

Auf Nachhaltigkeit gesetzt

Das Urlaubsland Österreich muss auf Qualität statt auf Masse setzen, um die Wertschöpfung auch in Zukunft zu sichern. Dabei spielt nachhaltiger Tourismus in unterschiedlichen Ausprägungen eine tragende Rolle.

Text: Sabina König

„Die Großen schaffen das Große, die Guten das Dauerhafte.“

Marie von Ebner-Eschenbach (1830–1916), österreichische Schriftstellerin

Schneller, höher, weiter – wie lange lässt sich quantitatives Wachstum fortsetzen? Gerade in einem kleinen Land wie Österreich mit beschränkten Ressourcen kann sich Wachstum nicht über eine unendliche Fortsetzung steigender Nächtigungs- und Ankunfts-zahlen definieren, da schon natürliche Grenzen dem Massentourismus Einhalt gebieten. Um dennoch die Umsätze langfristig abzusichern oder gar zu steigern, muss Urlaub in Österreich auf Qualität setzen.

Daher empfiehlt der Expertenbeirat „Tourismusstrategie“ des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend (BMWFJ) in seinem Bericht aus 2011 eine umfassende Qualitätsstrategie, um die Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Tourismusbetriebe für die Zukunft zu sichern. Im Zentrum dieser Orientierung steht neben der Sicherung und Verbesserung der Infrastruktur sowie der Serviceleistungen der verantwortungsvolle Umgang mit der Umwelt und ihren Ressourcen.

Qualitätstourismus in seiner nachhaltigen Ausprägung liegt voll im Trend: Konsumenten suchen verstärkt nach Verankerung und Erdung, worin auch der Wunsch nach Nachhaltigkeit mitschwingt. Am Urlaubsort wollen sie einen Bei-



trag zur Erhaltung der Umwelt in den bereisten Ländern leisten, aber auch die lokalen Traditionen fördern. „Grünes“ Reisen heißt weniger, für ökologisch wertvolle Standards mehr zu bezahlen, sondern eher auf die eine oder andere Bequemlichkeit zu verzichten, wenn es der Umwelt nützt. Im Zusammenhang mit der gefragten „Sustainability“ punktet auch eine ursprüngliche Natur- und Kulturlandschaft, vor deren Kulisse sich die regionale Küche richtig genießen lässt.

Dass Österreichs intakte Natur schon heute bei den Gästen hoch im Kurs steht, beweisen in regelmäßigen Abständen die Ergebnisse von T-MONA, der Gästebefragung der Österreich Werbung (ÖW). Danach gilt „in der Natur sein“ als das über die Jahre meistgenannte Motiv für einen Urlaub in Österreich.

Nachhaltige Urlaubsangebote, zu denen die unberührte Natur ebenso wie authentische Kulturerlebnisse oder regionaltypische Kulinarik zählen, gelten (noch) als Wettbewerbsvorteil: „Nachhaltigkeit wird zwar nach und nach zur Voraussetzung im Tourismus – derzeit bringt sie Vorteile in der Bewerbung, langfristig hilft sie aber auch dabei, effizienter zu werden und Kosten zu sparen“, ist Martin Lohmann, Leiter des Instituts für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (N.I.T.) und Mitglied des Expertenbeirats, überzeugt.

Urlaubsmotiv Nachhaltigkeit

Die Chancen für Österreich, vom Trend hin zu nachhaltigen Angeboten mit hohem Qualitäts-



Foto: ÖW/Peter Burgstaller

anspruch auch im Tourismus zu profitieren, stehen gut: Naturschutz, Bio-Lebensmittel, erneuerbare Energien oder sanfte Mobilität gehören in Österreich schon zu beinahe alltäglichen Angeboten, was auch Gäste zu schätzen wissen.

