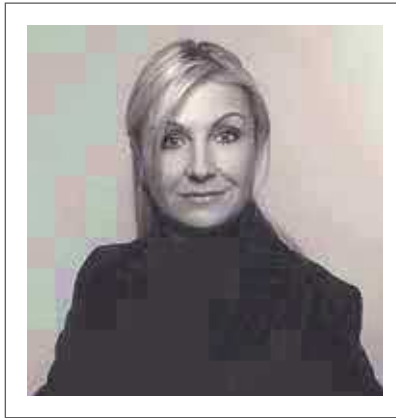


## NACH GEFRAGT

bei Sylvia Dinter



# „Labels sind eine Orientierungshilfe“

Die Vereinten Nationen möchten den Tourismus in ihrer Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung in den Fokus nehmen. Sie verbinden damit die Hoffnung, den Tourismus wirtschaftlich auf einen guten Weg zu bringen, aber auch den Appell an mehr Nachhaltigkeit und Verantwortung bei Politik, Unternehmen und Reisenden. So soll künftig der Einfluss von grünem Tourismus auf Umwelt und ökologische Tendenzen erfasst werden. Das bedeutet, Zertifikate und Siegel werden an Bedeutung gewinnen.

Dabei wird nach unterschiedlichsten Gesichtspunkten zertifiziert und ausgezeichnet. Nicht nur für Urlauber eine Herausforderung: Im weltweiten Tourismus gibt es mittlerweile 160 bis 180 Gütesiegel und Zertifizierungssysteme für Hotels, Strände, Naturschutzgebiete und auch ganze Regionen. Diese Systeme gehören zu 79 Prozent der Gruppe der Gütesiegel an, der Rest sind Management-, Akkreditierungs- und Berichtssysteme. Die Mehrzahl legt ihre Kriterien über die jeweilige Internetseite offen.

### Was sagen die Zertifikate aus?

Angebote und Dienstleistungen im Tourismus sind vielfältig. Die Kriterien richten sich natürlich danach, welches Angebot zertifiziert werden soll. Zudem umfasst Nachhaltigkeit die Bereiche Umwelt, Wirtschaft und Soziales. Es gibt zumindest übergrei-

fend wichtige Kriterien, wie beispielsweise ob eine Nachhaltigkeitsstrategie vorliegt. Wie steht es um ökologische Faktoren wie Wasserverbrauch, Recycling, Licht- und Lärmschutz? Gibt es Projekte im Bereich der sozialen Verantwortung?

Laut Umweltbundesamt lassen sich rund 4500 Unternehmen und Einrichtungen in Deutschland in Sachen Nachhaltigkeit zertifizieren. So sind inzwischen über fünf Prozent aller Hotels und Pensionen in der Republik zertifiziert. Aktuell kann man von etwa 50 verschiedenen Zertifizierern ausgehen.

### Welchen Kriterien sind relevant?

Mit 56 Prozent legen die meisten Zertifikate den Fokus auf den Bereich Umwelt- und Naturschutz, gefolgt von Management, Ökonomie und Qualität mit 36 Prozent. Ein kleinerer Anteil von acht Prozent der Kriterien bezieht sich auf soziale Aspekte. Nur jedes zehnte System deckt laut Umweltbundesamt alle drei Bereiche ab.

### Wie glaubwürdig sind Zertifikate?

Eine Untersuchung des Bundesverbandes „Die Verbraucher INITIATIVE e.V.“ und des Zentrums für Nachhaltigen Tourismus (ZENAT), ein Zusammenschluss von Tourismusexperten an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde, stellt fest, dass die meisten Tourismus-Labels glaubwürdig sind, sich jedoch hinsichtlich ihrer inhaltlichen

Ansprüche unterscheiden. Lediglich die vier Labels „TourCert“ für Reiseveranstalter und Unterkünfte, „Travelife Gold“ und „Green Sign/InfraCert“ erfüllen über 75 Prozent der anspruchsvollen Kriterien.

### Und welche sind das genau?

Eine Emissions-Bilanzierung ist beispielsweise Bestandteil einer nachhaltigen Hotelführung. Dabei gilt es, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck des Hotels sowie pro Gast und Übernachtung durch modernste Technik und Initiativen möglichst gering zu halten. Dieser kann natürlich auch individuell ermittelt werden, um auch dem Gast ein Gefühl für seinen persönlichen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu geben und wie er diesen kompensieren kann.

### Wie schließt sich die Branche zusammen?

Die nächste Gelegenheit, über dieses brennende Thema gemeinsam zu diskutieren, ist Anfang März, wenn sich die Facheute aus aller Welt zur ITB treffen, der Internationalen Tourismus-Börse Berlin. Dort wurde ein Nachhaltigkeitsforum über die weitere Entwicklung im Tourismus und der Hotellerie sowie über die Zukunft der Zertifizierungen einberufen.

### Wie groß ist das Interesse bei den Gästen?

Grundsätzlich gilt: Vermeiden, verringern und kompensieren. Eine Hotelgästabefragung der Earth Guest Research's ergab, dass bestimmte Gästegrup-

pen mehr um einen Fortschritt beim Thema Nachhaltigkeit bemüht sind als andere.

Entgegen der landläufigen Meinung scheint die nachhaltige Entwicklung den Männern (nämlich 82 Prozent) mehr Sorgen zu bereiten als den Frauen. Das sind nur 72 Prozent.

Das hängt sicherlich damit zusammen, dass die meisten Geschäftsreisenden noch immer Männer sind.

Interessant ist auch, dass sich eben Geschäftsreisende mehr mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigen als Freizeitgäste. Auch variiert das Engagement wohl nach Hotelsegment. Gäste von Economy oder Budget Hotels scheinen sensibler auf Fragen der Nachhaltigkeit zu reagieren als andere. Diese Entwicklung ist zurückzuführen auf das niedrigere Durchschnittsalter der Budget-Hotelnutzer.

### Und was können die Gäste tun?

Sie können glaubwürdige Nachhaltigkeitslabels als Orientierungshilfe nutzen. Hier ein paar Tipps und Fragestellungen für einen nachhaltig bewussten Start in den Urlaub:

Bevorzugen Sie Reiseziele in der Nähe.

Stellen Sie beim Buchen Ihrer Urlaubsreise sicher, dass Umwelt und Klima geschont werden und die Einheimischen fair am Tourismus teilhaben.

Erkundigen Sie sich bei Ihrem Anbieter, im Hotel und bei der Reiseleitung nach den sozialen und ökologischen Auswirkungen der angebotenen Leistungen.

Bevorzugen Sie Tourismusanbieter, die ihre gesellschaftliche Unternehmensverantwortung – „Corporate Social Responsibility“ (CSR) – wahrnehmen und umfassend informieren.

Genießen Sie Ihren Urlaub nachhaltig – Ihr Reiseverhalten wirkt!

*Sylvia Dinter ist ISO-zertifizierte Beraterin für nachhaltigen Tourismus, Nachhaltigkeitsbeirat InfraCert Institute und Geschäftsführerin SD Group. [www.sd-group.de](http://www.sd-group.de)*