



*Executive Summary zur Bachelorarbeit*

## **Bewusst fairreisen?**

### **Die Umsetzung einer klimaneutralen Reise am Beispiel Saarland**

*Jutta Hofmann*

#### **1 Einleitung**

Allgegenwärtig und kaum berechenbar – der Klimawandel. Ein globales, zerstörerisches Problem, verursacht durch das menschliche Leben und Wirtschaften. Doch das Bewusstsein ist gering. Die Dringlichkeit der Reaktion ist nur ansatzweise bewusst und bekannt, zu wichtig scheint der Erhalt der Wirtschaft zu sein und zu abwegig die Kombination aus Wirtschaft, Ökologie und Sozialem. Nichtsdestotrotz sind inzwischen auf dem Markt viele Siegel und Zertifikate der unterschiedlichsten Branchen zu finden, die eine CO<sub>2</sub>-freie Produktion oder einen entsprechenden Prozess deklarieren. Die Vereinigung aus Wirtschaft und dem Erhalt der ökologischen und sozialen Grundlage scheint demzufolge möglich. Auch der Tourismus zählt als kleiner, aber bedeutender Anteilhaber des Klimawandels und hat demzufolge mit Verantwortung zu tragen und Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Die Notwendigkeit des Klimaschutzes beginnt erst langsam Bewusstsein zu finden, zu gering sind bisher die Informationen verbreitet und Maßnahmen bekannt, sodass die Tourismusindustrie erst in den Anfängen der Einführung eines klimaneutralen Tourismus steht.

#### **1.1 Forschungshintergrund und Problemstellung**

*„Weather can ruin a vacation, while climate can devastate a holiday destination.“*

(BECKEN, S./HAY, J. E. 2007, S. XVII)

Die erste Assoziation mit Freizeit und Tourismus ist hauptsächlich positiven Ursprungs. Urlaub bedeutet Erholung, Entspannung und die Flucht aus dem Alltag, der Gedanke an die Kehrseite des Tourismus scheint zweitrangig zu sein. Erst mit dem „Brundtland-Bericht“ von 1987, der „World Commission on Environment and Development“ 1992 und der Konferenz in Rio de Janeiro 1992 wurde die Bedeutsamkeit einer nachhaltigen Entwicklung und die Etablierung notwendiger Maßnahmen weltweit und öffentlich zur Diskussion. Im Tourismus gehen die Erholung des Menschen und eine kontinuierliche Beeinträchtigung unserer Umwelt Hand in Hand und gleichzeitig ist eine möglichst unversehrte Natur einer der wichtigsten Faktoren und das Kapital des Tourismus (vgl. STRASDAS, W. 2012, S. 3). Neben allgemeinen Umweltbelastungen, wie der Umweltverschmutzung, dem zunehmenden Abfallaufkommen und Schadstoffbelastungen, dem hohen Energie- und Ressourcenverbrauch, der Erosion oder des Biodiversitätsverlusts (vgl. MÜLLER, H. 2007, S. 6), ist der Ausstoß an Treibhausgasen nicht zu gering einzuschätzen. Dieser ist langfristig nicht mehr tragbar und kompatibel mit den Vereinbarungen zur Reduktion der Treibhausgase. So macht der Tourismus inzwischen ca. 5 % der Treibhausgasemissionen (THG) weltweit aus (vgl. STRASDAS, W. 2012, S. 3). Besonders der Transport, der im Tourismus maßgebend ist, führt zu massiven THG. Um diese negativen Auswirkungen des Klimawandels langfristig zu verhindern oder zumindest zu verringern, sind klimaschonende Maßnahmen notwendig. Eine erste Möglichkeit wäre die Förderung des vergleichsweise klimafreundlichen Binnentourismus (vgl. STRASDAS, W. 2009, S. 38).

