

Nachhaltiger Tourismus

Eine Einführung in die Ziele des Konzeptes



Herausgeber

AUbE – Umweltakademie
Akademie für Umweltforschung und -bildung in Europa (AUbE) e.V.
August-Bebel-Straße 16-18
33602 Bielefeld
Tel.: (0521) 61370 - Fax: (0521) 61370
E-Mail: Info@AUbE-Umweltakademie.de
Internet: www.AUbE-Umweltakademie.de

Text:
Die Mitarbeiter der AUbE-Umweltakademie

Verantwortlich – Projektleitung:
Dipl.-Geogr. Rolf Spittler

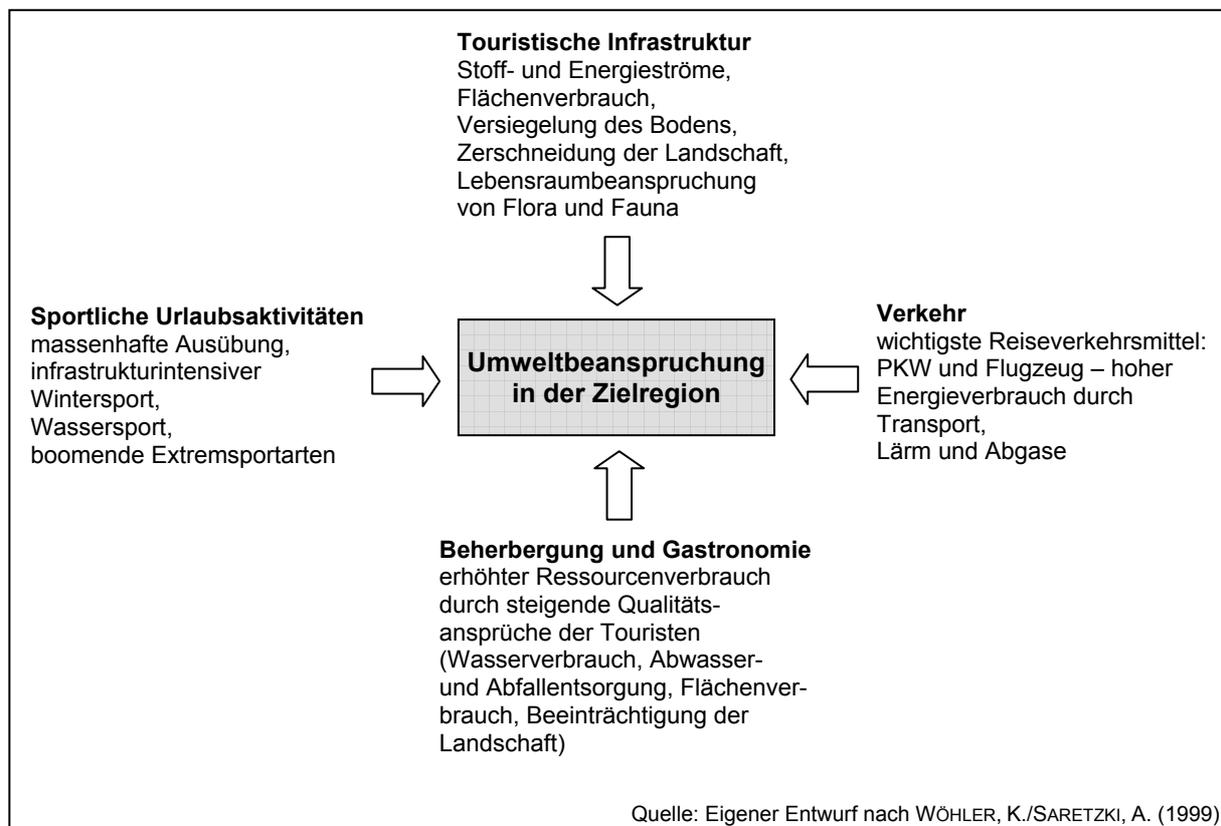
Titelfotos: Verband Deutscher Naturparke (VDN)
Rolf Spittler

© AUbE - Umweltakademie, 2003/2008

Nachhaltiger Tourismus

Die Tourismuswirtschaft unterliegt seit Jahrzehnten einem ständigen, andauernden Wachstum und bildet mittlerweile den weltweit stärksten Wirtschaftssektor. Diese Entwicklung basiert auf den „Boomfaktoren“ Wohlstandssteigerung, Verstädterung, Motorisierung und zunehmende Freizeit. Vor diesem Hintergrund ergeben sich zahlreiche ökologische, ökonomische, soziokulturelle und politische Konfliktbereiche.¹

