

Reisepavillon

Das gute Gewissen ist immer im Gepäck

Von Gerhard Fitzthum

08. Februar 2006 Im Leben von Christine Plüss dreht sich fast alles ums Reisen. Die aktuelle Preisträgerin der Europäischen Reisejournalistenvereinigung ist seit achtzehn Jahren für den "Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung" tätig, seit 2000 als Geschäftsführerin. Weil sich der gemeinnützige Verein zum Ziel gesetzt hat, die Menschen in den Industrienationen für die Probleme der Tourismusentwicklung in fernen Ferienregionen zu sensibilisieren, ist die promovierte Historikerin ständig unterwegs.

Eine ihrer wichtigsten Reisen führt sie jedoch nicht in die Ferne, sondern nach Hannover - zur jeweils Anfang Februar stattfindenden Internationalen Messe für anderes Reisen, Insider bekannt unter dem Namen Reisepavillon. Die Schweizerin verschafft sich hier einen Überblick über die Neuigkeiten auf dem "sanfttouristischen" Angebotssektor. Vor allem aber nutzt sie die größte Messe der Welt für nachhaltigen Tourismus als Kommunikationsplattform. Tourismuspolitische Arbeitskreise, Umweltverbände und Organisationen wie der Verkehrsclub Deutschland oder Amnesty International, die sich für umwelt- und sozialverträgliche Reiseformen stark machen, treffen sich hier zu Erfahrungsaustausch und Kontaktauffrischung, aber auch zu Workshops und Tagungen, die längst nicht mehr nur gut gemeint, aber folgenlos sind.

Sanfte Mobilität

"Jede zweite Idee, die in Sachen Vernetzung umweltrelevanter Initiativen in den vergangenen Jahren umgesetzt wurde, ist auf dem Reisepavillon entweder entstanden oder konkretisiert worden", sagt Herbert Hamele, Vorsitzender von Ecotrans, der europäischen Experten-Vereinigung für nachhaltige Tourismusentwicklung. Das gilt beispielsweise für das Feld der sogenannten sanften Mobilität. Die Akteure zum Beispiel, die am vergangenen Wochenende in Hannover die neue Initiative "Alpine Pearls" vorstellten, waren zuvor schon im Netzwerk für europäischen Tourismus mit sanfter Mobilität engagiert - seine wichtigsten Zusammenkünfte hatte es stets in Hannover abgehalten.

"Alpine Pearls" ist eine Kooperation von siebzehn Alpengemeinden aus fünf Nationen, die der Anreise mit dem öffentlichen Verkehr einen hohen Stellenwert einräumen und in den Orten selbst eine umweltfreundliche Mobilitätsgarantie geben. So sollen attraktive, buchbare und marktfähige Produkte autofreier Ferien entstehen, darunter ein innovatives Gesamtpaket, bei dem man innerhalb seines Urlaubs mehrere dieser Alpenperlen besucht und sich dabei von einem verbesserten Netz des öffentlichen Verkehrs profitiert. Das soll "lustvoll" geschehen, wie es hieß, denn es gehe keineswegs nur um technische Lösungen, sondern auch um den Genuß des Unterwegsseins.

Geschützte Landschaften

In diesem Jahr war der Reisepavillon, dieser "Marktplatz für anderes Reisen", wie er gerne genannt wird, wieder einmal Geburtsort eines neuen Netzwerks: Die Naturfreunde Internationale, die seit 1989 im Zweijahresrhythmus Landschaften des Jahres auszeichnen, haben dem Wunsch der bisherigen, grenzüberschreitenden Projektregionen entsprochen und werden nun eine Plattform des gegenseitigen Informationsaustauschs und der strategischen Interessenbündelung aufbauen. Erstmals in Europa treten nun Modellregionen einer nachhaltigen Entwicklung in einen Kontakt, bei dem es um mehr geht als lediglich um eine gemeinschaftliche Vermarktung touristischer Angebote. Damit ist das erste Etappenziel eines Vorhabens erreicht, mit dem die Naturfreunde die europäische Öffentlichkeit auf die Bedürfnisse solcher peripherer Gebiete aufmerksam machen und umgekehrt die Politik der EU in diese Regionen hineinragen wollen.

