

Verantwortlich handeln: Reisen und Klimaschutz

Positionspapier für eine nachhaltige Tourismusedwicklung
in Deutschland

Bettina Herlitzius MdB

verantwortliche Mitarbeiterin: Susanne Schwarte
Kontakt: bettina.herlitzius@bundestag.de

Verantwortlich handeln: Reisen und Klimaschutz

Positionspapier für eine nachhaltige Tourismusedwicklung in Deutschland
Bettina Herlitzius MdB

1. Vorbemerkung

Reisen ist alltäglich geworden. Galt es im 18. Jahrhundert noch als ein absoluter Luxus, das unendlich ferne Mittelmeer zu bereisen, sind wir heute „dann mal weg“. Die schlichte Möglichkeit zu reisen bedeutet für den Einzelnen einen Zuwachs an Freiheit, Erholung, Erfahrung und Lebensqualität.

Davon profitiert die Tourismuswirtschaft mit einem rasant wachsenden Markt, einem Milliarden-Geschäft. Die Deutschen geben jährlich rund 200 Milliarden Euro für das Reisen aus. Weltweit werden jährlich etwa 600 Millionen Reisen unternommen, der Reiseverkehr selbst hat sich in den letzten 20 Jahren gar verdoppelt. Nach wie vor stellen Urlaub und Reisen wichtige Konsumprioritäten dar. Aber Tourismus ist ein zweischneidiges Schwert. Auf der einen Seite immer auf der Suche nach der unberührten Natur und der einmaligen Landschaft, zerstört und belastet Reisen auf der anderen Seite die Umwelt. Auch wenn immer mehr Menschen sich für die Umweltauswirkungen einer Reise interessieren, sehen 70 Prozent der deutschen Reisenden diesen Zusammenhang nicht und wollen noch immer nichts von Umweltschutz oder Nachhaltigkeit im Zusammenhang mit ihrem Urlaub wissen.¹

Nach Angaben der UN-Tourismus-Organisation UNWTO ist der weltweite Tourismus zurzeit für rund 5 Prozent der globalen Treibhausgasemissionen verantwortlich. Die reisefreudigen Deutschen verursachen pro Reise einen viermal so hohen CO₂-Ausstoß wie der Weltdurchschnitt.²

Das liebste Reiseland der Deutschen ist nach wie vor Deutschland, in ihrem eigenen Land machen jedes Jahr mehr als 70 Millionen Deutsche Urlaub. Mit etwa 3 Millionen tourismusabhängigen Arbeitsplätzen, das entspricht etwa 8 Prozent der abhängig Beschäftigten, liegt die Tourismusbranche in der Beschäftigtenstatistik hinter dem Handwerk und der Gesundheitswirtschaft an dritter Stelle. Die Tourismusbranche hat damit einen nicht zu unterschätzenden Anteil am Bruttosozialprodukt.

Diese Zahlen machen die Dringlichkeit deutlich, mit der die nachhaltige Tourismusentwicklung vorangetrieben werden muss. Denn durch das Reisen kommt es zu problematischen Entwicklungen für Natur und Umwelt. Auch die Einhaltung sozialer Standards, wie die Zahlung von Tarif- oder Mindestlöhnen an die Beschäftigten ist in der Branche keine Selbstverständlichkeit. Die nachhaltige Gestaltung der gesamten Tourismuswirtschaft für den Standort Deutschland über das ökologisch korrekte touristische Angebot einiger Reiseveranstalter hinaus, ist eine der wichtigsten wirtschaftlichen Herausforderungen der nächsten Jahre.

Selbstbestimmte Verbraucherinnen und Verbraucher legen Wert auf gesellschaftliche und ökologische Verantwortung. Wichtige Voraussetzung dafür ist eine transparente Informationspolitik. Daher muss die Massentourismusindustrie mehr Transparenz über die sozialen und ökologischen Auswirkungen einer Reise gewähren. Nur eine intakte Umwelt, kulturelle Attraktivität und qualitative Serviceleistungen machen ein Reiseziel zum Urlaubsziel!

¹ Invent: Traumziel Nachhaltigkeit, Darmstadt, November 2005

² Zitat Birgit Weerts, WWF, Juli 2008

2. Anforderungen an den Tourismus

Die Tourismusindustrie wähnt sich noch im Aufwind. Auch wenn einige Fachleute heute noch Wachstumskapazitäten, besonders für einige asiatische Länder prognostizieren, ist erkennbar, dass wichtige gesellschaftliche, technische aber vor allen klimatische Veränderungen die Tourismuswirtschaft grundlegend beeinflussen werden.