Den Kernbereich der Problematik bildet das Spannungsfeld zwischen Tourismus und Ökologie, in dessen Mittelpunkt der verschwenderische Umgang mit der Ressource Natur steht, die letztendlich die Angebotsbasis des Fremdenverkehrs bildet. „Möglichkeiten der Erholung werden im Allgemeinen an reizvolle landschaftliche Aufenthaltsbedingungen gebunden.“ Die Umwelt einer Zielregion wird durch touristische Infrastruktur, Verkehr, Beherbergung und Gastronomie sowie durch sportliche Urlaubsaktivitäten belastet und übernutzt (s. Abbildung)².



¹ vgl. LOSANG, E. (2000), S. 46f., BECKER, C. et. al. (1996), S. 7f.

² vgl. WÖHLER, K./SARETZKI, A. (1999), S. 4ff.

Das Konzept einer nachhaltigen Tourismusedwicklung basiert auf dem Grundgedanken der Nachhaltigkeit. Dieser besagt, dass eine Entwicklung als nachhaltig bezeichnet wird, die die Bedürfnisse heutiger Generationen befriedigt, ohne die Bedürfnisse zukünftiger Generationen zu gefährden.³ Nachhaltiger Tourismus basiert somit auf dem Grundgedanken, alle Aktivitäten im Zielgebiet an der Tragkapazität der Natur auszurichten. Dies impliziert eine möglichst sparsame Nutzung aller Ressourcen. Dabei sind zum einen die Interessen der Gäste und Bewohner in der Zielregion zu berücksichtigen, zum anderen Aspekte in den Gästeherkunftsländern sowie die Anreiseform der Gäste. Ziel einer nachhaltigen Tourismusedwicklung ist es, dauerhaft ökologische, ökonomische und soziokulturelle Funktionen bzw. Dimensionen zu erfüllen und zwar auf allen Maßstabsebenen und im Verhältnis zwischen endogenen und exogenen Nutzungsansprüchen.⁴

Diese relativ allgemeine Formulierung des Grundgedankens einer nachhaltigen Tourismusedwicklung soll nun im Folgenden inhaltlich konkretisiert und an Beispielen verdeutlicht werden. Außerdem werden die genannten Funktionen im Einzelnen erläutert, Aspekte der Umsetzung betrachtet und Perspektiven nachhaltiger Tourismusedwicklung aufgezeigt.

Kriterien nachhaltiger Tourismusedwicklung⁵

Zur Gewährleistung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung muss die Umweltqualität im Mittelpunkt stehen, damit auch bei einem quantitativen touristischen Wachstum die Belastung von Boden, Wasser, Luft und Klima zurückgehen, ebenso wie der Flächenverbrauch. Natur und Landschaft als nicht vermehrbare und nicht erneuerbare Ressourcen müssen in ihrer biologischen Vielfalt erhalten und in ihrer Eigenart und Schönheit gepflegt werden. Um den Tourismus auch langfristig profitabel und ökonomisch gesund zu erhalten, sind außerdem die Senkung des Ressourcenverbrauchs sowie die Erhöhung der Effizienz bei der Nutzung natürlicher und kultureller Ressourcen von Bedeutung.

Die Tourismusforschung hat ein Maßnahmenbündel zur Beschreibung nachhaltiger Konzepte entwickelt. Dies beinhaltet die ökologische, ökonomische und sozio-

³ Definition laut Brundtland-Report (1987)

⁴ vgl. SCHLOEMER, A. (1999), S. 34

⁵ Die Inhalte dieses Abschnittes beziehen sich, soweit nicht anders gekennzeichnet, auf: SPITTLER, R. (2002) Vortrag Nachhaltiger Tourismus: Eine Chance für unsere Region.

kulturelle Dimension. Die **ökologische Dimension** stellt die Betrachtung ökologischer Auswirkungen des Tourismus in den Mittelpunkt. Die Erhaltung der Landschaft als Kapital des Fremdenverkehrs ist daher das Ziel. Im Einzelnen umfasst dies folgende Kriterien:

- Flächenschonung: Nutzung vorhandener Gebäude, Flächenrecycling
- Förderung regionaltypischer Bauweise
- umweltschonende Verkehrssysteme
- Energieeinsparung
- Ressourcenschonung und Förderung regionaler Stoffkreisläufe
- Beachtung schutzwürdiger und geschützter Landschaftsteile
- integrative Konzepte zur Landschaftspflege (Naturschutz, Landwirtschaft, Tourismus)
- Information, Öffentlichkeitsarbeit, Besucherlenkung.