Die umfangreichste und gewichtigste Veranstaltung war dieses Jahr jedoch den deutschen Großschutzgebieten gewidmet. Gut bestückt mit Tourismusfachleuten, Naturschützern und

Schutzgebietsvertretern, bildete sie zugleich die Auftaktveranstaltung des "Jahres der Naturparke 2006". Unter der Schirmherrschaft von Bundespräsident Horst Köhler soll das Jahr mehr Aufmerksamkeit schaffen für die fünfundneunzig deutschen Naturparks, die immerhin vierundzwanzig Prozent des Bundesgebietes bedecken - und von der Öffentlichkeit noch viel zu wenig wahrgenommen werden. Der Workshop machte die Teilnehmer mit den aktuellen Instrumenten der touristischen Profilierung von Naturparks bekannt und zerstreute auch die letzten Zweifel, daß es sich wirtschaftlich nicht lohnen könnte, "Nationale Naturlandschaften" zu fördern.

Authentischer Zugang

So heißt fortan die Dachmarke aller Großschutzgebiete in Deutschland, zu denen auch die achtundzwanzig Nationalparks und Biosphärenreservate zählen. Einige Naturparke waren auch in der Messehalle präsent und warben auf einer 450 Quadratmeter großen Sonderausstellungsfläche für ihre Attraktionen - mit Broschüren, Karten, Büchern und regionalen Spezialitäten. Als Partner der Europarc Federation mit dabei war die Umweltschutzabteilung der TUI, die diesmal keinen eigenen Stand hatte, den Reisepavillon aber schon seit Jahren als Impulsgeber nutzt.

Zu den festen Institutionen des Reisepavillons gehört auch das Tourismus Forum International, das bis vergangenes Jahr von der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (DGZ) getragen worden war. Hier stellen sich vorbildliche Projekte aus der ganzen Welt vor, die sonst kaum eine Chance hätten, überregionale Beachtung zu finden. Im Zentrum der allerdings bedenklich geschrumpften Veranstaltungsreihe stand diesmal Südafrika. Am Austragungsort der Fußballweltmeisterschaft 2010 gibt es seit einigen Jahren ernsthafte Bemühungen, den während der Apartheid benachteiligten Bevölkerungsgruppen ganz bewußt Chancen im Tourismus zu eröffnen. Im Jahr 2002 wurde eine Zertifizierungsinitiative gestartet, aus der das weltweit erste Gütesiegel für fairen Handel im Tourismus hervorgegangen ist. Vergeben wurde die Auszeichnung an Luxusunterkünfte, aber auch an einfache Lodges, die einen authentischen Zugang zum Leben der Einheimischen ermöglichen. Oft liegen sie in kleineren Naturreservaten, von denen viele erst in den vergangenen Jahren entstanden sind.

Ökologische Korrektheit

Jenseits des ergiebigen Rahmenprogramms aus Fachtagungen, Vorträgen, Diskussionsrunden, Ausstellungen, Filmvorführungen und Musikveranstaltungen gab es natürlich auch noch das, womit 1991 alles begann: die eigentliche Messe, bei der kleine und kleinste Öko-Veranstalter, die Garagenfirmen der Tourismusindustrie sozusagen, ihre Reiseangebote präsentieren. Eine Vorauswahl der Aussteller nach den Prinzipien der ökologischen Korrektheit findet nach wie vor nicht statt. An den Ständen müssen allerdings sogenannte Nachhaltigkeitserklärungen ausliegen, in denen dem Messebesucher erklärt wird, warum der Veranstalter glaubt, seine Angebote mit gutem Gewissen verkaufen zu können.

