



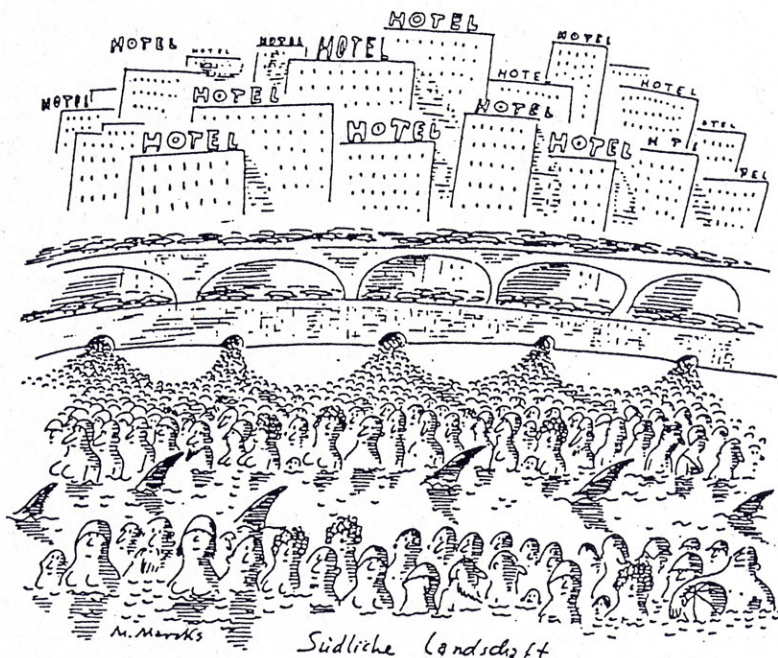
ROLF SPITTLER/MARION LEYER

TOURISMUS UND LANDSCHAFTSZERSTÖRUNG

DER "SANFTE" TOURISMUS ALS ALTERNATIVE -
AKTIV (REISEN) - FÜR EINE ANDERE ZUKUNFT DES TOURISMUS

*LÄßT UNS GEMEINSAM AUFBRECHEN IN EINE SPANNENDE,
FASZINIERENDE ERLEBNISWELT DES REISENS*

weg vom Kilometerfressen	-->	hin zum Verweilen
weg von der Hetze	-->	hin zur Muße
weg vom kamerabehängten Trottel	-->	hin zum Mensch mit dem dritten Auge



Die Realität: Tourismus als expandierender Markt

Während das Reisen in seinen Anfängen nur dem reichen Bürgertum vorbehalten war, ist es spätestens seit dem Wirtschaftsaufschwung der 50er und 60er Jahre zu einer modernen Masseneinrichtung geworden. Modernste Transportmittel erlauben es, große Distanzen in immer kürzerer Zeit zu überwinden. Mit Hilfe erschwinglicher

Preise sind somit Fernreiseziele (fast) für jeden Reisenden zu haben. Hinzu kommen mehr Freizeit und gesteigerter Wohlstand der Bundesbürger. Reiseveranstalter und Reisevermittler helfen dem Reisenden beim Ausschuchen seines Urlaubsziels nach der Devise, möglichst günstig weit weg vom häuslichen Alltag. Daraus hat sich ein Wirtschaftszweig mit inzwischen gigantischen Ausmaßen entwickelt. Für 1990 lag der Touristenstrom bei etwa 415 Mio.



Ankünften, davon allein 261 Mio. in Europa.

Die Umsätze der Tourismusindustrie lagen nach vorsichtigen Schätzungen im Jahre 1991 bei etwa 230 Mrd. US-Dollar, das sind 10 % mehr als im Vorjahr - trotz Golfkrieg und osteuropäischer Spannungsherde.

Die kritischen Stimmen: "So darf es nicht weiter gehen!"