Die **ökonomische Dimension** stellt die Schaffung innerregionaler Wirtschaftskreisläufe in den Mittelpunkt, um eine hohe Eigenständigkeit einer lokal verankerten Wirtschaft zu erreichen. Von besonderer Bedeutung ist außerdem die Verknüpfung des Tourismus mit anderen Wirtschaftsbereichen, da es hier in der Regel zu Wechselbeziehungen und Verflechtungen im Sinne eines Multiplikatoreffektes kommt. Ziel ist, den Tourismus in eine diversifizierte regionale Wirtschaftsstruktur zu integrieren.⁶ Die ökonomische Dimension umfasst im Einzelnen folgende Kriterien:

- Erhalt und Schaffung möglichst dauerhafter Arbeitsmöglichkeiten
- Förderung der Funktion als „Abwanderungsstopper“: z.B. als Stütze für die Landwirtschaft
- Ausgewogenheit touristische/nichttouristische Arbeitsplätze
- Sicherung der Ausbildung in touristischen Berufen
- Maximierung des Anteils der regionalen Wertschöpfung an touristischen Umsätzen
- Erhalt des Handlungsrahmens für unterschiedliche Entwicklungspfade: lokale, regionale Ebene
- Nutzung endogener Potentiale: materieller und nichtmaterieller Art, z.B. lokales/regionales Know-how
- Schaffung und Erhalt regionaler Wirtschaftskreisläufe

⁶ vgl. BECKER, C. et al. (1996), S. 151; SCHLOEMER, A. (1999), S. 36f.

- Förderung von Klein- und Mittelbetrieben
- Abkoppelung von staatlichen Dauersubventionen
- Vernetzung mit Angeboten der Nachbarorte
- Nutzung touristischer Einkünfte zur Finanzierung/Unterhalt geeigneter Infrastruktureinrichtungen.

Die **soziale bzw. soziokulturelle Dimension** stellt die Zufriedenheit sowohl der Einheimischen in der Zielregion als auch der Reisenden in den Vordergrund. Von besonderer Bedeutung sind die Förderung der soziokulturellen Identität der einheimischen Bevölkerung und die Stärkung regionaler Entscheidungskompetenzen.⁷ Entscheidungsträger der öffentlichen Hand (Kommunen), private Unternehmen, Haushalte und intermediäre Organisationen (Vereine, Verbände, Beratungsbüros, Stiftungen) sollten fachübergreifend zusammenarbeiten.⁸ Die wesentlichen Maßnahmen lauten:

- Erhalt verschiedener Entwicklungspotentiale in der Planung: z.B. Rückbaumöglichkeiten
- Partizipation der Einheimischen an Entscheidungen: z.B. Runde Tische, Regionalkonferenzen
- Erhaltung und Förderung kultureller Eigenständigkeiten: Regionalkultur, „Sub“-Kulturen, kulturelles Erbe
- Erhalt und Förderung des Regionalbewusstseins und des regionalen Selbstbewusstseins
- Gewährleistung des Erholwertes für Gäste.

Beispiele für nachhaltigen Tourismus

Zahlreiche der genannten Aspekte finden sich beispielhaft im Tourismusprojekt „**Aus der Rhön - für die Rhön**“ wieder. Gastronomiebetriebe, Landwirte und Handwerksbetriebe ergriffen die Initiative und schlossen sich zu einer länderübergreifenden Partnerschaft zusammen, bei der Handwerksbetriebe die bei den Landwirten gekauften Erzeugnisse weiterverarbeiten und die Gastronomen ihre Waren soweit möglich aus der Region beziehen. Langfristig soll der verwendete Anteil regionaler Erzeugnisse auf 50% ansteigen. Da der Einkauf so vermehrt in die nähere

⁷ vgl. LOSANG, E. (2000), S. 89ff., SCHLOEMER, A. (1999), S. 35ff.

⁸ vgl. BECKER, C. et al. (1996), S. 151f.

Umgebung verlagert wird, sinken Warentransporte und Schadstoffausstoß. Die erzeugten Produkte sind frisch, qualitativ hochwertig und durch naturschonende Flächenbewirtschaftung und artgerechte Tierhaltung gekennzeichnet.

