

8/

eco.wirtschaft

STEP BY STEP

32

DAS DREI-SÄULEN-MODELL DER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG GEHT VON DER VORSTELLUNG AUS, DASS NACHHALTIGE ENTWICKLUNG NUR DURCH DAS GLEICHZEITIGE UND GLEICHBERECHTIGTE UMSETZEN VON UMWELTBEOZUGENEN, WIRTSCHAFTLICHEN UND SOZIALEN ZIELEN ERREICHT WERDEN KANN.

eco.wirtschaft

Nachhaltigkeit im Tourismus ist relativ schwer zu definieren. Durch die pure ökologische Brille betrachtet würde von dem wirtschaftlichen Schwergewicht des Landes wohl nicht mehr viel übrig bleiben und die sozialen Folgen wären einschneidend. Das Spannungsfeld bleibt spannend, doch ohne Nachhaltigkeit geht's nicht mehr.

TEXT: ALEXANDRA KELLER

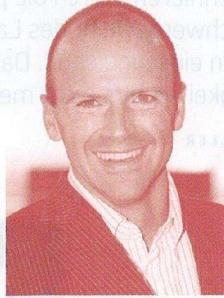
NATURFOTOS: © ISABELLE BACHNER

D

er Gedanke, der die Welt bewegt, kommt aus dem Wald. Aus dem deutschen Wald, um genau zu sein, der im 17. Jahrhundert regelrecht geplündert wurde. Im Schwarzwald wurden die Weißtannen fast schon industriell gerodet. Nicht für die Kuckucksuhren. Nein, in Holland wurden die stolzen Stämme verschifft und für die Pfahlgründung von Amsterdam verbaut. Im Erzgebirge sah es nicht minder trist aus, weil die Glasbläser und vor allem der Bergbau Holz „verheizten“ wie nie zuvor. Gleichzeitig vermehrte sich die Bevölkerung, die Städte wurden größer und mit ihnen wuchs der Bedarf an Holz derart rapide an, dass zu der Zeit, als Johann Wolfgang von Goethe damit begann, über die Natur zu dichten, dieselbe schon den ersten großen Raubbau erfahren hatte.

Der bedrohliche Holzschwund war mit einer veritablen Energiekrise gleichzusetzen und es war Hans Carl von Carlowitz (1645 – 1714), den die Folgen nicht kalt ließen. Der stattliche Mann mit Doppelkinn und prächtig gelockter Perücke war Oberberghauptmann am kursächsischen Oberbergamt in der Silberstadt Freiberg und angesichts der Ausbeutung der Wälder verfasste er 1713 das Werk „Sylvicultura oeconomica“. Darin hielt er fest, dass immer nur so viel Holz geschlagen werden sollte, wie durch planmäßige Aufforstung wieder nachwachsen kann. Mit seiner Forderung „eine sothane Conservation und Anbau des Holtzes anzustellen, daß es eine kontinuierliche beständige und nachhaltige Nutzung gebe“ legte er nicht nur den Grundstein für die moderne Forstwirtschaft, sondern auch für das Prinzip des nachhaltigen Umgangs mit Rohstoffen. Carl von Carlowitz ist der Erfinder der Nachhaltigkeit. Ein harocker Rockstar, dessen Gedanken über 300 Jahre später die Welt bewegen. ▶