Fairer Preis für Qualität

Dass Gäste bei ihrer Wahl Produkte vorziehen, die beispielsweise aus umweltfreundlicher, lokaler Erzeugung stammen, zeigt eine Befragung der Hochschule Luzern aus 2011 unter 6.000 Touristen aus sechs Nationen. Allerdings sind weniger als die Hälfte der Befragten dazu bereit, für „grünes“ Reisen mehr zu bezahlen, indem sie etwa Aufschläge für die Kompensation des CO₂-Ausstoßes in Kauf nehmen. Wenn auch Gäste noch kaum bereit sind, für ressourcenschonende Urlaubsprodukte mehr als für herkömmliche auszugeben, beeinflussen ökologische Aspekte sehr wohl die Urlaubsentscheidung. „Aber der Anteil der Menschen, für die Aspekte der Nachhaltigkeit in der Urlaubsentscheidung eine Rolle spielen und die bereit sind, einen fairen Preis für hohe Qualität zu bezahlen, wächst ständig“, sagt Ulrike Pröbstl, Professorin für Landschaftsentwicklung, Erholung und Tourismus an der Hochschule für Bodenkultur (Boku) in Wien.

In einer Umfrage aus 2010 unter mehr als 1.000 deutschen Gästen wies sie nach, dass beispielsweise das Wissen um umweltverträgliche Energieerzeugung in einer Destina-

tion die Urlaubsentscheidung für dieses Reiseziel positiv beeinflusst. Die Gruppe derjenigen, die sich noch nicht über den persönlichen Stellenwert von Nachhaltigkeit im Klaren sind, sei einfach zu mobilisieren. „Mit kleinen Zuckerln und Anerkennung etwa für eine umweltfreundliche Anreise mit der Bahn muss diese Zielgruppe zusätzlich belohnt werden – wer freut sich nicht über einen kleinen Heiligenschein“, so Pröbstl.

Ob Anreise mit der Bahn, der Einsatz biologisch produzierter Lebensmittel in der Hotelküche oder der schonende Umgang mit Ressourcen wie Wasser oder Energie – Nachhaltigkeit hat viele Aspekte. Dazu zählen auch soziale oder ökonomische Faktoren, wie die ÖW in ihrem Positionspapier (siehe Kasten) definiert.

In der Praxis ist es schwierig, touristische Angebote zu schaffen, die alle Ansprüche von Nachhaltigkeit erfüllen. „Die Kunst liegt in der Suche nach einer Balance zwischen ökologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Ansprüchen“, meint Monika Bandi, Leiterin der Forschungsstelle Tourismus am CRED (Center for Regional Economic Development) der Universität Bern. Zudem ist es wichtig, bei allen Bemühungen im Bereich Nachhaltigkeit die Kernmotive der Österreich-Urlauber nicht aus den Augen zu verlieren, wie etwa den Wunsch, sich in naturbelassener Landschaft zu entspannen: „Wir wissen aus zahlreichen Studien, dass Touristen, die Österreich wegen seiner intakten Natur aufsuchen, beim Anblick eines Wind-

parks enttäuscht sind“, so Bandi. Sie empfiehlt, Schwerpunkte auf einzelne Aspekte der Nachhaltigkeit zu setzen, die das Profil des Betriebs schärfen.

Natur im Hotel

Um sich mit einer klaren Profilierung von anderen Anbietern zu differenzieren, haben einige kreative Hoteliers stimmige Angebote mit ökologischen Schwerpunkten geschnürt: Auf einem idyllischen Waldgrundstück im Tiroler Ötztal bei Längenfeld beispielsweise liegt das „Naturhotel Waldklause“. Von der Niedrigenergiebauweise mit leimfreiem Holz und Glas über reines Quellwasser in den Zimmern bis hin zu Obst und Gemüse von regionalen Produzenten setzt das Hotel durch und durch auf die grüne Linie. Derzeit gilt der Betrieb als erfolgreichstes Haus im Ötztal, ein weiterer Ausbau ist dennoch nicht geplant: „Dadurch würden wir die familiäre Atmosphäre und die individuelle Betreuung gefährden, die unsere Gäste so schätzen“, meint Hotelchefin Irene Auer. Das Erfolgsrezept bestehe in der Leidenschaft für Natur und Umwelt, die die Hoteliersfamilie als Gastgeber in ihrem Haus vorlebe, sowie in der klaren Positionierung als Ruheoase inmitten des vom Tourismus geprägten Ötztals. Das Angebot trifft damit genau den Geschmack der anvisierten Zielgruppe: die naturverbundenen und gesundheitsbewussten Urlauber.