Aus Grüner Sicht sind es die Bereiche Klimawandel, Energieknappheit und deren Auswirkungen auf die Mobilität – nicht nur der Reisenden, der demografische Wandel, Soziale Standards und Lebensstilfragen zum touristischen Selbstverständnis, welche uns in diesem Politikbereich vor konkrete Herausforderungen stellen.

2.1 Tourismus und Klimawandel

Der Klimawandel wird die weltweiten Touristenströme beeinflussen: Schneemangel in den Alpen und Mittelgebirgen sowie Hitzeperioden am Mittelmeer führen zur Veränderung alter Urlaubsgewohnheiten. Diese Entwicklung erfordert von Tourismuswirtschaft, Staat und Kommunen ökonomisch und ökologisch neue Wege zu gehen, ist aber kaum ein Thema in der Tourismusbranche. Die Branche ignoriert die Problematik und gibt die Verantwortung an die Konsumenten ab. Die gesamtgesellschaftliche Verantwortung spielt dabei nur eine untergeordnete Rolle.

Statt sich bei Problemen anderen, neuen und unzerstörten Reisezielen zuzuwenden, hat die Tourismusindustrie als wirtschaftlicher Riese durchaus die Macht und die Verantwortung, aufzuklären, zu fordern und vorzubeugen, damit das, wovon dieser Industriezweig lebt, auch erhalten bleibt: eine attraktive, gesunde Umwelt!

In Deutschland werden Nord- und Ostsee durch heißere Sommer als Profiteure des Klimawandels gehandelt. Aber stimmen diese Prognosen? Wie verändert sich die Flora und Fauna eines Wattenmeers, wenn die Temperaturen steigen? Schon heute ist der Wattwurm vom Aussterben bedroht. Es ist naiv zu glauben, dass nur tourismusfreundliche Meereslebewesen migrieren werden. Die Quallenplagen in der Ostsee in den letzten Jahre sind ein erster Auftakt. Vor allem der schneeabhängige Wintertourismus des Alpenraums wird einschneidende Veränderungen erleben. In 20 Jahren werden Harz, Hochsauerland, Schwarzwald und Thüringer Wald schneefrei sein. Auch Schneekanonen bieten aufgrund steigender Temperaturen keine Rettung, um dieser Entwicklung entgegenzuwirken. Deshalb ist die aktuelle Debatte in vielen Skigebieten eine Scheindebatte. Es werden fragwürdige Anpassungsstrategien zum Erhalt der Wertschöpfung aus dem Tourismus diskutiert: die Ausstattung von Skigebieten mit Beschneiungsanlagen; der Ausbau von Skigebieten in höheren Lagen; Investitionen in Wellnessangebote, Serviceverbesserungen, Eislaufen, Rodeln, die eine Kompensation für das Skifahren darstellen sollen.

Doch um eine Region für Touristen attraktiv zu machen, ist zuerst einmal dafür zu sorgen, dass der Lebensraum auch für die dort lebende Bevölkerung erhalten und attraktiv bleibt. Klimatische Veränderungen werden zuallererst in den extremen Klima-Landschaften sichtbar. Der Rückgang der Gletscher und der Dauerfrostböden, starke Niederschläge und Stürme gefährden jetzt noch „intakte“ Landschaften. Der Erhalt und die Sicherung der Alpenbergwelt durch Aufforstungen und Bannwälder wird daher in den nächsten Jahren oberste Priorität haben müssen. Es müssen deshalb verstärkt Fördermittel eingesetzt werden, um die regionale Wertschöpfung und

dezentrale Strukturen zu fördern und zu erhalten. In den Alpen ist es z.B. auch die Bewirtschaftung der Almen oder der Bergbauernhöfe, die neben der Landschaft den Charme der Region ausmachen. An Nord- und Ostsee sind es die Fischer, die ihre Fänge im Hafen direkt von ihren kleinen Kuttern verkaufen, im Naturpark Altmühltal die Hüteschäferei mit ihrer dort langen Tradition oder im Allgäu die Pfrontener Heukur. Sowie insgesamt in Deutschland viele kleine Ortschaften in den gewachsenen Kulturlandschaften, die durch ihre Strukturen und kulturellen Möglichkeiten nicht nur für Touristen attraktiv sind, aber immer häufiger aussterben oder „infrastrukturell“ veröden, da sie mit den im Umland aus dem Boden gestampften Einkaufszentren nicht mithalten können.

