

# NACHHALTIG URLAUBEN

## ■ TOURISMUS IM WANDEL

Nachhaltigkeit im Tourismus ist die wichtigste Herausforderung, damit der österreichische Tourismus auch in den nächsten Jahren einen Unique Selling Point aufweisen kann. Dieser ist mit großen Anforderungen und Entwicklungen in allen Bereichen, von der Tourismuspolitik über die Planung bis zur Angebotsgestaltung und den Gästeaktivitäten verbunden. Der Artikel vergleicht die Anstrengungen in Österreich mit dem Status Quo auf internationaler Ebene. Regionale Beispiele aus dem Alpenraum zeigen mögliche Lösungen für die nötigen Herausforderungen auf.

■ Von Christian Baumgartner

**T**ourismus zählt als Devisenbringer zu den Exportökonomien. Das Produkt Tourismus wird allerdings vor der Erstellung bezahlt und am Produktionsort konsumiert. Eine idente Reproduktion ist nicht möglich, da das einzelne Erlebnis von nicht beeinflussbaren Faktoren wie Wetter, Zimmernachbarn u.a. abhängig ist.

Nachhaltigkeit wiederum stellt kein Kochrezept dar, dessen Umsetzung die zukünftige Entwicklung sichert. Nachhaltige Entwicklung ist eine Zukunftsvision, die alle Bereiche des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Lebens umfasst. Da-

DR. CHRISTIAN BAUMGARTNER ist Landschaftsökologe, Gründer und Geschäftsführer von „respect - Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung“ und Koordinator des „Forums Nachhaltiges Österreich“.

mit ist Nachhaltigkeit im Tourismus mit Herausforderungen an und Veränderungen in allen Wirtschaftsbereichen verbunden, auch mit Fragen nach dem kulturellen Wandel und den zukünftigen Lebensbedingungen der Menschen.

Nachhaltigkeit wird spätestens seit dem Weltgipfel 2002 in Johannesburg in einem Vier-Säulen-Modell mit den Bereichen Ökologie, Ökonomie, Sozio-Kulturelles und institutionelle Rahmenbedingungen beschrieben. Verschiedene Darstellungen eines Nachhaltigen Tourismus sprechen von „Wirtschaftlichem Wohlstand“, „Intakter Natur“ und „Intakter Kultur“, „Wohlbefinden der Einheimischen und MitarbeiterInnen“ und der „Bedürfnisbefriedigung der Gäste“.

Den unterschiedlichen Modellen ist gemeinsam, dass sie die Lösungskompetenz für Herausforderungen nur in der Verbindung überregionaler Verantwortung des Staats und der EU mit regionalen Prozessen sehen. Regionale Identitäten bieten Ansatzpunkte und Möglichkeiten für Nachhaltige Entwicklung – auch für den Tourismus.

Die Umsetzung einer Nachhaltigen Entwicklung im Tourismus besitzt viele Facetten:

Die Wertschöpfung des Tourismus basiert mittel- und langfristig auf den Voraussetzungen eines so weit wie möglich intakten Lebens- und Naturraumes. Natur- und traditionelle Kulturlandschaften stellen die wichtigsten Urlaubsmotive dar. Der Tourismus besitzt seit jeher starke Synergieeffekte mit der Landwirtschaft und anderen Wirtschaftsbereichen. Die Berglandwirtschaft profitiert durch die Direktvermarktung und von Modellen wie Urlaub am Bauernhof. Biologisch erzeugte, regionale

**NACHHALTIGER TOURISMUS** ist kein additives, neues Tourismussegment, sondern die Grundlage, dass sich der gesamte Tourismus in Österreich auch in den nächsten Jahrzehnten ebenso wirtschaftlich erfolgreich wie ökologisch und sozial verträglich präsentiert. In diesem Sinne lassen sich Nachhaltigkeitsstrategien auch nicht auf einige ländlich-periphere Regionen beschränken, sondern betreffen auch den Städtetourismus und die intensiven alpinen Destinationen. Auch wenn sich dort bisher weniger gute Beispiele als im ländlichen Raum finden lassen.



FOTO: HADERER

## Tourismus verkehrt 'rum? Wer sich rechtzeitig umschauf, wird sich vom bloßen Massen- und Ferntourismus verabschieden.

Produkte geben den Tourismusregionen dafür ein unverwechselbares Image.

