

Paddeln in der Uckermark: Eines der sogenannten nachhaltigen Angebote des forum anders reisen, die in diesem Jahr besonders gut nachgefragt werden



Johannes Reißland, Geschäftsführer des forum anders reisen

„Nur ein grüner Anstrich“

Klima- und Umweltschutz in Zeiten der Wirtschaftskrise? Schwierig. Der Chef des forum anders reisen, Sprachrohr eines grünen Tourismus, verrät, wie er Veranstalter und Urlauber trotzdem überzeugt. Und was er von den Umweltaktionen der TUI hält.

MARCO MÜNSTER

Herr Reißland, die Deutschen ächzen unter den Folgen der Wirtschaftskrise. Da dürfte sich die Motivation der Urlauber, umweltverträglich zu verreisen, gerade in engen Grenzen halten, oder?

Unsere Veranstalter kommen verhältnismäßig gut durch die Krise. Außerdem bedeutet nachhaltig zu reisen ja nicht automa-

Tourismus-Kenner

Die Karriere des Johannes Reißland

Der 40-Jährige ist seit vergangene-m Oktober Geschäftsführer des forum anders reisen.

■ Nach seiner Ausbildung im Reisebüro und einem Tourismus-Studium war Reißland unter anderem als Büroleiter beim Münchner Sportreisenanbieter Matchpoint tätig. Zuletzt arbeitete er als Dozent für Tourismus an der Angell Akademie in Freiburg.

■ Reißland lebt in Staufen im Breisgau und ist verheiratet.

tisch, dass man mehr Geld ausgeben muss. Wir bieten zahlreiche Unterkünfte unter 30 Euro in Deutschland, auf den Kanaren, in Italien und anderen Ländern an.

Fühlen Sie sich da nicht manchmal wie der einsame Rufer in der Wüste?

Im Gegenteil. Laut einer FUR-Studie interessiert sich jeder fünfte Deutsche für den Klimaschutz. Die Zielgruppe wächst. Das sieht man auch daran, dass immer mehr Veranstalter das Thema besetzen.

Das klingt nach viel Potenzial. Wie viele Deutsche urlauben denn nachhaltig?

Wir kommen derzeit auf einen Marktanteil, der unter einem Prozent liegt. Da ist in der Tat noch ganz viel Luft nach oben. Gleichzeitig war dieser Anteil für die Branche noch vor wenigen Jahren undenkbar.

Welche Botschaften sind denn gefragt?

Wir müssen unseren Lebensstil ändern. Deshalb fordern wir neben einer Kerosinsteuer die Veranstalter auf, mehr nachhaltige Angebote zu schaffen. Sie müssen darüber aufklären, welchen ökologischen Fußabdruck eine Urlaubsreise hinterlässt. Allein durch einen New-York-Flug entstehen pro Person vier Tonnen CO₂. Das sollte bei den Angeboten ausgewiesen werden.

Sie vertreten die Interessen von immerhin 140 nachhaltig orientierten Veranstaltern. Wie laufen dort die Geschäfte?

Wir schneiden auch in diesem Jahr mindestens so gut ab wie der Rest der Branche.

Das forum anders reisen legt mit den „Reiseperlen“ einen eigenen Katalog auf. Wie entwickelt sich die Nachfrage?

Die laufen sehr gut. Wir stellen zudem fest, dass Verbraucher, die den Katalog einmal bestellt haben, immer wieder kommen. Auch immer mehr Reisebüros schätzen die nachhaltige Vielfalt der „Reiseperlen“.

Und wie laufen die Reisen zu den diversen Projekten des World Wide Fund for Nature WWF, die Sie auch vermitteln?

Es gibt dort Touren, die sehr gut funktionieren. Wie das Biberpaddeln in der Uckermark. Andere, recht aufwendige Reisen sind recht hochpreisig und werden entsprechend weniger nachgefragt, zum Beispiel zu abgelegenen Gebieten in Zentralafrika, wo die Urlauber auf die Suche nach Waldgorillas gehen.

Welche Zielgruppe bucht diese Reisen?

Überwiegend die gehobene und gebildete Mittelschicht, Menschen, die Wert auf Nachhaltigkeit und Lifestyle legen. Darunter viele Lehrer. Viele Kunden schätzen die Qualität und den hohen Erlebniswert der Reisen. Wir schicken unsere Kunden ja nicht in Bettenburgen. Sondern sie wohnen in kleinen Unterkünften und begegnen den Menschen im Reiseland auf Augenhöhe, beim Wandern oder Radfahren etwa.

Mit welchen Argumenten überzeugen Sie die Reisebüros von Ihrem Angebot?

Wir bieten Reisebüros die Möglichkeit, sich noch weiter zu spezialisieren. Es gibt durchaus Büros, die ihren Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit setzen. Und so eine zusätzliche Zielgruppe ansprechen. Wir planen auch für Reisebüros eine Zertifizierung nach CSR-Standards, also der Corporate Social Responsibility. So können auch die Agenturen nachweisen, dass sie sich mit

dem Thema Nachhaltigkeit auskennen und entsprechend beraten können.

Und wie wollen Sie es schaffen, auch die großen Pauschalveranstalter von der Notwendigkeit eines nachhaltigen Tourismus zu überzeugen?

Durch die steigende Nachfrage wächst der Druck bei den Großen, in dieser Richtung aktiv zu werden, fast von allein. Das forum anders reisen sieht sich als Vorreiter, etwa bei der CSR-Diskussion. Seit diesem Jahr können sich auch Nicht-Forums-Mitglieder zertifizieren lassen. Da wird auch der ein oder andere große Name dabei sein.

Die TUI startete mit Futouris eine eigene Nachhaltigkeitsinitiative. Wie beurteilen Sie das Engagement der großen Veranstalter bei diesem Thema?

Wir begrüßen die Initiative und unterstützen sie auch. Aber: Nur weil TUI und Thomas Cook da Geld einzahlen, macht sie das noch nicht zu nachhaltigen Anbietern. Ich vergleiche das mit einem Bauern, der sich in einer Ecke seines Massenbetriebs ein paar Bio-Hühner hält. Die großen Pauschalanbieter sind weit davon entfernt, nachhaltig zu agieren.

Warum schafft es die Branche nicht, sich auf allgemein verbindliche Standards zu verpflichten?

Bei vielen Veranstaltern hat Unternehmensverantwortung nicht den Stellenwert, den es dafür braucht. Verbindliche Standards bedeuten einen hohen Qualitätsanspruch, der mit reinem Profitdenken schwer zu vereinbaren ist. Also halten sie sich zurück, geben sich allenfalls einen grünen Anstrich.

fww

Neue Rolle für den Reisepavillon

In ihrem 20. Jahr präsentiert sich die Messe nur noch als Kongress

■ Die Messe für alternative Urlaubsformen, der Reisepavillon, fand Ende April als Umwelt-Kongress in Berlin statt. Begründung: Verbraucher fänden auf allen Reismessen Angebote im „grünen Bereich“. „Ob ITB oder CMT – jede Messe versucht heute

auch die Nachfrage nach umwelt- und sozialverträglichen Reisen zu bedienen“, sagt Geschäftsführerin Anke Biedenkapp. „Mit dem neuen Format sind wir auf dem richtigen Weg.“

■ Der Reisepavillon startete 1991 in Hanno-

ver als regionale Messe, die alternative Reiseformen ausstellte. Er wuchs zur „Internationalen Messe für anderes Reisen“ mit 300 Ausstellern aus 50 Ländern; 25.000 Besucher kamen pro Jahr. Zuletzt gastierte sie 2008 in Stuttgart und 2009 in München.