Insgesamt fehlt es für den Tourismusbereich gegenüber dem Klimawandel politisch und wirtschaftlich noch immer an Einsichten und Konsequenzen.

2.2 Tourismus und Naturschutz

Schutz und Pflege von Natur und Landschaft bedeuten *zugleich* Schutz und Pflege der wichtigsten touristischen Angebotspotenziale. Intakte Landschaften zusammen mit kultureller und biologischer Vielfalt sind unersetzliche Ressourcen für touristische Aktivitäten. Wer der Natur und der Umwelt schadet, schädigt den Tourismus und entzieht ihm seine Lebensgrundlagen.

Der Umfang der Nutzung touristischer Angebote im Zusammenhang mit Großschutzgebieten, also Nationalparks, Biosphärenreservaten und Naturparks, ist bereits jetzt beachtlich und liefert zum Teil einen nicht zu unterschätzenden Beitrag zum Schutz der Natur, zur Stärkung des Binnentourismus in Deutschland allgemein und zur Entwicklung regionaler Wirtschaftskraft.

Tourismus in Großschutzgebieten in Form einer sozialverträglichen und umweltschonenden Nutzung und Entwicklung von Kultur und Natur stellt in den Regionen eine Alternative zu flächen- und infrastrukturintensiven Freizeitnutzungen dar. Er bietet darüber hinaus Kommunen und Regionen die Chance, sich im Wettbewerb als unverwechselbare Destination für spezifische Zielgruppen attraktiv zu positionieren.

Es bleibt unser politisches Anliegen, das Grüne Band entlang der früheren innerdeutschen Grenze als ökologische wertvolle Fläche zu sichern und seine touristische Nutzung zu ermöglichen. Das von uns initiierte Entwicklungs- und Erprobungsprojekt „Erlebnis Grünes Band“ des Bundesamtes für Naturschutz erarbeitet beispielhafte Lösungen für die Verbindung von Ökologie, Naturschutz und Erinnerungsarbeit.

2.3 Tourismus und Mobilität

Mehr als die Hälfte der Kilometer werden heute in Freizeit und Urlaub gefahren. 75 Prozent des CO₂-Ausstoßes im Tourismus sind der Mobilität zuzurechnen – mit immer größeren Belastungen für Mensch und Natur. So wuchs beispielsweise die Anzahl der per Flugzeug zurückgelegten langen Urlaubsreisen in weniger als 10 Jahren um 33 Prozent.³ Flugreisen sind als treibende Kraft für den Tourismus anzusehen, sie ermöglichen es dem Reisenden lange Strecken zurückzulegen, andere Kontinente und unterschiedliche Kulturen auf der ganzen Welt kennenzulernen.

³ Demunter, Christophe: Sind die jüngsten Entwicklungen im Tourismus mit einer nachhaltigen Entwicklung vereinbar? In: Statistik kurz gefasst, 01/2008

Gerade deshalb steht die Wahl des Transportmittels bei einer Reise im Mittelpunkt, wenn man die CO₂-Belastung einer Reise reduzieren will. So ist das Fliegen im Vergleich zum Reisebus oder zum Fernverkehr der Bahn bis zu 11mal schädlicher für die Atmosphäre. Ein Flug von Deutschland nach Mallorca schädigt das Klima so sehr, wie ein Jahr Auto fahren. Die Möglichkeit des billigen Fliegens hat das Leben in Deutschland verändert, Lebensstile und Urlaubsgewohnheiten geprägt. Im Gegensatz zu den übrigen Verkehrsträgern sind neben den Flugzeugen, die in den letzten Jahren mehr und mehr ins Massentourismussegment drängenden Kreuzfahrtschiffe ebenfalls ungemeine Schadstoffemittenten. Nur zur Verdeutlichung, ein Kreuzfahrtschiff hat ungefähr den Energieverbrauch einer Kleinstadt.

Auf der politischen Ebene gilt leider, dass die in der EU und in Deutschland herrschende Steuer- und Subventionspolitik eher die ökologisch schädliche Wahl des Transportmittels und des Reiseziels unterstützt. Noch ist der Trip mit dem Flieger nach Mailand billiger als ein Bahnticket nach Weimar. Die Billigflugreiseangebote der vergangenen Jahre entsprachen allerdings nicht den echten Kosten des Fliegens und benachteiligen andere Verkehrsträger, wie die Bahn. Diese ist jedoch in der Lage Mobilität umweltgerecht zu gewährleisten – ein fairer Wettbewerb mit anderen Verkehrsträgern vorausgesetzt.

