



TTB
Touristik-Taschenbücher

Herausgegeben von
Professor Dr. Heinrich-Rudolf Lang

Bisher erschienene Bände:
Bartl u. a., GeoLex, 2. Auflage
Berkold-Fackler · Krumbholz,
Reisen in Deutschland
Schmeer-Sturm, Gästeführung, 3. Auflage
Schmeer-Sturm, Reiseleitung, 3. Auflage
Viegas, Ökomanagement im Tourismus

Ökomanagement im Tourismus

Von
Angela Viegas

R. Oldenbourg Verlag München Wien

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

Viegas, Angela:

Ökomanagement im Tourismus / von Angela Viegas. – München ;
Wien : Oldenbourg, 1998
(Touristik-Taschenbücher)
ISBN 3-486-24413-2

© 1998 R. Oldenbourg Verlag
Rosenheimer Straße 145, D-81671 München
Telefon: (089) 45051-0, Internet: <http://www.oldenbourg.de>

Das Werk einschließlich aller Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Gedruckt auf säure- und chlorfreiem Papier
Gesamtherstellung: Grafik + Druck, München

ISBN 3-486-24413-2

Vorwort

Reisen schädigt die Umwelt - mal mehr, mal weniger, abhängig davon, wie wir reisen. Schaden für die Umwelt entsteht jedoch immer.

Jeder hat schon die Konsequenzen des Reisens auf die Umwelt an irgendeiner Stelle bemerkt: stickige Luft durch Verkehrsüberlastung, verbaute Küstenlandschaften, unsaubere Strände, Lärm, unregelmäßige Baustellen, nicht entsorgter Müll, verschmutzte oder veralgte Gewässer, abgestorbene Bäume, erosionsgeschädigte Berghänge. Es gibt noch viel mehr Auswirkungen auf die Umwelt, die der Tourist nicht sieht, weil sie nur aufwendig meßbar sind oder auch weil man sie absichtlich vor dem Urlauber verbirgt: Luftbelastung in großen Höhen, Artensterben bei Flora und Fauna, unkontrollierte Mülldeponien, Energie- und Wasserverschwendung.

Selbst wenn man den Zusammenhang zwischen Tourismus und Umweltbelastung einsieht, wer will schon deswegen aufs Reisen verzichten? Verreisen scheint ein menschliches Grundbedürfnis zu sein. Für das Festhalten der Deutschen an Urlaubsplänen selbst in Zeiten finanzieller Krise hat es in den letzten Jahren Beweis genug gegeben. Die Psychologen und Sozialwissenschaftler haben diverse Erklärungsversuche für dieses Phänomen angeboten. Aber ob es nun der Nomaden-Urtrieb des Menschen oder die Flucht aus dem Alltag ist, was uns in die Ferne treibt, - es ist stark genug, über alle Bedenken zu siegen.

Zum Schutz der Umwelt könnten wir doch wenigstens anders, sanft, alternativ reisen, so fordern seit den siebziger Jahren die Tourismuskritiker. Doch nicht jeder kann und will wandernd mit Rucksack und Mehrwegflasche die stadtnahe Umgebung erkunden. Zum Glück, denn das Chaos wäre gar nicht auszudenken, das entstehen würde, wenn sich die Touristenmassen auf diese sanfte Urlaubsform stürzen würden. Auch Öko- und Naturreisen sind keine prinzipielle Lösung, denn hierfür gilt der Massen-Faktor ebenso: Wenn Touristen in großer Zahl durch den Dschungel streifen, ist auch dort die Umwelt durch Tourismus bedroht. Umweltschonender Tourismus allein durch Verzicht oder Umerzichung der Urlauber? Dieses Konzept ist endgültig gescheitert.

Die Tourismusbranche hat ihre Abhängigkeit von intakter Natur und Umwelt längst erkannt und ist bereit, ihrerseits Verantwortung für den Schutz von Natur und Umwelt zu übernehmen. In vielen Bereichen dieses größten Industriezweiges der Welt ist Ökomanagement kein Fremdwort mehr. Ziel ist ein nachhaltiger, umweltverträglicher Tourismus, der den wirtschaftlichen Erfolg der Branche und des einzelnen Unternehmens langfristig sichert und gleichzeitig die Belastungsgrenzen der Umwelt und Natur nicht überschreitet. Zur Vermeidung und Lösung von Umweltproblemen bedient man sich dabei Methoden naturwissenschaftlich-technischer ebenso wie organisatorisch-betriebswirtschaftlicher Art. Aus den Erfolgen und Fehlern des Umweltschutzes in der produzierenden Industrie kann die Tourismusindustrie dabei lernen: Die Vorbilder aus diesen Sektoren können angepaßt werden auf den Dienstleistungssektor. So ist das Öko-Audit der EG-Verordnung derzeit nur für die produzierende Industrie vorgesehen, aber in vielen Unternehmen der Tourismusbranche wird bereits ein Öko-Audit vorbereitet bzw. durchgeführt und für die Anpassung an den Dienstleistungsbereich gibt es zahlreiche Hilfen.

Der Tourismussektor ist enorm heterogen, und vom kleinen Kiosk bis zum internationalen Konzern sind Firmen aller Größe daran beteiligt. Reisebüros, Veranstalter, Verkehrsträger, Hotellerie, Gastronomie, Fremdenverkehrsamt - sie alle müssen auf ihre eigene Weise Umweltmanagement gestalten, damit das Produkt „Reise“ als Gesamtleistung aller umweltverträglicher wird. Einige Tourismussektoren sind darin weiter fortgeschritten als andere, und die Lösungen sind bunt und vielgestaltig wie die Angebote aus den schönsten Reisekatalogen. Gefördert wird das Ergrünen des Tourismus von Umwelt- und Naturschutzverbänden, Touristikorganisationen, neu entstandenen Interessensgemeinschaften und Behörden von lokaler bis multinationaler Zuständigkeit. Jährlich werden diverse Preise für Umweltaktivitäten im Tourismus verliehen und Fördermittel für neue Projekte bereitgestellt.

Ökomanagement im Tourismus wird oft begleitet und vielfach auch mißverstanden als ökologische Produktdifferenzierung: Das Angebot neuer umweltorientierter oder naturverbundener Tourismusvarianten (Ökotourismus) zur Erweiterung des Gästekreises ist eine sinnvolle Ergänzung, aber kein Ersatz für ein Umweltmanagement im Unternehmen oder im Feriengebiet.

Viel zu wenig weiß der Urlauber von den Aktivitäten der Tourismusbranche für die Umwelt, viel zu selten hat er heute bereits die Möglichkeit, unter umweltfreundlichen und umweltbedenklichen Angeboten zu wählen und dadurch die umweltverträglich wirtschaftenden Unternehmen zu fördern.