In diesen Prozess der nachhaltigen und verantwortungsvollen Gestaltung des Tourismus sind die ökologischen, ökonomischen und sozialen Belange mit einzubeziehen. Laut einer auf der ITB 2007 durchgeführten Befragung der touristischen Akteure der FH Eberswalde wurde deutlich, dass das Problem der Klimaänderung der Tourismuswirtschaft inzwischen bekannt ist und durch den zuvor veröffentlichten Bericht des Weltklimarates (IPCC) großes Aufsehen und Verunsicherung hervorgerufen hatte. Dennoch wurden die durch den Klimawandel erzeugten möglichen negativen Auswirkungen auf die Ökonomie als dringlichere Handlungsmaßnahme gegenüber der Reduzierung von THG angesehen. Zwei Jahre später schien das Thema klimaneutraler Tourismus auf der ITB schon nicht mehr relevant zu sein (vgl. STRASDAS, W. 2009, S. 36f). Deutlich wurde auf der ITB 2007 ebenfalls, dass es an Informationen über die Ursachen und Handlungsmöglichkeiten im Tourismus fehle und das Interesse an einer Änderung des Angebotes oder der Anwendung von Klimakompensationsprojekten vielmehr gering ausfällt, gerade aufgrund der fehlenden Informationen. Demzufolge sind die Hemmnisse, ein nachhaltiges bzw. klimaneutrales

Angebot zu erstellen, weitreichend und die Befürchtung einer dadurch sinkenden Nachfrage nachvollziehbar. Nichtsdestotrotz bedarf es einschneidender Maßnahmen, um eine Reduzierung der THG im Tourismus zu erzielen, die jedoch derzeit nicht ausreichend vorhanden sind (vgl. LUND-DURLACHER, D./STRASDAS, W./SELTSMANN, R. 2007, S. 1 und STRASDAS, W. 2009, S. 37 und STRASDAS, W. 2012, S. 19). Auch die Informationen an den Kunden erweisen sich als unbefriedigend. Dem Thema des „klimaneutralen Reisens“ wird nach wie vor große Skepsis entgegengebracht, was sich durch das bisher noch unzureichend ausgeprägte Umweltbewusstsein erklärt. Dementsprechend besteht ein hoher Informationsbedarf, was die Bedeutung, die Umsetzung von klimaneutralen Reisen und den Stellenwert der Kompensationsprojekte angeht. Der Tourismus gilt als Mitverursacher und zugleich als Betroffener des Klimawandels. Dennoch sind die Auswirkungen und die Bedeutung für die Tourismuswirtschaft oftmals unzureichend bekannt, was wiederum zu Missverständnis und mangelnden Maßnahmen der Tourismusindustrie führt. Adaptionsstrategien und Mitigationsstrategien sind Möglichkeiten, sich im Tourismus an den Klimawandel anzupassen, bzw. den weiteren THG-Ausstoß zu vermeiden. Doch das Informationsdefizit der Tourismuswirtschaft hindert die Förderung des klimaneutralen Tourismus.

Darüber hinaus ist es ungemein wichtig, dass nicht nur durch die Kompensationsprojekte die Reisen „klimaneutralisiert“ werden, sondern klimaneutrale Aspekte fester Bestandteil des Planungsprozesses werden. Diese Tatsache wurde auch von dem Projekt KUNTIKUM erkannt. Aufgrund fehlender Managementstrategien bezüglich des Klimawandels im Tourismus geht das Projekt der Frage nach, inwieweit der Tourismussektor sich an einen Klimawandel anpassen kann. Hierbei geht es um die Ist-Analyse der Modellregionen Nordsee und Schwarzwald, die Strategieentwicklung für Infrastruktur und Produkte, die Information durch Partizipation und schlussendlich die Gestaltung eines Konzepts zur Adaptation im Tourismus an den Klimawandel (vgl. KUNTIKUM 2012, o. S.). 2009 veröffentlichte KUNTIKUM den „Klimafahrplan“ für Destinationen, welcher Möglichkeiten und Hinweise zur Anpassung an den Klimawandel auf Destinationsebene veranschaulicht. Es war der erste Versuch in Deutschland ein Konzept für den Klimaschutz in Tourismusdestinationen zu erstellen (vgl. KUNTIKUM 2012b, o. S.).

