

Nicht jede Ökoreise ist umweltfreundlich

Nachhaltiger Tourismus Viele Anbieter locken mit Green Labels und anderen Zertifizierungen. Umstritten ist jedoch, ob sie die Versprechen einhalten. Dieses sogenannte Greenwashing zu vermeiden, ist dabei gar nicht so einfach.

Bianca Lüthy

Mit dem Flugzeug für ein Wochenende nach London, für eine Woche auf die Seychellen oder eine Kreuzfahrt durch die Karibik – was wie ein Traum für Reiseliebhaber klingt, stösst bei hartgesottene Umweltschützern auf vehemente Ablehnung. Wirft man einen Blick in Reisekataloge, finden sich immer öfters Rubriken, die sich dem «Ecotourism» widmen.

Anstatt grosser All-inclusive-Hotels findet man dort kleinere Eco-Lodges, Hostels oder Hütten – und auch einen Dschungel an Zertifizierungen und Labels, die einen besonders umweltfreundlichen Umgang versprechen. Doch was halten sie? Lauter leere Versprechungen oder tatsächlich Bestrebungen in puncto Nachhaltigkeit?

«Nachhaltigkeitslabels helfen in diesen Bereichen und können Gästen als Orientierungshilfe dienen», so Monika Bandi Tanner, Co-Leiterin der Forschungsstelle Tourismus an der Universität Bern. Die Gefahr von Greenwashing bestehe aber, da nicht jedes Label gleichwertig sei.

«Es gibt viele Unterschiede zwischen den Labels, darunter finden sich aber auch anspruchsvolle, umfassende Zertifizierungen, welche alle Dimensionen der Nachhaltigkeit abdecken», sagt auch Fabian Weber, Tourismusdozent an der Hochschule Luzern. Als vertrauenswürdige Labels werden die Zertifizierungen von Tour Cert und Ibox Fairstay eingestuft.

Label-Dschungel bei Reiseveranstaltern

Globetrotter-Group-Chef André Lüthi betrachtet Reise-Labels kritisch: «Auf Anbieterseite gibt es mittlerweile Tausende Labels, die teils leider bloss zu Marketingzwecken genutzt werden, aber konkrete Massnahmen wurden nicht viele getroffen.» Die grösste Verantwortung liege bei den Reiseveranstaltern. «Sie können entscheiden, ob sie mit Veranstaltern arbeiten, die faire Löhne bezahlen und umweltbewusst handeln. Und da braucht es dann auch den Mut, die dadurch etwas höheren Preise hier auf den Markt zu bringen.» Sein Rat: Anstatt sich auf Labels oder Zertifizierungen zu behaften, können sich Gäste auch vor Ort erkundigen, wie nachhaltig die gewählte Unterkunft jetzt ist. «Man kann ja mal einen Kellner im Hotel fragen, ob ihm ein fairer Lohn bezahlt wird. Oder die Hotelmanagerin fragen, was mit den Essensresten vom Frühstücksbuffet passiert oder wohin das Abwasser geht. Solche Fragen können durchaus etwas auslösen», so Lüthi.

«Das Bewusstsein ist grösser als das Verhalten»

Jüngst wurde in der Schweiz die Kooperation «Responsible Hotels of Switzerland» ins Leben gerufen. 26 Hotelbetriebe haben sich mit dem Zusammenschluss der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit verpflichtet. Ist es lediglich ein weiteres Label im Ökodschungel, oder hält es, was es verspricht? Tourismusexperte Weber stuft die neu gegründete Kooperation als gut ein und fügt an: «Es ist aber noch zu früh, deren Erfolg einzuschätzen.» Zudem gebe es auch kleinere Betriebe, die sehr nachhaltig seien, es sich aber nicht leisten können, bei so einer Allianz mitzumachen.

Wer seinen ökologischen Fussabdruck beim Reisen verkleinern will, hat nebst der Wahl von umweltfreundlichen Unterkünften auch die Möglichkeit, über Programme wie My Climate den CO₂-Ausstoss zu kompensieren. Laut Hotelplan hat rund ein Viertel der Kundinnen, die in Filialen eine Reise gebucht haben, ihre Emissionen ganz oder zumindest teilweise kompensiert.

«Durch Kompensationsmöglichkeiten wie My Climate wird leider nur ein Bruchteil des ökologischen Fussabdrucks kompensiert, da sie nach wie vor auf Freiwilligkeit basieren», sagt Tourismusforscherin Bandi. «Das Umweltbewusstsein ist immer viel grösser als das Umweltverhalten.» So handle es sich oft nur um einen kleinen Teil der Reisenden, die bereit sind, mehr für etwas zu bezahlen, wenn es nachhaltiger ist. Diese Ambivalenz bei Gästen zu überbrücken, sei schwierig.

Reist Generation Greta grüner?

Ein Trend in Richtung nachhaltigeres Reisen zeichne sich zwar ab, aber das immer noch auf eher bescheidenem Niveau, bestätigt Tourismusexperte Weber. «Die Intention ist da, aber zwischen der umweltfreundlichen Absicht und dem effektiven Handeln ist es noch ein weiter Weg.» Fachleute bezeichnen dies als «Intention Behaviour Gap».

Ist es die Generation Greta, die nachhaltiges Reisen erst zum Trend macht, oder woher stammt das steigende Interesse an «Green Travelling»? «Die Sensibilisierung auf nachhaltiges Reisen ist nicht altersabhängig», so Weber. Bei kultur- und umweltaffinen Reisenden sei sie aber zentraler sowie auch bei Konsumenten, die mehr Wert auf die Gesundheit legen: «Das sind kaufkräftige Gäste, die gerne Luxus haben, aber auch auf umweltfreundliche Aspekte bei der Wahl ihres Hotels oder ihrer Destination achten.»

Grüner Reisen ist im Trend: Bereit, mehr dafür zu bezahlen, sind aber nur wenige. Foto: Getty Images

«Die grösste Verantwortung liegt bei den Reiseveranstaltern.»
 André Lüthi Globetrotter-Group