Dies Buch soll das Spektrum des sich entwickelnden Ökomanagements im Tourismus darstellen. Zahlreiche Beispiele aus Deutschland und den beliebtesten Reisezielen der Deutschen rund um den Globus zeigen die Möglichkeiten auf, die es heute schon gibt, Umweltschutz im Tourismus zu betreiben, ebenso wie die Chancen und Grenzen, die Gäste daran zu beteiligen.

Ein aktives Ökomanagement seitens der Tourismusanbieter wird zukünftig - zusammen mit einer bewußten Auswahl durch den Urlauber - langfristig weltweit ein vielfältiges und doch weitgehend umweltverträgliches Reisen ermöglichen können.

Angela Fiegas

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	V
INHALTSVERZEICHNIS	VII
TEIL 1: UMWELTVERTRÄGLICHER TOURISMUS	I
<i>Der Tourist</i>	2
<i>Tourismusbranche</i>	3
<i>Arbeitsplatz Tourismus</i>	4
<i>Wirtschaftsfaktor Tourismus</i>	5
<i>Massentourismus</i>	7
<i>Deutsche: Reiseweltmeister</i>	8
<i>Tourismuskritik</i>	9
<i>Sanfter Tourismus</i>	9
<i>Alternativer Tourismus</i>	12
<i>Natur- und Ökotourismus</i>	12
<i>Agrotourismus</i>	13
<i>Nachhaltiger Tourismus</i>	14
<i>Umweltverträglicher Tourismus</i>	15
1.2. UMWELTPROBLEME IM TOURISMUS	16
<i>Beobachtbare Umweltschäden</i>	16
<i>Naturschutz</i>	17
<i>Belastungsgrenzen von Natur und Umwelt</i>	19
<i>Bestandsaufnahme in Tourismusunternehmen</i>	22
<i>Umweltmanagement</i>	24
<i>Lösungsansätze</i>	25
<i>Politisches Umfeld</i>	27
<i>Konferenzen und Deklarationen</i>	29
1.3. UMWELTAKTIVITÄTEN BEI ORGANISATIONEN UND VERBÄNDEN	32
<i>Deutscher Reisebüro-Verband (DRV)</i>	32
<i>Deutscher Fremdenverkehrsverband (DFV)</i>	34
<i>Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA)</i>	35
<i>International Hotel Association (IHA)</i>	37
<i>International Hotels Environment Initiative (IHEI)</i>	37
<i>World Tourism Organisation (WTO)</i>	38
<i>World Travel & Tourism Council (WTTC)</i>	40
TEIL 2: PRAKTISCHE ANSÄTZE ZUM UMWELTMANAGEMENT	43
2.1. ÖKOSIEGEL, WETTBEWERBE, PREISE, FÖRDERUNGEN	44
<i>Auszeichnungen für Umweltmanagement</i>	44
<i>Ökosiegel im Tourismus</i>	44
<i>Internationaler DRV-Umweltpreis</i>	45
<i>DFV-Wettbewerb der umweltfreundlichen Fremdenverkehrsorte</i>	46
<i>Europäischer Grand Prix für Tourismus und Umwelt</i>	48
<i>Green-Globe-Auszeichnungen</i>	50
<i>IHA-Environmental-Award-Program</i>	51
<i>Aktion Umweltgroschen der Europäischen Reiseversicherung</i>	51
<i>British Airways Tourism for Tomorrow Awards</i>	53
<i>Grüne Palme von GEOSAISON</i>	53
2.2. PLANUNGSHILFEN, CHECKLISTEN, HANDBÜCHER	54
<i>Umweltschutz für Reisebüros</i>	54
<i>Umweltmanagement bei Hotellerie und Gastronomie</i>	56
<i>Umweltmanagement auf Campingplätzen</i>	61
<i>Umweltmanagement bei Reiseveranstaltern</i>	62
<i>Umweltplanung für Ferienorte und -Regionen</i>	65
<i>Umweltschutz beim Freizeitsport</i>	67

<i>Busreisen und Umweltschutz</i>	177
<i>Bustouristisches Umweltschutz-System</i>	177
<i>Umweltfreundliche Flüssiggas-Technik für Ausflugsbusse</i>	177
<i>Biodiesel: eine Chance für Busse</i>	179
<i>Veranstaltervorgaben: Stop-the-Engine-Aktion für Busse</i>	180
ANHANG 1-6	181
ANHANG 1: UMWELTAUSZEICHNUNGEN IM TOURISMUS	182
ANHANG 2: LITERATUR	184
ANHANG 3: ADRESSEN	186
ANHANG 4: ONLINE-ADRESSEN	188
ANHANG 5: INFOKÄSTEN, ABBILDUNGEN, GRAFIKEN, TABELLEN	189
ANHANG 6: STICHWORTVERZEICHNIS	191

Teil 1:

Umweltverträglicher Tourismus



1.1. Begriffe und Definitionen

Der Tourist

Die Tourismusbranche besteht aus einer Vielzahl verschiedenster Dienstleistungsangebote für höchst unterschiedliche Kunden. Typisch für Dienstleister sind die Tourismusbetriebe extrem abhängig von den Wünschen, Vorlieben und Abneigungen der Kunden, aber auch von gesellschaftlichen Trends und von der Kaufkraft der Kunden. Den Standardtourist der sechziger und siebziger Jahre mit einem Haupturlaub und einem festen Budget für drei Wochen Sonne, Strand und Spaß gibt es nicht mehr: Kurz-, Langzeit- oder Mehrfachurlauber, Sport-, Club-, oder Kulturtouristen - zahllose Untergruppen von Touristen tragen in unterschiedlichem Maß zum Wohl oder Wehe der Branche bei.

Die Tourismuswirtschaft definiert national und international Abgrenzungen des Begriffs „Tourist“ und stellt Statistiken auf. Allerdings werden in den Statistiken als Touristen nicht immer dieselben Gruppen erfaßt: mal handelt es sich zum Beispiel nur um Reisende mit mindestens einer (oder vier oder fünf) Übernachtung(en) oder mal nur um Urlauber (ohne Geschäftsreisende). Bei statistischen Angaben über Touristen ist also immer auf den Einbezug unterschiedlicher Gruppen von Reisenden zu achten.

Da es für die Beurteilung der Umweltauswirkungen um eine möglichst umfassende Definition von „Tourist“ geht, orientiert man sich am besten an der Grundlagenstudie der Reisebranche von 1989 „Wirtschaftsfaktor Tourismus“. Danach sind als Touristen nicht nur Urlauber erfaßt, sondern auch Geschäftsreisende sowie diejenigen, die beispielsweise zu Kongressen, zum Studium, zum Verwandtenbesuch, zu Sportveranstaltungen oder aus religiösen Gründen unterwegs sind. Oft ist der Grund der Reise nicht eindeutig festzulegen, zum Beispiel dann, wenn jemand im Urlaub Verwandte besucht. Daher gelten all diese Reisen als Touristen-Reisen.

