

## **Öffentliche Anhörung in Deutschen Bundestag, Ausschuss für Tourismus am 09.05.2007**

### **„Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus“**

**Dr. Wolf Michael Iwand, Direktor Konzern-Umweltmanagement/ Nachhaltige Entwicklung:  
Stichworte aus Sicht der TUI AG:**

#### **I. Problemfelder**

- 1) Verkehre und Mobilität (Klimabelastungen durch Treibhausgase)
- 2) Destinationen (Klimaveränderungen durch globale Erwärmung)
  - Energieversorgung und –verbrauch
  - Wasserversorgung und –verbrauch
  - Biodiversität und Flächennutzung
  - Extrem-Wetterlagen
- 3) Verbraucher: Konsumverhalten und Lebensstile

Die TUI nutzt ihr spezifisches Geschäftsmodell der vertikalen Integration und ihre Größen- und Skaleneffekte, um auf allen Stufen der touristischen Wertschöpfungskette, der Verursachung von Klimabelastungen durch Vermeidung (Mitigation) von Klimaemissionen und durch Anpassung (Adaption) an Klimaveränderungen in den Destinationen zu begegnen (Economies of Scope durch Economies of Scale).

#### **II. Herausforderungen**

- 1) Nachhaltiger Umgang mit Ressourcen
  - Energieeffizienz, neue Technologien!
- 2) Nicht Verzicht, sondern induzierte Innovationen
  - Marktchancen nutzen!
- 3) Entkoppelung von Klimabelastungen und touristischem Wachstum
  - Energieeffizienz, neue Technologien!

Die TUI begegnet den Herausforderungen, die Klimaveränderungen für den Tourismus bedeuten, seit Jahren mit einer systematischen Klimastrategie, die auf fünf Pfeilern steht:

- a) Mitigation
- b) Adaption
- c) Internationale Zusammenarbeit
- d) Angewandte Forschung und
- e) Reporting der Klimaaktivitäten im Konzern,  
die von drei weiteren Handlungsfeldern begleitet werden:
  - f) relevantes Handlungswissen (Orientation)
  - g) Information und Aufklärung (intern/ konzernweit; extern: Destinationen, Verbraucher)
  - h) Kompensationsmodelle (Carbon Offsetting, Aufforstungen).

### III. Chancen

1) Wir haben die Technologien

2) Wir können den Klimawandel bewältigen

- High Tech-Strategie (BMBF)
- Industrielle Revolution (BMU)
- „Klimaagenda 2020: Der Umbau der Industriegesellschaft“ (Bundesregierung)
- Initiative „Wirtschaft für Klimaschutz“ (BDI)

3) Selbstvertrauen des Standortes D, Deutschland – Land der Ideen, Marktchancen nutzen!

Die TUI zeigt, dass die Klimaschutzaktivitäten im Konzern zur ökonomischen, ökologischen und sozialen Wertschöpfung beitragen.

Beispiele:

a) Der durchschnittliche spezifische Gesamtflottenverbrauch aller TUI-Flugzeuge liegt bei 3,0 ltr/100 Personenkilometer.

b) Der Investitionsschwerpunkt „Erneuerbare Energien“ bei TUI Hotels&Resorts (Solarthermie, Photovoltaik, Biomasse) in ausgewählten TUI-Destinationen treibt die ökologische Modernisierung. Bei allen Neubau-Projekten von TUI Hotels&Resorts in Deutschland (Sylt, Fleesensee, Boltenhagen) hat „Niedrig-Energie = Niedrig Emissionen“ zentrale Bedeutung für die Innovationspolitik.

c) Die Vernetzung von TUI Energie- und Klima-Aktivitäten mit ihrem kommunalen Umfeld entwickelt fruchtbar kommunale und regionale Klimastrategien (Salzburg/ Österreich, Sarigerme/ Türkei, Griechenland, Agadir/ Marokko). Dazu gehören auch alle Maßnahmen zum Erhalt von Wäldern durch Landnutzungswandel und Großschutzgebiete als „Klima-Indikator“.

### IV. Perspektiven

1) G8-Gipfel: „Wachstum und Verantwortung“

2) Nachhaltige Mobilität ist unverzichtbar

3) Tourismus ist Leitökonomie für Nachhaltige Entwicklung

- national
- international
- soziale Gerechtigkeit in Zeiten der Globalisierung

Für die TUI als europäischem Unternehmen und „global player“ ist Tourismus Außen(wirtschafts)politik und insbesondere nachhaltige Entwicklungspolitik für die Länder der Dritten Welt, die auf den Nord-Süd-Ausgleich des Export-Weltmeisters Deutschland (durch Tourismus) vertrauen. Tourismus „exportiert“ Umweltstandards, auch für Klimaschutz und Klimabewußtsein in Empfängerländern! In ihrem Umwelt-Monitoring macht die TUI „Klima, Verkehr, Energie“ zum primären Schwerpunkt in den Destinationen. Für die TUI ist Klimaschutz nicht allein Umweltpolitik, sondern Teil des Nachhaltigkeitsmanagements und der Agenda 21-Politik in Quellmärkten und Empfängerländern.

## V. Anregungen und Vorschläge

- 1) Neue Technologien und Prozesse fördern!
- 2) Incentives für Innovationen implementieren!
- 3) Lokal handeln **und** global handeln – gemeinsam mit Empfängerländern, Entwicklungsländern, UNWTO und Vereinten Nationen!
- 4) Wirtschaft gewinnen!
- 5) Langfristigkeit als Prinzip!

Die TUI als Marktführer für das Reise- und Urlaubsland Deutschland und als Teil der deutschen Tourismuswirtschaft, insbesondere des DRV und BTW und auch im BDF, trägt proaktiv ihren Teil zur Problemlösung, d. h. zur Klimastabilisierung durch Minderung/ Vermeidung von Treibhausgasen (entlang der Wertschöpfungskette), bei. Das gelingt uns umso besser, je besser sich durch einen konstruktiven Multi-Stakeholder-Dialog mit Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft neue gemeinsame Handlungsoptionen ergeben. Beispiel: Klimaschutz-Konferenzen der Organisationen der Vereinten Nationen (UNEP, UNESCO und UNWTO) und „Djerba Declaration“ der UNWTO (2003) zu Tourismus und Klimawandel unter Mitwirkung der TUI.

### Weitere Hinweise:

- **Geschäftsbericht 2006 der TUI AG, siehe Corporate Governance/ Nachhaltige Entwicklung/ Klimaschutz durch Energieeffizienz**
- [www.tui-group.com/Klimaschutz](http://www.tui-group.com/Klimaschutz) bei TUI
- [www.tui-umwelt.com/Klimaschutz](http://www.tui-umwelt.com/Klimaschutz) durch Klimavorsorge