Durch den immer stärker diskutierten Klimawandel, gerade auch zu Zeiten der zweiten UN-Klimakonferenz in Katar Ende 2012, ist es unabdingbar zu hochwertigen Konzepten zur Einsparung und Reduktion von Treibhausgasen zu kommen und verantwortungsbewusst zu

handeln. Hierbei ist es wichtig den Fokus auf lokale und regionale Handlungsmöglichkeiten zu setzen und Konzepte zu entwickeln, die lokal und regional zum Fortschritt und global zur Förderung der nachhaltigen Entwicklung führen können. Die Rolle der Reiseveranstalter in der Angebotsplanung und Konzeption der Integrierung eines klimaneutralen bzw. klimafreundlichen Tourismus ist hierbei besonders wichtig. Somit ist die Anleitung der Reiseveranstalter sowie jeglicher Tourismusakteure die Reisebausteine und -pauschalen entwickeln, von größter Priorität.

Hierbei spielt das Management und Marketing eine wichtige Rolle. Deren anspruchsvolle Aufgabe ist es, die ökonomischen und ökologischen Belange in ihrer Gegensätzlichkeit gemeinsam in einem Konzept zu vereinen und dieses als seriöses und überzeugendes Reiseangebot dem Kunden zu vermitteln. Um klimaneutrale Reisen erstellen zu können, ist die Partizipation und Zustimmung aller Beteiligten notwendig, um ökologisch, ökonomisch und sozial tragfähige Konzepte zu erstellen und den Kunden mit Informationen, Transparenz und Authentizität zu überzeugen. Derzeit existieren zahlreiche Leitfäden, Checklisten und Anleitungen zur Erstellung touristischer Angebote. Es fehlt jedoch an einer fundierten Anweisung zur Gestaltung klimaneutraler Reisen, die sämtliche zu beachtende und notwendige Schritte konkret aufzeigt, um so den Tourismusakteur anleiten zu können. Die Tourismus Zentrale Saarland (TZS) hat den Trend und die Wichtigkeit des nachhaltigen und klimaneutralen Tourismus erkannt und macht es sich zur Aufgabe, vier bis fünf klimaneutrale Pauschalangebote aufstellen zu können. Dabei sollen ausgewählte, schon bestehende Angebote „klimaneutralisiert“ werden. Derzeit besteht aber noch kein Konzept zur Angebotsgestaltung klimaneutraler Reisen, welches mittels der Checkliste realisiert werden wird.

## **1.2 Zielsetzung und Forschungsfragestellungen**

Aufgrund der immer akuter und gewichtiger diskutierten Nachhaltigkeitsthemen und der Klimaproblematik ist die Handlungsnotwendigkeit von Seiten der Tourismusbranche unbestreitbar. Dementsprechend ist es das Ziel, die Beziehung zwischen Klimawandel und dem Tourismus sowie Anpassungsstrategien und Klimaschutzmaßnahmen im Tourismus darzustellen und im Zuge dessen auf das wachsende Umweltbewusstsein und die Handlungsbereitschaft einzugehen. Im Folgenden wird beabsichtigt aufgrund der fehlenden Anleitungen wichtige Handlungsschritte aufzuzeigen und näher zu erläutern, wie klimaneutraler Tourismus umgesetzt werden kann. Zudem soll die eigenständige Bilanzierung von THG-Emissionen erläutert werden, sodass für die Tourismusindustrie eine einfache

