

Die grüne Welle

Oberbayerns Tourismus kann vom Trend zur Nachhaltigkeit stark profitieren – die IHK stellt Beispiele vor, die Mut zur Veränderung machen. MARTIN ARMBRUSTER

ES GIBT SIE NOCH, die Dauerstaus zu Ferienbeginn, die Rabattschlachten im Internet um Billigflüge und „all-inclusive“-Reisepakete. Dennoch beobachtet IHK-CSR-Referentin Antje Kuttner einen anderen Trend. „Die Branche wandelt sich. Auch Großanbieter wie TUI, Thomas Cook und Lufthansa engagieren sich heute für Klimaschutz und Sozialprojekte“, sagt Kuttner.

Sie geht davon aus, dass nachhaltigem Tourismus die Zukunft gehört. Zu diesem Schluss kamen auch die Teilnehmer des World Tourism Forums in Luzern im April 2013: Vorgestellt wurde eine große Studie über die Reisewünsche von 6000 Touristen aus sechs Ländern. Demnach ist für 22 Prozent der Urlauber „Nachhaltigkeit“ eines von drei Top-Kriterien der Urlaubsplanung. Was noch entscheidender ist: Dieser Wunsch ist bei jungen Touristen besonders ausgeprägt. Laut einer Untersuchung

der Tourismus-Beratung Trendscape ist mehr als die Hälfte der 18- bis 29-jährigen Touristen bereit, mehr zu bezahlen, wenn ihre Reise ökologisch und sozial verträglich ist.

Bundesbürger sind besonders kritisch. 40 Prozent wollen möglichst umweltfreundlich ihren Urlaub verbringen. Fast ebenso viele misstrauen Versprechen der Reiseveranstalter. Die Bürger fordern Aufklärung über nachhaltiges Reisen.

IHK-Tourismusfachmann Markus Pillmayer sieht darin für Oberbayerns Tourismus eine Riesen-Chance. „Wenn wir uns auf diesem Feld glaubhaft positionieren, können wir uns ganz neue Zielgruppen erschließen. Dafür brauchen wir aber vor allem mehr Transparenz“, meint Pillmayer. Der IHK-Tourismusausschuss wird sich daher in diesem Jahr mit „Ethik im Tourismus“ beschäftigen. Der Ausschuss-Vorsit-

zende Conrad Mayer betont, das Thema sei ihm besonders wichtig. Die IHK will laut Pillmayer zeigen, dass in Oberbayern gerade kleinere und mittlere Unternehmen Akzente setzen.

AMVIEH-THEATER SCHWINDEGG

Wie die Zukunft des Tourismus aussehen könnte, wird deutlich, wenn man nach kurvenreicher Fahrt am Schafdorner Hof bei Schwindegg aus dem Auto steigt. Ein magischer Ort, vermutlich deshalb, weil er in keinem Reiseführer zu finden ist.

Hier arbeitet der studierte Landwirt Hans Reichl am Gegenmodell zum Massentourismus. Neben seinem Bio-Hof hat Reichl 2004 das „AmVieh-Theater“ eröffnet, ein Mix aus Café, Kulturbühne und Gastronomie auf Basis von Bio total. Ein Betrieb, der hat, was immer stärker gefragt ist: Authentizität.

Reichls Gäste bekommen nichts auf den Teller, das eingeflogen wurde oder aus pharmagestützter Massentierhaltung stammt. Die Lieferanten stammen aus der Region. Den Dinkel für das „Bio-Dinkel-Weißbier“ der Mühldorfer Unertl-Brauerei auf der Karte liefert Reichl selbst. Seine Kundschaft, vorwiegend 30- bis 45-Jährige, liebt solche Details.

Das AmVieh-Theater wurde schnell zum Geheimtipp. Medienberichte, etwa vom Bayerischen Fernsehen, Geo Travel oder dem Münchner Stadtmagazin Prinz, haben die Mundpropaganda verstärkt. An Wochenenden kommen die Gäste bis aus Landshut, Mühldorf oder Rosenheim, erste Münchner Kennzeichen sind auch schon dabei.

„Das hat eine eigene Dynamik entwickelt. Immer häufiger kam der Wunsch, bei uns zu übernachten und Hochzeiten zu feiern“, berichtet Reichl. Gemeinsam mit seiner Frau Astrid Wöhrl betreibt er heute nachhaltiges Management für Tagungen, Familien- und Betriebsfeiern.

Mit der Eröffnung des Bio-Hotels in 2007 machte das AmVieh-Theater den nächsten Entwicklungssprung. Schon vor dem Bau lagen erste Buchungen auf dem Tisch. „Einen Business-Plan hatte ich nie“, sagt Reichl. Sein Hotel hat 15 Betten, es punktet mit anderen Dingen als Größe.

