

» KOOPERATION ALS KATALYSATOR

Wie der regionale Tourismus eine nachhaltige Gesellschaft vorantreiben kann



Der regionale Tourismus birgt das Potenzial, den Wandel zu einer gemeinwohlorientierten Wirtschaft und Gesellschaft zu beschleunigen.

Von Franziska Albers

Franken und seine Weinregion sind immer eine Reise wert. Durch neue Kooperationen entstehen auch hier touristische Attraktionen, die sich wie Perlen an einer Kette durch das Land ziehen.

Die Tourismusbranche dient der Gesellschaft häufig als Projektionsfläche für aktuelle Herausforderungen. Von der Klimakrise bis zur Ausbeutung von Arbeitskräften. Doch eines ist nach der Pandemie deutlich geworden: Das Bedürfnis nach Reisen, nach Erholung, die Sehnsucht nach Natur und Freiraum sind ungebrochen. Immer mehr Akteur*innen der Branche beschäftigen sich daher mit der Frage: Wie werden wir nachhaltig(er)?

Kosten und Preise als Krisenursache

Das Überschreiten von planetaren Grenzen oder die steigende soziale Ungerechtigkeit ist eine Folge unserer vorherrschenden Wirtschafts- und Gesellschaftsform, die es ermöglicht, die eigenen Interessen und Bedürfnisse auf Kosten der Bedürfnisse anderer zu befriedigen.

Ein Beispiel sind konventionell erzeugte Lebensmittel. Ihr Preisvorteil im Vergleich zu ökologisch und sozial verträglich

hergestellten Bio-Lebensmitteln geht auf Kosten verschiedener Akteur*innen, wie zum Beispiel einer intakten Umwelt, zukünftiger Generationen, der Bauern und Bäuerinnen sowie der Mitarbeiter*innen der Lebensmittelbranche entlang komplexer Lieferketten. Diese Logik zieht sich durch viele Konsumentenscheidungen, auch im Tourismus. Europa-weit oder sogar innerhalb Deutschlands ist eine Flugreise oft deutlich billiger als eine Bahnreise. Preise sind der größte Hebel im System, und deren Gestaltung treibt uns gegenwärtig in immer weitere Krisen.

Ein Ausweg aus der Krise

Die Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) setzt hier an und lenkt die Systemmechanismen von Konkurrenz und Exklusion in Richtung Kooperation und Inklusion. Ein Fokus liegt auf dem zugrunde liegenden Menschenbild. Wird im gegenwärtigen Wirtschaftssystem von menschlicher Rationalität und

Nutzenmaximierung ausgegangen, so wird in der GWÖ ein Menschenbild zugrunde gelegt, das das Potenzial zu kooperativem, empathischem und sozialem Verhalten in den Mittelpunkt stellt.

Ziel ist ein System, das solche Entscheidungen bevorzugt, die die Bedürfnisse sämtlicher Berührungsgruppen, wie der Umwelt, der Mitarbeitenden oder künftiger Generationen, berücksichtigt. In dem obigen Beispiel werden also die konventionellen Lebensmittel und die Flugreisen teurer und die Bio-Lebensmittel und Bahnreisen günstiger. Dazu entwickelt die GWÖ verschiedene Instrumente auf individueller, unternehmerischer und volkswirtschaftlicher Ebene.

Signale durch die Tourismusbranche

Die Tourismusbranche ist allein schon durch ihr Produkt, das touristische Gesamterlebnis, zur Kooperation gezwungen, um erfolgreich wirtschaften zu können. Ein noch so schönes Hotelenerlebnis verliert an erheblichem Wert, wenn das gastronomische Angebot oder die Mobilität vor Ort das Erlebnis nicht unterstützen. Die Reiseregionen im deutschsprachigen Raum bilden deshalb zunehmend Netzwerke und verstärken ihre Resilienz durch Kooperation. Dies erhöht die Bereitschaft zur Kommunikation, zur Mitbestimmung und zum Üben und Entwickeln eines demokratischen Bewusstseins.

Damit kann sich die regionale Tourismusbranche zu einer Pionierbranche entwickeln, die den Krisen nicht nur mit Symptombekämpfung begegnet, sondern sie an der Wurzel packt und damit einen radikalen Wandel vorantreibt. Es entsteht ein Verständnis für Gemeinwohl als Grundlage für eine ethische, gerechte, ökologisch nachhaltige und transparente Wirtschaft und Gesellschaft. Das kann sich auf andere Bereiche (z.B. politische Mitbestimmung in der Kommune)

Regionaler Tourismus ...

... fördert Kooperationen

Tourismusverbände unterstützen ihre Mitglieder dabei, die Zusammenarbeit in den Destinationen zu verbessern. Besonders Österreich zeigt hier den Weg. Aber auch die Bayern Tourismus Marketing GmbH versteht sich als Inspirator, Wissensvermittler und Kooperationspartner. Um die Tourismusbranche auf ihrem Weg zur Nachhaltigkeit zu unterstützen, bietet sie Vorträge und Workshops an. Zusätzlich wurde das Netzwerk „Nachhaltige Destinationenentwicklung“ ins Leben gerufen, um sich auszutauschen und neue Impulse zum Thema Nachhaltigkeit mitzunehmen. Zum Auftakt gab es einen Workshop mit touristischen Regionalverbänden, Destinationen, DEHOGA und dem zuständigen Staatsministerium. Ziel war die gemeinsame Erarbeitung einer Matrix zur nachhaltigen Destinationenentwicklung, welche an die Gemeinwohl-Matrix angelehnt ist.

Im weiteren Verlauf sollen auf regionaler Ebene Vertreter der Bevölkerung sowie je nach Thema auch weitere Stakeholder eingebunden werden. <https://tourismus.bayern/unsere-themen/nachhaltige-destinationenentwicklung/>

als auch andere Branchen übertragen. Die Politik sollte die Weichen für eine Gemeinwohl-Ökonomie stellen, denn nur wer utopisch denkt, kann den Wandel vorantreiben. «

www.germany.ecogood.org

FRANZISKA ALBERS

ist zertifizierte GWÖ-Referentin und GWÖ-Beraterin im Zertifizierungsprozess und begleitet touristische Organisationen in ihrer Netzwerkarbeit und auf dem Weg zu mehr Gemeinwohlorientierung.



DIE 360° LÖSUNG FÜR NACHHALTIGKEIT IN UNTERNEHMEN.

Das GreenSign Institut zertifiziert Unternehmen auf Nachhaltigkeit.

www.greensign.de