Die Chancen dafür, dass die Gäste entsprechend höhere Preise akzeptieren, stehen gut, da sie z.B. in den Gaststätten über die Zusammenhänge zwischen Landwirtschaft und Tourismus sowie die ganzheitlichen Ansätze im Biosphärenreservat Rhön informiert werden. In den Speisekarten sind Gerichte aus Produkten der Region gekennzeichnet, Landwirte bieten Hofführungen und Produkte ab Hof an. So ergeben sich langfristig Perspektiven zur Erhaltung bäuerlicher Familienbetriebe sowie positive Effekte für die regionale Wertschöpfung, da das Geld in der Region verbleibt.⁹

Ein weiteres Beispiel bildet das **Wasservogelreservat Wallau** auf Fehmarn. Das Gebiet steht unter Naturschutz und beheimatet zahlreiche, z.T. sehr seltene Vogelarten. Daher gilt das Gebiet als touristische Attraktion und lockt jährlich 40.000 bis 50.000 Besucher an. Ziel war es vorrangig, bedrohte Wasservögel und deren Lebensräume zu schützen, gleichzeitig erholungssuchenden Menschen Naturerlebnisse zu bieten und so die Akzeptanz für Schutz- und Ruhezone zu fördern.

So sollte der Naturschutz durch die Kommerzialisierung des Naturtourismus in eine günstigere Position gegenüber anderen Landnutzungen gebracht werden. Im Gebiet sollten die Vielfalt der Lebensräume vergrößert und die Lebensbedingungen von Tier- und Pflanzenwelt verbessert werden. Die Wiesenbereiche werden extensiv durch Schafe beweidet. Ein Teil des Gebietes ist für die Besucher erschlossen; hier gibt es ein Informationszentrum und einen Umweltladen. In der Besucherzone wurde ein Lehrpfad mit Beobachtungsturm und Beobachtungsständen angelegt, der störungsfreie Einblicke in das geschützte Gebiet gewährleistet. So konzentriert sich die Masse der Besucher auf einen sehr kleinen Teil des Schutzgebietes.

Durch das Projekt entstanden einige feste Arbeitsplätze. Die Finanzierung erfolgt durch den Landkreis und das Land sowie Spenden und Mitgliedsbeiträge. Die Kosten der Besucherlenkung und -information werden durch Einnahmen aus Führungen, dem Infozentrum, Literaturverkauf und dem Umweltladen komplett gedeckt.¹⁰

⁹ vgl. BTE (1995), S. 18ff.

¹⁰ vgl. EBD., S. 23ff.

Konzept nachhaltiger Tourismus

Nachhaltiger Tourismus kann als eine Weiterentwicklung des Konzeptes des „sanften“ Tourismus verstanden werden. Wird „sanfter“ Tourismus im engeren Sinne nur als ein alternatives Segment der Tourismusentwicklung, also als eine Nischenpolitik verstanden, bildet dieses Verständnis den Unterschied zum nachhaltigen Tourismus. Die weiter gefasste Definition des „sanften“ Tourismus berücksichtigt ökologische, ökonomische und soziale Interessen der Einheimischen im Hinblick auf eine langfristige Sicherung der Tragfähigkeit von Gebieten. Dabei sollen vor allem konflikthafte Folgeerscheinungen des Tourismus durch Maßnahmen der Raumordnungs- und Regionalpolitik (Kapazitätsbeschränkung, Verkehrsberuhigung, Schutzgebietsausweisung) korrigiert werden. Die nachhaltige Tourismusentwicklung beinhaltet darüber hinaus zeitlich und räumlich weitergehende Überlegungen und die stringent vernetzte Sicht ökonomischer, ökologischer und sozialer Effekte. Auf räumlicher Ebene werden lokale, regionale, nationale sowie globale Effekte einbezogen. Die zeitlichen Überlegungen beinhalten, dass nachhaltiger Tourismus gemäß der Brundtland-Definition vor allem auf der Analyse der Wirkungen auf zukünftige Generationen aufbauen muss.¹¹

Aus den bisherigen Ausführungen lassen sich vier Grundsätze nachhaltiger Tourismusentwicklung ableiten:¹²

- Zukunftsfähigkeit bzw. intergenerationelle Gerechtigkeit
- soziale Gerechtigkeit bzw. intergenerationelle Gerechtigkeit
- Schutz der Umwelt
- öffentliche Partizipation an Entscheidungen einer nachhaltigen Entwicklung.