Auch in Wien lassen sich Reiseaufenthalte mit einem verantwortungsvollen Umgang mit Mensch und Natur vereinbaren: Neben dem Boutiquehotel Stadthalle – dem weltweit ersten Hotel mit Null-Energie-Bilanz im urbanen Raum – setzt Gastgeber Roman Mayrhofer mit dem „Wilhelmshof“ auf eine Kombination aus Öko- und Designhotel. Aspekte des Umweltschutzes und der sozialen Nachhaltigkeit bringt er etwa mit der größten Solaranlage der Wiener Hotellerie oder mit Projekten zur Unterstützung karitativer Einrichtungen in sein Angebot ein. „Zwar ist die Lage nach wie vor das wichtigste Entscheidungskriterium bei der Hotelwahl, in zweiter Linie spielt der sorgsame Umgang mit Ressourcen bei gleichzeitigem optischen Anspruch durchaus eine Rolle“, so Mayrhofer. Das nachhaltige Betriebskonzept müsse aber in allen Bereichen spürbar werden, die Solaranlage alleine reiche für ein überzeugendes Angebot nicht aus.

Schadstoffarm unterwegs

Unabhängig davon, wie umweltschonend der Urlaub selbst verläuft, bestimmt die Art der An-

reise über den Grad der ökologischen Nachhaltigkeit des gesamten Trips. In Werfenweng, seit 1997 Modellort für Sanfte Mobilität (SAMO), ist Urlaub vom Auto schon fast zur Tradition geworden. Die Gäste reisen mit Bahn oder Bus an, geben ihre Autoschlüssel ab und erkunden die Region mit E-Mobilen aller Art – vom Elektro-Bike bis hin zu elektronisch betriebenen Fun-Fahrzeugen. „Um ein glaubwürdiges Produkt anbieten zu können, produzieren wir auch den Strom für unsere Mobile im ortseigenen Solarkraftwerk“, so Peter Brandauer, Bürgermeister und Geschäftsführer des Tourismusverbands von Werfenweng. Die Idee kommt bei den Gästen gut an: In den ersten vier Jahren der Initiative konnten die jährlichen Nächtigungen von 162.000 auf 212.000 gesteigert werden, mittlerweile besucht jeder dritte Gast Werfenweng wegen des Schwerpunkts auf E-Mobilität. Dank der „Wir-SAMO-Card“ nutzen auch die Einheimischen die Vorteile von E-Mobilität und können sich besser für das Projekt begeistern. Die Gemeinde ist einer von insgesamt 21 Urlaubsorten der Kooperation „Alpine Pearls“, die Regionen mit Schwerpunkt auf sanfte Mobilität im Alpenraum vernetzt.

Sauber wandern

Die ursprünglichste Fortbewegungsart des Menschen ist zugleich eine Möglichkeit, die Vielfalt von Flora und Fauna hautnah zu erleben – und das ganz ohne Schadstoffausstoß: das Gehen. Der Verein Österreichs Wanderdörfer, der mittlerweile 46 Orte und Regionen und 44 Hotels als Mitglieder zählt, schafft seit 1991 ein an ökologischen Gesichtspunkten orientiertes Wanderangebot. Auch im Österreichischen Wandergütesiegel – ins Leben gerufen von den Wanderdörfern – sind Aspekte der Nachhaltigkeit daher fest verankert: von der Verwendung ökologisch abbaubarer Produkte in den Hotels bis hin zur sauberen Energiegewinnung etwa durch Solaranlagen. Auch das naturbelassene Umfeld und die gepflegte Landschaft sind Teil des Kriterienkatalogs, um Gästen ein umfassendes Naturerlebnis bieten zu können. Hinweise auf kostengünstige Varianten einer Anreise per Bahn in den Katalogen der Wanderdörfer und die Integration eines ÖBB-Routenplaners auf der Website von Österreichs Wanderdörfern sollen dazu beitragen, umweltfreundliches Reisen auch über das eigentliche Wanderangebot hinaus anzuregen. Für die durchgängige Auseinandersetzung mit dem Thema CO₂-Einsparung wurden Öster-

Visionäre Nachhaltigkeit

Technologie

- Energie- und Ressourcenkreisläufe bei Bauten/Anlagen optimieren
- Sanfte Mobilität fördern
- Energieversorgung und Logistik verbessern

