

Kulturtourismus und Städtereisen

Da keine konkreten Vorgaben genannt wurden, wähle ich für die Stellungnahme für die öffentliche Anhörung zum Thema „Kulturtourismus und Städtereisen“ den Fokus „Nachhaltigkeit“ aus.

Stellungnahme:

„Kultur boomt“ meldet der aktuelle Freizeit Monitor der Stiftung für Zukunftsfragen im September 2023. Und „Kultur“ ist – neben dem Geschäftsreisen - das wichtigste Reisemotiv für den Städtetourismus.

Umso mehr ein Grund, Kultur(-veranstaltungen) konsequent nachhaltig aufzustellen, damit sie das Angebot für nachhaltigen Tourismus beim Städtereisen sinnvoll ergänzen.

Die Regensburg Tourismus GmbH (RTG) versucht für die Destination Regensburg (zwei UNESCO-Welterbetitel und rund 1,2 Mio. Übernachtungen pro Jahr (2019 und 2022) seit einigen Jahren die Tourismuswirtschaft hin zu einer nachhaltig wirtschaftenden Branche zu entwickeln.

Dazu wurde im Jahr 2020 die „Nachhaltigkeitsoffensive für den Regensburger Tourismus“ ins Leben gerufen. Das Projekt, welches auf mehrere Jahre ausgelegt ist, beinhaltet mehrere Möglichkeiten für die touristischen Akteure, sich zu beteiligen:

1. Niederschwelliger Einstieg unter www.regensburg-nachhaltig.de,
2. Beteiligung an der Zertifizierung „nachhaltiges Reiseziel“ mit TourCert und
3. Beteiligung an dem Label „Reisen für Alle“.

Die Teilnahme ist für Regensburger Betriebe kostenfrei. Zwei Kolleginnen der RTG stehen den mitwirkenden Betrieben zur Seite, um die Anforderungen umzusetzen.

Die Resonanz auf dieses Förderangebot ist ernüchternd:

von ca. 600 mehrfach angeschriebenen Betrieben aus Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel und dem Kulturbereich beteiligen sich bei

Angebot 1 = 83 Betriebe, Angebot 2 = 24 Betriebe und Angebot 3 = 11 Betriebe.

Von den Betrieben sind 5 Kulturanbieter:innen / Kulturveranstalter:innen.

Ähnliche Erfahrungen haben andere Städtedestination in den letzten Jahren ebenfalls gemacht.

Wir beschäftigen uns im Team der RTG viel mit der Frage, was – außer ein „Druck von oben“ – kann Anbietende einer touristischen Leistung dazu bewegen, sich nachhaltig und für die Zukunft auszurichten und sich an der Umsetzung der SDG zu beteiligen?

Ich bin inzwischen der Ansicht, leider wenig!

So lange Themen wie die 17 SDGs, der konsequente Klimaschutz, der Vorteil der Diversität und ähnliche Zukunftsaufgaben nur „freiwillig“ bzw. „ohne Kontrolle“ umgesetzt werden (können), so lange wird eine nachhaltige (Tourismus-)Wirtschaft nur langsam vorankommen.

Haben wir die Zeit für diese langsame Transformation? Ich denke, nein!

Es braucht praktikable Lösungen, die mit „sanftem Druck“ die nachhaltige Ausrichtung der Betriebe stärken, z.B. Marketing der DMO mit öffentlichem Geld nur noch für Produkte und Betriebe, die nachhaltige Kriterien erfüllen, Tourismus- oder Kulturförderung nur noch für Projekte die, nachhaltige Kriterien ausweisen, Förderung der Auswahl von Fachkräften nach inklusiven Kriterien oder obligatorische Ausweisung von CO₂-Neutralität bei der Nutzung öffentlicher Gelder und ähnliches.

Es gibt keine Entschuldigung für ein ‚nicht ins Tun kommen‘. Unser aller Ziele sind in der Agenda 2030 mit den SDGs festgeschrieben, die Umsetzungshilfe für Betriebe wird im ‚Global Compact‘ angeboten. Weitere, umfangreichere Managementhilfen, wie z.B. die Kriterien der Gemeinwohlökonomie oder der Deutsche Nachhaltigkeitskodex, die Charta der Vielfalt oder branchenspezifische Label wie „Green Globe“ geben Hilfestellungen für eine Umsetzung in jedem Betrieb – auch für den Städte- und Kulturtourismus.

Und gerade die Kultur kann vor allem beim Thema Diversität aus einem Schatz voller positiver Erfahrungen schöpfen und diese als beispielgebend für alle Branchen darstellen.

Kommunale DMOs – legitimiert durch die Agenda 2030 – können/müssen sich trauen, den „sanften Druck“ auf ihre Leistungsträger:innen auszuüben und brauchen dazu die Unterstützung der Bundespolitik und ihrer Politik vor Ort.

Ziel ist die Buchbarkeit nachhaltiger Angebote für den Gast entlang der Customer Journey, damit Reisen in Zukunft möglich bleibt. Das geht nur, wenn Reisen nachhaltig und CO₂-neutral machbar ist.

Das gleiche gilt im Übrigen auch für das Reisen zu einem Festivalbesuch. Besonders bei Festivals von überregionaler / internationaler Bedeutung wie z.B. W:O:A (Wacken Open Air), Bachfest in Leipzig oder das Oktoberfest steht das nachhaltige Image Deutschlands (und der Umsetzung der SDGs) mit im Fokus.

Nachhaltigkeit im Kulturtourismus und bei Städtereisen gilt es für die Zukunft neu aufzustellen, sichtbar zu machen, Best Practices zu veröffentlichen und Handlungsempfehlungen für alle DMOs zu erstellen, da können der Deutsche Tourismusverband e.V. und andere Branchenverbände unterstützen.

Beispiele für Wege in die richtige Richtung:

Kulturstiftung des Bundes

[Kompass-fuer-nachhaltiges-Produzieren-im-Kulturbereich-2020-KSB.pdf \(kulturstiftung-des-bundes.de\)](#)

Über Lebenskunst

[uelk_call_01_de.pdf \(ueber-lebenskunst.org\)](#)

Tollwood

[Festival für Mensch und Umwelt - Tollwood München: Veranstaltungen, Konzerte, Theater, Markt](#)

W:O:A

[Trash Metal Project – Reduce. Reuse. Recycle. - YouTube](#)

Dresdener Charta für Nachhaltigkeit im Kultursektor

[20230403_CHARTA-Kultur-DE.pdf \(dresden.de\)](#)

#faireWiesn

[Wie nachhaltig ist das Oktoberfest? Die Münchner Initiative Nachhaltigkeit klärt auf | egoFM](#)

Kopenhagen

[tourismforgood_onepager.pdf \(wonderfulcopenhagen.dk\)](#)

[wonderful-copenhagen-strategy-2020_the_end_of_tourism_as_we_know_it.pdf \(wonderfulcopenhagen.dk\)](#)

Theater Regensburg

[Theater Regensburg – Haus – Nachhaltigkeit](#)

... und einige mehr!

Die Liste lässt sich erweitern, nur sind die Aktivitäten der Kultur zu wenig bekannt bzw. die Aufmerksamkeit der Nutzer:innen ist (noch) nicht hoch.