



Deutscher Bundestag
Ausschuss für wirtschaftliche
Zusammenarbeit und Entwicklung
Ausschussdrucksache
Nr. 17(19)332
ÖA am 29.02.2012

„Tourismus und partnerschaftliche Entwicklungszusammenarbeit“

Öffentliche Anhörung des Ausschusses für wirtschaftliche
Zusammenarbeit und Entwicklung und des Ausschusses für
Tourismus des Deutschen
Bundestages.

Berlin 29. Februar 2012

- Professor Dr. Ernst-Adrian Freiherr v. Dörnberg –
stellv. Präsident Travel Industry Club und
ordentl. Professor an der Hochschule Worms,
Fachbereich Touristik/Verkehrswesen

Die nachstehenden Ausführungen stellen eine Zusammenfassung
einer Vielzahl von Studien und Projektergebnissen der Hochschule
Worms dar (Beleg sind u.a. Bachelor- und Masterthesen).

1. Grundsätzlich kann bzw. leistet die Reiseindustrie wichtige
Impulse
für die wirtschaftliche Entwicklung von Destinationen,
Entwicklungs-
und Schwellenländern. Viele Punkte, die im Fragenkatalog
angeschnitten werden, sind in diesem Sinne
selbstverständlich und
wurden in den vergangenen Jahren umgesetzt.
Optimierungsbedarf besteht jedoch nach wie vor.
2. Es gilt das Paradigma: die Tourismuswirtschaft/Reiseindustrie
ist
hinsichtlich aller CSR-Kriterien Täter und Opfer zugleich.
Täter: Reisen (Mobilität) produziert CO₂ (Treibhausgase),
führt
zu Umweltschäden, Zerstörung oder Beeinträchtigung
natürlicher Landschaftsbilder, fördert Prostitution und
Ausbeutung,
Ressourcenverschwendung (Bsp.: Bewässerung von
Golfanlagen
in den arabischen Emiraten, der MENA-Zone etc.), zerstört
tradierte Lebensformen, fördert damit Entwurzelung und
gesellschaftliche Spannungen – auch u.a. durch
Einführung/Übertragung neuer bzw. anderer
Wertvorstellungen.

Opfer: Die CO₂-Produktion der Reiseindustrie trägt langfristig zum Klimawandel bei; dies hat Auswirkungen auf die Ferienregionen:
Verschwinden von Inselgruppen und Atollen (Seychellen, Malediven u.a.), Verschwinden von Küsten- und Strandabschnitten mit touristischer Infrastruktur, Verschwinden von Gletschern und Schneeregionen in Wintersportgebieten. Der „Tourismusdruck“ führt zur Erosion von Denkmälern, antiken Stätten (Pompeii), Souvenirmäulen, „Händleranmache“ etc. und damit zu Attraktivitätsverlusten der Destinationen. Aversionen der indigenen Bevölkerung, Widerstand gegen den Wertewandel führt zu Abschottung, einer geringeren Servicebereitschaft.

3. Der Kunde nutzt die von der Reiseindustrie angebotenen CSR-Instrumente bisher kaum:
CO₂-Rechner und die damit möglich Kompensation (über Projekte von z.B. atmosfair, myclimate etc.) wird nur von einem Bruchteil aller Kunden in Anspruch genommen. Grundsätzlich ist in der Reiseindustrie das bestimmende Kriterium nach wie vor der **Preis** der Reiseleistung und nicht der **Wert** eines Produktes im umfassenden Sinne.

Von einer Einpreisung von CSR-Kriterien in Produkte und Leistungen ist die Reiseindustrie weit entfernt. Der CSR-Gedanke wird plakativ vermittelt, ist in den meisten Fällen jedoch Etikettenschwindel und wird auf dem „Altar“ des Yieldmanagement geopfert.

4. Die für eine nachhaltige Entwicklungszusammenarbeit stehenden Projekte finden bislang kaum oder nur rudimentär Niederschlag in den Angeboten der deutschen Reiseindustrie (beispielhaft stehen hierfür die weltweiten „Peace-Park-Konzepte“).

5. Für Zertifizierungen gibt es keine Standards: die Kunden finden keine Orientierung, da die Kriterien nicht transparent sind und auch nicht kommuniziert oder vermittelt werden. Ausnahme ist hier „forumandersreisen“: den dort organisierten Veranstaltungen wird vom Kunden Nachhaltigkeit oder schlicht ein ökologisches Bewusstsein zugeordnet.

6. Einen „Kundenerziehungsauftrag“ (im positiven Sinne einer Sensibilisierung und Bewusstmachung der Reise induzierten Konsequenzen) hat die Reiseindustrie bisher nicht angenommen. Die Schriftenreihe „Verstehen...“ des Studienkreises (Teilnehmer der

Anhörung) findet keinen oder kaum Eingang in kundenbezogene Aktivitäten.

7. Letztlich ist die Preisbereitschaft des Kunden – oder allgemeiner der Kundendruck – verantwortlich für eine Einhaltung von CSR-Kriterien/Compliance-Regeln. Bspw. Wird der Kreuzfahrtenboom auch über den Preis gesteuert: Was bedeutet das für die Nachhaltigkeit der Entwicklung = Feinstaubbelastung der „Port of Calls“, Verklappungen ausserhalb der Hoheitsgewässer etc. und damit betriebswirtschaftlich eine „Externalisierung“ von Kosten.

8. Alle „inclusive Angebote“ sind in Abhängigkeit von den Phasen (Entstehung, operative Phase...) eher negativ einzuschätzen. Wertschöpfung in der Destination wird mit derartigen Konzepten reduziert – im Vergleich zu „non-inclusive“.

9. Tourismuspolitik im Sinne wirtschaftlicher Zusammenarbeit und Entwicklung sollte mehr denn je auf Nachhaltigkeit setzen. Die Einhaltung klarer CSR-Regeln sollte jedem förderungswürdigen Projekt unterlegt werden. Projektfortschritts- und Abschlussberichte sollten den Kriterien der CSR-Berichterstattung (beispielhaft: Studiosus/Teilnehmer Anhörung) unterworfen werden.

Professor Dr. Adrian v. Dörnberg
Julianenstrasse 44 - D-67583 Guntersblum - Germany
Mobile: 0049-177-6846532