Tourismus lebt vom Interesse der Reisenden am Erleben und der Vermittlung regionalspezifischer („authentischer“) Kultur der Destinationen. Tourismus lässt sich dabei rücksichtsvoll in die lokale, sich dynamisch weiterentwickelnde Kultur integrieren, ohne sich an touristische, klischeehafte Bedürfnisse anzubiedern.

Hohe Qualität der touristischen Dienstleistungen verlangt kontinuierliche Investition in Weiterbildung und die soziale Absicherung der Beschäftigten im Gastgewerbe. Schließlich sind es die Menschen, die als Betroffene der Tourismuspolitik im Mittelpunkt stehen. In modernen Planungsprozessen hat die gesamte Bevölkerung Zugang zu allen Informationen und ist gleichberechtigt in alle Entscheidungsprozesse mit eingebunden. Über partnerschaftliche Entwicklung von Projekten wird Identifikation und unternehmerische

Innovation erzeugt.

In die neuen Netzwerke, wie zum Beispiel „Alps Mobility“ sind auch die Tourismus-Quellgebiete der Ballungsräume direkt eingebunden und übernehmen Mitverantwortung für die Auswirkungen des Tourismus in den Destinationen.

Politische Rahmenbedingungen können die Regionen in ihren Nachhaltigkeitsambitionen unterstützen – oder behindern. Wenn die internationale Liberalisierung der Dienstleistungen gewisse Ausmaße nicht überschreitet, haben die Staaten und Regionen weiter die Möglichkeit, Lenkungsmaßnahmen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung durchzuführen. Einige alpine Beispiele sollen in der Folge zeigen, wie ein „Tourismus auf gutem Weg“ aussehen kann.

So steht seit einigen Jahren Käse als traditionelles landwirtschaftliches Produkt im Mittelpunkt des touristischen Marketings des Vorarlberger Bregenzerwaldes. Auf die

Idee der „Käsestraße Bregenzerwald“ kam man durch eine Initiative des Gastgewerbes und der Landwirte, die den ersten Vorarlberger Käsegipfel veranstalteten. Ausgangslage waren die zurückgehenden Gästezahlen sowie die Probleme der Berglandwirtschaft. Heute laden Schaukäseereien die Gäste zum Zusehen, Kosten, Kaufen und auch zum selbst Käse-Herstellen ein. Es gibt Käsewanderungen und Almfeste. Ein Urlaub im Bregenzerwald befasst sich so mit der Region und ihren wirtschaftlichen und ökologischen Hintergründen. Von anderen Produktstraßen wie den bekannten Wein- und Moststraßen unterscheidet sich der Bregenzerwald durch die Partizipation der Bevölkerung und die Komplexität der Maßnahmen. Die Entwicklung der Angebote für die Gäste wurde mit unterschiedlichen Weiterbildungsmaßnahmen für die Bevölkerung verknüpft. Seit 1999 zeitigt die Käsestraße Erfolge. Die regionale Käseproduktion ist auf

## Nachhaltigkeit im Tourismus ist mit Fragen nach dem kulturellen Wandel und den zukünftigen Lebensbedingungen der Menschen verbunden.

Grund der Direktvermarktung stark gestiegen, innovative Produkte wie eine Kosmetikklinie auf Molkebasis wurden entwickelt, der Gästeschwund konnte deutlich gesenkt werden.

Das Beispiel der Mobilitätszentrale in Bischofshofen und der benachbarten Gemeinde Werfenweng in Salzburg zeigt, dass Partnerschaften mit den traditionellen Verkehrsträgern Bahn und Bus, die Dienstleistungen der Anreise mit Mobilität vor Ort verknüpfen, zur eigenständigen touristischen Imagebildung einer Region beitragen können. Jene Gäste, die den Autoschlüssel für die Dauer des Urlaubsaufenthaltes im Tresor des Tourismusverbandes Werfenweng versperren lassen, erhalten kostenlos den „Sanft-Mobilen Schlüssel“ mit einer Fülle von Leistungen: Kostenlose Abholung vom Bahnhof Bischofshofen mit dem eigens eingerichteten „Werfenweng Shuttle“; ein Mobiltelefon für die Dauer des Urlaubes, um den »Privatchauffeur« mit seinem Elektroauto für Fahrten innerhalb des Ortes rufen zu können; freie Nutzung der verschiedenen Elektro-Fahrzeuge; Fahrradverleih sowie freien Badeintritt und ein großes Angebot an geführten Wanderungen und Radtouren. Eine Weiterentwicklung des Modellvorha-

