

Nachhaltigkeits-Checkliste für Reiseveranstalter

Ethische Aspekte werden in Zukunft das ökonomische Überleben entscheidend mitbestimmen. Daher ist die Umsetzung eines nachhaltigen, verantwortungsvollen Tourismus in den Angeboten Ihres Unternehmens kein Nachteil für Sie, sondern zahlt sich sogar aus ökonomischer Sicht aus. Mittel- und langfristig wird Erfolg nur dann möglich ist, wenn soziale, ökologische und ökonomische Aspekte miteinander in Einklang gebracht werden.

Die folgenden Tipps sollen Ihnen dabei helfen, Ihre Reisen qualitativ zu verbessern somit und nachhaltiger zu gestalten.

Firmenpolitik:

- Unterstützen Sie mit Ihrer Firmenpolitik eine nachhaltige Tourismusform, die langfristig ökologisch tragbar, wirtschaftlich ergiebig und ökologisch sowie sozial verträglich ist.
- Stellen Sie Umweltverträglichkeit und soziale Verantwortung gleichberechtigt neben ökonomische Kriterien.
- Erbringen Sie durch freiwillige Maßnahmen Beweise ihrer sozialen und ökologischen Leitung. Setzen Sie ihren Einfluss ein, zur nachhaltigen, gerechteren Weltentwicklung beizutragen.
- Bemühen Sie sich um regelmäßige Weitergabe von Umwelt-Informationen an Ihre Mitarbeiter.
- Geben Sie Ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, an Schulungen, Workshops und Informationsreisen teilzunehmen.
- Achten Sie auch im eigenen Unternehmen auf eine faire und angemessene Bezahlung. Informationen erhalten Sie unter www.bsr.org (business for social responsibility).

Reiseangebote

- Nehmen Sie sich Zeit für die genaue Vorbereitung und Planung von neuen Reiseangeboten. Kennen Sie das Reiseland mit seinen politischen und sozialen Hintergründen gut genug und nicht nur oberflächlich? Die Kunden erwarten von ihrem Veranstalter, dass er weiß wovon er spricht.
- Manchmal ist weniger mehr: Die Reise kann für Ihre Kunden intensiver und erlebnisreicher sein, wenn Sie sich kleinere Regionen vornehmen, statt ganze Länder oder gar Kontinente im Eiltempo abzuklappen.
- Kooperieren Sie bevorzugt mit Betrieben im Besitz Einheimischer (Beherbergungsbetriebe, Transportunternehmen, Guides für spezielle Führungen, Freizeitaktivitäten).

Kataloge:

- Zeigen Sie sich respektvoll den Bewohnern der Reiseziele gegenüber. Achten Sie auf eine authentische und detaillierte Darstellung des Reiselandes im Katalog (Gesellschaft, Kultur, Umweltprobleme, politische Hintergründe, insbesondere in politischen Problemländern / Diktaturen). Idealerweise stellen Sie ausführliche Informationen schon im Katalog bereit.

- Verzichten Sie auf verschleiernde Klischees, vor allem dann, wenn Sie wissen, dass in dem Land Menschenrechtsverletzungen stattfinden und Menschen in ihren fundamentalen Rechten eingeschränkt sind.
- Denken Sie doch einmal darüber nach, ihre Kataloge auf ökologisch hergestelltes Papier zu drucken.
- Weisen Sie Ihre Kunden darauf hin, Kataloge wieder zurückzugeben oder an interessierte Freunde und Verwandte weiterzuleiten.

Reiseleiter

- Gewährleisten Sie, dass in Ihrem Unternehmen gut ausgebildete und engagierte Reiseleiter arbeiten, die mehr als nur Informationen zu den einzelnen Orten geben können. Sie sollten verantwortungsbewusst gegenüber der Umwelt und der sozialen Struktur vor Ort handeln und den Touristen dabei helfen, „mit offenen Augen“ zu reisen.
- Führen Sie im Interesse des eigenen positiven Images regelmäßig Reiseleiterschulungen durch.
- Integrieren Sie Themen wie Nachhaltigkeit, interkulturelle Kommunikation, kommerzielle, sexuelle Ausbeutung von Kindern in Ihre Reiseleiterschulungen. Informationen erhalten Sie z.B. unter www.studienkreis.org, www.respect.at.

So können Sie schon vor der Reise zur Kundenzufriedenheit beitragen!