Umsetzung nachhaltiger Tourismusentwicklung

Die Umsetzung nachhaltiger Tourismusentwicklung erfordert zunächst die Festlegung eines Leitbildes, das die langfristigen Ziele für die zukünftige Entwicklung definiert. Darauf aufbauend erfolgt die Projektentwicklung. Diese beinhaltet die Prüfung der Projektvorschläge sowie der Umsetzungsschritte. Die Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales werden auf ihre Tragfähigkeit hin überprüft. Dabei müssen alle Akteure – also nicht nur die Tourismusakteure – in Planung und Angebote einbezogen werden. Dies sind z.B. die Landwirtschaft oder die Umweltbildung.

¹¹ vgl. BAUMGARTNER, C./RÖHRER, C. (1998), S. 25; LOSANG, E. (2000), S. 77ff.

¹² vgl. WÖHLER, K./SARETZKI, A. (1999), S. 73

Es sind sowohl Zonen der touristischen Entwicklung als auch der Nicht-Entwicklung bei der Fremdenverkehrsplanung durch die Gemeinde zu berücksichtigen. Auch hier muss auf die Einbeziehung aller Akteure geachtet werden, da die Gemeinde selbst nur einen sehr begrenzten Einfluss auf das touristische Angebot hat.

Anschließend werden im Angebot Zielgruppen segmentiert, d.h. es werden Kernkompetenzen formuliert und genaue Zielgruppen definiert.

Dabei ist es wichtig, die Landschaftserhaltung durch die Landwirtschaft zu honorieren, da diese für die Erhaltung der Landschaft eine entscheidende Rolle spielt und somit immer einbezogen werden sollte. Eine Region mit ihrer typischen, oft durch die Landwirtschaft geprägten Landschaft kann sich durch gute touristische Vermarktung zu einem Markenzeichen der Region entwickeln.¹³

Das inhaltliche Vorgehen von der Einzelmaßnahme zum integrierten Konzept beinhaltet zum einen eine **Stärken-Schwächen-Analyse**. Ziel dieser ist es, Stärken und Schwächen der Angebotssituation zielgruppenorientiert zu identifizieren. Hier kann beispielsweise folgender Frage nachgegangen werden: Wie sind Kapazität und Qualität der Gastronomie und Beherbergung oder der touristischen Infrastruktur beschaffen? Dies lässt sich ebenso für die Nachfrageseite durchführen – z.B.: Wie werden unsere Angebote derzeit nachgefragt? oder Welches Preis-Leistungs-Verhältnis haben wir? Zum anderen wird ein **Umwelt- bzw. Tourismuszielsystem** erstellt, das möglichst genaue Vorstellungen über die touristischen Zielgruppen und die Umweltqualitätsziele, die man erreichen will, beinhaltet. Im Rahmen einer **Umfeldanalyse** wird betrachtet, welche Chancen und Risiken sich aus bestimmten Entwicklungen ergeben. Die anschließende **Ressourcenanalyse** legt den finanziellen, personellen und institutionellen Rahmen fest.¹⁴

Das methodische Vorgehen bei der Planung einer Tourismuskonzeption beginnt mit einer **ersten Orientierung**, um die zentralen Fragestellungen, Potentiale und Beeinträchtigungen kennen zu lernen. Es folgt eine **Bestandsaufnahme** der aktuellen Lage (aktuelle Nachfrage und touristische Kapazität ermitteln) und deren **Bewertung**. In dieser Phase erfolgt die Zusammenarbeit mit einer projektspezifischen Arbeitsgruppe bzw. mit Behörden und Interessengruppen. Wichtigstes

¹³ vgl. SPITTLER, R. (2002)

¹⁴ vgl. BUCHWALD, K./ENGELHARDT, W. (1998), S. 103ff.

Instrument dieser Phase ist die Stärken-Schwächen-Analyse. Stärken eines Gebietes sind z.B. eine abwechslungsreiche Landschaft, saubere Natur, kontrastreiche Kultur oder ein Fuß- und Fahrrad-Hauptwegenetz. Schwächen werden in einer unzureichenden touristischen Infrastruktur, der Besucherkonzentration in bestimmten Gebieten oder einer fehlenden Identifizierung der Bevölkerung mit dem Tourismus gesehen. Im nächsten Schritt wird ein **touristisches Entwicklungsleitbild** erstellt, d.h. es werden die Zielgruppen bestimmt, ein ganzheitliches Zielkonzept erarbeitet und die Abgrenzung gegenüber der Konkurrenz herausgearbeitet. Anschließend erfolgen die Erstellung eines **Aktionsprogramms** und die Ableitung von **Maßnahmen** für die Bereiche Kommunale Umweltpolitik, Tourismus, Verkehr, Stadtbild und Denkmalpflege. Die notwendigen Maßnahmen ergeben sich aus der Gegenüberstellung des Stärken-Schwächen-Profiles und der angestrebten Ziele.

