

# **(W)ende - Transformation zu mehr Nachhaltigkeit im Post-COVID Tourismus?**

## **Abstract:**

Zu den Aussagen zahlreicher Touristiker\*innen, dass COVID dem Tourismus einen Boost in Richtung mehr Nachhaltigkeit gegeben hat, senden die Reisenden selbst widersprüchliche Signale. Einerseits werden Nahmärkte stärker nachgefragt als vor der Pandemie, andererseits sind die Flugzeuge für Kurzurlaube voll, sobald Destinationen Reisen wieder zulassen.

Der Beitrag versucht eine Abschätzung der Pandemie-bedingten mittel- bis langfristigen Entwicklungen im Tourismus und nimmt dabei auch eine Einschätzung der aktuellen politischen Rahmenbedingungen vor.

<b>1</b>	<b><u>EINLEITUNG</u></b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b><u>DIE TOURISTISCHE ZUKUNFT AUS HEUTIGER SICHT – MEHR NACHHALTIGKEIT?</u></b>	<b>3</b>
<b>2.1</b>	<b>DIE ANBIETER – DESTINATIONEN, UNTERKÜNFTE UND REISEVERANSTALTER</b>	<b>3</b>
<b>2.2</b>	<b>VERHALTEN DER REISENDEN</b>	<b>4</b>
<b>2.3</b>	<b>GESCHÄFTSREISEN UND KONGRESSTOURISMUS</b>	<b>4</b>
<b>2.4</b>	<b>KREUZFAHRTSTOURISMUS</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b><u>TRANSFORMATION DES TOURISMUS IN RICHTUNG MEHR NACHHALTIGKEIT?</u></b>	<b>5</b>
<b>3.1</b>	<b>TRANSFORMATION WOHIN?</b>	<b>5</b>
<b>3.2</b>	<b>TOURISMUSPOLITIK IN DEN ALPEN WÄHREND DER KRISE</b>	<b>8</b>
<b>3.3</b>	<b>TRANSFORMATIONSSCHRITTE IN DER SCHWEIZ UND ÖSTERREICH</b>	<b>8</b>
<b>4</b>	<b><u>FAZIT</u></b>	<b>11</b>
<b>5</b>	<b><u>QUELLENANGABEN:</u></b>	<b>13</b>

## 1 Einleitung

So oder so. Die Zeit der COVID-19 Pandemie (2020-mindestens 2022) wird für lange Zeit mit massiven Einschränkungen und Änderungen im Tourismus assoziiert werden. Aussagen darüber, wohin die Entwicklung geht, worin die Änderungen genau bestehen, sind aktuell (März 2022) immer noch von Zweckoptimismus, Wunschdenken oder von Kaffeesudleserei geprägt – insofern hat sich seit dem ersten Lock-Down im Frühjahr 2020 wenig geändert. Ein Nachdenken über fundamentale Änderungen und über ein Ende des Tourismus, wie wir ihn bisher gekannt haben, ist allerdings immer noch ein Tabu.

Als der Tiroler Landeshauptmann Platter im April 2020 öffentlich verkündet (Kurier, 2020), dass „er die Sommersaison noch nicht aufgibt“, klang das nach politischer Durchhalteparole für die Touristiker\*innen. Da hatte der Plan der österreichischen Tourismusministerin Köstinger, die Grenzen zu Deutschland sofort bilateral aufzumachen (Der Standard, 2020, ORF, 2020), schon mehr tourismuswirtschaftliche Relevanz, auch wenn er weder gesundheits- noch EU-politisch zu Ende gedacht war. Ähnliche Vorstöße seitens der Tourismuswirtschaft- und Politik gab es während der Pandemie laufend.

Die in diesen zwei Jahren geäußerten Ansichten zur Zukunft des Tourismus könnten unterschiedlicher nicht sein. Die Presseaussendung des Bürgermeisters von Ischgl, in der Werner Kurz darüber nachdachte, wie der Tourismus in Ischgl „noch mehr Qualität“ und eine „gehobene Après-Ski-Kultur“ umsetzen könne und zugleich beklagte, dass „viele Details derzeit auch deshalb noch nicht klar seien, weil es keine Entscheidungen und Vorgaben der Regierung über die generelle Ausgestaltung des Tourismus in der Zukunft“ gäbe (Tourismus Presse Austria, 2020), zeigt deutlich die Hilflosigkeit gegenüber dem alten Touristiker-Credo des „Höher hinaus“. „Nix ist fix“ ist der eigentliche Tourismus Slogan in Pandemie-Zeiten.

Optimistischere Einschätzungen waren in diesen beiden Jahren im Hinblick auf die Nachhaltigkeit eher aus dem Wissenschaftsbereich zu hören. So schrieb der Erlebnisforscher Gerhard Frank (2020), dass das Corona-Virus vielleicht das „Ende der Spaßkultur eingeleitet“ und „der Masse [dem Massentourismus] endgültig den Todesstoß versetzt hat“. Aus Nachhaltigkeitsperspektive aber erschien dies eher einem Wunschdenken nahe als einer umsetzbaren Strategie, die den Tourismus von Grund auf erneuert. Vom Bayerischen Zentrum für Tourismus (2021) befragte Wissenschaftler\*innen erklärten zu Beginn 2021 deutlich vorsichtiger, „dass sich Touristen aus Deutschland auch in den nächsten Jahren stärker auf innerdeutsche Reiseziele und erdgebundene Reisen fokussieren werden und das Thema ökologische Nachhaltigkeit wieder in den Vordergrund rückt. Gäste werden nach exklusiven und abwechslungsreichen Angeboten suchen [...] bei denen das Erlebnis, die Erholung und die Nähe zur Natur im Mittelpunkt stehen. Nachfragerückgänge dürften sich im Geschäftsreisesegment manifestieren, mit direkten Auswirkungen auf Stadthotellerie, Flughäfen und Fluggesellschaften.“

Spätestens seit dem Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus für Entwicklung (IY 2017) wird der Tourismus nicht mehr nur als Wirtschaftszweig gesehen, sondern als Instrument zur Umsetzung der Sustainable Development Goals (SDGs) auf globaler Ebene bzw. der nachhaltigen Regionalentwicklung auf Destinationsebene.

Der Tourismus hat zweifelsohne die Fähigkeit, dies zu tun (Rifai, 2015; UNWTO, 2016, 2017a, 2017b), jedoch ist auch unbestritten, dass das derzeitige Tourismussystem noch einige Schritte von diesem Ziel entfernt ist (Rifai, 2015; UNWTO, 2017b). Die Frage ist, welche Transformationsschritte der Tourismus durchlaufen muss, um die Ziele der SDGs bzw. der Nachhaltigkeit im Tourismus erfüllen zu können.

Nach zwei Jahren Leben in und mit der Pandemie scheint es angebracht, einerseits einen Blick zurück auf die Prognosen zu Beginn dieser fordernden Zeit zu wagen, andererseits aber auch nach vorne, auf einen Post-COVID Tourismus, der sich langsam abzuzeichnen scheint und die Frage zu stellen, ob sich auch mehr Nachhaltigkeit abzeichnet.