Eine gute Vorbereitung auf das Reiseland trägt wesentlich zu besserem Verständnis und damit zur höherer Urlaubsfreude bei. Je besser Ihr Kunde auf das, was ihn erwartet vorbereitet ist, desto unwahrscheinlicher werden böse Überraschungen. Helfen Sie ihm dabei: Informieren Sie ihn vorab über die politische und ökologische Situation im Lande sowie über die Lebensweise der Menschen und über passende Verhaltensweisen von Touristen.

Unsere Tipps für Sie:

- Empfehlen Sie Ihren Kunden gute Reiseführer, die Sie selbst kennen. Achten Sie dabei auf Inhalt und auf Aktualität. Gute Reiseführer beschreiben nicht nur Strände, Berge, Kunstgeschichte, Pflanzen und Tiere, sondern auch die Menschen mit ihrer Alltagskultur, die politische Gegenwart, Umweltschutz und Menschenrechte.
- Empfehlen Sie Ihren Kunden gute Web-Adressen zu den entsprechenden Destinationen.
- Veranstalten Sie Dia-Abende. Nehmen Sie dabei nicht zu viel von den Sehenswürdigkeiten vorweg, sondern sprechen Sie über die Lebensweise, über die politische oder ökologische Situation im Zielland.
- Schaffen Sie Anreize für Ihre Kunden, sich mit dem Reiseland schon vorab auseinanderzusetzen. Stellen Sie mit den Reiseunterlagen ausreichend Material über das Land zur Verfügung, als Motivation sich mit der Destination auseinanderzusetzen (Regionskarten, Informationen über Land und Leute, über das Umweltverhalten, über kulturelle Besonderheiten, über das Angebot regionaler öffentlicher Verkehrsmittel, Fotografierhilfen, Tierspurenchlüssel). Kennen Sie zum Beispiel schon die Sympthiemagazine des Studienkreis für

Tourismus und Entwicklung oder die Broschüre „Reisen mit Respekt“? Wir helfen Ihnen gerne weiter.

- Legen Sie den Kunden die Vorteile nahe, sich sprachlich etwas auf die Reise vorzubereiten, um die Kommunikation mit den Einheimischen zu erleichtern. Selbst einige wenige Worte wie „Guten Tag“, „Danke“ oder „Auf Wiedersehen“ können Brücken bauen.
- Hintergrundinformationen, die einen engagierten Tourismus unterstützen, können auch ansprechend und positiv aufbereitet werden. Dabei sollt darauf geachtet werden, dass Diavorsträge und andere Informationen nicht zur Fortführung von Klischees und Falschbildern beitragen, sondern der wirklichen Vorbereitung dienen.

Umweltverträgliches Reisen

Allgemeine Hinweise:

- Versuchen Sie auf die Schonung bzw. den Erhalt natürlicher Ressourcen (Boden, Wasser, Luft) sowie der Biodiversität (Flora und Fauna) zu achten.
- Passen Sie die Teilnehmerzahl je nach Reiseziel und Reiseart den Gegebenheiten an. Grundsätzlich sollte bei geführten Reisen die Gruppengröße 20 Personen nicht überschreiten.
- Vergessen Sie nicht, in den Reiseinformationen auf die Umweltsituation (Wasserverbrauch, Umweltschäden durch Tourismus, Abfallaufkommen usw.) aufmerksam zu machen.
- Ziehen Sie ökologisch engagierte Regionen in Ihr Programm mit ein. Verzichten Sie hingegen auf ökologisch besonders belastete Gebiete.
- Achten Sie selbst auf Abfallvermeidung, korrekte Abfallentsorgung und sparsamen Umgang mit Energie. Fordern Sie Ihre Kunden auf, sich verantwortungsbewusst zu verhalten.
- Bevorzugen Sie kleine umweltschonend wirtschaftende Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe.

Anreise

Wußten sie,

- dass mit der gleichen Energie, die eine Person im Flugzeug nach Australien verbraucht, er mit dem Auto mehr als zwei Mal um die Welt fahren kann?
- dass die Flugzeuge in besonders sensiblen Atmosphäreschichten fliegen, in denen die Schadstoffe 500 Mal länger verbleiben als in bodennahen Schichten?

Das Flugzeug als Transportmittel in den Urlaub läßt sich heute nicht vermeiden. Aber wer die Problematik kennt, ist vielleicht bereit mit Vernunft zu fliegen. Werden Sie sich und machen Sie ihren Kunden bewusst, dass Flugreisen in erheblichem Maße zu den Umweltbelastungen einer Reise beitragen. Bieten Sie Reisen an, in denen Urlaubslänge, Reisezeit und Entfernung in einem vertretbaren Verhältnis stehen.