Möglichkeit geschaffen wird, erste Einschätzungen zum Ausmaß der betriebsinternen Emissionen zu tätigen. Ferner wird der Stellenwert, die Strategiebildung und die konkrete Umsetzung klimaneutraler Reiseangebote vorgestellt. Da sich die TZS mit dem Thema des klimaneutralen Tourismus erst anfänglich beschäftigt hat, fehlen entsprechende Vorkenntnisse, Herangehensweisen und Handlungsstrategien. Aufgrund dessen ist es die Absicht, durch Experteninterviews nähere Informationen zum Ist-Zustand, dem Bewusstsein und der Umsetzungsbereitschaft der Tourismusakteure sowie zum Potenzial des Saarlands zu erhalten. Schließlich wird eine Checkliste zur Gestaltung klimaneutraler Reiseangebote aufgestellt werden. Die Checkliste soll dem betriebsinternen Gebrauch aller Tourismusakteure dienen, die als Veranstalter einer klimaneutralen Reise gelten. Die Checkliste sollte demnach ohne besondere Vorkenntnisse der Veranstalter Gebrauch finden können.

Daraus ergibt sich folgende zentrale Forschungsfragestellung:

- **Lassen sich Tourismus und Klimawandel miteinander vereinen? Wie lässt sich ein klimaneutraler Tourismus realisieren?**

Weitere Fragestellungen sind außerdem:

- In welchem Kontext stehen Tourismus und Klimawandel?
- Inwiefern beeinflussen sich der Tourismus und das Klima gegenseitig? Gibt es Maßnahmen, um sich im Tourismus an den Klimawandel anzupassen und diesem entgegenwirken zu können?
- Wie ausgeprägt sind das Bewusstsein und die Bereitschaft für klimaneutralen Tourismus auf Angebots- und Nachfrageseite? Welchen Stellenwert nimmt der klimaneutrale Tourismus in der Tourismuswirtschaft ein?
- Welchen Herausforderungen steht ein klimaneutraler Tourismus gegenüber?
- Wie weit fortgeschritten sind die Situation und das Bewusstsein für die Zusammenhänge von Tourismus und Klimawandel in der Tourismuswirtschaft im Saarland? Wie groß ist das Potenzial eines klimaneutralen Tourismus im Saarland?

## 2 Fazit und Ausblick

Abschließend lässt sich zusammenfassen, dass sich Tourismus und Klimawandel miteinander vereinen lassen. Die Auswirkungen des Tourismus auf den Klimawandel sind langfristig und in einigen Regionen heutzutage schon gravierend und nicht tragbar, sodass die Tourismuswirtschaft genötigt ist, Maßnahmen zum Erhalt von Wirtschaft, Natur und einem harmonischen sozialen Umfeld einzuleiten. Der Tourismus und insbesondere der touristische Transport tragen zum CO<sub>2</sub>-Ausstoß und damit zum Klimawandel bei. Somit gilt der Tourismus als Verursacher, aber auch als Betroffener des Klimawandels, da eine geschädigte Natur und eine veränderte Umwelt den Tourismus negativ beeinflussen. Demzufolge hat das touristische Wirtschaften auf die Natur und Umwelt, als wichtigste Grundlagen des Tourismus, einen schädlichen Einfluss. Dies gilt es, anhand gezielter und fundierter Konzepte einzuschränken bzw. zu verhindern.

Bisher bestehen viele Ideen, Theorien und Konzepte, die jedoch noch am Anfang ihrer Umsetzung stehen. Dies lässt sich durch das Informationsdefizit begründen und einer dadurch erschwerten und langsam voranschreitenden Bewusstseinsbildung. Essentielle Informationen über die Zusammenhänge zwischen Tourismus und Klimawandel sowie über Handlungsmöglichkeiten sind auf dem Markt vorhanden, jedoch wenig und unzureichend verbreitet. So betonten ebenfalls die saarländischen Tourismusexperten, dass ihnen die notwendigen Informationen über den Klimawandel im Tourismus und Umsetzungsmöglichkeiten fehlen würden und diese durch Eigeninitiative erarbeitet werden müssten. Dennoch nimmt das Interesse an der Gestaltung eines klimaneutralen Tourismus zu, und auch das Umweltbewusstsein der saarländischen Tourismuswirtschaft wächst, was sich in der Umsetzungsbereitschaft klimaneutraler Reiseangebote zeigt. Die Aspekte der nachhaltigen Wirtschaft im Zuge des Erhalts einer unversehrten Natur und Umwelt sowie einer zu erwartenden Imagesteigerung, Profilierung und Zunahme der Wettbewerbsfähigkeit lassen zudem den klimaneutralen Tourismus für die Tourismuswirtschaft interessant werden.