## 2 Die touristische Zukunft aus heutiger Sicht – mehr Nachhaltigkeit?

### 2.1 Die Anbieter – Destinationen, Unterkünfte und Reiseveranstalter

Im Vergleich zu den Reiseveranstaltern (und Fluglinien) sind die Destinationen und Unterkünfte – trotz konstanter Klagen seitens der Landesvertretungen – in einer vergleichsweise komfortablen Situation, zumindest diejenigen, die schon bisher eher einen extensiven, nachhaltigen Tourismus hatten. CIPRA International (2021) hat in einer Evaluation des Alpen Tourismus in der Pandemie festgehalten, dass mono-strukturierte Destinationen, Hotspots und große Hotel-Komplexe viel stärker von den Auswirkungen betroffen waren, als kleinere und naturnahe Gebiete, ländliche Gebiete und Gebiete mit Schwerpunkt Sommertourismus sowie kleinere touristische Einheiten. Zahlreiche Tourismusregionen hatten den „besten Sommer ever“ (Overs, 2021)

Dennoch bleibt der wirtschaftliche Druck sehr hoch. Nach dem Auf- und Ab der mehreren Lock-Downs und den verschiedenen Öffnungsschritten bleiben die wirtschaftlichen Folgen selbst mit Nothilfen, Kreditabsicherung und Kurzarbeitergeld eine Herausforderung vor allem für viele kleine und mittlere Betriebe. Nach dem Auslaufen der Unterstützungen haben im ersten Quartal 2022 die Insolvenzen in der Gastronomie und Hotellerie um 148 % zugenommen – sie nähern sich damit aber nur dem Vorkrisenniveau an (Hartl, 2022). Viele Mitarbeitende sind in andere Branchen abgewandert. Allerdings zeigt es sich, dass Betriebe, wie das Alpenresort Schwarz in Tirol, die schon lange großen Wert auf gute Arbeitsbedingungen legen, und ihre Mitarbeiter\*innen auch in der Krise behalten haben, heute deutlich besser dastehen als die Konkurrenz (Lichtfuss, 2022)

Die Veranstalter – vor allem die kleineren, spezialisierten, oftmals der Nachhaltigkeit mehr verpflichteten Reiseveranstalter – haben es ungleich schwerer. Die Pandemie wird in den Ländern des Südens noch viel länger und heftiger wirken als in Europa, Reisebeschränkungen und auch die Reiseangst Europäischer Urlauber greifen hier langfristiger. Es zeigt sich, dass in Ländern wie Österreich der politische Stellenwert und damit die Unterstützung des Incoming-Tourismus höher als bei der Outgoing-Branche ist.

Wenn die Fluglinien im ersten Lock-down davon sprachen, dass eine Rückkehr zur ‚Normalität‘ – sprich zur Situation von 2019 – frühestens für 2023 zu erwarten ist (ORF, 2020a), werden die aktuellen Prognosen vage. Gemessen an 2019 verzeichnet das Jahr 2021 einen Rückgang an 67,6 % an Flugpassagieren deutscher Unternehmensgruppen (BDL, 2022). Diese Zahlen werden immer wieder auch dazu genutzt, um die ungeliebten Klimaziele in Frage zu stellen (Handelsblatt, 2021).

All das trifft auf die vor allem kleinen und mittleren Reiseveranstalter auch zu; nur dass diese nicht mit den Regierungen über milliardenschwere Unterstützungen verhandeln können. Aus heutiger Perspektive ist anzunehmen, dass nachhaltige Entwicklung im Ferntourismus in den Destinationen und bei den involvierten Unternehmer\*innen einen enormen Rückschlag

erleiden wird. Waren doch bisher die nachhaltigen Angebote solcher Art, dass sie einen „direkten Kontakt mit den Einheimischen“ statt Besichtigungstouren per Bus und Fotostop geboten haben, lokale Märkte besucht und in kleinen lokalen Unterkünften gewohnt wurde statt in sterilen \*\*\*\*\*-Hotels, mit öffentlichen Verkehrsmitteln gefahren wurde statt im gemieteten Allrad-Auto, etc. Werden Fernreisende nun zukünftig virus-sensibel eher die hygienisch-sterilisierten All-In-Resorts mit Babyelefanten-Abstand zum nachbarlichen Liegetuch am Strand bevorzugen oder – ähnlich wie in diesem Winter in einigen Aprés-Ski-Bars beobachtbarem „Wir leben jetzt“ Modus – die Virusgefährdung ausblenden? Schwer zu sagen.

## 2.2 Verhalten der Reisenden

Der Präsident des Schweizer Reise-Verbandes, Max E. Katz, konnte sich bereits zu Beginn der Pandemie vorstellen, dass „sich [durch Corona] die Art des Reisens verändert und sich vermehrt Richtung Individualität, Natur und Ursprünglichkeit entwickeln wird“. (Tagesanzeiger, 2020).

Auch wenn nach dem Aufgehen vieler Urlaubsdestinationen das Pendel kurzfristig sofort in die andere Richtung ausschlug, siehe die ausgebuchten ersten Flieger nach Mallorca im Frühling 2021 (Frankfurter Allgemeine, 2021), ist doch damit zu rechnen, dass einige der zuerst unfreiwilligen Gäste Geschmack an den neuen, nahen Destinationen gefunden haben.

Allerdings ist der Ausfall einiger asiatischer Fernmärkte für Europa durch die Nahmärkte nur zum Teil kompensierbar. Gerade jene Destinationen, die stark auf chinesische Gäste gesetzt haben, werden sich noch länger schwertun. Nicht nur stehen aktuell sowohl rigorose Corona-Maßnahmen in China wie auch die Angst chinesischer Konsument\*innen vor den ‚laxen Gesundheitsmaßnahmen in Europa‘ dem Reisen gegenüber, auch entdeckt China mittel- und langfristig eher den Reiz des Inlandtourismus, anstatt Devisen ins Ausland zu bringen (Lässer, 2021).

Im Allgemeinen wird weltweit die junge, gebildete Generation als Hoffnungsträger für Nachhaltigkeit und Klimaschutz gesehen, wie das an den Fridays for Future Jugendlichen und der aus dem Norden kommenden Flugscham-Bewegung festmacht. Demgegenüber stehen allerdings einzelne Untersuchungen, die den Menschen zwischen 18 und 26 Jahren doch einen deutlich geringer ausgeprägten Willen attestiert, die Werte auch in Taten umzusetzen. Eine Arbeit an der FH Gleichenberg (Mörth & Friedl, 2021) beschreibt für die dort Studierenden großes Interesse am Klimaschutz bei gleichzeitig fehlender eigener Motivation, klimafreundlich zu reisen. Eventuell braucht es also für mehr Nachhaltigkeit doch eher stärkere gesetzliche Rahmenbedingungen, als das inzwischen bereits in die Jahre gekommene, bald großväterliche Vertrauen in freiwillige Verhaltensänderungen.