Unsere Tipps für Sie:

- Bevorzugen Sie in ihren Angeboten, so weit möglich und vertretbar (Zeitaufwand, Qualität der Bus- und Bahnverbindungen, Entfernung) umweltschonende Transportmittel (Bus, Bahn).
- Vermeiden Sie in Ihren Angeboten grundsätzlich Flüge in Zielgebiete unter einer Entfernung von 700 km oder auch Zubringerflüge (innerhalb des Ausgangslandes) ohne entsprechende mündliche oder schriftliche Aufklärung und Beratung des Kunden über die ökologischen Auswirkungen.

- Flüge über eine Distanz von 700 bis 2000 km sollten mit einer 8-tägigen, Flüge über 2000 km mit einer 15-tägigen Aufenthaltsdauer oder länger verbunden werden. Das ist nicht nur aus ökologischen Gründen sinnvoll: Ihre Kunden werden den Urlaub intensiver erleben, wenn Sie mehr Zeit mitbringen.
- Weisen Sie auf die Klima- und Flugproblematik sowie auf alternative Anreisemöglichkeiten und den unterschiedlichen Energieverbrauch der jeweiligen Verkehrsträger hin (z.B. Katalog, Buchungsunterlagen, Homepage). Wir helfen Ihnen gerne bei der Informationsbeschaffung.
- Schaffen Sie Anreize zur Verwendung öffentlicher Verkehrsmittel: Weisen Sie bei generell möglicher Eigenanreise (auch bei Anreise zum Flughafen) auf die Nutzung möglicher ÖPNV-Angebote und / oder der umweltfreundlichsten Anreisemöglichkeit hin, entweder im Katalog und auf der Homepage oder durch ein separates Hinweisblatt oder entsprechende Textbausteine in den Buchungsunterlagen
- Sicherlich besteht auch die Möglichkeit, spezielle Rabatte bei der Nutzung des ÖPNVs als Anreiz- und Belohnungsinstrument einzusetzen (Bahnticket incl. Aufpreis zur 1. Klasse).

Zielgebiete

Allgemeine Nachhaltigkeitskriterien

Auf Reiseziele, bei denen nachweislich eine überdurchschnittlich hohe Beeinträchtigung durch den Tourismus gegeben ist (entlegene Bergregionen, Regionen mit einer niedrigen touristischen Frequentierung und einer damit noch ungestörten Fauna / Flora und / oder Gesellschaftsform (Antarktis, Arktis, entlegene Gebiete des Amazonas-Gebiets, Galapagos-Inseln außerhalb der zugelassenen Wege und Touristikgebiete, im Regenwald lebende isolierte Völker etc.) sollten Sie verzichten oder zumindest folgende Bedingungen beachten.

- Kennen Sie das Land, das Sie anbieten, selbst gut genug? Nur dann können Sie Ihren Kunden qualitativ hochwertige Reisen anbieten.
- Steht Ihnen ein kompetenter und geschulter Schutzgebiets-Reiseleiter zu Verfügung, der eine Genehmigung zur Leitung von Reisegruppen durch diese Gebiete besitzt, sofern eine solche Genehmigung von der Regierung des Reiselandes angeboten wird? Alternativ können Sie die in diesem Gebiet eingesetzten Reiseleiter sowie die lokalen Begleitmannschaften mit entsprechenden Schulungen für die kulturelle Dimension der Reisen sensibilisieren. Informationen unter www.studienkreis.org, www.respect.at.
- Bevorzugen Sie Destinationen, die eine nachhaltige Entwicklung unterstützen (Lokale Agenda 21, sonstige Projekte) um den Wettbewerb zwischen den Regionen in dieser Hinsicht zu erhöhen.

Ökologische Dimension

- Legen Sie die Reiseteilnehmerzahl je nach Zielland und Reiseart fest. Die Reiseteilnehmerzahl in ökologisch und sozial sensible Gebiete (Gebiete, die unter Natur- und Umweltschutz stehen, Gebiete deren Gästefrequentierung pro Quadratkilometer unter 100 Gästen pro Tag liegt, soziale Systeme z.B. Dörfer und Dorfgemeinschaften, deren Eigenkultur schützenswert ist) ist entsprechend niedrig zu halten.
- Kooperieren Sie bei Reisen in Nationalparks und in andere Großschutzgebiete mit den dortigen Parkverwaltungen um insbesondere die Parkregeln und die damit verbundenen Lenkungsmaßnahmen einzuhalten.

