

# Klimawandel und Tourismus

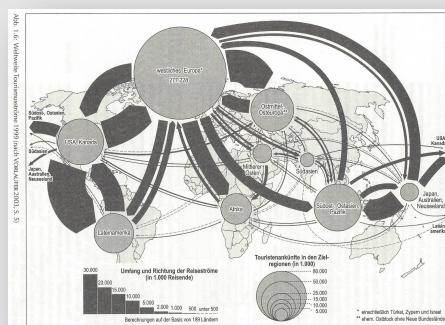
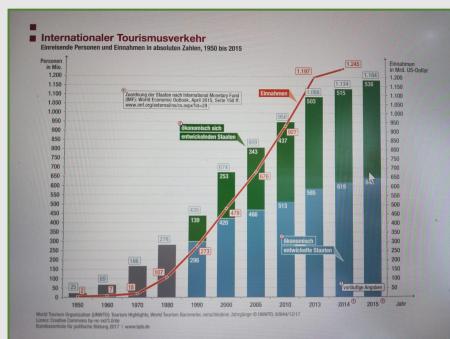
## Inwieweit können touristische Bedürfnisse und Klimafreundlichkeit vereint werden?

### Definition Tourismus:

“Die Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts-, oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten” (UNWTO)

#### Bedingungen für den neuzeitlichen Tourismus (Massentourismus)

- Zunehmende Industrialisierung, Bevölkerungsentwicklung, Urbanisierung, Verkehrsrevolution (Verbesserung Infrastruktur...)
- Verbesserung der sozial-/arbeitsrechtlichen Verhältnisse, gesteigertes Realeinkommen
- **veränderte Bedürfnisstrukturen**



#### Konstitutive Elemente:

- Ortswechsel von Personen
- Vorübergehende Aufenthalt an einem Ort außerhalb der gewohnten Umgebung
- Motive des Ortswechsels

### Tourismus als Konsum nach Richard Wilk:

- steigendes Konsumverhalten in verschiedenen Bereichen ist als eine der treibenden Kräfte des Klimawandels zu sehen
- Konsum und Konsumverhalten sind wandelbare Größen, die sich je nach historischer und gesellschaftlicher Situation verändern können
- Tourismus lässt sich mit Wilk als indirekter Konsum betiteln, da er aufgrund seiner Komplexität nur schwierig anhand konkreter Konsumskalen messbar ist
- Das persönliche “Tourismusverhalten”, also die Art und Weise, auf die Menschen im weitesten Sinne Urlaub machen, hängt dabei von vielen verschiedenen Faktoren ab, vor allen Dingen von den finanziellen Rahmenbedingungen des Konsumenten
- Aber auch Menschen mit ähnlich hohem Einkommen können sehr unterschiedliche Sichtweisen und moralische Wertvorstellungen in Bezug auf Tourismus haben
- Sowohl Wilks „individual choices theories“ wie auch seine „social theories“ und „cultural theories“ können zu einer möglichen Erklärung der Beweggründe des Touristen beitragen und damit das komplexe Phänomen des Tourismus beleuchten
- Konsum- und damit Tourismusverhalten ist nach Wilk wandelbar, das heißt, dass auf etwaige Konsumententscheidungen Einfluss genommen werden kann
- So können einerseits neue Bedürfnisse entstehen und andererseits vorhandene “Tourismuskonzepte” und damit verbundene Wertvorstellungen als soziale Regeln hinterfragt und aktiv verändert werden, um in letzter Konsequenz eventuell ein klimafreundlicheres Tourismusverhalten in die Wege zu leiten.

#### Luxus- / Erholungstourismus

1. Destination	Eher entfernt
2. Transport	Flugzeug
3. Unterkunft	Hotel, Kreuzfahrtschiff
4. Verkehr	Mietwagen, arrangierte Touren, Taxi
5. Aktivitäten	Strand, Pool, Shopping, Sightseeing
6. Konsum	Restaurant, Kleidung, Souvenir, kurzfristige Bespaßung → nicht (unbedingt) regional
7. Zeiten	Hohe Kosten, Jahresurlaub