## 2.3 Geschäftsreisen und Kongresstourismus

Ziemlich eindeutig scheinen die Zukunftsaussichten im Geschäfts- und Kongresstourismus. Kostenersparnis und die technischen Voraussetzungen von Online-Meetings sind bei den Unternehmen angekommen. Experten wie Christian Lässer (2020) prognostizierten bereits früh mit einem länger anhaltenden Einbruch und der Verband Deutsches Reisemanagement VDR rechnet mit dauerhaften Rückgängen von etwa 30 % (Süddeutsche Zeitung, 2021).

Damit verbunden sind auch mittel- und langfristige Auswirkungen auf die Kongressstandorte zu erwarten. Wenn es gerade bei den kleinen und mittleren Kongressen eine konstante Entwicklung zu mehr online bzw. hybriden Formen geben wird, stehen einige der eher dezentralen Kongresszentren vor der Herausforderung, über Zusatz- oder Umnutzungen nachzudenken. Ein Prozess, der in Fachkreisen bereits an mehreren alpinen Standorten beobachtet wird.

## 2.4 Kreuzfahrttourismus

Bis 2019 galt die Kreuzfahrtbranche als der am stärksten wachsende Tourismusbereich, die großen Anbieter wie TUI Cruises, MSC oder Aida verzeichneten hohe Gewinne und Wachstumsraten. Mit der Pandemie ist nun alles anders geworden? Oder doch nicht? Die Prognosen dazu sind aktuell wohl am schwierigsten zu fassen.

TUI Cruises hat als einer von wenigen Anbietern seit Juli 2020 durchgehend Reisen angeboten. Einerseits verbreiten die Reedereien positive Stimmung, berichten von den Vorzügen des geschlossenen Systems, von regelmäßigen Tests an Board, von der Absage der Buffets (für viele Gäste allerdings eines der Motive der Fahrt), preisen Maskenpflicht und lückenloses Tracking. (Deutsche Welle, 2022).

Andererseits „kam es rund um den Jahreswechsel 2021/22 [dennoch] zu mehreren Reiseabbrüchen wegen Corona-Fällen, von denen auch die Anbieter AIDA, TUI-Cruises und MSC betroffen waren.“ (Deutsche Welle, 2022). Es gab auch bereits Insolvenzen und Aufgaben von Kreuzfahrtsparten großer Touristikunternehmen (Stern, 2022).

Die Unsicherheit bei den Reisenden ist deutlich vorhanden und nachdem die wichtigste Zielgruppe der Kreuzfahrer gleichzeitig altersbedingt zu den größten COVID-Risikogruppen gehört, scheint es durchaus möglich, dass die positive Marktentwicklung aus den Vor-Corona Zeiten einen deutlichen Knick erhält. Aus Nachhaltigkeitsgesichtspunkten würde das sicher von einigen begrüßt werden.

## 3 Transformation des Tourismus in Richtung mehr Nachhaltigkeit?

### 3.1 Transformation wohin?

Der Tourismus befindet sich in einer Phase, in der die globalen Umweltauswirkungen spürbar und rapide für die Menschheit zunehmen - und es wird klar, dass der Tourismus selbst wesentlich dazu beiträgt.

In Bezug auf Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen, Wasserverbrauch, Landnutzung und Nahrungsmittelbedarf werden sich die Auswirkungen des Tourismus innerhalb der nächsten 15-40 Jahre verdoppeln (Gössling, Peeters, 2015). Selbst wenn die Ressourcen in Zukunft wesentlich effizienter genutzt würden, wird eine solche positive Entwicklung durch die weiter und schneller steigende Anzahl der Reisen und die zunehmende Reisedistanz konterkariert. Hinzu kommt, dass die Intensität der Ressourcennutzung im Tourismus keineswegs abnimmt. In dem kleinen, aber wachsenden Segment des gehobenen Tourismus nimmt sie sogar zu (Baumgartner, 2019).

Die potenziell positiven sozioökonomischen Effekte des Tourismus werden derzeit von der Diskussion um selektive Überlastung ("Overtourism") überlagert. Lenkungsmaßnahmen und Kapazitätsgrenzen stehen im Vordergrund dieser Diskussionen. (UNWTO 2018)

Das Konzept des nachhaltigen Tourismus ist einerseits eine theoretische und normative Zielsetzung, kann aber auf eine Vielzahl von praktischen Ansätzen angewendet werden. Alle beteiligten Akteure, wie politische Entscheidungsträger, Destinationsvertreter, Tourismusunternehmen und die Reisenden selbst, sind gefordert, es nun endlich umzusetzen. Die Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus ergibt sich aus der Anwendung der Prinzipien der

nachhaltigen Entwicklung auf den Wirtschaftssektor Tourismus und muss gleichzeitig auf den verschiedenen (politischen) Ebenen sowie interdisziplinär und intersektoral angegangen werden (Baumgartner, 2019).

Auf den Tourismus übertragen, werden aus den drei Säulen der Nachhaltigkeit die folgenden sieben Dimensionen der Nachhaltigkeit im Tourismus. Diese beziehen sich auf alle verschiedenen Arten von Tourismus in allen Destinationen:

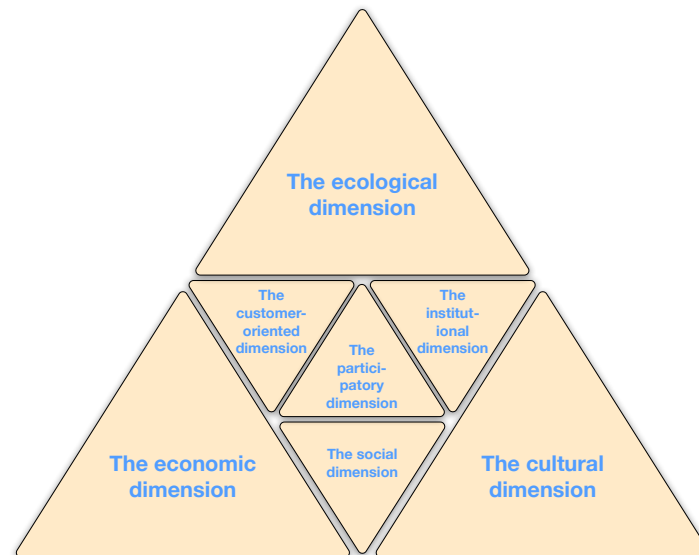


Abbildung 1: Sustainable Tourism Triangle (Baumgartner, 2019)

Nur dann kann der „Tourismus (...), wenn er verantwortungsvoll und ethisch einwandfrei geführt wird, nicht nur zur wirtschaftlichen Entwicklung, sondern auch zum Aufbau stabilerer Gesellschaften sowie zur Förderung und zum Schutz der natürlichen und kulturellen Ressourcen beitragen. Es liegt im eigenen Interesse des Tourismus, unberührte Landschaften zu erhalten, lebendige Kulturen zu fördern und gastfreundliche Gemeinden zu unterstützen. Nachhaltiger Tourismus stärkt somit die wechselseitige Beziehung zwischen dem Schutz der Umwelt und der Entwicklung wettbewerbsfähiger Tourismusunternehmen, die Wohlstand in den Zielgebieten schaffen." (Rifai 2015, UNWTO, 2021)

Der Sektor kann noch immer dazu beitragen, Arbeitsplätze zu schaffen, die lokale Kultur und Produkte zu fördern und sich für die Erhaltung und nachhaltige Nutzung der Ozeane, Meere und Meeresressourcen einzusetzen. Um dieses Potenzial zu maximieren, muss die Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt der Tourismusentwicklung gestellt werden (Rifai 2015).