Die kritischen Stimmen kommen auch von den Reisenden selbst. Bereits 1988 veröffentlichte das Wickert-Institut in Tübingen eine Repräsentativumfrage, wonach 53% der Befragten mit dem Urlaub nicht zufrieden waren. Im Jahr davor waren es "erst" 50% und 1986 waren "sogar" noch 52% und 1983 "sogar" noch 57% der Befragten mit ihrem Urlaub zufrieden. Eine derartige Situation sollte eigentlich Grund genug für die Tourismusindustrie sein, über ihre angebotene "Ware" nachzudenken und neue Formen des Tourismus zu entwickeln, damit die schönsten Wochen des Jahres für die Urlauber wirklich das werden, was sie sein sollen. Überbuchte Hotels in lauter Umgebung, schmutzige Strände und verschmutztes Wasser sind schon zur normalen Situation in südeuropäischen Regionen geworden. Viele Touristenorte gleichen einer ständigen Großbaustelle, obwohl die Strände bereits jetzt mit Hotelhochhaus an Hotelhochhaus kilometerweit zugebaut sind. In der Türkei, in Griechenland, in Italien, Frankreich oder Spanien überall das gleiche Bild. Einzigartige Landschaften, deretwegen die Länder als Urlaubsziele ausgewählt wurden, wurden zerstört und überbaut. Und auch heute noch wird intensiv für sonnenhungrige Touristen geplant und wird durch rege Bautätigkeiten selbst vor Naturschutzgebieten oder Nationalparks nicht halt gemacht. Der Teufelskreis mit den Folgen des Massentourismus, von dem der Reisende selbst ein Teil ist, scheint unaufhaltbar. Aber auch Bereiste melden sich kritisch zu Wort und wehren sich vehement

gegen die Auswüchse des Massentourismus.

Dabei spielt die Landschaftszerstörung nur eine wichtige Rolle neben soziokulturellen Problemen wie Kommerzialisierung der einheimischen Kultur, Zerstörung traditioneller Familienstrukturen, Förderung der Totalabhängigkeit des bereisten Landes vom Tourismus, da der Tourismus häufig als Devisenbringer verkommt.

Mehr als Sonne, Sand und Meer: "Sanfter" Tourismus als Patentrezept ?

All das Unbehagen des modernen Massentourismus hat neue "individuelle, andere, alternative, sanfte, einsichtige" Reiseformen entstehen lassen. Die Alternativ-Touristen verstehen sich als Nicht-Touristen, die sich nicht vom Pauschalarrangements, Tagesabläufen, Animatoren und Reiseleitern gängeln lassen wollen. Sie wählen ihre eigene selbstorganisierte Reise und sind überdurchschnittlich an Land und Leuten interessiert. Aber auch der Begriff "Sanfter" Tourismus ist zum geflügelten Wort in der Tourismuslandschaft geworden. Leider gleitet dieser Begriff ohne inhaltliche Füllung mehr und mehr zum Werbeargument meist kommerzieller Reiseveranstalter ab. Mit ihnen will die Welt "anders, neu, sanft..." entdeckt werden. Auch für die individuellen Bedürfnisse hat sich ein Markt entwickelt mit alternativen Reisebüros, Globe-





trotterläden, alternativen Reiseführern oder Reisezeitschriften, alternativen Reismessen oder Reiseausstellungen. Doch droht der entstandene Markt in die Fänge des Marktmechanismus zu geraten, da sich auch diese Reisebüros nicht vor dem marktmäßigen Austausch (Reise-Einkauf, Reise-Verkauf) verschließen können. Es besteht die Gefahr, daß die Ansätze des "Sanften" Tourismus als Alibi in den Fängen der Tourismusindustrie umkommen. Damit wäre die dringend notwendige Umkehr in der Tourismuspolitik verspielt.

Was wir uns wünschen: Eine ethische Tourismuskultur muß entwickelt werden

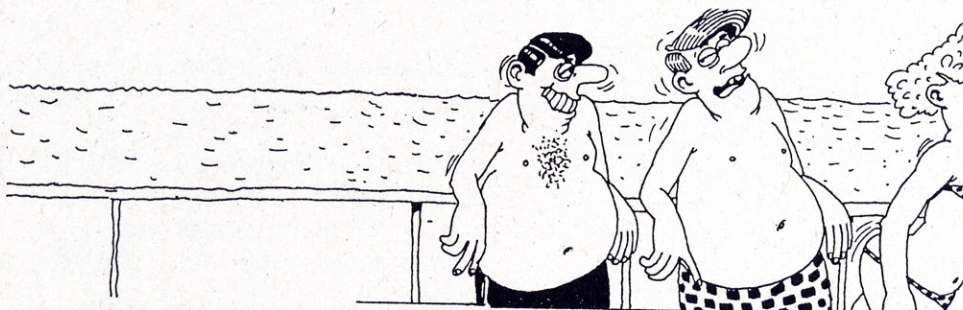
Viele reisen schon lange "sanft", viel länger als das moderne Wort des "Sanften" Tourismus in die Forschung und die Tourismuswirtschaft Einzug gehalten hat. *Laßt uns zurückkehren zu einem beschaulichen Reisen in fremde Kulturen, fremde Länder, in die weite Ferne.*