Zur Umsetzung bietet sich die Einrichtung einer projektbegleitenden Arbeitsgruppe an. Diese sollte Mitglieder aus Politik, Gastgewerbe, Handel und Gewerbe, Landwirtschaft, Tourismusvereinen, kulturellen Institutionen, Naturschutz sowie Bürgerinitiativen in sich vereinen und wichtige private Anbieter einbeziehen.¹⁵

Wichtig im Zusammenhang mit der Umsetzung nachhaltiger Tourismusedwicklung ist, die konkreten Maßnahmen regionsspezifisch auszuarbeiten, da in Städten, Tourismuszentren oder Ausflugsgebieten vollkommen unterschiedliche Möglichkeiten und Probleme vorliegen. Diese regionalen Besonderheiten sollten als Teil einer regionalen Identität begriffen und vermittelt werden. Die regionale Identität muss als Image nach außen vermarktet werden, z.B. durch einen Slogan, der die Einmaligkeit dieser Region charakterisiert. In der Region sollten die jeweiligen Besonderheiten (z.B. gesunde landwirtschaftliche Produkte oder typische Spezialitäten) in den Mittelpunkt gestellt werden. So wird auf die Identität der Region aufmerksam gemacht und dem Besucher das Gefühl der Einmaligkeit der Region vermittelt.¹⁶

Perspektiven des nachhaltigen Tourismus

Grundvoraussetzung für eine weitere nachhaltige Tourismusedwicklung bildet handlungsorientiertes Bewusstsein der Reisenden in Bezug auf die Konsequenzen der durchgeführten Reise. Der Tourismus steht im Konflikt zwischen einem

¹⁵ vgl. BTE (1995), S. 13ff.

¹⁶ vgl. BAUMGARTNER, C./RÖHRER, C. (1998), S. 48; REICHENBACH, M./SCHEELE, U. (2001), S. 16ff.

verstärkten Umweltbewusstsein der Bevölkerung und neueren Tendenzen im Bereich touristischer Angebote (kürzeres, häufigeres Reisen zu weiter entfernten Zielen). Das Urlaubsmotiv saubere Natur erfährt einen herausragenden Stellenwert, allerdings ist eine Mehrzahlungsbereitschaft generell nicht vorhanden. Es bedarf qualifizierter Maßnahmen im Bereich 'public awareness' und Umweltbildung sowie einer Politik der gerechten Preise, die eine Verhaltensänderung erzwingt (Internalisierung externer Umweltkosten: die entstehenden Umweltkosten auf die Verursacher umlagern).¹⁷

¹⁷ vgl. LOSANG, E. (2000), S. 91f.

Quellenverzeichnis

- BAUMGARTNER, C./RÖHRER, C. (1998): Nachhaltigkeit im Tourismus – Umsetzungsperspektiven auf regionaler Ebene, Manz Verlag Wien.
- BECKER, C./JOB, H./WITZEL, A. (1996): Tourismus und nachhaltige Entwicklung – Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum, Wissenschaftliche Buchgesellschaft Darmstadt.
- BUCHWALD, K./ENGELHARDT, W. (Hrsg.) (1998): Freizeit, Tourismus und Umwelt, In: Umweltschutz – Grundlagen und Praxis, Bd.11, Economica Verlag Bonn.
- BÜRO FÜR TOURISMUS- UND ERHOLUNGSPLANUNG (BTE) (1995): Umweltvorsorge in Fremdenverkehrsgemeinden – Eine Planungshilfe für Gemeinden, Berlin.
- LOSANG, E. (2000): Tourismus und Nachhaltigkeit, In: Trierer Tourismus Bibliographien, Bd.12, Selbstverlag der Geographischen Gesellschaft Trier, Trier.
- REICHENBACH, M./SCHEELE, U. (2001): Handbuch Nachhaltiger Tourismus in Feuchtgebieten, ARSU GmbH Oldenburg.
- SCHLOEMER, A. (1999): Nachhaltiger Tourismus?, Academia Verlag Sankt Augustin.
- SPITTLER, R. (2002): Vortrag Nachhaltiger Tourismus: Eine Chance für unsere Region.
- WÖHLER, K./SARETZKI, A. (1999): Umweltverträglicher Tourismus, Grundlagen – Konzeption – Marketing, FBV Medien-Verlags GmbH Limburgerhof.