Um den derzeitigen Tourismus in einen dauerhaft erfolgreichen, ökologisch und sozial verträglichen, d.h. nachhaltigen Wirtschaftszweig zu verwandeln und die genannten Ziele zu erreichen, bedarf es jedoch dringlicher als je zuvor geeigneter politischer Maßnahmen, Instrumente und Überwachungsmechanismen, um den wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Nutzen des Tourismus zu steigern und gleichzeitig seine negativen Auswirkungen zu mindern. (Baumgartner 2019, Rifai 2015)

Mehrere Autoren (Hall 2004, Brot für die Welt, et.al. 2016, Baumgartner 2019, Lund-Durlacher, et.al. 2019, ...) haben die folgenden vier Spannungsfelder identifiziert, in denen - manchmal destinationsspezifische, oft grundsätzliche - Entscheidungen getroffen werden müssen, um Ziele für den Tourismus zu definieren:

### **Wachstum versus Kapazitätsgrenzen**

Es besteht die Notwendigkeit, Indikatoren für den Erfolg des Tourismus neu zu definieren, weg von einer kleinräumigen hin zu einer möglichst großräumigen Betrachtung. Dies bedeutet auch eine Abkehr von rein quantitativen und finanziellen Indikatoren hin zu ganzheitlichen Nachhaltigkeitsbetrachtungen. Dazu müssen auch in übergeordneten Steuersystemen entsprechende Anreize gesetzt werden.

Bei quantitativem Wachstum soll eine optimierte Verteilung über das Jahr Spitzen vermeiden und eine geografische Verteilung abseits bestehender und potenzieller Hot Spots soll Übertourismusansätze schon im Vorfeld vermeiden. Destinationen können - unter Beteiligung aller betroffenen Stakeholder - ökologische und soziale Kapazitätsgrenzen definieren und ggf. Wachstumsgrenzen einzeichnen.

### **Wirtschaftlicher Druck versus gute Arbeitsbedingungen**

Die Notwendigkeit, die Arbeitsbedingungen im Tourismus zu verbessern, ist ein globales Thema in verschiedenen Formen. Ziel ist es, den Tourismus als attraktiven Arbeitgeber zu erhalten bzw. wiederzugewinnen, um jungen Menschen aus den jeweiligen Tourismusregionen eine Perspektive zu bieten und damit Arbeitsmigration zu vermeiden und zur Beschäftigungssicherung im Tourismus beizutragen. Zufriedene Mitarbeiter bringen dem Tourismus mittelfristig eine höhere und gesicherte Wertschöpfung, als die Maßnahmen zur Steigerung der Arbeitsplatzattraktivität kosten.

### **Rechtliche Rahmenbedingungen versus Freiwilligkeit**

Umfassende Produkttransparenz ist aufgrund der Komplexität des "Produktes Tourismus" schwierig. Daher kann man nicht ausschließlich auf die Mündigkeit der Verbraucher verweisen, wenn es um die Auswahl umwelt- und klimaverträglicher Tourismusprodukte geht. Die Wirtschaft ist daher inzwischen mehr in der Verantwortung, nachhaltige Produkte anzubieten und Informationen für den Konsumenten bereit zu stellen.

Vertrauen in die Bereitschaft und die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft sind wichtig für die Steigerung der Nachhaltigkeitsleistung, reichen aber als Anreiz für eine umfassende Nachhaltigkeitsstabilisierung des Tourismus nicht aus. Letztlich bedarf es auch staatlicher Steuerungsmaßnahmen in Form von Anreizsystemen in Verbindung mit gesetzlichen Regelungen.

### **Der Tourismus als Mitverursacher und Opfer des Klimawandels**

Die touristische Mobilität ist einer der stärksten Verursacher von CO<sub>2</sub>-Emissionen, insbesondere wenn man die aktuellen und zukünftigen Entwicklungen betrachtet. Klimaschutzmaßnahmen sind unbedingt notwendig, auch um den Tourismus als attraktiven Wirtschaftszweig langfristig zu erhalten. Dabei geht es nicht um die Entscheidung, welche der bekannten Maßnahmen zur Verkehrsvermeidung und Emissionsreduzierung umgesetzt werden sollen, sondern es ist das gesamte Maßnahmenbündel erforderlich.

Kurzfristig sollten freiwillige Kompensationsmaßnahmen bei den Reisenden stärker beworben und von den Reiseveranstaltern in ihre Angebote eingepreist werden. Langfristig müssen wir auf eine umfassende Kohlenstoffsteuer sowie auf realistische Flugpreise hinarbeiten, die keine verzerrenden Subventionen enthalten.

Das Argument der Demokratisierung des Reisens darf nicht auf Kosten der Umwelt, des Klimas und der Allgemeinheit gehen. Instrumente zur Demokratisierung des Reisens, wie z.B. umgekehrt einkommensproportionale Urlaubssubventionen, Reisefreiheiten durch veränderte Visabestimmungen etc. müssen gesellschaftspolitisch und global diskutiert werden.

Der Wertewandel hin zu einem veränderten Mobilitätsverhalten muss durch Marketing und Kommunikation gegenüber den Verbrauchern sowie durch die notwendigen Rahmenbedingungen, z.B. flexiblere Arbeits- und Urlaubszeiten, ermöglicht und verstärkt werden.

### 3.2 Tourismuspolitik in den Alpen während der Krise

Die Alpenschutzkommission CIPRA hat die Tourismuspolitik der Alpenstaaten während der Pandemie analysiert und kommt zum Schluss, dass dabei große Chancen auf Transformationssteuerung vergeben wurden.

Neben den bekannten Herausforderungen und Schwierigkeiten konnten auch spannende Innovationen an der Schnittstelle von Tourismus und Regionalentwicklung auf lokaler und kleinregionaler Ebene beobachtet werden, insbesondere im Bereich der Lebensmittelverarbeitung und der Dienstleistungen von allgemeinem Interesse. Diese Impulse für einen Wandel hin zu einem nachhaltigeren und resilienten Tourismus kamen aber vorwiegend nicht aus dem Tourismussektor selbst, sondern von externen Denkfabriken, Expert\*innen und von Bottom-up-Initiativen (CIPRA, 2021).