eco.wirtschaft



**„IDEALTYPISCH MÜSSEN WIR
UNSERE FAMILIENGEPRÄGTEN
STRUKTUREN ERHALTEN. DAS IST
FÜR MICH AUCH NACHHALTIG.“**

HUBERT SILLER, MCI-PROFESSOR

NACHHALTIGKEIT

All die Ebenen durchzudeklinieren, in denen dieses Wort zu Revolutionen führt, ist fast unmöglich. Die 17 UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung oder Sustainable Development Goals (SDGs), auf die sich die UN-Mitgliedstaaten im Rahmen der „Agenda 2030“ geeinigt haben und die am 25. September 2015 von der Generalversammlung der Vereinten Nationen in New York verabschiedet wurden, können dabei als Kompass dienen. Es geht um nicht weniger als die „Transformation der Welt“, damit brennende ökologische, ökonomische und soziale Probleme gelöst werden. Die Nachhaltigkeit hat den Wald längst verlassen und schlägt Wurzeln in allen Bereichen des Lebens und Wirtschaftens. „Es geht nicht mehr anders“, lenkt Hubert Siller den Blick etwa auf jenen Bereich, der sein Spezialgebiet ist. Den Tourismus.

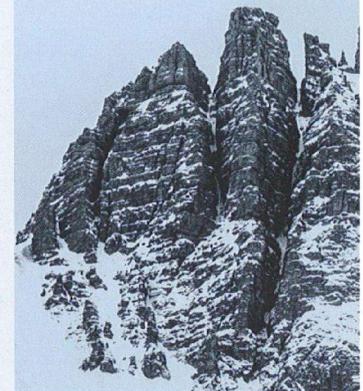
Siller ist Fachhochschul-Professor und langjähriger Leiter des Department für Tourismus- & Freizeitwirtschaft (MCI Tourismus) am MCI Management Center Innsbruck. „Auch aus dem MCI heraus kann ich sagen, dass eine Generation kommt, die in erster Linie die ökologische Nachhaltigkeit sieht. Sie kommen mit großen Vorurteilen aus den Schulen, wo der Tourismus als großer Zerstörer der Umwelt gelchrt wird“, sagt er und stellt fest: „Wir versuchen das dann schon in ein Maß zu bringen und zeigen, dass es ganz ohne Ressourcen, ohne Landschaft und ohne Wasser nicht geht. Wir dürfen uns nicht zu Tode ökologisieren.“

Nachhaltigkeit im Tourismus rein durch die ökologische Brille zu betrachten bezie-

hungsweise in aller Konsequenz umzusetzen, würde dem Tourismus wohl den Garaus machen und schon deswegen nicht mehr nachhaltig sein, weil die damit verbundenen wirtschaftlichen und sozialen Folgen einschneidend bis verheerend wären. Um Nachhaltigkeit für den Tourismus zu definieren, stützt sich Siller vor diesem Hintergrund auf das Drei-Säulen-Modell der nachhaltigen Entwicklung. Dieses Konzept geht von der Vorstellung aus, dass nachhaltige Entwicklung nur durch das gleichzeitige und gleichberechtigte Umsetzen von umweltbezogenen, wirtschaftlichen und sozialen Zielen erreicht werden kann. „Es leben viele Menschen davon und es hängen viele Arbeitsplätze dran. Und es geht auch darum, dass Unternehmen und Regionen langfristig Bestand haben“, sagt Siller. Als Experte war er beispielsweise bei den Diskussionen im Vorfeld des neuen Regierungsprogramms eingebunden und hat sich dabei für Erleichterungen bei Übergaben von Familienunternehmen stark gemacht: „Idealtypisch müssen wir unsere familiengeprägten Strukturen erhalten. Das ist für mich auch nachhaltig.“ Die hohe Auflagedichte und die Kraft des Wohlstandes, der potenzielle Nachfolger vertreibt, lassen diese Strukturen gerade wanken und Siller mahnt zu Vorsicht, sich nicht zu sehr von der aktuellen Wohlfühlsituation leiten zu lassen.