2.4 Tourismus und demografischer Wandel

Aufgrund der Alterung der Bevölkerung und der Schrumpfung der Gesellschaft gewinnt das Marktsegment der Älteren für die Tourismuswirtschaft zunehmend an Bedeutung. Die Hälfte der Bevölkerung wird im Jahr 2050 älter als 48 Jahre alt sein, jeder dritte über 60. Diese Entwicklung bietet Chancen für die Tourismusindustrie, erfordert aber auch im Tourismussektor Veränderungen.

Destinationen, die frühzeitig die Auswirkungen des demografischen Wandels in ihre Planungen mit einbeziehen, werden voraussichtlich profitieren. Ein wichtiger Baustein für eine erfolgreiche touristische Erschließung in einer alternden Gesellschaft ist eine gut ausgebaute Infrastruktur in den Urlaubsregionen. Gerade vor dem Hintergrund des demografischen Wandels ist es unbestritten, dass ein attraktives Öffentliches Nah- und Fernverkehrsangebot für die gesellschaftliche und kulturelle Teilhabe älterer Menschen wichtig ist. Trotzdem betreibt kaum ein touristischer Anbieter aktive Informationspolitik über umweltfreundliche und barrierefreie Anreise- und Fortbewegungsmöglichkeiten für die jeweilige Destination. Deshalb besteht auch an dieser Stelle ein Handlungsbedarf.

Auch der Serviceaspekt wird für touristische und verkehrliche Dienstleistungen vor dem Hintergrund des demografischen Wandels immer wichtiger. Dabei kommt es nicht nur auf die Überwindung einer Strecke an. Ältere Reisende wünschen sich auch unterwegs Sicherheit und eine respektvolle Behandlung. So bieten sich beispielsweise Reiseketten an, die durch Vernetzung der unterschiedlichen Leistungsträger, also sämtlicher Verkehrsmittel und aller Serviceangebote eine Tür zu Tür Anbindung sicherstellen.

Weiterhin besteht seit März 2005 eine Zielvereinbarung des Deutschen Hotel und Gaststättenverbands DEHOGA zur Erfassung, Bewertung und Darstellung barrierefreier Angebote in Hotellerie und Gastronomie. Hier ist festzustellen, dass sich das Angebot von barrierefreien Beherbergungsbetrieben – sowohl quantitativ als auch qualitativ – durch die Zielvereinbarung nicht verbessert hat. Zudem gab es bislang

keine vergleichbare Übertragung in die ebenfalls touristischen Bereiche Verkehr, Kommunikation und Dienstleistung, was ebenfalls notwendig erscheint.

2.5 Tourismus und soziale Standards

Die Anwesenheit von Touristen hat Auswirkungen auf die Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung und ist ein wichtiger Motor für die regionale Wertschöpfung und den Arbeitsmarkt. Diesen Arbeitsplätzen kommt auch deshalb ein besonderes Gewicht zu, da sie meist in strukturschwachen Gebieten entstehen, wo es wenig andere Arbeitsmöglichkeiten mangels Industrie und Handel gibt. Große Teile Mecklenburg-Vorpommerns oder beispielsweise das niedersächsische Wendland zählen zu diesen Gebieten. Doch Deutschland wird immer mehr zum Billiglohnland, wie Länderstudien zum Niedriglohnsektor zeigen: 6,5 Millionen Menschen in Deutschland liegen mit ihrem Verdienst unterhalb der Niedriglohnschwelle, die Anzahl der Beschäftigten, die weniger als 5 Euro verdienen, ist von 2004 bis 2006 von 1,5 auf rund 2 Millionen angestiegen.

Die touristische Dienstleistungsbranche ist von dieser Entwicklung betroffen. Saisonarbeit und lange Arbeitszeiten kennzeichnen neben niedrigen Löhnen viele Arbeitsplätze der Branche. Dabei sind engagierte, von ihrer Tätigkeit überzeugte und überzeugende Mitarbeiter ein wichtiger Pluspunkt für die Kundenzufriedenheit.