Die Priorität der politischen Maßnahmen lag auf der Vermeidung akuter Verluste und nicht auf der Umgestaltung und Diversifizierung des Tourismussektors, um mittel- und langfristig künftigen Krisen standzuhalten. Aspekte wie Umweltverträglichkeit, Klimafreundlichkeit oder Nachhaltigkeit werden fast vollständig ausgeblendet (CIPRA, 2021).

### 3.3 Transformationsschritte in der Schweiz und Österreich

In der Schweiz und Österreich laufen seit wenigen Jahren parallel und unabhängig voneinander Prozesse, die beide mehr Nachhaltigkeit in das jeweilige Tourismussystem bringen wollen (Schweiz Tourismus 2021, Schmidt 2021a, Baumgartner 2021).

Während die Schweiz mit "Swisstainable" vor allem auf die Zusammenarbeit zwischen den touristischen Dachverbänden, die Stärkung bestehender Instrumente (z.B. Ökolabels) und die Verbesserung der Kommunikation an die Gäste setzt, versucht Österreich in einem komplexen Dialogprozess "Forum Future Tourism - Beyond Recovery" neue Sichtweisen einzubringen, indem touristische Außenseiter wie Kulturinterpret\*innen, Raumplaner\*innen und wirtschaftliche Querdenker\*innen einbezogen werden, um ein völliges Umdenken im Tourismus zu ermöglichen.

Der Schweizer Prozess wurde Ende Februar 2021 öffentlich gemacht; in Österreich wurde die Hauptveranstaltung, ein dreitägiger Multi-Stakeholder-Workshop mit 100 eingeladenen Expert\*innen, aufgrund der COVID-19-Situation auf Juni 2021 verschoben und dann in eine zweitägige Konferenz der 25-köpfigen Kerngruppe umgewandelt. Eine Fortsetzung ist für 2022 geplant

Die Analysen zeigen grundlegende Unterschiede sowohl in der generellen Ausrichtung der beiden Prozesse als auch in den spezifischen Merkmalen in Bezug auf Nachhaltigkeit und Transformation.

Swisstainable zielt auf die Gästeorientierung durch die Bündelung und Aufbereitung von nachhaltigen Erlebnissen und Angeboten, auf die Unterstützung der Wirtschaft durch Sichtbarkeit und auf die Positionierung der Schweiz als nachhaltige und der Nachhaltigkeit verpflichtete Destination.

Ein zentrales Anliegen ist es, Orientierung in der bestehenden Label-Landschaft zu schaffen und weitere Betriebe zu motivieren, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Das



Nachhaltigkeitsprogramm Swisustainable stellt keine neue Zertifizierung dar, sondern fokussiert auf die Stärkung bestehender Nachhaltigkeitszertifikate.

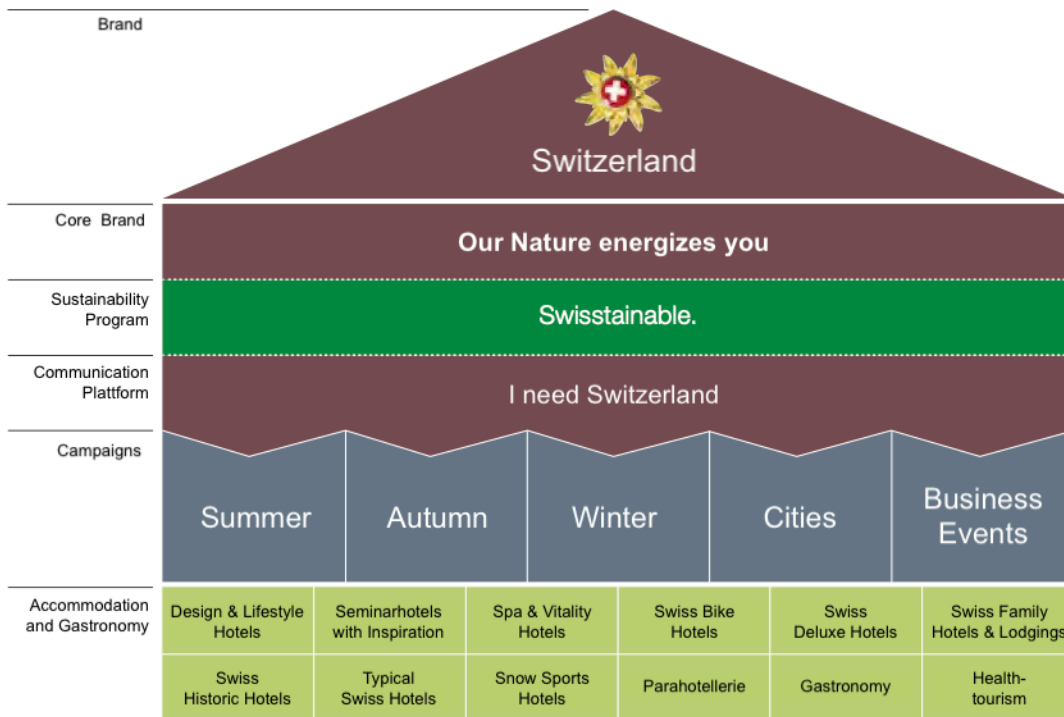


Abbildung 2: Integration von Swisustainable in die Schweizer Marketingstruktur (Schweiz Tourismus, 2020)

Der österreichische Prozess "Forum Future Tourism - Beyond Recovery" hat sich zum Ziel gesetzt, neue Visionen für den Tourismus im Sinne des digitalen Wandels, des kulturellen Wandels, des grünen Wandels und des systemischen Wandels zu entwickeln und konkrete Transformationsräume zu eröffnen.

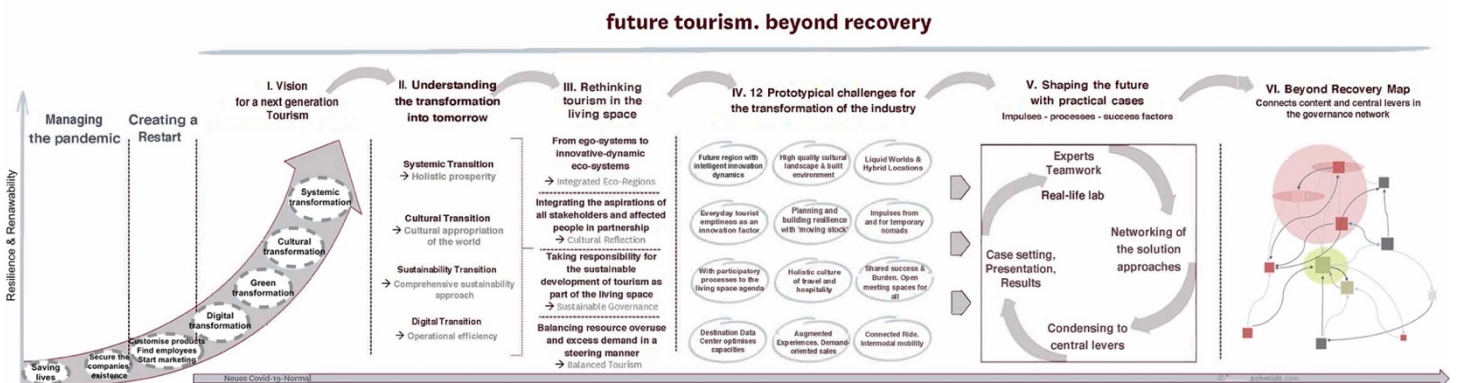


Abbildung 3: Prozess des 'Forums Future Tourism - Beyond Recovery' (Schmidt, 2021a)

Insbesondere der Vergleich der touristischen Transformationskriterien zeigt grundlegende Unterschiede zwischen den beiden Ansätzen zum Tourismus in den Nachbarländern.