MASTERPLAN

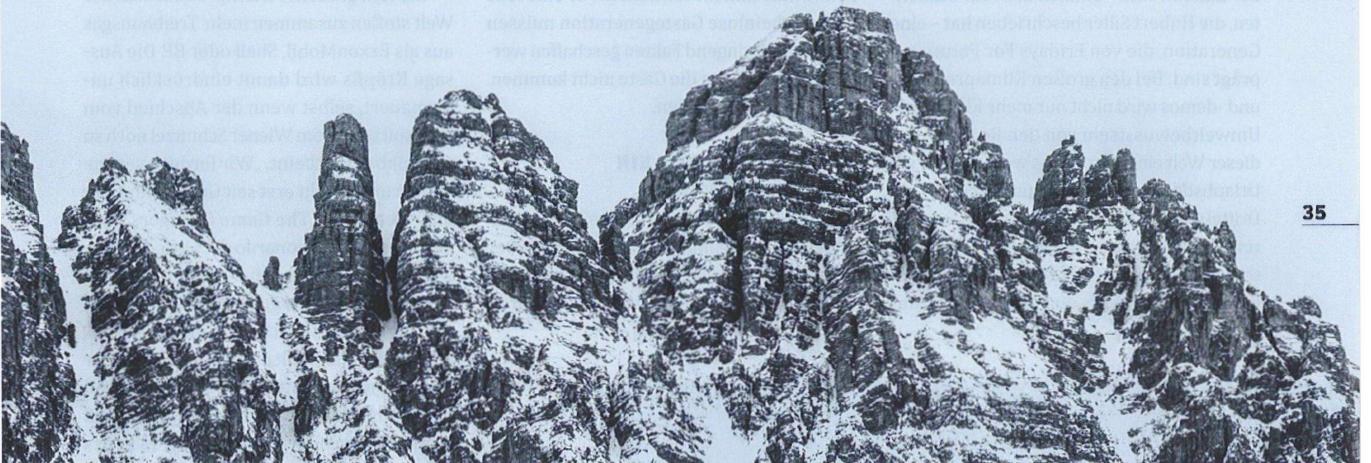
Das Drei-Säulen-Modell der nachhaltigen Entwicklung findet sich auch im „Plan T“ wieder, dem Masterplan für Tourismus, den



das „alte“ Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus im März vergangenen Jahres veröffentlicht hatte. Die grundlegende Stoßrichtung lässt sich vom Regierungswechsel nicht beeindruckend, heißt es im Plan T doch, dass nicht mehr der Gast allein im Mittelpunkt der Tourismuspolitik steht. Genauso wichtig seien die Bedürfnisse der Unternehmer, ihrer Mitarbeiter, der heimischen Bevölkerung und der Umwelt. Der Umwelt, die in Lebensraumtourismusländern, wo alles geteilt und nichts abgesperrt wird, zunehmend in den Fokus rückt. Und erhalten werden will. „Als tragende Säule sichert der Tourismus Existenzen und Wohlstand in den Alpen. Gleichzeitig sind die Alpen ein wertvoller Naturraum. Wirtschaftliche Perspektiven auf der einen Seite, sensibles Ökosystem auf der anderen – aktuell prägen

eco.wirtschaft

DIE GÄSTE DER ZUKUNFT SIND EINE GENERATION, DIE VON FRIDAYS FOR FUTURE GEPRÄGT SIND. BEI DEN GROSSEN KLIMAPROTESTEN UND -DEMOS WIRD NICHT NUR MEHR KLIMA- UND UMWELTBEWUSSTSEIN VON DEN REGIERUNGEN DIESER WELT EINGEFORDERT, ES WERDEN AUCH DIE URLAUBSDESTINATIONEN HERAUSGEFORDERT.



35

verschiedene Konflikte das Meinungsklima. Zum Nachteil für die Menschen, die in den Alpen leben und wirtschaften“, hielt der Tiroler Seilbahnexperte Hannes Parth im Zuge der Gründung des Vereins Vitalpin fest.