#### Bedürfnisse

#### Konsum

#### Tourismus

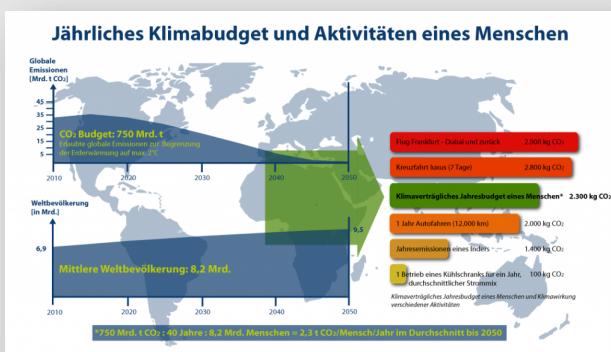
#### Klimaschäden?

#### Regionaltourismus

1. Destination	Nahe Umgebung, Nachbarländer
2. Transport	ÖPNV, Auto
3. Unterkunft	Ferienwohnung, Hotel, Camping
4. Verkehr	ÖPNV, Mietwagen
5. Aktivitäten	Entspannung, regionales Sightseeing, Natur, Kultur
6. Konsum	Eigene Küche, regional, an gewöhnlichen Konsum angepasst
7. Zeiten	Geringer Preis, kurze Anfahrt, mehrmals im Jahr möglich

#### Camping / Backpacking

1. Destination	Im näheren Umkreis, weltweit
2. Transport	Auto, Mitfahrgelegenheit, ÖPNV, Flugzeug
3. Unterkunft	Zelt, Auto, Wohnmobil, Wohnwagen, Hostel, Couchsurfing
4. Verkehr	Auto, ÖPNV, Mitfahrgelegenheit
5. Aktivitäten	Natur, Sport, Grillen
6. Konsum	minimalistisch, günstig, regional
7. Zeiten	Viel Aufwand, lange Dauer, auch Kurztrip möglich



#### Aktivurlaub

1. Destination	Im näheren Umkreis, weltweit
2. Transport	Auto, Flugzeug, ÖPNV
3. Unterkunft	Berghütte, FW, Hotel
4. Verkehr	Individuell, körperliche Bewegung
5. Aktivitäten	Wanderung, Kanu, Fahrrad, Klettern
6. Konsum	Lebensmittel, Ausrüstung
7. Zeiten	Kurze Dauer, mehrmals im Jahr möglich

### Wie könnte ein klimafreundlicher Tourismus aussehen?

- jede Form des Tourismus bietet Auswahlmöglichkeiten
- im Zweifel für eine nachhaltige Lösung entscheiden
- Entschleunigung
- **Grüner, Langsamer, Bewusster** - statt **billig, schnell und weit**

### Slow Tourism:

Slow Tourism bezieht sich auf die Bedürfnisse (Destination, Transport, Unterkunft, Verkehr, Aktivitäten, Konsum, Dauer, Häufigkeit) die ein Urlauber haben könnte und schlägt eine *langsame* Lösung vor.

- eine neue Perspektive auf Langsamkeit: Ruhe, Stressfreiheit, Basis für kreatives Denken
- Geschwindigkeit = angepasst an die eigenen Bedürfnisse
- der Weg wird zum Ziel
- die Qualität neuer Erfahrungen wird in den Fokus gesetzt
- Austausch zwischen Kulturen
- Bewegung entgegen dem Massentourismus
- lässt sich auf alle Tourismusformen anwenden (subjektive Einstellung)

#### Tipps für Nachhaltige Reiseplanung

www.atmosfair.de, www.bi-hotels.info, www.bio-natur-urlaub.de, www.ockoreisen.de, www.forumandersreisen.de, www.petemeyerverlag.de, www.renatour.de, www.natours.de, www.naturesbasta.se, www.travelgreen.de, www.vertraeglich-reisen.de, www.viabono.de



\*Shin, D. / Jang, H. / Jung, T. (2015). Go Slow and Curvy. Heidelberg: New York; Dordrecht; London: Springer International Publishing.  
 \*Honoré, C. (2004). In praise of Slow. London: Orion Publishing Group Ltd.  
 \*Wilk, Richard (2002). Consumption, human needs, and global environmental change. In: Global Environmental Change: Pergamon.  
 \*Schmude, Jürgen (2015). Tourismusgeographie. Darmstadt: WBG (Wissenschaftliche Buchgesellschaft)