Unterschieden wird bei Touristen in die übernachtenden Touristen und die nicht übernachtenden Touristen (Tagesausflügler, Kreuzfahrtteilnehmer etc.). Besonders die Tagesausflügler weisen eine unklare Grenze zu den Freizeitaktivisten auf. Bei vielen Sportarten und Freizeitvergnügen, wie dem Wassersport, nutzen Urlauber, Tagesausflügler und Ortsansässige die Infrastrukturen gemeinsam und verursachen - abgesehen von der Anreise - potentiell auch die gleichen Umweltprobleme. Wenn also im Zusammenhang mit Umweltverträglichkeit von Touristen die Rede ist, sind diejenigen, die sich in ihrer Freizeit unter die Touristen mischen und entsprechende Anlagen mitbenutzen, ausdrücklich eingeschlossen, auch wenn sie in die Statistiken der Reisebranche nicht eingehen.

In den Zahlen der Reiseverkehrsstatistik sind weitere Gruppen von Reisenden nicht berücksichtigt: Diplomaten und Konsularische Vertreter, Angehörige der Streitkräfte, Transitreisende, Flüchtlinge, Nomaden und Pendler in grenznahen Gebieten. Sie alle nutzen aber ebenfalls viele der Infrastrukturen des Tourismus und ihre Reisen verursachen gegebenenfalls ebenso ökologische und soziale Schäden. Da, wo diese Gruppen zahlenmäßig ins Gewicht fallen (zum Beispiel in Freizeitparks in der Nähe einer Militärbasis), sollten sie in die Überlegungen zum Tourismus einbezogen werden.

Die Touristen sind in ihren Erwartungen und Ansprüchen heute wesentlich differenzierter als früher. Eine wachsende Zahl von Touristen - gerade auch unter den Deutschen - ist auch auf Reisen umweltbewußt. Umweltprobleme am Ferienort werden aufmerksam registriert und bemängelt. Ein offen dargestelltes Umweltengagement in den Tourismusunternehmen kommt derzeit beim Verbraucher sehr gut an. Umfragen zeigen, daß fast alle Reisewilligen bei sonst gleichwertigen Angeboten auf jeden Fall die umweltfreundlichere Reisevariante wählen würden. Es ist Sache der Tourismusbranche, ihnen solch gleichwertige umweltverträgliche Alternativen zu bieten. Einen höheren Preis wollen die Touristen in der Regel jedoch nicht für einen umweltfreundlichen Urlaub akzeptieren - besonders in Zeiten wirtschaftlicher Krise verliert der Umweltschutz an Priorität.

Expertenmeinung

Touristen qualitätsbewußter

„Heutige Touristen sind viel anspruchsvoller als noch vor 20 Jahren,“ erläutert der Direktor für Umwelt und Planung der Welt-Tourismus-Organisation (WTO), Peter Shackelford, die Ergebnisse einer WTO-Studie 1994 bei Reiseveranstaltern und Reiseagenturen.

„Die Touristen heute sind extrem qualitätsbewußt. Und Qualität hat viel mit sauberer, grüner, ruhiger Urlaubsumgebung zu tun. Touristen wollen involviert werden in Energiespar- und Recyclingprogramme. Sie wollen wissen, wo die Abwässer von ihrem Hotel hingehen. Und sie wollen eine sichere, grüne Umgebung für ihre Freizeit. Und zum Glück für die Zukunft unseres Planeten und der Tourismusindustrie scheint sich dieser Trend fortzusetzen.“

Madrid, April 1995

Tourismusbranche

Die Tourismusunternehmen haben laut Statistik in nur einem Jahr (1996) 592 Millionen Personen auf dem Globus von A nach B transportiert, so viele wie nie zuvor. Und es ist kein Rückgang in Sicht: für das Jahr 2000 erwartet der World Tourism and Travel Council (WTTC) 900 Millionen Touristenankünfte weltweit, für 2010 sogar schon 1,6 Milliarden! Dazu kommt für eine Gesamtbetrachtung noch die Zahl der Reisenden, die - wie oben beschrieben - in den Statistiken nicht erfaßt sind.

Um diese Reisen zu ermöglichen, ist eine unüberschaubar vielfältige Dienstleistungsindustrie entstanden, die zahlreiche Sektoren umfaßt:

- Veranstalter (Reise-, Sport-, Kultur-Veranstalter etc.),
- Vermittler (Reisebüros, Agenturen etc.),
- Transporteure (Anbieter von Bahn, Bus, Flugzeug, Mietauto, Schiff etc.),
- Fremdenverkehrsorte (Städte, Gemeinden, Regionen, Naturparks etc.),
- Übernachtungsbetriebe (Hotels, Pensionen, Campingplätze etc.),
- Verpflegungsbetriebe (Restaurants, Cafés, Kioske, Raststätten etc.),
- Unterhaltungsbetriebe (Schwimmbäder, Freizeitparks, Kasinos etc.),
- Zulieferbetriebe und Entsorger (für Hoteleinrichtung, Restaurants etc.).

Zur Tourismusbranche gehören viele Kleinunternehmen (zum Beispiel der Popcorn- oder Eisverkäufer am Strand), zahlreiche mittelständische Betriebe (zum Beispiel die Familienpensionen) und ebenso internationale Konzerne aus vielen einzelnen Unternehmen (wie TUI oder Neckermann).

Bei vielen Unternehmen des Tourismussektors findet eine starke Überlagerung mit anderen Nutzergruppen und Industriezweigen statt. So werden zum Beispiel Schwimmbäder und Cafés am Urlaubsort oft auch von Einheimischen genutzt, und die Mietautos im Urlaubsland sind ebenso Teil der Autoindustrie, die bei der Herstellung und Wartung nicht zwischen touristischer und nicht-touristischer Verwendung unterscheidet. Dadurch sind natürlich auch die eventuell in diesem Bereich beobachtbaren Umweltschäden nicht eindeutig dem Tourismus zuzuordnen. Jedoch sind alle diejenigen Betriebe sicher dazuzurechnen, die überwiegend vom Tourismus leben, also ohne die Reisenden in der jetzigen Form nicht existieren könnten - und das sind bei genauem Hinschauen dann doch wieder die meisten.