Im April 2019 wurde diese internationale Interessengemeinschaft ins Leben gerufen, die sich als neue Bewegung für Menschen und Unternehmen in den Alpen versteht, die von und mit dem Tourismus leben. Vitalpin möchte – so die Eigendefinition – im Dialog die Tourismusgesinnung positiv beeinflussen, damit auch in Zukunft touristische Projekte umgesetzt und damit Chancen für die Menschen in den Alpen geschaffen werden. „Ohne wirtschaftliche Infrastruktur keine Lebensgrundlage in den Alpen. Ohne Innovation keine Entwicklung in den Alpen. Ohne intakte Natur keine Lebensqualität in den

Alpen. Ohne lebendige Kultur keine Seele in den Alpen. Ohne gleichwertige Berücksichtigung der Bereiche Mensch, Wirtschaft und Natur keine ausgewogene Sichtweise auf die Zukunft in den Alpen“, lauten die Kernbotschaften des Vereins. Wieder ist es das Drei-Säulen-Modell für nachhaltige Entwicklung, das ins Auge sticht. Wieder sind es Mensch, Wirtschaft und Natur. Diese Dreifaltigkeit der touristischen Zukunft steht vor großen Herausforderungen.

Einer Schätzung der Welttourismusorganisation UNWTO zufolge ist die Tourismusbranche für rund fünf Prozent aller weltweiten CO₂-Emissionen verantwortlich. Drei Viertel aller CO₂-Emissionen im Tourismus werden dabei vom Verkehr verursacht. Wenig überraschend gehen 40 Prozent „auf die Kappe“ von Flugreisen. „Im internationalen

Vergleich ist der ökologische Fußabdruck eines Urlaubs in Tirol ausgesprochen gut“, weist Hubert Siller etwa auf die im Dezember 2018 vom Umweltbundesamt veröffentlichte Treibhausgas-Bilanz hin, in welcher der Ski- und Sommerurlaub in Österreich mit Urlauben verglichen wurde, an deren Beginn und Ende ein Kurz- oder Langstreckenflug steht. „Werden bei einem Flug auf die Malediven pro Person und Tag ca. 426 Kilogramm CO₂ verursacht, sind es bei einem Flug nach Spanien ca. 138 Kilogramm. Bei Winter- oder Sommerurlaub in Österreich stammen zwischen drei und 21 Kilogramm aus der An- und Abreise – je nachdem, ob mit der Bahn oder mit dem PKW angereist wird“ heißt es in dem Factsheet des Bundesumweltamtes. Nur etwa neun Prozent der Österreich-Gäste nutzen die Bahn. „Im

eco.wirtschaft

öffentlichen Diskurs ist der Tourismus der ideale Sündenbock fürs Verkehrsproblem. Aber solange die öffentlichen Transportmittel vielerorts keine praktikable Alternative für die einheimische Bevölkerung sind, wird es schwierig, auch die Touristen dafür zu begeistern", stellte dazu etwa Theresa Haid, Geschäftsführerin des Vereins Vitalpin, gegenüber dem Fachmagazin „bulletin“ der Österreich Werbung fest.

NETZWERK BERG

Als am 21. März 2019 das „Netzwerk Berg“ im Festsaal der Tiroler Wirtschaftskammer ins Leben gerufen wurde, hatte Professor Ralf Roth, der an der deutschen Sporthochschule Köln dem Institut für Natursport und Tourismus vorsteht, ebendiese Herausforderung in den Mittelpunkt gerückt. Die Gäste der Zukunft sind – ähnlich den MCI-Studenten, die Hubert Siller beschrieben hat – eine Generation, die von Fridays For Future geprägt sind. Bei den großen Klimaprotesten und -demos wird nicht nur mehr Klima- und Umweltbewusstsein von den Regierungen dieser Welt eingefordert, es werden auch die Urlaubsdestinationen herausgefordert. „Ein Drittel unserer Studierenden hat keinen Führerschein und damit auch kein Auto mehr“, so Roth. Wollen sie trotzdem in die Berge gebracht werden, muss dies zwingend auf an-

deren Wegen passieren. „Wie die Gäste heute zu ihnen kommen, ist nicht zukunftsfähig, es ist Zeitverschwendung, Luftverschmutzung, teuer, schwierig für Familien und nicht zeitgemäß“, drückte Roth den vollgepackten Straßen einen Zeitstempel auf und stellte fest: „Da müssen in den nächsten Jahren ganz neue Zugänge ermöglicht werden. Es ist wichtig, dass uns das gelingt.“

