (1994) <i>vergriffen</i>
Nr.2:	Verkehr, Politik 16 S. (1994) <i>vergriffen</i>
Nr.3:	Sport 16 S. (1994) 5,-DM
Nr.4:	Europa 16 S. (1995) <i>vergriffen</i>
Nr.5/6:	Kur- und Badeorte 32 S. (1995) 10,-DM
Nr.7:	Nachhaltiger Tourismus 16 S. (1995) 5,-DM
Nr.8:	Reiseunternehmen 16 S. (1996) 5,-DM

Das Buch der sieben Siegel/ The Book of Seals and Ecolabels

Internationale Umweltauszeichnungen im Tourismus, Herbert Hamel, ECOTRANS e.V., mit Unterstützung des Bundesumweltministeriums, 2., aktualisierte Auflage, deutsch/englisch, je 36 Seiten, München, 1996

Sanfte Mobilität in Tourismusorten und -regionen

ECOTRANS Report '97, 80 Seiten, ECOTRANS e.V., München, 1997 (14,-DM plus Versand)

Nachhaltiger Tourismus - Schlüssel zum Erfolg

Tagungsbericht ECOTRANS FORUM ITB '97, gefördert mit Mitteln der Deutschen Bundesstiftung Umwelt, 48 Seiten, Saarbrücken 1997

Autorinnen und Autoren

Angeles de Andrés

ist Geschäftsführerin des Fondo Ibérico para la Conservación de la Naturaleza FICN, Direktorin der ersten Fachzeitschrift über Landtourismus in Spanien (ab Herbst 97) und Mitglied von ECOTRANS
 FICN, Marcenado 24, E - 28002 Madrid
 ☎ 34(9)1-4139710, FAX 34(9)1-4161720

Lorenzo Canova

ist Vorsitzender der Associazione Turismo Cultura Ambiente ACTA und Mitglied im Vorstand von ECOTRANS
 ACTA, Via Scarlattini 27, I - 20124 Milano
 ☎ 39(0)2-6709862, FAX 39(0)2-66980931
 actateam@bbs.infosquare.it

Michael Gleich

Publizist spezialisiert auf die Themen Mobilität, Umwelt und Entwicklung und moderierte das ECOTRANS FORUM '97
 Kidlerplatz 8, D-81371 München
 ☎ 49(0)89-7211072 (auch FAX)

Christoph Gruber

ist Direktor des Verkehrsamtes Weissensee und zuständig für ökologische Entwicklung und Leitbilderstellung
 Weisseensee Information
 A-9762 Weissensee
 ☎ 43(0)4713-2220-0,
 FAX 43(0)4713-222044
 weissensee@carnica.or.at

Herbert Hamele

ist Berater für nachhaltige Tourismusentwicklung in Europa und geschäftsführender Vorsitzender des ECOTRANS e.V.
 Berliner Promenade 7
 D - 66111 Saarbrücken
 ☎ 49(0)681-374679, FAX 49(0)681-374633
 herbert.hamele@t-online.de

Marion Hammerl-Cavanna

ist Mitglied im Vorstand des Fondo Patrimonio Natural Europeo FPNE und im Vorstand von ECOTRANS
 FPNE, c/ Capitán Haya, 23 /Esc. 2-9
 E - 28020 Madrid
 ☎ 34(9)1-5569390, FAX 34(9)1-5569895
 100041.3666@compuserve.com

Dr. Wolf Michael Iwand

ist Direktor des Bereichs Umwelt der Touristik Union International GmbH & Co.KG - TUI
 Karl-Wiechert-Allee 23
 D-30625 Hannover
 ☎ 49(0)511567-0; FAX 49(0)511567-1301

Peter Mario Kubsch

ist Geschäftsführer der Studiosus Reisen München GmbH
 Riesstr. 25, D-80992 München
 ☎ 49(0)89-50060-0,
 FAX 49(0)89-50060-100
 tours@studiosus.com

Margarita Nájera

ist Bürgermeisterin der Gemeinde Calviá und Vorsitzende der Tourismuskommission der FEMP (Spanischer Verband der Gemeinden und Landkreise)
 Ayuntamiento de Calviá
 Can Vich, s/n Calviá, E-07184 Mallorca
 ☎ 34(9)71-139-100, FAX 34(9)71-139-148
 calvia.agenda21@bitel.es

Dieter Popp

ist Geschäftsführer der FUTOUR Umwelt-, Tourismus-, und Regionalberatung GmbH & Co. KG, Präsident der CIPRA-Deutschland und Mitglied von ECOTRANS
 FUTOUR, Waltherstraße 29
 D - 80337 München
 ☎ 49(0)89-5440910,
 FAX 49(0)89-54409119
 futour@t-online.de

Fernando Prats Palazuelo

ist Architekt und Experte für Tourismus und nachhaltige Entwicklung in Spanien
 C/ Papa Negro 41.B
 Parque Conde de Orgaz, E-28043 Madrid
 auia@ran.es

Karl Reiner

ist Berater für Tourismus und regionale Entwicklung bei der ÖAR-Regionalberatung GmbH und Mitglied im Vorstand von ECOTRANS
 ÖAR, Amalienstraße 68, A - 1130 Wien
 ☎ 43(0)1-877942112, FAX 43(0)1-8779425
 oear@ping.at

Jürgen Resch

ist Geschäftsführer der Deutschen Umwelthilfe DUH und Mitglied von ECOTRANS
 DUH, Güttinger Straße 19
 D-78315 Radolfzell
 ☎ 49(0)7732-99950,
 FAX 49(0)7732-999577
 100415.504@compuserve.com

Bruno Schmaus

ist Leiter des Amtes für Stadtentwicklung und Statistik der Stadt Heidelberg
 Rathaus, D-69045 Heidelberg
 ☎ 49(0)6221-582150
 FAX 49(0)6221-581690
 06221_28747-2152@t-online.de

Karl G. Tempel

ist Leiter des Referates Tourismus, Freizeit, Sport, Erholungsvorsorge im Bundesumweltministerium
 BMU, Ref. N II 3, Schiffbauerdamm 15
 D-10117 Berlin
 ☎ 49(0)30-28550-4285
 FAX 49(0)30-28550-4375

Gerhard Worm

ist Leiter der Abteilung Ökologie und Naturerziehung bei der Blumeninsel Mainau GmbH
 D-78565 Mainau
 ☎ 49(0)7531-303-0,
 FAX 49(0)7531-303-273

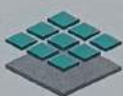
Peter Zimmer

ist Geschäftsführer der FUTOUR Umwelt-, Tourismus-, und Regionalberatung GmbH & Co. KG und Mitglied von ECOTRANS
 FUTOUR, Waltherstraße 29
 D - 80337 München
 ☎ 49(0)89-5440910,
 FAX 49(0)89-54409119
 futour@t-online.de

Nachhaltiger Tourismus – Schlüssel zum Erfolg

**Tagungsbericht zum
ECOTRANS FORUM ITB '97**

ECOTRANS e.V.
Berliner Promenade 7
D-66111 Saarbrücken
Tel.: 49(0)681/37 46 79
Fax: 49(0)681/37 46 33
◆ ecotrans@t-online.de
◆ www.ecotrans.org

ECO  TRANS