Arbeitsplatz Tourismus

Die Tourismusbranche registrierte für 1997 Arbeitsplätze für rund 260 Millionen Menschen, damit ist schon mehr als jeder zehnte Job Teil der Tourismuswirtschaft. Bis zum Jahr 2005 soll der Sektor alle 2,5 Sekunden einen neuen Arbeitsplatz schaffen, so daß er in zehn Jahren sogar für rund 380 Millionen Menschen Arbeitsplätze bieten wird (Prognose des WTTC). Das entspricht einer Wachstumsrate von 46 Prozent!

Diese neuen Arbeitsplätze werden aber nicht nur in den aufstrebenden Ländern der Dritten Welt entstehen, auch für die europäische Tourismusindustrie werden noch Entwicklungsmöglichkeiten vorhergesagt. Es wird erwartet, daß die Zahl der Tourismusarbeitsplätze in der Europäischen Union von 19,4 Millionen 1997 immerhin noch auf rund 21 Millionen in den kommenden 10 Jahren ansteigen wird.

In Deutschland sind 1997 rund zwei Millionen Männer und Frauen direkt in der Tourismuswirtschaft tätig. Direkt oder indirekt arbeiten in Deutschland 3,6 Millionen Menschen für den Tourismus, der damit jeden zehnten Arbeitsplatz stellt. Dazu gehören nicht nur die offensichtlich im Tourismus Tätigen (zum Beispiel Piloten, Kellner, Angestellte von Hotels oder Mietwagenunternehmen), sondern alle, die mit dem Bau, der Einrichtung oder dem Betrieb von Flugzeugen, Fahrzeugen, Hotels, Restaurants, Büros von Reiseunternehmen etc. beschäftigt sind. Ebenso gehören dazu alle, die von staatlicher Seite Dienstleistungen für Privat- und Geschäftsreisende erbringen, etwa in Fremdenverkehrsämtern, öffentlichen Verkehrsunternehmen, Nationalparks.

Bei aller Unsicherheit, die solchen Statistiken und Prognosen immer anhaftet, ist doch eines aus diesen Zahlen ersichtlich: auf den Tourismus kann der angestrengte Arbeitsmarkt nicht verzichten, im Gegenteil, ein Ausbau des Tourismus scheint aus diesem Blickwinkel wünschenswert. Der Umwelt muß das nicht zwangsläufig zusätzlich schaden. Wenn es beispielsweise gelänge, Urlaub im eigenen Lande wieder modern werden zu lassen, und wenn diejenigen Deutschen, die hauptsächlich aus Prestige Gründen in die Ferne reisen, verstärkt in deutschen Feriengebieten urlauben würden, so würde das nicht nur der heimischen Tourismuswirtschaft gut tun und hier weitere Arbeitsplätze schaffen, auch die Umwelt wäre durch den Wegfall der langen Transportwege für die Reisenden entlastet.

Zusätzlich kann der Umweltschutz vorangetrieben werden, wenn der Gedanke an umweltverträgliches Management in den Tourismusunternehmen jetzt Fuß faßt und sich in den kommenden Jahren mit der Branche weiter entwickelt. Ein wesentlicher Faktor dabei sind eben diejenigen Männer und Frauen, die im Tourismus arbeiten. Ihre Ausbildung muß zukünftig auch Umweltthemen beinhalten, denn von ihrem Wissen und ihrer Motivation wird es wesentlich abhängen, ob und wie neue Konzepte zum umweltverträglichen Tourismus in die Tat umgesetzt werden.

Expertenmeinung

Tourismus als Freund der Umwelt

„In den vergangenen Jahren hat sich der Tourismus als möglicherweise höchst mächtiger Freund der Umwelt erwiesen,“ betont der Direktor für Umwelt und Planung der Welt-Tourismus-Organisation (WTO), Peter Shackelford, der sich gegen das einseitige Image des Tourismus als Umweltverderber wehrt und sich für die Sensibilisierung der Tourismusverantwortlichen einsetzt.

„Diese Freundschaft ist nur logisch, denn die dauerhafte Anziehungskraft eines Touristenziels hängt vom Schutz des Standorts ab - sei es ein Naturgebiet oder eine kulturelle Attraktion.“

Madrid, April 1995

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Neben der Zahl der Reisen/Übernachtungen und der involvierten Arbeitsplätze ist auch die umgesetzte Geldmenge im Tourismus eine Kenngröße für die Wachstumskraft der Branche.

Nach Schätzungen des WTTC wurde 1995 durch die Tourismusindustrie weltweit ein Bruttoprodukt von rund 3.400 Milliarden US-Dollar erwirtschaftet. Daher wird der Tourismus bereits heute als der größte Industriesektor der Welt angesehen, und der WTTC rechnet noch mit einem weiteren Wachstum um etwa 55 Prozent bis zum Jahr 2005! >>>[1]

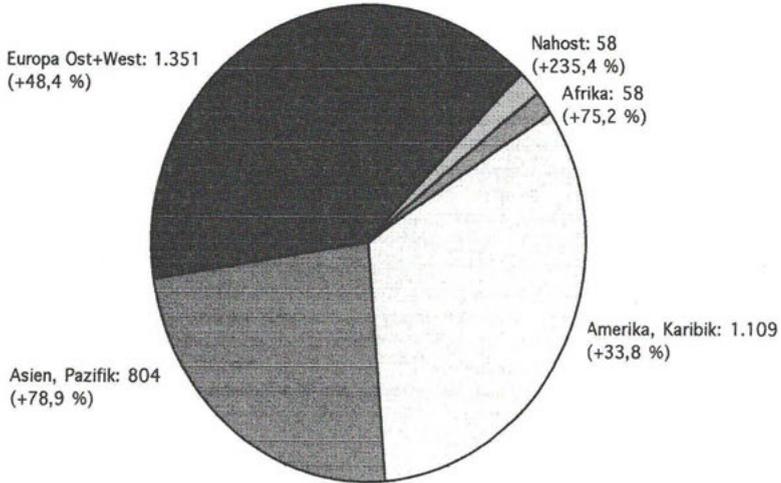
Die Rolle, die der Tourismus für die Wirtschaft eines Landes spielt, ist daran erkennbar, welchen Anteil dieses Bruttoprodukt aus der Reise- und Tourismusbranche am gesamten Bruttoinlandsprodukt eines Landes hat. So ist beispielsweise die starke Abhängigkeit der spanischen Wirtschaft vom Tourismus erkennbar daran, daß der Tourismus 18,9 Prozent des gesamten Bruttoinlandsproduktes einbringt, während es in Deutschland nur 12,9 Prozent sind (Durchschnitt der EU: 13,5 Prozent). >>>[2]