Kein Wandel geht ohne Extreme über die Bühne beziehungsweise ohne populistische Lagerbildungen auf der einen wie der anderen Seite. Das ist auch bei der Nachhaltigkeit so. Auch in Tirol. Doch selbst der brachialste Bewahrer einer vermeintlich besseren Vergangenheit kann sich dem Einfluss des Topthemas nicht entziehen, wenn die Gäste klare Fakten einfordern. In vielen Bereichen benötigt es große politische Erkenntnisse und Investitionen. Für eine teils führerscheinlose Gästegeneration müssen gleichsam zwingend Fakten geschaffen werden. Sonst können die Gäste nicht kommen. Selbst wenn sie wollen.

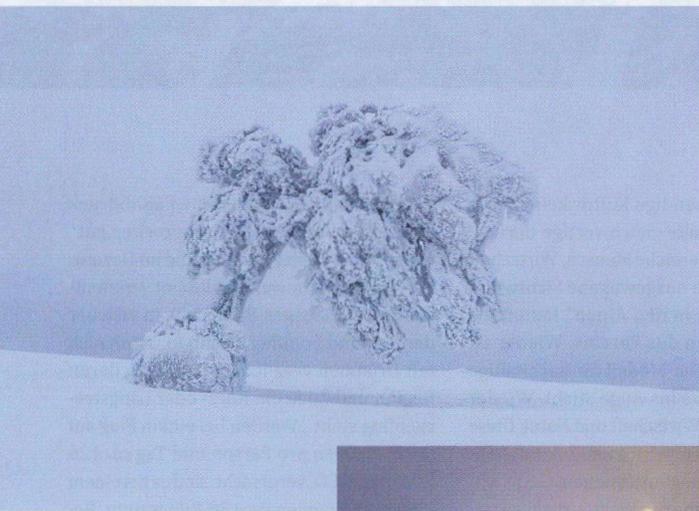
OHNE FLEISCH FÜR EIN BESSERES KLIMA

Das Spannungsfeld, in dem sich Nachhaltigkeit im Tourismus bewegt, ist riesig. Der schonende Umgang mit Ressourcen ist ein weiterer Teil. Am 28. Jänner 2020 wurde

beispielsweise berichtet, dass die neue Bahn in der Zillertal Arena in Gerlos mit Energie aus einer Photovoltaikanlage angetrieben wird. Es ist die vierte Anlage dieser Art im Skigebiet. Auch der hohe Nutzungsgrad erneuerbarer Energien trägt zum vergleichsweise „kleinen“ ökologischen Fußabdruck bei. Große touristische Infrastrukturunternehmen geraten allein wegen ihrer Existenz in das Kreuzfeuer der ökologiebasierten Nachhaltigkeitsdebatten und sie gehen das Thema längst offensiv an. Der Bogen des Wandels reicht von den Berggipfeln bis in die Küchen, für die der gebürtige Tiroler und Starkoch Siegfried Kröpfl eine vegetarische oder vegane Zukunft voraussagt und festhält: „Die Produktion von Gemüse, Obst und Getreide ist einfach ressourcenschonender als jene von Fleisch.“

Die fünf größten Fleischproduzenten der Welt stoßen zusammen mehr Treibhausgas aus als ExxonMobil, Shell oder BP. Die Aussage Kröpfls wird damit eindrücklich untermauert, selbst wenn der Abschied vom Tafelspitz und vom Wiener Schnitzel noch so undenkbar erscheint. „Wir fördern vegane Ernährung – nicht erst seit Greta Thunberg oder dem Film „The Game Changers“ und auch nicht, weil Leonardo di Caprio ein cooler Typ ist. Es ist uns ein Anliegen aus ökologischer Sicht, aus gesundheitlicher Sicht und für uns persönlich als Familie auch aus ethischer Sicht“, stellt dazu Karin Kühbacher fest. Zusammen mit ihrem Mann Manfred besitzt und führt sie seit sechs Jahren das Naturhotel LechLife in Wängle im Außerfern. Mit viel Leidenschaft, viel Herz und einer verantwortungsvollen Lebenseinstellung.