2.6 Tourismus und die Touristen

Warum reisen wir? Tourismus ist Kultur, Reisen bildet, macht Spaß, entspricht unserem Zeitgeist. Doch wohin geht die Reise in Zukunft? Konsumforscher sagen, hin zu LOHAS – dem „Lifestyle of Health and Sustainability“. Das ist nicht „nur“ die Gewissensberuhigung für Gutsituierte. Vielmehr haben umwelt- und sozialverträgliche Reisen eine zunehmende Bedeutung in unserer Gesellschaft. Sie müssen nicht asketisch und nicht unbedingt teurer sein als vergleichbare konventionelle Reisen. Zudem soll und will sicher auch künftig niemand bezüglich seiner Reiseentscheidung bevormundet werden.

3. Grün reisen: Forderungen und Handlungsoptionen

Initiativen wie forumandersreisen und viabono haben gezeigt, dass nachhaltiger Tourismus möglich ist. Wir fordern nun auch die Touristikunternehmen der Massentourismusindustrie auf, endlich auf den Klimawandel zu reagieren. Denn eine ökologische Orientierung unter Berücksichtigung ökonomischer Aspekte rechnet sich! Ökologische Innovationen und zukunftsweisende Kreislaufwirtschaft, schonender Umgang mit Materialien und Energie, der ganzheitliche Umgang mit Mensch und Natur sind die wichtigsten Leitlinien für einen sanften Tourismus.

Unsere Forderung nach einer transparenteren Gestaltung soll keinesfalls bedeuten, dass von nun an die vielen freiwilligen Bemühungen hin zu einem nachhaltigen Tourismus einem Diktat der Politik unterworfen werden. Das wäre nicht durchsetzbar und erst recht nicht sinnvoll. Vielmehr setzen wir Grüne uns dafür ein, dass die Tourismuswirtschaft zu einer transparenten Informationspolitik verpflichtet wird, die dem Verbraucher ermöglicht seine Reiseentscheidungen auch nach der Klimabilanz einer Reise zu treffen.

Denn auch wenn alle Transparenz erreicht wäre und Tourismusanbieter offensichtlich überwiegend nachhaltige Produkte anbieten, kann der Verbraucher sich nicht blind verlassen. Auch in einer grünen Marktwirtschaft bleibt immer eine Eigenverantwortung des Nutzers. Ökolabel oder auch „atmosfair“ Ausgleichszahlungen sind keine Freibriefe, keine Ablässe, die umweltschädigendes Verhalten an anderer Stelle wieder kompensieren.

Um den veränderten Anforderungen und Voraussetzungen besser gerecht werden zu können, machen wir uns stark für die Entwicklung neuer touristischer Leitbilder. Bündnis 90/Die Grünen setzen sich dafür ein, dass die betroffene Bevölkerung in Planungs- und Entscheidungsprozesse einbezogen wird. Denn nur mit nachhaltigen Entwicklungsstrategien kann man den Ursachen und Folgen des Klimawandels begegnen. Auch Informationskampagnen zur Problematik Reisen-Treibhauseffekt-Klimawandel sind wünschenswert.

Bündnis 90/Die Grünen fordern:

Im Bereich Tourismus und Klimaschutz

- Bei Pauschalreisen, Flugtickets, Bahnfahrkarten etc. die Höhe der CO₂-Emissionen und aller anderen klimawirksamen Emissionen auf Basis von TREMOD⁴ gut sichtbar auszuweisen. So wird dem Verbraucher ermöglicht, seine Reiseentscheidung auch nach der Klimabilanz einer Reise zu treffen.
- Alternativen zum Skifahren und zum schneeabhängigen Wintertourismus zu erarbeiten. Skianlagen in tiefen Lagen rückzubauen, Landschaften zu renaturieren und eine breitere Angebotspalette, die die Region ganzjährig zu einem attraktiven Reiseziel macht, zu entwickeln. (Positivbeispiele gibt es z.B. im Schwarzwald)
- Keine touristische Neuerschließung von noch unerschlossenen Landschaften oder von Gletschern.
- Die Wirtschaftsförderung der öffentlichen Hand im Bereich Tourismus soll verpflichtend dem Nachhaltigkeitsgedanken unterliegen. Dabei sollte die Überprüfung von Organisationen und Unternehmen so einfach wie möglich gestaltet sein. Finanzielle Förderung also ausschließlich für Projekte, die sich an den zu definierenden Maßstäben für eine nachhaltige Entwicklung im Tourismus messen lassen. (z.B. keine Geldmittel für Schneekanonen oder Projekte wie das Tropical Island in Brand)