	<b>'Forum Future Tourism - Beyond Recovery'</b>	<b>Swisstainable</b>
<b>Behandelte Nachhaltigkeitsaspekte</b>	Umfassende Berichterstattung über alle Aspekte	Starker Fokus auf ökologische Aspekte
<b>Schwerpunkt Resilienz</b>	Hohe	Nicht explizit
<b>Kritische Selbstreflexion</b>	Hoch	Gering
<b>Neuigkeitswert / Innovation</b>	Tourismus wird als Lebensraum-Agenda neu überdacht	Weitgehende Bündelung bestehender Maßnahmen
<b>Allgemeine Transformationsorientierung</b>	Sehr hoch	Gering; Fokus (derzeit) auf Bewusstseinsbildung und Öffentlichkeitsarbeit
<b>Einbeziehung von Stakeholdern</b>	Breiter Ansatz, der auch nicht-touristische Akteure einbezieht, aber den Fokus auf einzelne Persönlichkeiten legt	Fokus auf Tourismusakteure, weit verbreitet
<b>Gesamtgesellschaftlicher Nutzen</b>	Gesellschaftlicher Nutzen als zentraler Wert	Gesellschaftlicher Nutzen als Nebeneffekt
<b>Wachstum versus Kapazitätsgrenzen</b>	Berücksichtigt; zielt auf konkrete Grenzen des Wachstums ab	Nicht wesentlich in Ziel und/oder Maßnahmen integriert
<b>Wirtschaftlicher Druck versus gute Arbeitsbedingungen</b>	Berücksichtigt; hoher Wert auf gute Arbeitsbedingungen	Nicht wesentlich in Ziel und/oder Maßnahmen integriert
<b>Gesetzlicher Rahmen versus Freiwilligkeit</b>	Nicht konkret formuliert, aber Mix aus freiwilligen und hoheitlichen Maßnahmen und Rahmenbedingungen angestrebt	Fokus auf freiwillige Maßnahmen
<b>Tourismus als Mitverursacher und Opfer des Klimawandels</b>	Klimawandel in (alle) Transformationsräume integriert	Nur wenn es bereits in den geförderten Nachhaltigkeitslabels integriert ist.
<b>Konkretheit des Programms</b>	Gering; bisher nur theoretischer Ansatz	Konkrete Angebote für engagierte Unternehmen und Organisationen
<b>Politische Rückendeckung</b>	Gering auf höchster politischer Ebene, auf der Ebene der Bundesländer (noch) nicht angekommen	Derzeit hoch, Finanzierungszusagen für weitere Umsetzung
<b>Wahrscheinlichkeit der weiteren Umsetzung</b>	Fraglich, da mangelnder politischer Wille	Hoch

Tabelle 1: Vergleich der wichtigsten touristischen Transformationsindikatoren in beiden Prozessen

Als Fazit der beiden Prozesse lässt sich sagen, dass Swisstainable zumindest aus heutiger Sicht zu sehr auf die Umwelt und Kommunikation bestehender Gütesiegel ausgerichtet ist, aber aber auf dem politischen Willen aufbauen kann. Future Tourism beyond recovery ist umfassender und transformationsorientierter, hat aber keine dauerhafte Unterstützung.

Beide haben das Potenzial, den Tourismus umweltfreundlicher und zum Teil nachhaltiger zu machen - aber keiner von beiden führt zu einer echten (und notwendigen) Transformation des Tourismus.

## 4 Fazit

Wie sollen wir nun weiter machen? Der österreichische Wirtschaftsforscher Egon Smeral (2020) brachte das Weiter auf seinen Punkt: „Im Endeffekt kann jedoch die bereits mehrmals bewiesene Kreativität der österreichischen Touristiker dazu beitragen, das Aufholtempo deutlich zu steigern.“ Wäre damit gemeint, man müsse möglichst rasch aufholen, was 2020 nicht möglich war, und dann zurück zur ‚(neuen) Normalität‘, zum Business as usual, so als ob nichts geschehen ist? Dann griffe dieser Lösungsansatz wirklich zu kurz. Es muss auch im Tourismus der ‚Weisse Elefant im Raum‘ benannt werden, das Tabu des Wachstumsparadigmas gebrochen werden.

So oder so gilt nun: Das Wachstumsparadigma im Tourismus ist in vielen Regionen an sein Ende gekommen, wir brauchen andere Erfolgs- und Qualitätskriterien als die stete Steigerung von Ankunfts- und Nächtigunzzahlen und die Maximierung von Umsatz, Gewinn etc. Es braucht eine Kostenwahrheit, die auch Umweltkosten, Gesundheitskosten, Soziale Kosten etc. integriert.

Die Akteure und Akteurinnen der Nachhaltigkeitsdebatten integrieren derzeit allerorts das Thema Resilienz stärker in den Diskurs. Resilienz im Tourismus war bisher eher Teil der Diskussionen zur Klimaadaptation. Wirtschaftliche Resilienz gegen völlig unerwartete Ereignisse wird zukünftig noch viel wichtiger werden, vor allem da wir mit ziemlicher Sicherheit aus den Erfahrungen des letzten Jahrzehntes sagen können, dass dies nicht der letzte Virus gewesen sein wird. Resiliente Regionen sind solche, in denen der Tourismus Teil einer Lebensraum-Agenda ist und seine Zielsetzungen ebenso der Lebensqualität aller Einheimischen wie den wirtschaftlichen Interessen der Tourismuswirtschaft dient und mit unsicheren Tourismus-Märkten umgehen können.

Das führt zu der Frage, wo die Grenzen der Finanzierungs- und Förderpolitik sind? Gelder sollten nur mehr dorthin vergeben werden, wo auch entsprechende Krisenplanungen vorhanden sind und Kriterien einer Nachhaltigen Entwicklung und insbesondere des Klimaschutzes erfüllt werden. Seriöse NGOs bemühen sich seit langem für den plötzlichen Ausfall aller Einkünfte zumindest Reserven in der Höhe aller Personal- und Betriebskosten für ein halbes Jahr zu haben. Wir haben in der Pandemie gesehen, dass dies in der Wirtschaft gar nicht üblich ist. Aber ist es auch nicht möglich?