Dass in der Küche des Ende der 1980er-Jahre von den Skilegenden Harti Weirather und Hanni Wenzel errichteten Hauses traditionell und vegan gekocht wird, ist nur ein Zeichen der Nachhaltigkeit, die auch für Karin Kühbacher nicht leicht zu definieren ist. „Natürlich informiert man sich und schaut, welche Möglichkeiten es gibt. Doch muss man immer auch ein bisschen nach dem Bauchgefühl gehen“, sagt sie. Vor drei Jahren haben sich die LechLife-Chefs beispielsweise dazu entschieden, den Gästen ein Package zur Verfügung zu stellen, das die Nutzung eines Allrad-Tesla beinhaltet. Schöne Natur genießen, ohne sie durch den CO₂-Ausstoß zu belasten, ist dafür ein so überzeugendes wie elegantes Argument. „Wir haben das umgesetzt, doch immer mehr wird die E-Mobilität zum Buhmann. Egal, was du machst, es ist schwierig, weil es immer ein Kontra gibt“, weiß Kühbacher. Diese Gratwanderung schafft das Unternehmer-Ehepaar mit





„WIR FÖRDERN VEGANE ERNÄHRUNG – NICHT ERST SEIT GRETA THUNBERG ODER DEM FILM „THE GAME CHANGERS“ UND AUCH NICHT, WEIL LEONARDO DI CAPRIO EIN COOLER TYP IST. ES IST UNS EIN ANLIEGEN AUS ÖKOLOGISCHER SICHT, AUS GESUNDHEITLICHER SICHT UND FÜR UNS PERSÖNLICH ALS FAMILIE AUCH AUS ETHISCHER SICHT.“

**KARIN UND MANFRED KÜHBACHER,
NATURHOTEL LECHLIFE**

dem Slogan Respekt, Respekt im positiven Sinn, wie Karin Kühbacher erklärt: „Der das Schnitzel isst, ist nicht automatisch der Buhmann, und ein Veganer ist nicht automatisch ein Gutmensch. Wir sehen das sehr open minded. Jeder soll in seinem Bereich das machen, was ihm persönlich Sinn gibt. Wir selbst machen es im Betrieb immer in kleinen Schritten.“

Vor dem Hintergrund und in diesem Takt wurden etwa die provencalischen Kosmetikprodukte durch Naturkosmetik aus Tirol ersetzt. Statt Kapselkaffee des weltweit größten und die Welt in weiten Teilen knallhart beherrschenden Nahrungsmittelkonzerns wird nun Fairtrade-Biocafé einer österreichischen Firma angeboten. Die Produkte des Konzerns wurden zudem aus der Küche verbannt und gegen heimische Bioprodukte ausgetauscht. Und schon als der Umbau des Hauses nach der Übernahme anstand, haben sich die Unternehmer dafür entschieden, die zwar schon in die Jahre gekommenen, qualitativ aber hochwertigen Vollholzmöbel zu behalten. „Die heutigen Möbel haben mit Natur nichts zu tun“, weiß Karin Kühbacher und lenkt auf diesem Umweg den Blick zurück in den Wald. Dorthin, wo der Begriff Nachhaltigkeit vor über 300 Jahren erfunden wurde und heute mit allen Lebens- und Arbeitsbereichen auch den Tourismus in seinen Grundfesten verändert. Step by Step.