

GASTKOMMENTAR



Rainer Stoll ist Geschäftsführer und Gründer von Travel to Nature, Birdingtours und For Family Reisen und ist einer der Pioniere des Ökotourismus.

Klimaschutz ist wichtig – aber nicht das Wichtigste

Die gesamte Umweltdebatte, auch in der Reisebranche, verengt sich derzeit auf den Klimaschutz. Dieser darf jedoch nicht der alleinige Heilsbringer eines nachhaltigen Tourismus sein. Ich finde es fatal, dass wir uns alle inzwischen in die „Klimaecke“ drängen lassen, aus der wir nicht herausfinden. Denn das einzige Schlupfloch ist die Kompensation der Flugemissionen. Das aber wird uns oft als „Ablasshandel“ ausgelegt, den sich nur Reiche leisten können. Nicht ganz zu Unrecht übrigens.

IN DER KLIMADEBATTE sind kaum Argumente zu hören, was der Tourismus an Gutem für die Menschheit bringt. Und da gibt es einiges: Humanistisch gesehen hat er positive Aspekte im Hinblick auf die Menschenrechte bewirkt, insbesondere Frauen profitieren heute vom Tourismus. Überhaupt ist die Zahl der Arbeitsplätze im Tourismus ein Pfund, das es gilt, in die Waagschale zu werfen. Das Verständnis untereinander, zwischen verschiedenen Kulturen, wird gestärkt und ein Kriegsrisiko reduziert. Auch im Artenschutz gibt es Fortschritte durch touristische Aktivitäten; hier möchte ich das Beispiel Island anführen, wo der Walthourismus das Abschachten der Tiere offenbar verhindert. Touristen achten zudem darauf, dass keine Kinderarbeit unterstützt wird, oder engagieren sich für Projekte, die auf Reisen besucht werden. Minderheiten werden durch den Tourismus geschützt, und viele kleine Bauernfamilien leben vom Handel mit unseren Reisegästen.

ICH BIN NICHT SO BLAUÄUGIG, um nicht zu wissen, dass in unserer Branche noch sehr viel falsch läuft: Es gibt immer noch Kreuzfahrten, die mit Schweröl ohne Abgasnachbehandlung

operieren, es gibt Prostitution im Tourismus und Ausbeutung von Kindern, es gibt Jagdsafaris und viele andere unschöne Arten des Reisens. Gleichzeitig können es sich immer weniger Veranstalter leisten, noch mehr in Nachhaltigkeit zu investieren. Jeder, der in unserer Branche agiert, muss sich anstrengen, besser zu werden: Wo kann ich CO₂ einsparen? Brauchen wir noch Inlandsflüge, oder können wir die Wegstrecke mit der Bahn realisieren? Werden meine Dienstleister gerecht bezahlt? Wie steht es um die Menschenrechte in den Destinationen? Wie gehen wir auf unseren Reisen mit dem Thema Müllvermeidung um? Welche Maßnahmen ergreifen wir in Sachen Recycling? Bei der Ressourcenschonung müssen wir mehr tun.

GANZ WICHTIG: Zahlen wir Steuern im Reiseland? Einige Veranstalter nehmen es da nicht so genau und vermeiden es, dort Steuern zu entrichten. Dabei ist es überaus bedeutsam, die Regierungen der Länder mit – hoffentlich gerechtfertigten – Steuermitteln zu versorgen, damit sie eine vernünftige Infrastruktur aufbauen können. Auf diese Weise soll ein selbstbestimmtes und sicheres Leben in den von uns besuchten Ländern ermöglicht werden. Wie essenziell das ist, bekommen wir seit der Flüchtlingskrise im Jahr 2015 mit. Auch diese Sicherheit ist ein Pfund, mit dem wir Touristiker wuchern können.

Ich erachte es als unsere Pflicht, nachfolgenden Generationen einen möglichst großen Gestaltungsspielraum zu hinterlassen. Wir kleine Veranstalter haben es in dieser Hinsicht etwas einfacher, und wir sind Vorreiter beim Thema Nachhaltigkeit. Wenn in den Klimadebatten künftig auch einmal die Worte Menschenrechte, Arbeitsplätze, Gleichberechtigung und Minderheitenschutz fielen, würde ich mich sehr darüber freuen.

Stimmen in dieser Ausgabe

„Wenn ein Partner mit TUI nicht wächst, deutet das darauf hin, dass er von uns wegsteuert.“

Michael Knapp, Direktor Quellmarktvertrieb und Franchise TUI (S. 21)

„Unser Außendienst ist unsere Bio-Schnittstelle.“

Deniz Ugur, Bentour-Chef, zur Bedeutung des Außendienstes (S. 33)

„Kein Konzern hat eine echte Ökoreise entwickelt, obwohl die Nachfrage offenbar da ist.“

Katharina von Knop, Geschäftsführerin Digital Trust Analytics (S. 64)