Es soll niemandem die Lust am Wandern, am Sonnenbaden, am Sporttreiben oder am Faulenzen genommen werden. Jeder Mensch hat andere Erlebnisse in seiner Arbeitswelt, die er durch "Tapetenwechsel" entweder vergessen oder gar verstärken möchte. Reisen ist sicherlich ein Kulturgut, das seinen berechtigten Platz in unserem Leben hat. Jedoch muß Tourismus mehr als eine Massenabfertigung in Form des

Massentourismus sein. Tourismus muß mehr sein als nur eine Industrie, es muß eine Verpflichtung des sozialen Fortschritts werden. Kritik erhebt sich an der Realisierung der verschiedenen Beweggründe für das Reisen. Es geht nicht, wenn wir in unserem Land den Besuchern Respekt und Achtung verlangen, daß wir uns aber in fremden Ländern über allen Dingen erhaben bewegen und meinen, mit den Devisen, die wir mitbringen, könnten wir die Welt erobern.

Für eine Emanzipation ist der Pauschaltourist sicherlich überfordert. Woher soll er auch wissen, wie man eine Reise selbst organisiert oder mitgestaltet, wenn er es noch nie gemacht hat. Hier sind die Reiseveranstalter und Reisevermittler aufgerufen, ihre Kundenberatung nicht nur auf Kataloge zu beschränken. Sie müßten in der Lage sein, auch über Land und Leute, Eigenarten, Gepflogenheiten und Tabus zu berichten. Der Urlaub darf nicht nur verkauft werden, zuvor müssen die Urlauber tatsächlich beraten werden.

Gerade in Nordrhein-Westfalen muß die Frage einer neuen Tourismuspolitik stärker thematisiert werden. Denn hier lebt ein Großteil der bundesdeutschen Touristen, die Sommer für Sommer in den Süden entfliehen, ausgehend von den größten deutschen Flughäfen. Und gerade hier ist auch die Tourismusindustrie mit ihren Zentralen ansässig.





Es ist notwendig, eine Moral des Tourismus zu entwickeln. Eine Moral, die einen verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt und einen partnerschaftlichen Kontakt mit den Bereisten entstehen läßt. Die Ansprüche der Touristen müssen reduziert werden, denn die Tourismusindustrie hat das Reisen bereits auf den Spaß und den Genuß reduziert. Eine Verarmung einer im Grunde viel umfassenderen Tätigkeit. Denn das Kräftesammeln im Urlaub besteht nicht nur aus bloßem Ausruhen, auch die Abwechslung, der "Tapetenwechsel" und die Sozialkontakte führen zum angestrebten Ziel. Es muß erreicht werden, daß der Tourismus in seiner modernen Form nicht seine eigene Basis zerstört. Lösungen sind aber nicht durch neue Moden - zu der der "Sanfte" Tourismus nicht degradiert werden darf -, sondern nur durch ein neues Bewußtsein der Touristen und eine in längeren Zeiträumen denkende, die Landschaft nicht als Konsumgut abwertende Tourismusplanung und

Tourismuspolitik zu finden. Wir sollten die Tourismusmanager dazu zwingen, zu dem häufiger als "Sachzwang der Wirtschaft" bezeichneten Problem eine Lösung zu finden.



Das vorliegende BUNDmerckblatt versucht, Denkanstöße für einen Fremdenverkehr mit Einsicht zu vermitteln. Für eine intensivere Beschäftigung mit dieser Problematik hält der BUND weiterführendes Material bereit:

freizeit fatal	DM 34,00
Über den Umgang mit der Natur in unserer freien Zeit 1989, 267 Seiten	
Urlaub und Freizeit mit der Natur	DM 36,00
Das praktische Handbuch für eine umweltschonendes Freizeitverhalten 1991, 168 Seiten.	
Sanfter Urlaub - aber wie ?	DM 3,50
Urlaub und Freizeit mit der Natur 1991, 16 Seiten.	
BUNDargumente: Surfen und Naturschutz	DM 1,50
1990, 4 Seiten.	
BUNDargumente: Auswirkungen des Skisports auf Natur und Landschaft	DM 1,50
1988 (1. Aufl.), 4Seiten.	
Aktionsposter "Urlaub und Freizeit mit der Natur"	DM 1,00
BUND-Kampagne Freizeit, Sport, Tourismus.	
Aufkleber "Urlaub und Freizeit mit der Natur"	DM 1,00
BUNDargumente: Freizeit auf dem Motorboot und die Folgen für die Natur	DM 1,50
1991, 4 Seiten	

Diese und eine Vielzahl weiterer Publikationen sind zu beziehen bei: Bund für Umwelt und Naturschutz LV N.-W. e.V., Graf-Adolf-Str. 7-9, 4030 Ratingen, Tel.: 02102/22081.