Darüber hinaus muss die Tourismuswirtschaft über die entscheidenden Informationen verfügen, um diese an den Kunden weiterzuleiten und das Bewusstsein für den Klimawandel auch bei der Nachfrageseite schaffen zu können. Das Informationsdefizit muss hier erst noch behoben und die infrastrukturellen Voraussetzungen geschaffen werden. Demzufolge fehlt es an einer ausgereiften Mobilitätsinfrastruktur sowie umweltzertifizierten Betrieben. In Bezug auf das Potenzial lassen sich jedoch viele Ansätze der Integration von Klimaneutralität

innerhalb einiger Angebote erkennen, wie z. B. bei dem Biosphärenreservat Bliesgau Fahrtziel Natur Angebot, durch das die Bahn eine CO<sub>2</sub>-neutrale An- und Abreise ermöglicht. Allerdings fehlt es an weiteren klimaneutralen Bausteinen und Möglichkeiten. Folglich stehen die saarländischen Tourismusexperten dem klimaneutralen Tourismus positiv gegenüber, auch im Hinblick auf eine zu erwartende Imagesteigerung, eine Profilierung des Saarlands und die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit.

Die Maßnahmen, um sich an den Klimawandel im Tourismus anzupassen oder diesem entgegenwirken zu können, unterteilen sich in Anpassungs- und Mitigationsmaßnahmen. Anpassungsstrategien beschreiben Maßnahmen, die Destinationen im Zuge des vorangeschrittenen Klimawandels ergreifen, um den vor Ort geänderten Bedingungen, wie z. B. Hitzewellen oder Überflutungen, entgegenwirken zu können. Mitigationsstrategien beschreiben vorbeugende Maßnahmen, um einem fortschreitenden CO<sub>2</sub>-Ausstoß entgegenzuwirken. Eine bisher weit verbreitete Mitigationsstrategie sind Kompensationsangebote, welche dem Ausgleich der entstandenen THG der Kunden dienen. Der Vorteil dieser Strategie liegt in der zeitnahen Umsetzung. Die wichtigste Mitigationsmaßnahme ist die ausschließliche Nutzung von erneuerbaren Energien und die Vermeidung von fossilen Energien. Diese Maßnahme ist am effektivsten, um THG zu vermeiden, jedoch durch den hohen Kostenaufwand und die zu entwickelnden technologischen Voraussetzungen am zeitintensivsten. Klimaschutzmaßnahmen sind möglichst zeitnah umzusetzen, um stärkere Auswirkungen durch den Klimawandel verhindern zu können. Oftmals ist die Inanspruchnahme von Kompensationsangeboten die einzige Möglichkeit, den Transport klimaneutral zu gestalten. Auch das Reiseverhalten und die Reiseentscheidung der Nachfrageseite beeinflussen das Klima, sodass diese durch entsprechende Entscheidungen ebenfalls zum Klimaschutz beitragen kann. Die Problematik der fehlenden finanziellen Mittel bzw. der fehlenden Informationen lässt den Klimawandel ungehindert voranschreiten, doch um noch erheblichere Schäden der Umwelt verhindern zu können, bedarf es rascher Handlungen und konkreter Umsetzungen.