Das prognostizierte Wachstum des Bruttoproduktes der Branche in den nächsten Jahren bedingt enorme Investitionen: laut WTTC hat die Reise- und Tourismusbranche 1995 weltweit 701 Milliarden US-Dollar in neue Einrichtungen, Anlagen und Ausrüstungen investiert (über 11 Prozent der weltweiten Kapitalinvestitionen). Von 1995 bis 2005 wird die Branche ihre Investitionen um durchschnittlich 6,8 Prozent jährlich steigern und etwa 3,2 Milliarden US-Dollar am Tag (!) in neue Reise- und Tourismusangebote investieren. Während in vielen Regionen der Erde mit den geplanten Investitionen eine touristische Infrastruktur erst aufgebaut wird, gehen in Westeuropa die Gelder vorwiegend in die Erweiterung und qualitative Verbesserung der aktuellen Fremdenverkehrsangebote - eine Chance besonders auch für Umweltschutzmaßnahmen. >>>[3]

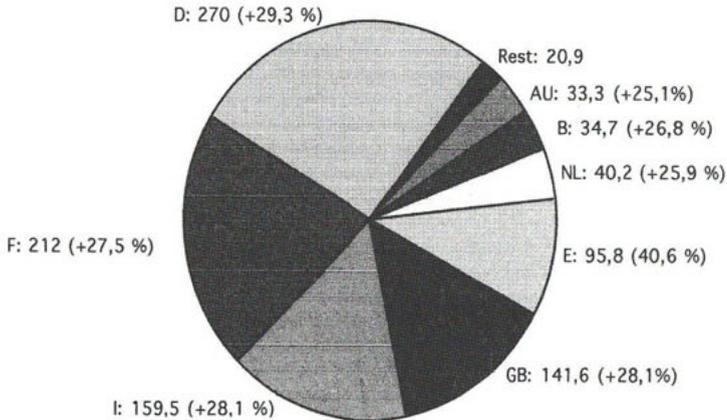
[1]: Wirtschaftsleistung des Tourismus 1995 (Bruttoprodukt)

Tourismus-Bruttoprodukt in Milliarden US-Dollar und erwartetes Wachstum von 1995 bis 2005. (Quelle: WTTC 1995)

Weltweit 3.380 Mrd. US\$ (+54,6 %)



EU: 1.008 Mrd. US\$ (+37,4 %)



[2]: Wirtschaftsbeitrag des Tourismus in einzelnen Ländern Europas 1995

Land	Anteil Tourismus-Bruttoprodukt (BP) vom Bruttoinlandsprodukt (BIP) in Prozent
Spanien	18,9 %
Belgien, Luxemburg	15,5 %
Österreich	15,4 %
Griechenland	14,6 %
Portugal	14,3 %
EU-Durchschnitt	13,5 %
Italien	13,0 %
Deutschland	12,9 %
Irland	12,8 %
Niederlande	12,0 %
Großbritannien	12,0 %
Dänemark	11,5 %

(Quelle: WTTC 1995)

[3]: Investitionen einzelner Länder in den Tourismus 1995

Land	Kapitalaufwand in Mrd. US\$ 1995	erwartete Steigerung der Investitionen 1995 - 2005 in Prozent
Österreich	7,5	+28,9
Belgien	8,1	+27,7
Niederlande	8,2	+34,1
Großbritannien	16,0	+51,7
Spanien	24,0	+56,7
Italien	30,5	+35,2
Frankreich	43,8	+30,5
Deutschland	56,9	+33,8
EU gesamt	201	+45,7
Schweiz	9,1	+31,4
USA	116,5	+30,6
Japan	117,2	+42,0

(Quelle: WTTC 1995)

Massentourismus

Schon immer hat das Reisen die Tendenz zu einer Massenbewegung gehabt. Man denke an die mittelalterlichen Pilgerströme zu Wallfahrtsorten oder die Sommerfrischler in den Seebädern des 19. Jahrhunderts. Mit der Entwicklung des Pauschalreiseturismus in den sechziger Jahren waren dann so viele Reisende gemeinsam unterwegs, daß das Phänomen des Massentourismus überall auftrat und für jeden unübersehbar war. Die Touristen teilten sich in zwei Klassen auf: die Massentouristen und die Individualtouristen, die naserümpfend die Masse verurteilten und sich aufgrund ihrer individuellen Reisen auch für die negativen Erscheinungen des Tourismus nicht verantwortlich fühlten.

Seit Beginn der neunziger Jahre weiß man, daß jeder Tourismus letztlich ein Massentourismus ist. Jeder Reisende, auch der einzelne Rucksack-Globetrotter, nutzt die Strukturen des Tourismus, trägt zur weltweiten Entwicklung der Tourismusindustrie bei. Ein einzelner Reisender kann unter Umständen wesentlich mehr Umweltschaden anrichten als eine große Zahl Pauschaltouristen (zum Beispiel ist ein Skiwanderer abseits der Routen in einem Wildgebiet eine weitaus größere Umweltbelastung als alle Skifahrer auf einer präparierten Piste zusammen.)

Der Massentourismus im Gegensatz zum Einzelreiseverkehr sollte daher heute nicht mehr abwertend als besonders umweltschädlich dargestellt werden. Die große Zahl der Touristen kann in einem bestimmten Zusammenhang ein Problem sein, sie ist es aber nicht automatisch durch die Form des Massen- oder Pauschalismus. Die Pauschalreisenden (ob in größerer oder kleinerer „Masse“) sind nicht per se schädlicher für die Umwelt als die Individualreisenden, koordinierte Reiseströme können oft sogar leichter umweltverträglich gestaltet werden und sind somit letztlich manchmal besser für die Umwelt.

Deutsche: Reiseweltmeister

„Die Deutschen sind die Weltmeister des Reisens“, so heißt es häufig. Als Kunden der Reise- und Tourismusindustrie sind die Deutschen beliebt, denn sie geben auch in Zeiten der Rezession jährlich einen hohen Anteil ihrer Kaufkraft für das Reisen aus. Für Auslandsreisen geben sie seit Jahren mehr Geld aus als andere Nationen, denn sie fahren in großer Zahl ins Ausland (pro Kopf der Bevölkerung sind allerdings die Österreicher weit ausgabefreudiger auf Auslandsreisen).

Laut Reiseanalyse RA 97 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., F.U.R., machten knapp drei Viertel (71,8 Prozent) aller Deutschen 1996 eine Urlaubsreise (1994: 78,1 Prozent, 1995: 77,8 Prozent). Das summiert sich für 1996 auf 61 Millionen Reisen der Bundesbürger über 14 Jahren! Nimmt man Geschäftsreisen mit mindestens einer Übernachtung noch dazu, so kommt man auf 81 Millionen Reisen.

Bei Auslandsreisen sind die Deutschen mit etwa 42,7 Millionen Reisen die Spitzenreiter in Europa. 1996 gaben die Deutschen rund 77 Milliarden Mark allein für Auslandsreisen aus (Schätzung des Statistischen Amtes der EU, Eurostat). Für ein Urlaubsziel im Ausland entscheiden sich immerhin über zwei Drittel der Deutschen (mit rapide steigender Tendenz), dagegen nur knapp ein Drittel für einen Urlaub im Inland.