Die frappierendste Erkenntnis, die die sechzehnte Auflage des Reisepavillons vermittelte, war die Asymmetrie zwischen dem wirtschaftlichen Wachstum der Alternativbranche und ihrer Präsenz auf der Messe. Das Forum Anders Reisen etwa, der wichtigste Zusammenschluß der pavillonprobten Öko-Veranstalter, meldet wieder einmal einen Umsatzzuwachs von mehr als zehn Prozent, sehen lassen sich die meisten Firmen auf der Messe, der sie ihren Aufstieg verdanken, allerdings nicht mehr. Aus den dreißig bis vierzig bunten Ständen von einst ist ein einziger Gemeinschaftsstand geworden, an dem Kataloge ausliegen. Die Traditionsaussteller wandern ab zu publikumsträchtigeren und effektiveren Messen, auf denen sie einen Exotik-Bonus haben, oder sie wählen andere Vertriebskanäle. Die Gesamtbesucherzahl an den drei Messtagen des Pavillons hat sich bei weniger als zwanzigtausend eingependelt, der Anteil der Hannoveraner und Umlandbewohner wird auf achtzig Prozent geschätzt. Und einen Teil des Publikums verdankt man der Verbrauchermesse "Auto, Boot und Freizeit", mit der die alternative Reisemesse seit dem Umzug auf das Messegelände kooperiert.

Mittelständische Veranstalter

Eine nennenswerte Steigerung der Öffentlichkeitswirkung ist auch in der Zukunft nicht zu erwarten, zu einer echten Publikumsmesse mit deutschlandweitem Einzugsgebiet wird der Pavillon ungeachtet all seiner Verdienste wohl nie werden. Die Vertreter der Reiseveranstalter schlagen deshalb vor, ihn an eine größere Messe anzuhängen oder ihn wenigstens jedes Jahr in einem anderen Bundesland stattfinden zu lassen.

Anke Biedekapp kennt das Klagegedicht der Aussteller: "Wenn es jemand finanziert, gerne", sagt die Messemacherin trocken. Weil den allenfalls mittelständischen Öko-Veranstaltern keine kostendeckenden Standgebühren abzuverlangen sind, absolviert sie jedes Jahr einen Eiertanz, um an die nötigen Förder- und Stiftungsmittel zu kommen. Das gelinge nur mit einem Team, das an Selbstausbeutung gewöhnt sei. Und das gebe es eben nur hier, im Umfeld des offiziellen Pavillon-Veranstalters Stattdessen Hannover.

Kleine Oasen

Umgekehrt wäre es schade, wenn die Massen kämen, auf die die nischenentwachsenen Veranstalter zu spekulieren scheinen. Denn dann wäre es wohl vorbei mit der wohlthuenden Weiträumigkeit der Ausstellungsszenarie. Das mit viel Liebe zum Detail ausgewählte Ambiente ist einmalig: Die für Kunstausstellungen reservierten Flächen am Eingang sind mit Rindenmulch, große Teile des Steinbodens mit freundlichen Teppichen ausgelegt. Immer wieder trifft man auf Ruhezonen mit echten Palmen, bequemen Sesseln oder Strandkörben, in die sich Besucher und Aussteller zu einem Nickerchen zurückziehen können. Passend zum zweiten Themenschwerpunkt Gartenlandschaften gab es dieses Jahr sogar eine kleine Parkoase mit Teich und Sitzbänken.

Zur Grundausstattung des Reisepavillons gehören darüber hinaus große "Aktivflächen" mit Kletterwänden, Spezialfahrrädern, einer Miniatur-Draisine und opulent ausgestatteten Spielplätzen für die Kleinen, die man gerne in einer Schule oder einem Kindergarten sehen würde. So ist der Reisepavillon, zu dessen festen Größen auch Clowns, Komiker und andere Kleinkünstler zählen, eine Art Roncalli der Reisemessen. Er weckt nicht nur die Sehnsucht nach einem gelingenden Freizeiterlebnis, er befriedigt es auch.