Klimaneutraler Tourismus ist realisierbar und verträglich, aus ökonomischer, ökologischer und sozialer Sicht. Wichtigste Voraussetzung ist die Zusammenarbeit und Partizipation sämtlicher Betroffener und Beteiligter, um standhafte klimafreundliche bzw. klimaneutrale Angebote schaffen zu können. Allerdings ist die Umsetzung klimaneutraler Angebote wesentlich komplizierter als die Umsetzung klimafreundlicher Angebote. Um eine Null-Bilanz für den CO<sub>2</sub>-Ausstoß erlangen zu können, bedarf es dem Einsatz von

Mitigationsstrategien, wie den Kompensationsangeboten. Klimaneutraler Tourismus umfasst demzufolge immer den Einsatz von Mitigationsmaßnahmen, wie z. B. Kompensationen, sofern es sich nicht um die Inanspruchnahme einzelner Bausteine handelt, die ausschließlich durch den Einsatz erneuerbarer Energien CO<sub>2</sub>-neutral gestaltet werden können. Neben der ausführlichen Informierung der Angebotsseite sollte auch die Nachfrageseite aufgeklärt werden, um das Bewusstsein zu bilden und das Interesse sowie die Kaufbereitschaft für eine klimaneutrale Reise zu fördern. Information, Transparenz und Partizipation gelten für Angebots- und Nachfrageseite gleichermaßen, um ernsthafte Fortschritte zu einem klimaneutralen Tourismus machen zu können.

Die Checkliste (siehe Anhang 6) ermöglicht es den Tourismusveranstaltern, ihr Angebot klimafreundlich bzw. klimaneutral zu gestalten, und ist somit ein wertvolles Hilfsmittel für die konkrete Umsetzung von Klimaschutz. Die wichtigsten Handlungsschritte von der Idee und dem Konzept über die Zielgruppendefinition, die Hinweise zur Gestaltung der einzelnen Teilleistungen bis zur Kommunikation und dem Vertrieb, werden hier dargestellt. Die Checkliste ist lediglich eine Hilfestellung und soll nicht als alleinige Gestaltungsanleitung klimaneutraler Reiseangebote dienen. Tiefergehende und grundsätzliche Informationen über den klimaneutralen Tourismus, Anpassungs- und zutreffende Mitigationsmaßnahmen sowie die CO<sub>2</sub>-Bilanzierung müssen von der Tourismuswirtschaft gezielt erworben werden, da diese Aspekte von Destination zu Destination variieren. Die Kombination aus Ökonomie, Ökologie und Sozialem in einem Konzept lässt sich folglich erreichen.

Die Herausforderungen eines klimaneutralen Tourismus liegen damit hauptsächlich in der Informationsbeschaffung aller betroffener Akteure und Anteilhaber, in der Bereitstellung von Informationen über die gegenseitige Beeinflussung von Tourismus und Klimawandel, im Bereich der Klimaschutzmaßnahmen und Handlungsmöglichkeiten sowie der konkreten Umsetzungsschritte. Aber auch die technischen und infrastrukturellen Voraussetzungen müssen geschaffen werden, um sich von der Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen lösen und ausschließlich erneuerbare Energien nutzen zu können. Doch dieser Prozess ist langwierig, da die Technologie noch nicht ausreichend fortgeschritten ist, bzw. die finanziellen Mittel oftmals nicht die Möglichkeit zulassen. Hinzu kommen fehlende Innovationen, ohne welche bestimmte Teile der touristischen Leistungskette, wie z. B. der Luftverkehr, von Grund auf nicht klimaneutral gestaltet werden können. Dieser Herausforderungen gilt es sich anzunehmen, um diese in gemeinsamer Zusammenarbeit zu lösen.



Die Befragung der Tourismusakteure auf der ITB 2007 zeigte, dass das Bewusstsein für die Klimaproblematik bzw. die Bereitschaft, dem Klimawandel im Tourismus entgegenzuwirken, deutlich zunahm. In diesem Jahr wurde auch der vierte IPCC-Bericht veröffentlicht. Je länger jedoch der Bericht zurücklag, desto geringer schien auch die Handlungsbereitschaft zu werden. Im Hinblick auf die heutige Handlungsbereitschaft der Tourismusakteure sowie die fehlenden Informationen wirft dies die Frage auf, ob die Handlungsbereitschaft der Tourismusakteure nach global diskutierten Problemen und aufgrund der Aktualität größer ist, als wenn es sich um nationale oder regionale Probleme des Klimawandels handelt. Weiter präzisiert stellt sich die Frage, ob die Handlungsbereitschaft, das Bewusstsein und die erfolgten Anpassungs- und Vermeidungsmaßnahmen in Destinationen, die direkt und heutzutage schon vom Klimawandel betroffen sind, weiter sind als in Destinationen, die bisweilen vom Klimawandel verschont blieben bzw. vom Klimawandel wirtschaftlich profitieren konnten. Ist es der Fall, dass vom Klimawandel betroffene Destinationen heutzutage weitaus fortschrittlicher und nachhaltiger wirtschaften als nicht betroffene Destinationen? Welche Maßnahmen und Umsetzungen wurden hier angewendet und wie weit ist die Bewusstseinsbildung im Vergleich zu anderen, weniger betroffenen Destinationen?