Die beliebtesten Reiseziele der Deutschen sind nach wie vor Spanien, Italien und Österreich. In den letzten Jahren wurde häufig ein etwas gesunkenes Interesse der Deutschen an den klassischen südeuropäischen Urlaubsländern beklagt, - ein Phänomen, das vorwiegend die Betonzentren des frühen Massentourismus betrifft und nicht die Länder insgesamt. >>>[4]

Deutschland ist auch als Anbieter auf dem Tourismussektor einer der größten. Nach den USA und Japan ist Deutschland der drittgrößte Anbieter von Waren und Dienstleistungen im Bereich Fremdenverkehr.

Die große Bedeutung der Deutschen als Anbieter und Konsumenten von Tourismusleistungen bringt auch eine Verpflichtung mit sich: im Umweltschutz in dieser Branche ebenfalls Pionier und Motor zu sein. In der produzierenden Industrie hat die starke Stellung Deutschlands zu einem vergleichsweise frühen Entstehen der Umwelttechnikbranche und der Umweltmanagement-Bewegung geführt - eine Entwicklung, die die deutsche Industrie zunächst besonders belastet hat, die aber mittel- und langfristig zu mehr Wettbewerbsfähigkeit führte.

[4]: Urlaubsziele der Deutschen 1996

Reiseziele	Anteil an den Urlaubsreisen der Deutschen in Prozent
Inland	30,2 %
Ausland	69,8 %
Spanien	13,2 %
Italien	9,3 %
Österreich	7,6 %
Frankreich	4,0 %
Griechenland	3,5 %
Türkei	3,2 %
Nordamerika	2,7 %
Niederlande	2,6 %

(Quelle: RA 97, F.U.R. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen)

Tourismuskritik

Der Einfluß des Tourismus auf die Umwelt ist teilweise ein Mengenproblem: Die große Zahl der Reisenden führt zu Problemen, die die Natur nicht mehr verkraften kann. So nahmen denn auch zeitlich parallel mit der Entwicklung des Massentourismus die Schreckensmeldungen über Umweltschäden durch Tourismus einen breiteren Raum ein. Sie waren Teil einer umfassenden Tourismuskritik, die neben den Umweltfolgen auch die negativen Auswirkungen des Tourismus auf Kultur und Gesellschaft der Gastgeberländer (die mangelnde Sozialverträglichkeit) aufs Korn nahm. Diese neue Tourismuskritik bereitete seit etwa Mitte der siebziger Jahre den Boden für alternative Ansätze und neue Konzepte des Tourismus.

Expertenmeinung

Zuhausebleiben

*„Alles Unglück der Menschen rührt davon her, daß sie nicht in Ruhe im Zimmer bleiben können,“ klagte der französische Philosoph, Physiker und Mathematiker **Blaise Pascal** (1623-1662). Er gilt aufgrund dieses oft zitierten Ausspruchs als einer der ersten Tourismuskritiker.*

Sanfter Tourismus

1980 prägte der Zukunftsforscher Robert Jungk der Begriff des „sanften Tourismus“ als Alternative zum typischen Massentourismus der damaligen Zeit. Er forderte damit zu einer neuen Form des Reisens auf: mit mehr Einsicht seitens der Reisenden und anderem Verhalten unterwegs. In den darauf folgenden Jahren entstanden Organisationen, Arbeitskreise, Studienprojekte zur Förderung des sanften Tourismus. Unterstützt durch die allgemeine Ökologiebewegung der achtziger Jahre versuchten die Vertreter des sanften Tourismus, eine Harmonisierung zwischen wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und ökologischen Werten im Tourismus zu erreichen. Die Empfehlungen waren unpolitisch, moralisierend und pädagogisch. Man rief

die Reisenden zu Verhaltensänderungen und zum Verzicht auf die gewünschte Urlaubsart auf, man plädierte für eine ganz bestimmte, idealisierte Art der Ferien. >>>[5]

Heute hat der Begriff des sanften Tourismus seine Bedeutung verloren und die Bewegung ist im Sand verlaufen. Zu pauschal war die Beurteilung der Touristen und ihres Verhaltens im Urlaub, zu simpel der angenommene Zusammenhang zwischen Touristenverhalten und Umwelt, zu allgemeiner Lösungsansatz über die Änderung der Urlaubereinstellung.

Die Touristen heutzutage sind nicht über einen Kamm zu scheren: Das Spektrum reicht vom Wanderer mit Rucksack und Bergstiefeln auf einsamen Pfaden über den Städtebesucher auf Kulturtrip bis zum sonnenhungrigen Badegast am Strand eines Massenziels. Sie alle können Ursache für negative Auswirkungen des Tourismus sein und nicht an ihnen allein liegt es, diese zu vermeiden.

Auch die Probleme, die der Tourismus in Natur und Umwelt oder in der Gesellschaft hervorruft, kennt man heute genauer: sie sind zu vielfältig, um sie mit einigen einfachen Vermeidungsvorschriften lösen zu können. Zudem sind die Umweltprobleme ganz anders anzugehen als die Sozialprobleme, was inzwischen zu weitgehend getrennten Lösungsansätzen geführt hat, die meist von unterschiedlichen Arbeitskreisen vorangetrieben werden.

Sanften Tourismus nach Jungk kann es nur lokal begrenzt, nur an wenigen Orten geben und nur für kleine Gruppen von Reisenden (zum Beispiel als Naturtourismus). Von den frühen Vertretern des Sanften Tourismus wurde übersehen, daß man ihn nicht für alle Reisewilligen anbieten kann - das wäre ökologisch eine Katastrophe. Ab einer bestimmten Sättigungsgrenze ist er genauso umweltschädlich wie andere Tourismusformen oberhalb ihrer Sättigungsgrenze. Allerdings läßt sich für wirklich sanftes Reisen auch kaum eine große Zahl von Touristen gewinnen; Allein schon aus gesundheitlichen Gründen sind Radtour, Wanderung oder Bahnreise für viele Urlauber gar keine Alternative. Ein Feriengebiet oder ein Reiseveranstalter wird alleine mit sanftem Reiseangebot nur schwer überleben können.