Das Holz für Bau und Einrichtung wurde im Wald des Hofes geschlagen. Das Haus

ROSENHEIMER HOLZARCHITEKTURPREIS

wurde mit dem Rosenheimer Holzarchitekturpreis 2008 ausgezeichnet. Hinzu kommen Photovoltaik (100 Prozent Ökostrom), Pflanzenkläranlage. Reichl macht die Fleischportionen für seine Gerichte bewusst kleiner als in normalen Restaurants üblich, weil Tiermast als besonders klimaschädlich gilt.

Der Hotelier hat es geschafft, den CO₂-Ausstoß pro Übernachtungsgast auf 8,7 Kilogramm zu drücken. Konventionelle Hotels liegen im Schnitt bei knapp 30 Kilogramm, Großhotels bei bis zu über 40. Auch als Präsident der „Biohotels“ treibt Reichl den Wandel voran. Der Verein hat heute fast 100, vorwiegend in Österreich, Italien und Deutschland ansässige Mitglie-

»Sozial verantwortliches Reisen wird von uns erwartet.«

FRANO ILIC,
PRESSESPRECHER STUDIOSUS

der. Die grünen Hoteliers werden von Nachfrage und Kundenansprüchen fast überrollt. „Vom Bewusstsein her sind viele unserer Gäste weiter als wir. Da müssen wir mitwachsen“, fordert Reichl.

In diesem Jahr haben die Biohotels viel vor: neuer Online-Auftritt, gemeinsames Marketing mit Bio-Restaurants und Öffnung für Firmenkunden. Ihr Präsident sagt, Werte seien wichtiger als Wachstum. Reines Profitstreben hält er für sinnlos. „Ich arbeite für ein Geschäftsmodell, das eine lebenswerte Welt hinterlässt“, sagt er. Seine Gäste honorieren das. Reichl wird sein Hotel ausbauen.

STUDIOSUS REISEN MÜNCHEN

Der Münchner Reiseveranstalter Studiosus wurde schon mit Auszeichnungen überhäuft. In 2013 kam der CSR-Preis der Bundesregierung hinzu. Pressesprecher Frano Ilic erklärt, rücksichtsvolles Verhalten in den mehr als 100 Zielländern und Ablehnung von Diskriminierung seien Markenzeichen seines Unternehmens.

„Als Nischenanbieter kann Studiosus nicht die Welt verändern. Aber wir können Einfluss nehmen“, sagt Ilic. Entsprechend sorgsam werden die 600 Studiosus-Reiseleiter ausgewählt, weitergebildet und mit Rollenspielen auf ihre Einsätze vorbereitet.

Die von Studiosus eingerichteten „Foren der Bereisten“ gelten in der Branche als vorbildlich. Seit 14 Jahren diskutieren die Münchner Reiseprofis in den Zielländern mit Hoteliers, Lokalpolitikern, Geistlichen, Lehrern, Händlern und Verwaltungsbeamten über die Entwicklung des Tourismus. Großen Wert legt Studiosus auf Achtung der Menschenrechte. Die Leistungspartner, rund 3000 Hotels, 200 Fluglinien und 25 Reedereien, sind verpflichtet, Menschenrechte und ECPAT-Richtlinien (End child prostitution, pornography und trafficking) einzuhalten. Im



Jahr 2012 hat Studiosus diese Verträge verschärft. Die Arbeitsbedingungen von Hotelangestellten, Schiffspersonal und Busfahrer dürfen nicht gegen Vorgaben der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) verstoßen. In 2013 hat Studiosus die Hotels hierzu online befragt und eine eigene Meldestellen für Verstöße eingerichtet: menschenrechte@studiosus.com.

Druck und Versand der Kataloge sind klimaneutral. In die Preise ist die Zahlung an ein indisches Klimaschutzprojekt einkalkuliert. Damit wird die CO₂-Belastung für Bus-, Zug- oder Schiffstransport der Teilnehmer kompensiert. Nur den Ausgleich für die CO₂-Emissionen des Flugs überlässt Studiosus dem freiwilligen Investment seiner Kunden. „Ansonsten wären wir nicht mehr wettbewerbsfähig“, sagt Ilic.

Die Frage, ob es ethisch vertretbar ist, Reisen in Länder mit Diktaturen anzubieten, bejaht Ilic unter der Bedingung, sich dort frei bewegen zu können. „Wir organisieren Begegnungen. Wir sind überzeugt, dadurch die Entwicklung eines Landes positiv beeinflussen zu können“, betont der Firmensprecher. Studiosus will sein Engagement für sozial verantwortliches Reisen ausbauen. „Das wird von uns erwartet. Das Nicht-Mitmachen ist für uns keine Option“, sagt Ilic.

→ IHK-ANSPRECHPARTNER

Dr. Antje Kuttner, Tel. 089 5116-1105,
antje.kuttner@muenchen.ihk.de

Markus Pillmayer, Tel. 089 5116-1172,
markus.pillmayer@muenchen.ihk.de