

# Regionen haben Beratungsbedarf

**Wie steht es um die nachhaltige Reisebranche? Das untersucht der Verein Ökologischer Tourismus in Europa (Ö.T.E.). Der Vorsitzende Rolf Spittler kann aus seiner Erfahrung in dem Netzwerkverband und in seiner eigenen Beratungsfirma sagen: Es geht voran, aber langsam.**

## Interview: Katrin Poesse

**WILA Arbeitsmarkt: Von den Corona-bedingten Veränderungen in der Tourismus-Branche abgesehen – wie hat sich die Akzeptanz nachhaltiger Tourismus-Angebote in den vergangenen Jahren verändert?**

**Rolf Spittler:** Langsam und stetig – und dadurch auch etwas demotivierend, die große Breitenwirkung ist noch nicht da. Die Mehrzahl der Deutschen macht im Ausland Urlaub. Im Deutschland-Urlaub sehen wir schon einen Trend, sich auf nachhaltige Aspekte zu besinnen. Wenn ich ein besseres, komfortableres Angebot habe, das mit nachhaltigen Aspekten einhergeht, dann nutzen die Gäste das auch. Aber die Mehrzahl achtet noch wenig darauf, nachhaltig zu verreisen. Es wird viel darüber geredet, dass wir auf das Klima achten müssen, was viele vielleicht im Alltag schon tun. Im Urlaub ist es dagegen immer noch so, dass wir sehr viel ausblenden.

**In welchen Bereichen finden sich die langsamen und stetigen Fortschritte, von denen Sie sprechen?**

Das sind vor allem die Regionen, die immer stärker auf Radfahr- und Wanderangebote setzen, sie versuchen, sie zu verbessern und mit einem Erlebnispotenzial zu verbinden. Der nächste Sektor sind die Gastgeber, wo Hoteliers darauf achten, dass sie Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigen, zum Beispiel, allein aus wirtschaftlichen Gründen Wasser und Energie einzusparen. Aber all das ist noch nicht Standard. Gerade die Mülltrennung und Mülleinsparung sind Punkte, die in Hotels noch besser umgesetzt werden könnten.

**Wo sonst müsste sich noch mehr tun?**

Beim Kernthema Verkehrssektor kann man sicherlich noch einiges tun. Dazu müssen aber Angebote und Möglichkeiten da sein. Viele Reiseregionen kann ich mit dem Zug gar nicht oder nicht komfortabel erreichen. Da müsste die Bahnverbindung verbessert werden. Politische Rahmenbedingungen sind auch entscheidend: Zum Beispiel müsste im Fördersektor mehr darauf geachtet werden, dass nachhaltige Strukturen gefördert und unterstützt werden, damit sie sich weiterentwickeln können. Da ist die Politik als Stellschraube und Rahmensetzendes Element von zentraler Bedeutung.

**Wie sieht ein gutes Beispiel für nachhaltigen Tourismus aus?**



*Der Geograf Rolf Spittler will mit dem Verein Ö.T.E. den nachhaltigen Tourismus voranbringen.*

*Foto: privat*

Das sind vor allem unsere Großschutzgebiete, unsere Naturparks, unsere Nationalparks, für die der nachhaltige Tourismus ein Kern ist. Sie achten darauf, dass nicht nur die Angebote mit Naturerlebnis nachhaltig sind, sondern dass man in der Region auch nachhaltig mobil sein kann. Auch Gastgeber spielen dort mit und verschreiben sich als National- oder Naturpark-Partner dem Thema Nachhaltigkeit. Da kann man sehr schön sehen, dass die ganze Kette funktioniert. Das sind kleine, grüne Inseln in der Tourismus-Landschaft. Wir müssen eigentlich auch mehr in den Städtetourismus – dort hat man vom Verkehrssektor her relativ einfache Möglichkeiten, weil ÖPNV-Angebote vorhanden sind.

**Wenn man nachhaltigen Tourismus als Berufsfeld sieht – können Sie empfehlen, jetzt in diesen Bereich einzusteigen?**

Ich denke, die berufliche Perspektive ist eher, den nachhaltigen Hintergrund mitzubringen und bei den klassischen Arbeitgebern einzubringen: zum Beispiel bei der Tourismusmarketing-Organisation, die jemanden für den Bereich Marketing sucht, der auch Nachhaltigkeits-Wissen mitbringt. Wir sind noch nicht an dem Punkt, zumindest nicht in der Masse, dass Tourismusregionen reine Nachhaltigkeitsmitarbeitende suchen.

**Das heißt also, dass man einen Vorteil hat, wenn man zusätzlich zum üblichen Handwerkszeug auch Nachhaltigkeits-Fachwissen mitbringt?**

Ja, mit beidem ist man, denke ich, relativ gut aufgestellt. Die Mitarbeitenden, die wissen, wie Destinationsmanagement unter nachhaltigen Gesichtspunkten funktioniert und gleichzeitig auch einen Generalüberblick mit Kenntnissen im klassischen Tourismusmanagement oder Marketing haben, sind im Vorteil. Das ist, glaube ich, etwas, das in der Zukunft an Bedeutung gewinnt. Wir sehen momentan, dass viele Regionen und Akteure beim Thema Nachhaltigkeit noch großen Beratungsbedarf haben. Momentan versucht man noch, sich das Wissen über Projekte extern einzukaufen. Aber dauerhaft wird das mehr zum Alltagsgeschäft werden müssen. Und dann ist eben neben der Frage, wie ich mein Marketing gut umsetze, auch ein Thema des Alltagsgeschäftes, wie und an welchen Stellen ich auf nachhaltige Strukturen achten muss.