⁴ Das Emissionsberechnungsmodell „TREMOD“ (Transport Emission Model) bildet den motorisierten Straßen-, Schienen-, Schiffs- und Flugverkehr in Deutschland hinsichtlich seiner Verkehrs- und Fahrleistungen, dem Energieverbrauch und den zugehörigen Luftschadstoffemissionen für den Zeitraum 1960 bis 2030 ab. Es wurde vom IFEU-Institut im Auftrag des Umweltbundesamtes entwickelt und wird seit mehreren Jahren kontinuierlich fortgeschrieben. TREMOD wird u.a. vom Umweltbundesamt und von verschiedenen Bundesministerien für die Umweltberichterstattung, für die Vorbereitung von Gesetzesvorlagen und politischen Entscheidungen verwendet. Es wird auch von verschiedenen Organisationen genutzt und unterstützt, vor allem vom Verband der Automobilindustrie, von der Deutschen Bahn AG und vom Mineralölwirtschaftsverband. Es ist damit eine in Deutschland allgemein akzeptierte Datengrundlage für Energie- und Emissionsdaten aus dem Bereich Verkehr. (KNÖRR et al. 2005, S. 6)

Im Bereich Tourismus und Naturschutz

- die Richtlinie für Tourismus und Biodiversität des Übereinkommens über die biologische Vielfalt in allen Segmenten des Deutschlandtourismus konsequent umzusetzen;
- die naturverträglichen touristischen Angebote für Großschutzgebiete und das Grüne Band in Zusammenarbeit mit dem Naturschutz weiterzuentwickeln und dabei insbesondere auch das Segment des barrierefreien Tourismus auszuweiten;
- das Instrument der „Europäischen Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten“ weiterzuentwickeln;
- den Natur- und Landschaftsschutz in den Alpen zu stärken und alternative Sport- Kultur- und Naturgenussangebote anstelle des Alpin-Ski- Tourismus angesichts schneearmer Winter und rückläufiger Skifahrer-Zahlen zu entwickeln;
- dass Natursport- und Naturschutzakteure ihre Zusammenarbeit weiter vertiefen und so zur Entwicklung natur- und landschaftsverträglicher sportlicher Betätigung in Natur und freier Landschaft beitragen.

Im Bereich Tourismus und Mobilität

- Ein Umsteuern der Besteuerung und Subventionierung der Transportmittel: die Einführung der Kerosinbesteuerung, die Abschaffung der Mehrwertsteuerbefreiung für Auslandsflüge sowie die Liberalisierung des Fernbusverkehrs als Ergänzung zum Bahnverkehr.
- Die Erreichbarkeit von touristischen Orten und den dortigen Aufenthalt mit öffentlichen Verkehrsmitteln sicherzustellen sowie eine attraktive Vor-Ort-Mobilität anzubieten, um so die Benutzung solcher Verkehrsmittel durch die Touristen zu unterstützen und zu fördern. Nur so ist eine Verlagerung eines Teils der Tourismusmobilität auf umweltverträglichere Verkehrsmittel zu bewirken.
- Kooperationen zwischen Verkehrsträgern und Tourismus zu fördern, um z.B. bedürfnisorientierte und zielgruppengerecht gestaltete Reise- und Informationsketten zu entwickeln.
- In Urlaubsregionen grenzüberschreitende Verkehrsverbünde sowie einheitliche Tarif- und Reservierungssysteme zu schaffen.
- Das Fernreisenetz der Bahn weiter auszubauen und die inländischen touristischen Destinationen barrierefrei, qualitativ und komfortabel anzubinden, sowie eine barrierefreie Gestaltung des Öffentlichen-Personen-Nahverkehrs.
- Nachtzugverbindungen können gerade bei größeren Reiseentfernungen eine angenehme Alternative sein. Die aktuellen Produkte der Bahn sind veraltet, unkomfortabel und nicht in ein Gesamtverkehrsnetz integriert. Die Angebote müssen was Tarife, Fahrpläne, Reisewaggonausstattung und Serviceleistungen betrifft, dringend modernisiert und den Anforderungen verschiedener Reisegruppen wie Familien, Senioren usw. angepasst werden.

