Auch das Gewissen soll mal ausspannen - nachhaltiges Reisen im Aufwind

Auch das Gewissen soll mal ausspannen - nachhaltiges Reisen im Aufwind

Die Parallelen sind schlagend: Ebenso wie die Mehrheit der deutschen Anleger in punkto nachhaltige Geldanlagen bekennt sich ein großer Teil der internationalen Ferienreisenden zum Prinzip Nachhaltigkeit. Und ebenso, wie das nachhaltige Segment noch immer weniger als ein Prozent des Geldanlagen-Gesamtmarktes ausmacht, kratzen auch die Spezialanbieter für nachhaltiges Reisen an dieser Marke. Eine zu vernachlässigende Größe also - die dennoch nicht unterschätzt werden sollte, wie der kürzlich erstmals erschienene Nachhaltigkeits-Branchenreport zur Tourismusindustrie aus der Feder der Schweizer Sarasin Bank mahnt. Die Analysten widmen sich darin einem weithin zersplitterten Markt, der das Thema Nachhaltigkeit erst vor wenigen Jahren für sich entdeckt hat.

Wie in jedem anderen Bereich, so konkurrieren auch im Tourismus zahlreiche Interpretationen der Chiffre "Nachhaltigkeit" um die Deutungshoheit. Gemeinhin werden Aspekte wie Energieeffizienz, sozial verantwortliche Arbeitsbedingungen, ökologisch schonende Fortbewegung und regional basierte Verpflegung einbezogen. Über 100 Zertifikate stürzen den Verbraucher jedoch in Ratlosigkeit, die wiederum die Zurückhaltung erklärt. Denn laut Branchenreport würden rund ein Viertel der Reisenden gerne einmal "nachhaltige Ferien" erleben. Die Autoren legen daher eine branchenübergreifende Einigung auf ein Label - mit handfesten, transparenten Bedingungen - nahe.

Ins gleiche Horn stößt auch Dr. Harald Zeiss, Leiter Nachhaltigkeitsmanagement bei der TUI Deutschland: "Aufklärung ist unsere wichtigste und gleichzeitig schwierigste Aufgabe." Dass sich die Mühe lohnt, stehe außer Frage. "Das Interesse ist in den letzten Jahren in allen Bereichen des Lebens, also auch bei Urlaubsreisen, gestiegen und wird auch weiter steigen. Das Umweltbewusstsein der Urlauber steigt, Urlaubsqualität heißt für immer mehr Menschen auch Umweltqualität." Der Branchenriese verzeichnet für seine "Umwelt Champion Hotels" eine doppelt so hohe Wiederholer-Rate wie für konventionelle Häuser. Das deckt sich mit einem Ergebnis des Sarasin-Reports, demzufolge sozial und ökologisch orientierte Hotels mehr Stammgäste als ihre Wettbewerber verzeichnen können. Die Konsequenz also, so Zeiss: "Wir werden unser Engagement für umweltverträgliches Reisen weiter forcieren."

Dass der Trend sich früher oder später in nennenswerten Marktanteilen auszahlen wird, zeigen die Wachstumskurven, die die Sarasin-Analysten gegenüberstellen: Während der touristische Gesamtmarkt 2011 um gut ein Prozent zulegte, verzeichneten nachhaltig orientierte Spezialveranstalter beachtliche elf Prozent Zuwachs. In der Breite sind jedoch noch einige Hausaufgaben zu machen. So bestach kein Touristikunternehmen im Sarasin-"Nachhaltigkeitsrating" durch einen besonders hohen Wert. Angeführt wird das Feld von der Hotelkette Accor (ausgereiftes Umweltmanagement) und den Starbucks-Kaffeehäusern (viele FairTrade-/Bio-Produkte). Die TUI, die gern darauf verweist, als erstes Touristikunternehmen bereits 1990 einen Umweltbeauftragten eingesetzt zu haben, landete lediglich im Mittelfeld. Eine Stellungnahme dazu war von der TUI Deutschland leider nicht zu erhalten.

Pressekontakt

ECOSTAMP

Herr Robert Krüger-Kassissa
Schumannstraße 17
13347 Berlin

ecostamp.de
kontakt@ecostamp.de

Firmenkontakt

ECOSTAMP

Herr Robert Krüger-Kassissa
Schumannstraße 17
13347 Berlin

ecostamp.de
kontakt@ecostamp.de

ECOSTAMP - das neue Nachhaltigkeitsportal, wo Anleger und Konsumenten bestimmen, was nachhaltig ist und nicht Anbieter und Produzenten. Neben dieser Abstimmungsmöglichkeit bietet ECOSTAMP aktuelle, interessante Medienberichte und ein umfangreiches Glossar zum Thema Nachhaltige Geldanlagen.