Das Zurück in „touristische Vor-Corona Zeiten“ ist keine Zwangsläufigkeit, kein Naturgesetz, sondern wäre eine bewusste, politisch unterstützte Entscheidung aller beteiligten Gruppen. Politische Stimmen zeigen da auch Ansätze für ein Umdenken auf: Die österreichische Umwelt- und Klimaministerin Leonore Gewessler forderte zumindest integrierte Klimabedingungen, wenn die Austrian Airlines und andere Betriebe vom Staat unterstützt werden (Der Standard, 2020a). Regula Rytz, Schweizerische Nationalrätin ging da einen Schritt weiter und meinte „Die Corona-Krise ist eine Zäsur in der modernen Reisewelt. [...] Nutzen wir die

Zäsur deshalb für einen Umbau des Reisens. Investieren wir in europäische Bahnverbindungen, in Ferienerlebnisse vor der Haustür und in Bildungsangebote für Menschen, die heute von umweltschädlichen Tourismusformen leben. Sie brauchen neue Perspektiven.“ (Tagesanzeiger, 2020)

Nach Ansicht vieler benötigt ‚der Tourismus‘ neue Perspektiven und diese dramatischen Einschnitte könnten und sollten nun auch als Chance für Umsteuerungen genutzt werden. Die Pandemiezeit hat deutlich gemacht: Es stimmt nicht, dass „die Tiroler Täler vom Tourismus leben“, wie gerade die österreichischen Seilbahnvertreter immer wieder äußern, vielmehr werden sie krank. Von den 20 tourismusintensivsten Gemeinden Österreichs, die größeren Städte ausgenommen, haben 13 hohe Bevölkerungsrückgänge in den letzten 10 Jahren erlebt. Die Spitzenreiter mit um die 20 % Rückgang sind dabei die intensiven Wintersportregionen Ischgl, St. Anton, Lech (Baumgartner, 2020). Und es ist bestürzend, dass diese Orte immer wieder zu den Corona-Hotspots zählten, die Bevölkerung hat das leidvoll erfahren.

Wir haben jetzt die Chance, mehr Nachhaltigkeit in alle Unterstützungen zu integrieren, neue Szenarien und Businessmodelle zu entwickeln. Zum Beispiel in den alpinen Tourismus Hot-Spots Hotelzimmer in Wohnraum umzuwandeln und damit der örtlichen Jugend die Chance aufs Dableiben zu erleichtern. Gemeinsam mit der Digitalisierung und dem Schaffen lokaler Jobs könnte ländlichen Regionen damit tatsächlich neue Perspektiven verschafft werden. Schweizer Tourismusexpert\*innen schreiben davon, dass es nötig ist, Instrumente zu finden, die den wirtschaftlichen Druck auf Betriebe und Angestellte reduzieren. Zum Beispiel bedingungsloses Grundeinkommen, finanziert durch eine Digitalsteuer (auch auf Buchungsplattformen) oder eine Finanztransaktionssteuer.

Für die Zukunft im Wintertourismus können weder Konzepte aus den 1970er Jahren herangezogen werden noch die Tourismuswirtschaft nach Smeral'sche Kreativität weiterwerkeln – um aus regionalen kulturell wie kulinarisch und historischen Besonderheiten unverwechselbare und klimawandelunabhängige touristische Produkte zu machen, braucht es neue Ansätze. Der neue Trend des Resonanztourismus (Zukunftsinstitut GmbH, 2019) kann hier wichtige Impulse geben.

Zum Nachhaltigen Tourismus gehört unmittelbar auch die Beachtung von ökologischen und sozialen Belastungsgrenzen, um sowohl Massentourismus (aus der Sicht der Umwelt) wie auch Overtourism (aus der Sicht der Bevölkerung) zu vermeiden. Politische und finanzielle Anreizsysteme müssen nachhaltige Tourismusformen fördern und (zu) intensive Ausformungen verhindern. Nicht zuletzt ist der Wunsch nach einer generellen CO<sub>2</sub>-Steuer wie einer Besteuerung des staatlich quasi-subventionierten Kerosins aktueller denn je. Fliegen und individuelle motorgebundene Mobilität muss teurer werden – aus Klimaschutz- wie aus Gründen der Kostenwahrheit.

Wahrscheinlich wird sich zukünftig auch die Art der Unterbringung ändern, wobei die Vermeidung des allzu intensiven Kontaktes mit anderen Gästen eine Rolle spielt. Neue Formen der Nächtigung wie Hipster- und Bobo Hotels, Tiny Houses, Clamping und Baumhäuser oder Null-Energie-Hotels werden zunehmen. Für unwirtschaftlich gewordene Hotelimmobilien müssen neue Nutzungen gefunden werden und darüber hinaus wird die Finanzierung angesichts restriktiverer Kreditvergaben und neuer Finanzierungsformen keineswegs einfacher. (Hartl, 2022)

Und vielleicht hat schlussendlich doch der Erlebnisforscher Gerhard Frank recht mit seiner Version vom Ende des alpinen und außer-alpinen Massentourismus. Wahrscheinlicher aber wird sie, wenn die Politik steuernd mitspielt. Dann müssen wir aber beginnen, über die notwendigen Veränderungen zu sprechen und eine grundlegende Transformation des bisherigen Tourismus zu enttabuisieren. Fangen wir damit an.

## 5 Quellenangaben:

Baumgartner, C. (2019): 'The Grisons Approach to Sustainable Tourism'. The position of the FHGR on the topic of sustainability in tourism.

Baumgartner, C. (2020): Nachhaltige Tourismusentwicklung. Erfahrung aus ländlich-alpinen Regionen. In: Brandl, S., Berg W., Herntrei, M., Steckenbauer, C., Lachmann-Falkner, S.: Tourismus und ländlicher Raum. Innovative Instrumente und Ideen für Zukunftsgestaltung. ISBN: 978-3-503-19530-5, Erich Schmidt Verlag, Berlin

Baumgartner, C. (2021): Forum Future Tourism. Beyond Recovery, Themenbriefing Citizen Governance

Bayerischen Zentrum für Tourismus (2021): Stimmungsbild aus der Wissenschaft: Post-Corona-Perspektiven, <https://bzt.bayern/stimmungsbild-wissenschaft-post-corona-perspektiven/>

BDL (Bundesverband Deutscher Luftfahrt) (2022): Jahresbilanz 2021. Zur Lage der deutschen Luftverkehrswirtschaft. [https://www.bdl.aero/wp-content/uploads/2022/01/BDL-Jahreszahlen2021\\_Lagebericht.pdf](https://www.bdl.aero/wp-content/uploads/2022/01/BDL-Jahreszahlen2021_Lagebericht.pdf)

Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst, arbeitskreis tourismus & entwicklung (akte), TourCert gGmbH (2016): Tourismuswende. Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung: Die Transformation im Tourismus gestalten