- Bei Kooperationen mit Partnerorganisationen in den Zieldestinationen achten Sie auf deren Umgang mit ökologischen Themen und der Behandlung / Einbeziehung der Einheimischen vor Ort.
- Bei Anfragem seitens der Kunden sollten Sie in der Lage sein, diesen weitere qualifizierte Informationen zur Verfügung zu stellen: Generelles zum Schutzgebiet, zu geschützten Arten, Erlebniswelt für den Besucher im Verhältnis zur potenziellen Gefährdung des Schutzgebiets durch den Tourismus.

Soziale Dimension

Gerade bei kulturellen Unterschiedlichkeiten zwischen Gästen und Bereisten muss die Sorgfalt im Umgang mit den Einheimischen hoch groß sein. Hierzu zählen folgende Kriterien

- Zeigen Sie gegenüber den Menschen des Gastgebietes und ihrer kulturellen Eigenart Respekt. Der Reiseleiter sollte den Kunden nahelegen, landestypische Sitten, Gebräuche und Religionen zu respektieren.
- Planen und führen Sie Besuche bei ethnisch und kulturell fremden Kulturen (im Vergleich zur europäischen) ganz besonders sorgfältig durch, und nur unter Einbezug sogenannter Mediatoren, d.h. beispielsweise Einheimische, die eine kulturelle Brücke zwischen Gästen und Gastgebern darstellen (kann auch der Reiseleiter sein).
- Ziehen Sie stets die Einheimischen in die Planungs- und Durchführungsphase mit ein, indem Sie bei der Entwicklung neuer Angebote z.B. Round Tables in den Destinationen organisieren.
- Respektieren und erkennen Sie den Verhaltenskodex zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung an (www.thecode.org, www.respect.at). Im einzelnen bedeutet das:
 - Berücksichtigung des Verhaltenskodexes bei der Festlegung von Unternehmensgrundsätzen
 - Information und Sensibilisierung von Mitarbeitern / vor Ort tätigen Reiseleitern, ExpedientInnen im In- und Ausland.
 - Information und Sensibilisierung der Kunden, beispielsweise durch Verteilung des Aufklärungsfaltblattes „Akriv zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung“ im Herkunftsland oder durch Reiseveranstalter im Zielland. Informationen unter www.respect.at.
 - Integration entsprechender Klauseln in die Verträge mit Ihren Partnern in den Destinationen.
 - Informationen für sogenannte Schlüsselpersonen in den Destinationen z.B. kooperierende Transportunternehmen.
 - Jährliche Berichte zu den Aktivitäten (z.B. im Jahresbericht)
- Informieren Sie sich regelmäßig über die politische Lage in den Zielgebieten. Verzichten Sie auf Reisen in Krisengebiete (mit oder ohne Reisewarnung des Außenministeriums), sofern Sie die Reisenden nicht ausdrücklich und wahrheitsgemäß über die Risiken informiert haben.

Ökonomische Dimension:

- Insbesondere in wirtschaftlich wenig entwickelten Ländern sollten Sie die Nutzung kleiner, lokaler Strukturen zu bevorzugen, z.B. Privatunterkünfte, einheimische Führer und Fahrer, privat geführte Gaststätten, örtliche Führungen durch Einheimische. So können Sie einerseits die ökonomische Partizipation der Einheimischen, und die damit zusammenhängende Akzeptanz des Tourismus und die Wertschöpfung im Land erhöhen und andererseits zusätzliche Kontakte zwischen Touristen und Einheimischen ermöglichen.

- Eine den jeweiligen Landesbedingungen angemessene Bezahlung, geregelte Arbeitszeiten und die Einhaltung der arbeitsrechtlichen Mindestnormen sollte dabei eine Selbstverständlichkeit Ihrerseits sein. Im Zweifelsfall sollten Arbeitszeiten und arbeitsrechtliche Mindestnormen an internationalen Normen (www.ilo.org) gemessen werden.
- Wenn wirtschaftliche Interessen den Sitten oder Moralvorstellungen der direkt betroffenen Bevölkerung zuwiderlaufen, sollen sie nicht mehr weiter verfolgt werden.
- Verzichten Sie auf Reisen zu Völkern oder Volksgruppen, deren Lebensgrundlage ein touristisches „Sich-zur-Schau-Stellen“ geworden ist.
- Denken Sie darüber nach, einen Teil Ihrer Einnahmen in soziale Projekte und Einrichtungen (z.B. Schule, medizinische Versorgung, Weiterbildung) fließen zu lassen. Schließlich profitieren Sie als Veranstalter direkt von der Destination, während nur ein kleiner Teil der Einheimischen direkt vom Tourismus profitiert.
- Machen Sie sich und Ihren Kunden bewusst, dass die Sehenswürdigkeiten und archäologischen Hinterlassenschaften früherer Zeiten in den Reiseländern kulturelle Güter darstellen und entsprechend geschätzt werden müssen. Dann zeigen sich auch Ihre Kunden einsichtig, keine Antiquitäten oder sonstige Kulturgüter zu kaufen und außer Landes zu bringen und vor Ort weder Sehenswürdigkeiten zu beschädigen noch archäologische Hinterlassenschaften zu sammeln oder mitzunehmen.