Immer wieder wird jedoch auch heute noch im Tourismus mit dem Begriff „sanft“ geworben. Meist handelt es sich jedoch nur um das Einführen eines Elements aus dem Ideenspektrum des Sanften Tourismus (zum Beispiel wirbt eine Region für ihre Radwege durch die Natur als sanfte Tourismusvariante, verzichtet aber nicht auf andere, „unsanfte“ Angebote wie Freizeitparks und Tropenspaßbäder). Begriffe wie „sanftes Reisen“, „sanfte Mobilität“ kennzeichnen heute unterschiedlichste Initiativen, Umweltverträglichkeit durch „Umorientierung“ der Reisenden erreichen zu wollen. Allerdings sind diese Angebote häufig weniger begründet durch die Sorge um die Umwelt, als durch den Wunsch, den Fremdenverkehr damit ankurbeln zu können und neue Kundengruppen anzulocken. Jedoch sind solche „sanften“ Angebotsalternativen ein wichtiger Bestandteil im Rahmen eines bewußten Ökomanagements im Tourismus: diejenigen Reisenden, die bereit sind, ihre Urlaubsart zu ändern, sollten auch auf ein entsprechendes umweltfreundliches Angebot zurückgreifen können.

Dem ursprünglichen umfassenden Konzept des Sanften Tourismus muß man jedoch - auch wenn es heute nicht mehr akzeptabel ist - zugute halten, daß die langjährige Diskussion darüber ein Umdenken im Tourismus in Gang gesetzt hat und neue Ideen und alternative Projekte für umweltfreundlichen Urlaub hervorgebracht hat.

[5]: Sanfter Tourismus

1980 erschien in der Zeitschrift GEO ein Artikel des Zukunftsforschers Robert Jungk, der die zerstörerische Kraft des Tourismus anprangerte. Unter dem hier erstmals aufgestellten Begriff „Sanftes Reisen“ verstand er das Gegenteil zum Massentourismus, dem „Harten Reisen“, und definierte dies durch eine Gegenüberstellung. Er rief damit die Urlauber zu mehr Einsicht und besserem Verhalten auf.

Hartes Reisen

Massentourismus
Wenig Zeit
Schnelle Verkehrsmittel
Festes Programm
Außengelenkt
Importierter Lebensstil
„Sehenswürdigkeiten“
Bequem und passiv
Wenig und keine geistige Vorbereitung
Keine Fremdsprache
Überlegenheitsgefühl
Einkaufen
Souvenirs
Knipsen und Ansichtskarten
Neugier
Laut

Sanftes Reisen

Einzel-, Familien- und Freundesreisen
Viel Zeit
Angemessene (langsame) Verkehrsmittel
Spontane Entscheidungen
Innengelenkt
Landesüblicher Lebensstil
Erlebnisse
Anstrengend und aktiv
Vorhergehende Beschäftigung mit dem Besuchsland
Sprachenlernen
Lernfreude
Geschenke mitbringen
Erinnerungen, Aufzeichnungen, neue Erkenntnisse
Fotografieren, Zeichnen, Malen
Takt
Leise

Diese Gegenüberstellung ist heute kaum noch verständlich. Wieso soll beispielsweise das Versenden von Ansichtskarten umwelt- und sozialschädlich sein?

Teilweise wird heute die Definition des Sanften Tourismus nach Hamele von 1989 verwendet, die jedoch den ursprünglichen Begriff neu deutet, ihn mit moderneren Ideen gleichsetzt:

„Sanfter Tourismus ist umwelt- und sozialverträglich! Umweltverträglichkeit bedeutet: Verträglichkeit mit der Umwelt als gesamte räumliche Umgebung, in der Menschen, Tiere und Pflanzen leben, mit den Grundlagen, die sie zum Leben brauchen (Luft, Boden, Wasser). Sozialverträglichkeit bedeutet: Verträglichkeit mit der gesellschaftlichen Ordnung und Entwicklung. Im Idealfall gewährleistet ein Sanfter Tourismus für die Urlaubsregion eine optimale wirtschaftliche Wertschöpfung (breite Streuung des wirtschaftlichen Nutzens, hoher Multiplikatoreffekt in der Region), für die Urlaubsgäste eine optimale Erholung (Erholung für breite Bevölkerungskreise), persönliche Entfaltung (kreativ, gesund, verantwortlich) und einen optimalen Bezug zum Alltag, nicht Urlaub als Gegenstück zum Alltag, sondern als Möglichkeit, den anderen Alltag zu erleben und für seinen eigenen Alltag zuhause Erfahrungen zu sammeln. Somit ist Sanfter Tourismus nur in Zusammenarbeit mit den anderen Wirtschafts- und Lebensbereichen zu verwirklichen. Maßstab für eine positive Entwicklung ist die Sicherung und Verbesserung unserer Lebensqualität, qualitatives Wachstum und nicht ein weiteres quantitatives Wachstum ohne Rücksicht auf ökologische und soziale Folgekosten. Eine solche Entwicklung erfordert eine breite Bereitschaft zum Umdenken bei allen Beteiligten und die Verbesserung der wirtschaftlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen. Dem Fremdenverkehr fällt dabei als Wirtschaftszweig, der in besonderem Maße von einer intakten Natur und Kultur abhängig ist und mit vielen anderen Wirtschaftsbereichen zusammenarbeitet, eine Vorreiterrolle zu. Im Sinne einer ganzheitlichen Betrachtung kann er hier neue Maßstäbe für ein Leben und Wirtschaften in Einklang mit Mensch und Natur setzen.“

Alternativer Tourismus

Neben dem sanften Tourismus entwickelten sich noch andere Reiseangebote, die bewußt Alternativen zum organisierten Massentourismus bieten wollen. Die Palette reicht hier von der Fahrradtour in ein Naherholungsgebiet über den Töpferkurs in der Toskana bis zum Heilfasten auf Madeira. Heute bezeichnet man mit diesem übergeordneten Begriff ein Tourismussegment, das sich vom Angebot der Großveranstalter deutlich absetzt. Die meist kleinen Veranstalter bieten Urlaub für Individualreisende oder Kleingruppen mit alternativen Spezialangeboten, die oft natur- und umweltorientiert sind, oft aber auch aus dem Bereich der Esoterik, Gesundheit oder Kunstgestaltung stammen. Die genauen Abgrenzungen dieses Segments sind nicht eindeutig. Alternativtourismus bedeutet also nicht zwangsläufig ein sanftes oder umweltschonendes oder sozialverträgliches Reisen. >>>[6]