CIPRA International (2021): Alpentourismus in der Corona-Krise: Chancen und Herausforderungen (RESET ALPENTOURISMUS). Abschlussbericht. Dezember 2021, [https://www.cipra.org/de/cipra/international/projekte/abgeschlossen/reset-alpentourismus/abschlussbericht/abschlussbericht-projekt-reset-alpentourismus.pdf/@@download/file/Abschlussbericht\\_Projekt\\_Reset%20Alpentourismus.pdf?inline=true](https://www.cipra.org/de/cipra/international/projekte/abgeschlossen/reset-alpentourismus/abschlussbericht/abschlussbericht-projekt-reset-alpentourismus.pdf/@@download/file/Abschlussbericht_Projekt_Reset%20Alpentourismus.pdf?inline=true)

Der Standard (2020a): Gewessler zu Staatshilfen: "Steuermillionen brauchen Klimabedingungen", (15.4.2020)

Der Standard (2020b): Gesundheitsministerium reagiert zurückhaltend auf Köstingers Urlaubs-Vorstoß (18.4.2020)

Deutsche Welle (2022): Krisenbranche Kreuzfahrt – nach Corona wieder auf Kurs? 21.2.2022, <https://www.dw.com/de/krisenbranche-kreuzfahrt-nach-corona-wieder-auf-kurs/a-60782284>

Frank, G. (2020): Eine neue Art des Reisens, In: Tourismus Presse Austria 25.4.2020

Frankfurter Allgemeine (2021): Mallorca-Reisen sorgen für Streit, 16.3.2021, <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/osterurlaub-und-corona-mallorca-reisen-sorgen-fuer-streit-17247988.html>

Hall, Derek (Ed.) (2004): Tourism and Transition. Governance, Transformation and Development. CABI Publishing, ISBN 0 85199 748 1

Handelsblatt (2021): Nach Corona nun die Klimakrise: Lufthansa-Chefs wappnen sich für grüne Regierungsbeteiligung. <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/luftfahrt-nach-corona-nun-die-klimakrise-lufthansa-chefs-wappnen-sich-fuer-gruene-regierungsbeteiligung/27283384.html> (14.6.2021)

Hartl, F. (2022): Tourismus: Vor herausfordernden Zeiten. In: Tourismus Presse Austria, 29.2.2022

Kurier (2020): Platter: "Geben Sommersaison in Tirol noch nicht auf", <https://kurier.at/chronik/oesterreich/livestream-guenther-platter-informiert-ueber-sofortmassnahmen/400805759> (4.4.2020)

Lässer, C. (2020): Einen so tiefen Fall gab es noch nie. In: Neue Zürcher Zeitung, 4.4.2020

Lässer, C. (2021): Persönliche Information

Lichtfuss, A. (2022): Die Freude an der Arbeit ist essentiell. In: Die Tirolerin. Upgrade. 2022

Lund-Durlacher, D; Dinica, V; Reiser, D; Fifka, M. (Ed.) (2019): Corporate Sustainability and Responsibility in Tourism. A transformative concept. Springer, ISBN 978-3-030-15623-7

Mörth L; Friedl H. (2021): Plant GenZ nach Corona klimafreundlichere Reisen? In: Tourismus Wissen - quarterly, Oktober 2021

ORF (2020a): Austrian-Vorstandsmitglied Andreas Otto: „Es wird lange dauern“(16.4.2020)

ORF (2020b): Grenzöffnung für deutsche Urlauber möglich, <https://orf.at/stories/3162402/> (18.4.2020)

Overs, G. (2021) im persönlichen Gespräch mit dem Autor.

Plüss, C. (2020): Restart Tourism: "Den Wert des Reisens wieder achten", [https://www.fair-unterwegs.org/fileadmin/user\\_upload/Bilder\\_Meldungen/News/2020/04\\_April/Restart\\_Tourism\\_Christine\\_Pluess.pdf](https://www.fair-unterwegs.org/fileadmin/user_upload/Bilder_Meldungen/News/2020/04_April/Restart_Tourism_Christine_Pluess.pdf)

Rifai, Taleb (2015): Driving sustainable development and social transformation, in: G7 Research Group, G20 Research Group (2015): G7G20; <http://www.g7g20.com/articles/taleb-rifai-tourism-driving-sustainable-development-and-social-transformation>

Schmidt, Franz (2021a): Forum Future Tourism. Beyond Recovery. Prozessübersicht

Schweiz Tourismus (2020): Swisstainable, <https://www.stnet.ch/de/swisstainable>

Stern (2022): Kreuzfahrt, Corona und Konkurse: Diese Reedereien scheiterten an der Pandemie. 26.3.2022, <https://www.stern.de/reise/service/kreuzfahrt--corona-und-konkurse--diese-reedereien-scheiterten-an-der-pandemie-31727558.html>

Süddeutsche Zeitung (2021): Kommen die Dienstreisen nach der Pandemie zurück? 3.12.2021, <https://www.sueddeutsche.de/karriere/corona-geschaeftsreisen-videokonferenzen-dienstreise-1.5477885>

Tagesanzeiger (2020): Tourismus in Zeiten von Corona. Welche Ferien diesen Sommer noch möglich sind, <https://www.tagesanzeiger.ch/welche-ferien-diesen-sommer-noch-moeglich-sind-213064101844> (17.4.2020)

Smeral (2020a): Corona und die Auswirkungen auf den Tourismus: Ein langer Weg zurück. In: Tourismus Presse Austria, 11.4.2020

Tourismus Presse Austria (2020): Auf Basis fundierter Analysen werden nun konkrete Maßnahmen sowohl im Gesundheits- und Hygiene- Bereich als auch für das qualitativ hochwertige touristische Angebot erarbeitet (Presseaussendung), 23.4.2020

UNWTO (2016): Global Report on the Transformative Power of Tourism a paradigm shift towards a more responsible traveller, ISBN: 978-92-844-1782-7

UNWTO (2017a): Discussion Paper on the occasion of the International Year of Sustainable Tourism for Development 2017

UNWTO (2018): 'Overtourism'. Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. ISBN 978-92-844-2006-3

UNWTO (2017b): Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, ISBN: 978-92-844-1933-3

UNWTO (2021): Making Tourism Stronger and Ready for the Future, 27.12.2021, <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-12/211227-secretary-general-statement-en.pdf?yHn3vMiFOuLFzUoIfFp4HeoSfnqymibe>

Zukunftsinstitut GmbH (2019): Der neue Resonanz-Tourismus, Frankfurt am Main, ISBN-13: 978-3945647622

**Kontakt:**

Prof. Dr. Christian Baumgartner

[christian.baumgartner@responseandability.com](mailto:christian.baumgartner@responseandability.com)

+43 664 3812143

Christian Baumgartner ist Prof. für Nachhaltigen Tourismus und Internationale Entwicklung an der FH Graubünden (CH), unterrichtet am IMC FH Krems und leitet das Consulting-Unternehmen response & ability gmbh.