bens „Sanfte Mobilität – Autofreier Tourismus“ war die Implementierung von „mobilito - die Mobilitätszentrale in Salzburg“ ([www.mobilito.at](http://www.mobilito.at)). Die Dienstleistungen der Mobilitätszentrale gehen dabei weit über den reinen Ticketverkauf hinaus: Fahrplaninformation – persönlich, telefonisch und im Internet, Mobilitätsberatung für Pendler, Betriebe und Tourismus, Mobilitätsplanung für (Groß-) Veranstaltungen, Reisebüro für sanft-mobilen Urlaub im Pongau und Bahnreisen in ganz Europa sowie eine „Mobilitätsakademie“, die Aus- und Weiterbildung für Mobilität im Tourismus anbietet. Die Nächtigungszahlen der Gemeinde sind im Vergleich zu anderen Salzburger Referenzen gestiegen, besonders deutlich lässt sich der Zuwachs bei den Partnerbetrieben der Sanft Mobil-Aktivitäten aufzeigen.

Die „Via Spluga“ wiederum stellt ein anschauliches Beispiel für landschaftsbezogenen, nachhaltigen Tourismus dar. Bei diesem Kultur- und Weitwanderweg handelt es sich um die ehemalige Säumeroute des Splügenpasses zwischen Graubünden in der Schweiz und dem Veltlin in Italien, welche auf der historischen Trasse in mehreren Tagen in beiden

Richtungen erwandert werden kann. Das Gehen auf diesem Weg ermöglicht den Gästen Einblicke in das frühere Leben entlang eines alten Verkehrsweges. Während des Gehens auf den Spuren der alten Säumer und der frühneuzeitlichen Reisenden werden die Wandernden dazu animiert, die historische Passlandschaft zu entschlüsseln und zu interpretieren: ihre Bauwerke wie Brücken, Mauern, Rampen und Pflasterungen, Wegbegleiter wie Susten, Gasthäuser und Kapellen, die traditionelle Berglandwirtschaft mit ihren Bewirtschaftungsformen, Produkten, Sitten und Bräuchen, aber auch die Begleitflora, die Vegetation und die Tierwelt.

Als naturnahe Aktivität ist das Wandern auf historischen Säumerwegen Bestandteil eines nachhaltigen Tourismussegments mit erheblichen Gästepotenzialen. Für die „Via Spluga“-Region bildet die Möglichkeit des Gehens auf historischen Wegen in attraktiven Kulturlandschaften jenen entscheidenden Zusatzfaktor, der die Gäste erst zum Besuch der Region motiviert. Die regionale Wertschöpfung wird dabei in der Gastronomie und Hotellerie sowie mit dem Verkauf von landwirtschaftlichen und gewerblichen Produkten aus der Region erzielt.

Gerade ländliche Regionen, die einen kleinstrukturierten Tourismus aufweisen, der sich in andere lokale Wirtschaftsbereiche integriert und kein Monopol darstellt, haben mit solchen vernetzenden Angeboten gute (Markt)chancen. Aber auch touristisch intensiv genutzte Regionen oder Städte können sich mit derartigen Angeboten vom Mainstream des Tourismus abheben.

Die Entwicklung regional spezifischer touristischer Angebote kann nicht nach Schablone funktionieren. Regionen sind herausgefordert, auf Grundlage ihrer regionalen Ressourcen – Natur, Kultur und Geschichte – die für sie passenden Angebote zu entwickeln. Zahlreiche Regionen in den Alpen und in Österreich haben diese Herausforderung bereits angenommen und präsentieren touristische Innovationen.

In Österreich kollidiert aber eine nachhaltige Tourismuspolitik mit der Komplexität des Themas und der damit verbundenen Notwendigkeit horizontaler wie vertikaler Kooperation. Die Tourismuswirtschaft orientiert sich eher an Nächtigungszahlen und Jahresumsätzen als an langfristig tragbaren Konzepten, wie u.a. die derzeitigen schitouristischen Ausbaupläne Westösterreichs belegen. Und das, obwohl die Nachfrage der in- und ausländischen KonsumentInnen nach kultur-, natur- und landschaftsorientierten, authenti-

## NACHHALTIGER TOURISMUS

### ERFOLGSFAKTOREN

Nachhaltiger Tourismus will auch in Zukunft ertragreich sein. Nach der Meinung von „respect - Institut“ für Integrativen Tourismus und Entwicklung wird dazu in Österreich einiges benötigt:

- Eine institutionalisierte Kommunikationskultur zwischen den politischen Ebenen, und zwischen Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und NGOs, die gemeinsam an Nachhaltigkeitsstrategien arbeiten.
- Fördermodelle auf Regions-, Landes-, Bundes- und internationaler Ebene, die zielgerichtet (und ausschließlich) nachhaltigen Tourismus fördern.