Regionalität und Identitätskultur

- Regionale Wirtschaftskreisläufe schaffen
- Identitätskultur wertschöpfend vertiefen
- Kulturgut Landschaft erhalten

Wirksame Gast-Gastgeber-Beziehungen

- Nachhaltigkeitskompetenz sichtbar machen
- Genuss-, Erlebnis- und Erfahrungsgewinn ermöglichen
- Urlaubsglück schenken

Quelle: ÖW-Grundlagenpapier „Nachhaltigkeit im Tourismus“

reichs Wanderdörfer außerdem im Oktober vom Umweltministerium als klima:aktiv-Projektpartner ausgezeichnet.

Sanfte Mobilität und umweltfreundliche Energiegewinnung sind wichtige Schritte, um die intakten natürlichen Lebensräume Österreichs für die Zukunft zu erhalten. Nachhaltige Angebote bedürfen aber auch der Einbindung der lokalen Bevölkerung sowie der Identifikation der Gastgeber mit ihrer Region. Das Projekt „Naturvermittlung für Naturparkpartner“, das seit 2011 in den Steirischen Naturparks läuft, soll die Profile der Nächtigungsbetriebe in den Naturparks differenzieren, zugleich aber auch soziale Nachhaltigkeit und wirtschaftliche Effizienz fördern. Die Basis dafür sieht Bernhard Stejskal, Geschäftsführer der Steirischen Naturparke, in der Rückbesinnung auf die eigenen Stärken. „Das Profil der Gastgeber sollte nicht anhand aktueller Vermarktungstrends, sondern entsprechend ihrer ureigenen Qualitäten erstellt werden. Das gewährleistet die Identifikation der Gastgeber mit ihrem Produkt und macht es hochwertig und beständig.“

So sammelten Biologen und Marketingexperten in knapp 200 Hotels und Pensionen Ideen, wie Alleinstellungsmerkmale aus dem direkten Umfeld in Form von Kulinarik, Dekoration oder Unterhaltung in den Betrieb geholt werden können. Ob und wie die Vorschläge umgesetzt werden, liegt ganz im Ermessen der Naturparkpartner. Erste Ergebnisse können sich sehen lassen: Beim Backhendl-Wirt Hubmann in Pöllau beispielsweise führt seit Kurzem ein Comic-Huhn durch den Betrieb und greift dabei immer wieder Naturthemen auf – etwa am Salatbuffet, wo „Hühnerfutter“ unterhaltsam „auf die Schaufel genommen“ wird, oder im kreativ gestalteten Hühnerstall, wo neuerdings eine „Piep-Show“ auf die Besucher wartet.

Behutsam gestaltete Erlebnisinszenierungen helfen dabei, den Gästen auf unterhaltsame Weise den Wert ökologischer Ressourcen näherzubringen. So auch in Serfaus-Fiss-Ladis in Tirol, wo sich die Natur auf dem Genussweg „Six Senses“ ertasten, riechen und erschmecken lässt. „Ziel war es, ein Angebot mit hohem Erlebniswert zu bieten, das positive Sinnesempfindungen bei den Besuchern weckt und länger in Erinnerung bleibt“, so Gerhard Stark, Projektleiter bei Pro-natur, Experte für die Entwicklung und die Umsetzung von Erlebnisprojekten.

Zeigen, was gut ist

Viele österreichische Tourismusbetriebe, die sich auf nachhaltige Angebote konzentrieren, lassen sich für ihr verantwortungsvolles Handeln zertifizieren. Die entsprechenden Auszeichnungen sind sichtbare Argumente für grünen Urlaub und können Vorteile für die Vermarktung bringen. Das Österreichische Umweltzeichen als führendes österreichisches Umweltsiegel ziert mittlerweile 200 Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe sowie vier Reiseveranstalter. Die Anbieter zeigen damit, dass sie in allen wichtigen Bereichen der Nachhaltigkeit – von den Lebensmitteln im Kochtopf bis zum Abfallmanagement – ressourcenschonend wirtschaften. Ähnlich dem Umweltzeichen steht auch das Europäische EcoLabel, das von der Europäischen Kommission vergeben wird, für die Umsetzung von umweltschonenden Maßnahmen. ■