- Mitnahme der Fahrräder im ICE ist gerade für den boomenden Markt des Fahrradtourismus in Deutschland ein wichtiges Kriterium. Die Bahn muss endlich ihre Blockade aufgeben.
- Um eine Landschaft eine Region auch touristisch zu erleben sind klare, einfache und „barrierefreie“ Beschilderungen von touristischen Rad- und Wanderwegen, sowie von kulturellen Besonderheiten und Denkmälern erforderlich. Wir fordern die bundesweite Einführung eines Knotenpunktsystems für die Rad- und Wanderwegebeschilderung und eine einheitliche, auch für Laien lesbare, Beschilderung von Wander- und Ausflugswegen.

Im Bereich Tourismus und demografischer Wandel

- Mehr Serviceleistungen z.B. zeitnahe Gepäcktransport und betreutes Reisen, Komfort von Haustür zu Haustür z.B. durch die Bildung von Reiseketten
- Über die Zielvereinbarungen zu barrierefreien touristischen Angeboten hinausgehende gesetzlicher Regelungen und eine Stärkung der Verbände im Hotel- und Gaststättengewerbe in Form von Unterstützung, Schulung und Beratung, wie dies z.B. auf Landesebene die „agentur barrierefrei NRW“ leistet.
- Eine allgemeine, umfassende barrierefreie Umweltgestaltung des Leitbildes für den Deutschlandtourismus im Sinne eines „Design für Alle“ verstärkt zu fördern.

Im Bereich Tourismus und Soziale Standards

- Die Einführung von verbindlich geltenden branchenspezifischen Mindestlöhnen, um den Unterbietungswettbewerb durch Lohndumping zukünftig zu verhindern.
- Zusätzlich wollen wir Menschen mit geringen Einkommen durch das Progressiv-Modell bei den Sozialabgaben entlasten. Durch einen progressiv ansteigenden Abgabensatz haben sie mehr Netto vom Brutto.
- Keine Aufweichung des Jugendschutzgesetzes, beispielsweise durch die Verlängerung der Nachtarbeitszeiten für Auszubildende unter 18 Jahren.
- Faire Arbeitsbedingungen und die Einhaltung der gesetzlichen Arbeitsschutzbestimmungen durch regelmäßige Überprüfungen.

4. Zusammenfassung und Ausblick

Mehr Nachhaltigkeit im Massentourismus ist nicht nur denkbar, sondern auch praktikabel. Zertifizierung und neue Leitbilder würden zu einem ökologisch und sozial verträglicheren – sanften Tourismus beitragen. An dieser Stelle sind vor allem die Anbieter gefordert, ihrer Umwelterklärung von 1997 „zu einer ökologisch verantwortungsvollen Tourismuspolitik“ nachzukommen. Denn Tourismus ist eine Schlüssel-

branche für eine nachhaltige Entwicklung – „Nachhaltigkeit“ nicht nur für die Tourismusindustrie, sondern vor allem durch die Tourismusindustrie.

Doch auch die gezielte Beeinflussung der Reiseentscheidung durch geeignete Aufklärungskampagnen ist ein ganz wichtiger Schritt in die richtige Richtung, in die auch unsere Forderung nach einer CO₂-Kennzeichnung für alle Transportmittel weist. Hier ist es vor allem die Aufgabe der Politik dafür Sorge zu tragen, dass größtmögliche Transparenz für den Verbraucher geschaffen wird. Ein neues touristisches Leitbild könnte zum Beispiel durch neue Arbeits- und Urlaubsmodelle entstehen, indem die Möglichkeit eröffnet wird, ein Teil des Jahresurlaubs anzusparen und für seltenere, dafür längere Fernreisen zu nutzen. Dazwischen gilt es für attraktive, umweltverträgliche Kurzreisen im eigenen Land zu werben und nicht für das Shopping-Wochenende in London oder Riga.

Auch wenn sich extrem verteuern Energiepreise dazu führen, dass derzeit ein Wandel stattfindet und der Trend immer mehr Mobilität zu geringeren Kosten zu bekommen derzeit gebrochen wird, die Veränderungen am Reisemarkt werden noch einige Zeit auf sich warten lassen.

Beim Reisenden überhaupt ein Bewusstsein über die Umweltauswirkungen der Reise zu erzeugen muss unser wichtigstes Ziel sein. Nur so wird eventuell einem näheren Ziel der Vorzug gegeben. Bündnis 90/Die Grünen machen sich stark für ein „Reisen“, das stärker als bisher im Einklang mit unserer natürlichen und sozialen Umwelt steht.