Weiterhin wäre es interessant herauszufinden, inwieweit Regionen und Destinationen, in denen klimaneutraler Tourismus umgesetzt werden konnte, bisher vom klimaneutralen Tourismus profitieren konnten. Sind Unterschiede zu erkennen, bzw. inwiefern hat sich das Bewusstsein und Verständnis von Tourismuswirtschaft und Nachfrageseite bzw. der lokalen und regionalen Bevölkerung verändert? Konnte ein Bewusstseinswandel überhaupt stattfinden, oder sind klimaneutrale Reiseangebote in besagten Regionen auch heute noch gleichwertig mit anderen Reiseangeboten?

Mit Ausblick in die nahe Zukunft sollte der klimaneutrale Tourismus langfristig nicht ausschließlich als Nische betrachtet und gehandhabt werden. Der Schutz des Klimas sollte vielmehr in allen Bereichen des Tourismus, ob es sich nun um Natur-, Event- oder MICE-Tourismus handelt, verwirklicht werden und somit als fester Bestandteil in allen Planungsprozessen verankert sein. Demzufolge sollten alle Angebote der Reisebranche so klimafreundlich gestaltet werden, wie es die derzeitigen Bedingungen ermöglichen. In der Anfangsphase wird klimaneutraler Tourismus sicher als neu und spannend und als ein Trend betrachtet, der umweltbewussten Reisenden die Möglichkeit bietet, auch auf klimaneutrale Angebote zurückgreifen zu können. Die Einstellung dem Klimaschutz gegenüber sollte sich jedoch in der Gesellschaft langfristig verfestigen und nicht lediglich als eine klimaneutrale

Option unter vielen verschiedenen Angeboten angesehen werden. Dazu bedarf es ausreichend transparenter Informationen.

Zudem sollten sämtliche Planungsansätze lokal bzw. regional begonnen werden, sodass möglichst viele Beteiligte an dem Planungsprozess teilhaben können und die Region in sämtlicher Hinsicht durch die Umsetzung profitieren kann. Dies könnte sich in einer Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und des Images sowie einer Verbesserung der Umwelt, der Biodiversität oder der Luftqualität sowie der Einbeziehung der Bevölkerung niederschlagen.

Angesichts des global und auf sämtlichen Ebenen diskutierten Klimawandels und zunehmender Restriktionen, wie z. B. durch das Kyoto-Protokoll, und der zunehmenden Rohstoffknappheit und steigenden Preise fossiler Brennstoffe ist ein vermehrter Klimaschutz auf allen Ebenen durchaus zu erwarten. Dies lässt die Vermutung zu, dass der klimaneutrale Tourismus nicht nur ein vorübergehender Trend ist. Es ist zu erwarten, dass dieser zwangsläufig und dauerhaft, auch aufgrund des notwendigen Erhalts der Natur und Umweltqualität als Grundlage des Tourismus, an Angebot und Nachfrage zunehmen und sich als fester Bestandteil des Tourismus etablieren wird. Dennoch werden die zu erreichenden Fortschritte maßgeblich von Innovationen der Technologie abhängig sein, ohne die wirtschaftlich, ökologisch und sozial tragbare Konzepte grundsätzlich nicht erstellt werden können.