[6]: Alternativtourismus auf dem Reisemarkt Köln

Jedes Jahr Anfang Dezember öffnen sich für das Publikum in Köln für drei Tage die Tore zum Reisemarkt. 1996 präsentierten sich hier 628 Anbieter mit ihren Angeboten aus über 140 Ländern den rund 40.000 Besuchern. Neben anderen Tourismussegmenten wie Sporttourismus und Bildungsreisen waren 1995 erstmals auch 10 Veranstalter mit dem Schwerpunkt „Anders Reisen“ vertreten, eine Premiere unter deutschen Tourismusmessen. 1996 beteiligten sich schon 25 Aussteller in diesem Sektor. Es sind überwiegend kleine Veranstalter, die sich auf dem Reisemarkt Köln mit ihren Spezialprogrammen zum alternativen Reisen gemeinsam der Öffentlichkeit präsentierten. Diese Reiseveranstalter wollen Wege aufzeigen, Urlaub einmal „anders“ zu erleben (Alternativtourismus hat hier also eine sehr umfassenden Bedeutung). Dabei stehen touristische Highlights ebenso auf dem Programm wie verborgene Pfade fernab der klassischen Routen. Ob zu Fuß, zu Wasser oder mit dem Rad, es geht langsam voran bei diesen Reisen: die Teilnehmer sollen genügend Zeit haben, um Eindrücke aufzunehmen und ein Gefühl für die verschiedenen Landschaften zu entwickeln. Angeboten werden Fahrten entlang des Colorado-River, Regenwaldexpeditionen, Seekajak-Touren rund um Rügen, Whale-Watching auf den Kanaren, naturkundliche Spaziergänge im Tessin, Rentierschlittentouren in Lappland, Radreisen durch Norddeutschland und vieles andere mehr.

Einige der alternativen Reiseveranstalter vom Reisemarkt Köln präsentieren sich besonders umweltfreundlich, andere kombinieren ihre Reisen mit einem speziellen Seminarprogramm, wieder andere mit Familienbetreuung. Auch hier muß man also gezielt nachfragen, wenn man ein umweltverträgliches Angebot sucht. Dafür aber ist eine Präsentation auf einer Reisemesse ideal. Die Stände der Alternativanbieter sind trotz ihrer vergleichsweise simplen Ausstattung stets rege besucht.

Natur- und Ökotourismus

„Grüner“ Tourismus ist generell mit Vorsicht zu betrachten: Oft handelt es sich nur um den Ausbau naturnaher Urlaubsformen oder um die touristische Erschließung von Naturschutzgebieten oder die Gestaltung einer Hotelanlage mit einheimischem Holz. Eine Form des „grünen“ Tourismus hat sich aber inzwischen als eigenständige und (meist) seriöse Alternative etabliert: der Natur- und Ökotourismus.

Im umfassenden Sinne sind hierunter die Tourismusangebote zu verstehen, die Natur zum Ziel und Inhalt haben, also naturnaher Tourismus mit einer Erziehungskomponente. Zwischen Natur- und Ökotourismus wird dabei meist nicht unterschieden. Beispiele für dieses Tourismussegment sind geführte Wandertouren durch Naturparks, Studienreisen zur Vogelbeobach-

tung, Trekking und Expeditionen mit naturkundlicher Führung. Solche Reisen führen in der Regel nicht in die typischen Touristengebiete, sind nicht auf große Touristenzahlen ausgerichtet und benötigen meist keine umfangreiche Infrastruktur.

Laut dem B.A.T.-Freizeit-Forschungsinstitut bilden die sogenannten Ökotouristen die drittgrößte Trendgruppe für das Reisen in den neunziger Jahren, andere Schätzungen gehen von einem Marktsegment von circa 20 Prozent für diese Reisen aus.

Sind diese Natur-/Öko-Urlaubsreisen umweltfreundlich? Nicht ohne weiteres. Führen solche Reisen in die noch weitgehend unberührte Natur, so kann durch falsches Verhalten großer Schaden angerichtet werden. Die Naturreisen erfordern daher besondere Umweltsensibilität vom Veranstalter und vom Reisenden. Sie sind nur für einen relativ kleinen Teil der Reisenden durchführbar (aufgrund der limitierten Infrastrukturen, der Anforderungen an die Reiseteilnehmer etc.).

Ökotourismus („Ecotourism“) als Überbegriff ist vor allem in den Ländern der dritten Welt eine oft strapazierte Bezeichnung für das Ankurbeln des Tourismus mithilfe der vorhandenen Naturschätze und leider oft ohne die entsprechenden Investitionen in eine notwendige, umweltschonende Infrastruktur. Bootstouren durch den noch vorhandenen Dschungel, Wanderstege durch die letzten Sumpfbereiche, Bustouren durch die Reservate gefährdeter Tiere - hier kommt es auf das „Wie“ an, die Art und Weise der Planung und Durchführung, ob ein solches Angebot wirklich „öko“ ist. Im besten Fall werden für den Ökotourismus gefährdete Gebiete unter Schutz gestellt und die Flora und Fauna als Attraktion behütet. Im schlimmsten Fall schleppen die Touristen fremde Arten und Krankheiten in die oft heiklen Ökosysteme ein, und die zahlreichen Besucher zerstören durch Lärm, Abgase, Müll usw. den natürlichen Lebensraum in den letzten Paradiesen.

Natur- und Ökotourismus kann eine Lösung für ganz bestimmte Tourismusziele sein, braucht jedoch ein professionelles (Umwelt-)Management. Wo dies gegeben ist, wird durch ein solches Reiseangebot das Naturverständnis und der Umweltrespekt der Touristen gefördert, und die Region erfährt - auch in den Augen der Einheimischen - einen Wertzuwachs durch ihre intakte Umwelt, die dadurch zu einem schützenswerten Gut wird.

Agrotourismus

Unter Agrotourismus versteht man diejenigen Urlaubsangebote, die bewußt an die vorhandenen bäuerlichen Infrastrukturen einer Landschaft anknüpfen. Gerade die ländlichen Gebiete, die kein Sonne-Strand-Meer-Angebot vorweisen können, blieben lange vom Tourismusgeschäft weitgehend abgekoppelt und von den negativen Folgen verschont. Inzwischen ist hier vielerorts ein ganz eigener, natur- und umweltbezogener Urlaubstyp entstanden.

Aus den „Ferien auf dem Bauernhof“ für das naturentfremdete Stadtkind ist jetzt Erlebnisurlaub besonderer Art für Jung und Alt geworden, der durch die typische Landwirtschaft der Region geprägt ist. Mal mehr, mal weniger eingebunden in die normalen Aktivitäten auf dem Bauernhof oder dem Weingut wird hier für den Urlauber die Harmonie von Mensch und Natur noch leicht erfahrbar. Ein wesentlicher Bestandteil des Agrotourismus ist dabei auch die frische, naturbelassene, gesunde Küche, die zum Qualitätsmerkmal dieses Tourismusangebots gehört. Viele Fremdenverkehrsgemeinden fördern bewußt das Interesse der Urlauber an den landwirtschaftlichen Produkten der Region, in dem sie beispielsweise originelle Bauernmärkte veranstalten oder Führungen durch einheimische Verarbeitungsbetriebe (Käsereien, Weinkelle-