- Partizipationsinstrumente und Kriterien zur Nachhaltigkeitsbewertung in den Tourismusregionen als Grundlage der zukünftigen regionalen Förderung.
- Nationale und internationale Marketingstrategien, die vorhandene nachhaltige Ansätze in den Vordergrund stellen.
- Eine umfassende Integration des Themas Nachhaltigkeit in touristische Aus- und Weiterbildungen.

[www.respect.at](http://www.respect.at)  
[www.nachhaltigkeit.at/strategie](http://www.nachhaltigkeit.at/strategie)

QUELLE: AK, ÖIR





FOTO: HADERER

## **Auge in Auge mit der Natur: Nachhaltigkeit im Tourismus heißt nicht Touristen wie Kühe melken, sondern die ökologische, wirtschaftliche und soziale Dimension tatsächlich und gleichrangig zu berücksichtigen.**

schen – also nachhaltigen – Tourismusprodukten stetig steigt.

Gute Ansätze für nachhaltige Tourismusentwicklung finden sich immer wieder auf regionaler Ebene wie bei den Gemeinden mit lokalen Agenda-21-Prozessen, Netzwerken wie dem Gemeindeforum „Allianz in den Alpen“ oder geförderter Maßnahmen wie im Bereich der Sanften Mobilität.

Diese Modelle verbleiben oft auf der Ebene der „Best Practice“, während übergeordnete landes- oder bundesweite Strategien vermissen werden. Im Vorfeld des Weltgipfels zur Nachhaltigen Entwicklung 2002 in Johannesburg haben die meisten Staaten Nachhaltigkeitsstrategien erarbeitet und verabschiedet. So auch die Alpenländer Österreich, Deutschland und die Schweiz. In der österreichischen Nachhaltigkeitsstrategie werden Freizeit und Urlaub zwar angesprochen, die Integration dieser Themen in die jährlichen Arbeitsprogramme zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie

beschränkt sich allerdings derzeit auf Einzelthemen wie Sanfte Mobilität.

Die EU spielt den Ball zurück: Die Europäische Kommission zieht sich mit der Mitteilung zur „Zusammenarbeit für die Zukunft des Tourismus in Europa“ aus dem Anspruch, europäische Tourismuspolitik (mit)gestalten zu wollen, zurück. In der Nachhaltigkeitsstrategie und im 6. Umweltaktionsprogramm werden Tourismus nicht mehr vorrangig genannt. Auch die 2003 beschlossenen „Grundlinien der Nachhaltigkeit des europäischen Tourismus“ sehen die zukünftige Rolle der Kommission in der Verstärkung tourismusrelevanter Politiken anderer EU-Bereiche wie zum Beispiel der Regionalentwicklung. Insgesamt wird seitens der Kommission von den Mitgliedstaaten Good Governance verlangt, die Verantwortung für eine nachhaltige Tourismusentwicklung aber bei den Stakeholdern Industrie und Konsumenten gesehen.

Nachhaltige Entwicklung und integrierter Tourismus können nur als integrierter Bestandteil ganzheitlicher Regionalentwicklungsprozesse verstanden werden. Dabei kommt der Partizipation eine wichtige Rolle zu. Beteiligung benötigt einerseits gesetzliche und organisatorische Rahmenbedingungen, die von Behörden und Auftraggebern geschaffen werden, andererseits lebt Beteiligung von der konsequenten Mitarbeit der relevanten gesellschaftlichen Gruppen und Personen. Nur Politiken, die gemeinsam an nachhaltigen Tourismusdestinationen arbeiten, haben Möglichkeiten zu effektiven Umsetzungen.

Es ist an der Zeit, die vielfältigen Erfahrungen der Modelle und Good-Practice-Beispiele zu nutzen und ebenso strategische wie flächendeckende Ansätze für Nachhaltigkeit im Tourismus anzustreben. Touristische Regionen, Unternehmenseinheiten, Reiseveranstalter, und auch jede und jeder einzelne Reisende können einen Beitrag dazu leisten. ■