

**tt-Gespräch mit Roger Wehrli: „Das Lokale ist der Nukleus der Nachhaltigkeit“**

**Luzern** – Was Endverbraucher unter nachhaltigem Reisen verstehen und was sie dafür ausgeben würden, untersuchte **Roger Wehrli** vom Institut für Tourismuswirtschaft (ITW) an der Hochschule Luzern.

**Von wann sind die Zahlen in Ihrer Studie?**

Wehrli: Im Herbst 2010 befragten wir 6000 Touristen in acht Ländern, was sie unter nachhaltigen Reisen verstehen. Die Befragung zur Bereitschaft der Schweizer, für nachhaltiges Reisen einen höheren Preis zu zahlen, ist sogar vom Januar dieses Jahres. Die Zahlen sind also sehr aktuell.

**Was bedeutet für Reisende nachhaltiger Tourismus?**

Sie verstehen darunter an erster Stelle, dass lokale Aspekte berücksichtigt werden: Die Verwendung lokaler Produkte, das Einbeziehen lokaler Gemeinschaften. Das sind die Aspekte, die am stärksten als nachhaltig betrachtet werden. Das Lokale ist der Nukleus der Nachhaltigkeit.

**Gibt es ein Ranking der Aspekte? Welches sind die wichtigsten?**

Der wichtigste Aspekt ist der Erhalt des Landschaftsbildes und des kulturellen Erbes des Reiselandes. 68 Prozent der Befragten sehen darin einen besonders wichtigen Aspekt der Nachhaltigkeit. Überhaupt spielt die soziale Dimension – wie die Einbeziehung lokaler Gemeinschaften, die Rücksicht auf örtliche Bedingungen, keine Diskriminierung – für die Befragten eine besondere Rolle. Im ökonomischen Bereich sind es die Verwendung von lokalen Produkten und Dienstleistungen, die Schaffung regionaler Arbeitsplätze und der Aufbau und Erhalt des regionalen ökonomischen Wohlstandes, die als besonders nachhaltig wahrgenommen werden.

**Und was ist mit dem ökologischen Aspekt?**

Für 63 Prozent der Befragten spielt die effiziente Ausnutzung der Ressourcen – allen voran Wasser und Energie, die Vermeidung von Müll und das Abfallmanagement – die größte Rolle.

**Und wie steht es um den Klimakiller CO2?**

Interessanterweise taucht der CO2-Aspekt über die ganze Umfrage hinweg als letzter auf. Nur 53 Prozent messen ihm eine Bedeutung zu. Das ist ziemlich überraschend, da die CO2-Problematik ja viel diskutiert wurde. Es adressiert aber auch ein Kernproblem der Fernreisen: Sie generieren nun mal einen hohen CO2-Ausstoß.

**Welchen Preis wären Verbraucher für ein nachhaltiges Angebot bereit zu bezahlen?**

77 Dollar mehr beispielsweise bei einer Safari-Reise – wenn wir alle oben genannten Attribute nachhaltigen Reisens in das Angebot einbauen. Das wären 1,5 Prozent des Kaufpreises. Das ist ziemlich wenig. Und 9,80 Dollar für eine CO2-Kompensation beispielsweise für einen Flug nach Südafrika.

**Laut Ihrer Studie messen 20 Prozent der Reisenden dem Thema Nachhaltigkeit eine höhere Bedeutung zu. Wie sieht es mit deren Bereitschaft aus, auch grundsätzlich einen höheren Preis zu zahlen?**

Das wäre eine interessante Zusatzforschungsfrage, doch liegen uns hierfür keine Zahlen vor.

**Spielt die Kaufkraft der Kunden eine Rolle bei ihrer Bereitschaft, mehr zu bezahlen?**

Weil die Befragten ein höheres Einkommen hatten, ist die Zahlungsbereitschaft für nachhaltiges Reisen in der Stichprobe sehr wahrscheinlich höher als die durchschnittliche Zahlungsbereitschaft über die gesamte Bevölkerung.

**Wie könnte die Bereitschaft, für nachhaltigen Urlaub mehr zu bezahlen, erhöht werden?**

Die sozialen, ökonomischen und ökologischen Aspekte, die ich oben genannt habe, sollte man als erstes anvisieren, wenn man ein nachhaltiges Produkt lancieren will. Wer hierfür einen höheren Preis erzielen will, der muss das Produkt allerdings in all seinen Dimensionen komplett nachhaltig gestalten.

**Usedom: Streit innerhalb der Tourismus GmbH offenbar beigelegt**

**Heringsdorf** – Nach monatelangen Querelen innerhalb der Gesellschafter der Usedom Tourismus GmbH (UTG) gibt es wieder „sachliche und konstruktive“ Gespräche. Auf der jüngsten Gesellschafterversammlung ging es um die künftige Struktur der Gesellschaft. Dabei signalisierte die Kaiserbäder Tourismus Service GmbH (KTS) erstmals auch die Bereitschaft, Anteile ihrer 50,2 Prozent abzugeben. „Es gibt nichts, über das wir nicht sprechen könnten“, so **Klaus Kottwittenborg**, Bürgermeister von Heringsdorf, der KTS-Alleingesellschafterin. Auch der Wirtschaftsplan des Inselvermarkters wurde nun von allen Gesellschaftern bestätigt. Damit ist die erst vor Tagen verhängte Ausgabenperre hinfällig.

**Arriva Deutschland heißt jetzt Netinera**

**München** – Deutschlands drittgrößtes Eisenbahnverkehrsunternehmen gibt sich einen neuen Namen: Aus Arriva wird Netinera. Das Eigentümerkonsortium aus italienischer Staatsbahn und Cube Infrastructure will mit der – dem Lateinischen entlehnten – Wortschöpfung die Anbindung an die FS-Gruppe stärker zum Ausdruck bringen. Ziel sei es, Netinera „als einen der führenden privaten Betreiber im öffentlichen Nahverkehr zu etablieren.“

**Berliner Flughäfen 2010 mir Rekordergebnis**

**Berlin** – 249,4 Millionen Euro Umsatz, 94,2 Millionen Euro Gewinn vor Steuern – und 22,3 Millionen Fluggäste. Die Berliner Flughafengesellschaft (BBI) schließt mit einem Rekordergebnis die Bücher. In Tegel lag das Paxplus bei 11,4 Prozent, in Schönefeld aber nur bei 0,3 Prozent. BBI-Boss **Rainer Schwarz** verteidigte bei der Vorlage der Jahresbilanz die jüngst festgelegten Entgelte für den neuen Airport gegen die Kritik der BARIG – siehe travel tribune 15/11. Sie seien für die Entwicklung des Flughafens Berlin-Brandenburg wichtig und „auch mit den Airlines abgesprochen.“

**CER: Rüttgers aus dem Rennen?**

**Brüssel** – Trotz massiver Unterstützung seitens der Bundesregierung wird es womöglich nichts für **Jürgen Rüttgers** als neuer CEO des europäischen Bahnverbandes CER. Vor allem Frankreich und viele kleinere EU-Staaten wollen nicht erneut einen Deutschen als Chef der obersten Bahnlobby in Brüssel. Kritik setzt es zudem am Gehalt und den Nebenleistungen des seit 2002 amtierenden CER-Bosses **Johannes Ludewig**: Der frühere Vorstandschef der Deutschen Bahn (DB) verdient rund 500 000 Euro brutto – damit geht knapp ein Fünftel des CER-Jahresbudgets auf sein Konto. Die endgültige Entscheidung über die