Unterkunft

Allgemeine Nachhaltigkeitskriterien

Bevorzugen Sie im Interesse der Touristen Beherbergungsbetriebe, die eine enge Verbindung zur Regionalkultur aufweisen.

- Bauweise und Architektur sollen der Region angepasst sein.
- Achten Sie darauf, dass in den Unterkünften regionale (saisonale) und wenn möglich Produkte aus ökologischem Anbau bevorzugt werden.
- Bevorzugen Sie Beherbergungsbetriebe, die inhaber- oder familiengeführt sind.

Ökologische Dimension

- Bevorzugen Sie Beherbergungsbetriebe, die mit einem anerkannten Umwelt- oder Markenzeichen (Österreichisches Umweltzeichen für touristische Betriebe, Viabono, Blaue Schwalbe etc.) ausgezeichnet sind. Solche Betriebe zeichnen sich aus durch eine abfallarme Beschaffungspolitik, umweltgerechte Einsatz von Reinigungs- und Waschmitteln oder durch die Nutzung erneuerbarer Energien.

Soziale Dimension

- Achten Sie auf gerechte soziale Bedingungen bei den Leistungsträgern vor Ort, z.B. auf eine faire Bezahlung der Mitarbeiter und auf angemessene Arbeitszeiten.

Freizeitaktivitäten

- Achten Sie auf landestypische Sitten und Gebräuche. Freizeitaktivitäten sind an die Lebensformen und die Kultur anzupassen, nicht umgekehrt.
- Gemeinsame Veranstaltungen zwischen Gästen und Einheimischen sind für alle Beteiligten von Vorteil. Dazu gehören fachkundige Führungen, das Angebot von Kursen zum Erlernen von Sprache, Kultur, Geschichte, sozialer und politischer Lage sowie Religion und Natur des Zielgebietes. Auf Veranstaltungen, die rein folkloristischer Art sind, sollten Sie verzichten.
- Ziehen Sie, so weit möglich, öffentliche Verkehrsmittel dem motorisierten Individualverkehr vor. Langsame, auch unmotorisierte Formen der Fortbewegung (Wandern, Radfahren, Kanufahren, Naturbeobachtungen, Stadtspaziergänge) sind

wesentliche Element des Reisens. Entsprechende Hinweise auf ÖPNV, Radverleih und Wanderwege, sofern vorhanden, können Sie in die Reiseunterlagen geben.

- Auf folgende Reiseformen als alleinige Bestandteile ausgeschriebener und buchbarer Reisepakete sollten Sie verzichten:
 - Off-Road-Touren mit Geländewagen und Motorrad
 - Motorschlittentour
 - Rundflüge mit Motorflugzeugen und Helikoptern
 - Heli-Skiing, u.ä.

Erfolgreich ist ein Unternehmen nur dann, wenn die Kunden zufrieden sind. Bieten Sie daher Reisen mit besonderer Qualität an. Qualität auf Reisen bedeutet für Ihre Kunden einen besonders intensiven Erlebnis- und Erholungswert. Langfristig können Sie dies beibehalten, wenn Sie bei der Planung und Durchführung der Reisen umwelt- und sozialverantwortliche Aspekte in den Mittelpunkt stellen.

Weitere Informationen:

www.respect.at
www.studienkreis.org
www.ecotour.org
www.akte.ch
www.tourism-watch.org
www.nfi.at

Quellenangaben:

Kriterienkatalog des Bundesverbands forum anders reisen
Baumgartner, Christian; Leuthold, Margit: Reisen mit dem Wüstenschiff. Bewertung der Nachhaltigkeit von Wüstenreisen am Beispiel von Desert Team. Wien 2003.

Für Rückmeldungen oder Fragen erreichen Sie uns unter:

Respect - Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung
Diefenbachgasse 36/3
A-1150 Wien

Tel.: 01-8956245
Mail: office@respect.at
Web: www.respect.at