



Fact Sheet: Biodiversität im Tourismussektor



Hotels und Reiseveranstalter

Der Verlust der biologischen Vielfalt zählt neben dem Klimawandel zu den größten und zentralen Herausforderungen unserer Zeit. Es wird angenommen, dass durch menschliche Einflüsse gegenwärtig bis zu 1.000 mal mehr Arten aussterben als dies langfristig unter einer natürlichen Rate der Fall wäre. Viele Ökosysteme, die uns aufgrund ihrer biologischen Vielfalt mit lebenswichtigen Ressourcen und Dienstleistungen versorgen, sind gefährdet.

Unternehmen nutzen diese Ökosystemleistungen und natürlichen Ressourcen in vielfältiger Form und greifen damit gravierend in den Naturhaushalt ein. Daher sind Unternehmen, allein schon aus ökonomischen Gründen, auf den Erhalt der biologischen Vielfalt angewiesen und auch in Zukunft kann der Rückgang der biologischen Vielfalt zu einem unternehmerischen Risiko werden. Gleichzeitig kann ein proaktives Handeln zum Thema Biodiversität auch mit neuen unternehmerischen Chancen verbunden sein.

Im Tourismussektor wird der Bezug zur Biodiversität besonders deutlich: intakte Natur und Landschaften sowie Artenvielfalt sind keine Posten des eigenen Anlagevermögens sondern wertvolle, begrenzte Ressourcen und Grundlagen für das Kerngeschäft vieler touristischer Branchen. Unternehmen haben dabei vielfältige direkte und indirekte Einflussmöglichkeiten, ihre negativen Auswirkungen auf die biologische Vielfalt zu reduzieren und deren Schutz voran zu bringen.

Negative Wirkungen auf die biologische Vielfalt

Wissenschaftler sind sich weltweit einig, dass die folgenden Ursachen hauptverantwortlich für den Verlust der biologischen Vielfalt sind:

- Degradierung und Zerstörung von Ökosystemen
- Übernutzung natürlicher Ressourcen
- Klimawandel
- Emissionen/Verschmutzung
- Invasive gebietsfremde Arten

Während die Reduzierung von Emissionen ein „traditionelles“ Ziel eines Umweltmanagementsystems ist und auch der Klimawandel über die Reduzierung des Energieverbrauchs und des Ausstoßes an Klimagasen zunehmend berücksichtigt wird, werden die übrigen Aspekte bislang selten im Umweltmanagementsystem berücksichtigt. Dieses Informationsblatt geht deshalb besonders auf die Degradierung von Ökosystemen, die Übernutzung natürlicher Ressourcen und invasive nicht heimische Arten ein und beschreibt direkte und indirekte Einflussmöglichkeiten des Unternehmens auf diese Aspekte.

Eine umfangreiche Bestandaufnahme der besten Umweltpraxis im Tourismussektor mit der detaillierten Beschreibung von Maßnahmen zur Reduzierung von Emissionen, der Reduzierung des Energie- und Wasserverbrauchs und des Abfallvolumens sowie Indikatoren und Kennzahlen finden sich im „EMAS Sectorial Reference Document for the Tourism Sector“ zum Download unter:

http://susproc.jrc.ec.europa.eu/activities/emas/documents/TOURISM_BP_REF_DOC_2012j.pdf

Strategie/Management

Das Management stellt die Weichen für eine kontinuierliche Verbesserung der Performance im Bereich Biodiversität. Unternehmen und Umweltgutachter sollten folgende Fragen stellen bzw. beantworten:

- *Gibt es im Unternehmen einen Verantwortlichen für das Thema Biodiversität/Artenschutz/Naturschutz?*
- *Wurden die direkten und indirekten Wirkungen auf die biologische Vielfalt systematisch untersucht?*
- *Wird bei Umweltverträglichkeitsprüfungen ein Schwerpunkt auf Biodiversität gesetzt?*
- *Operiert das Unternehmen in oder im Einflussbereich von Naturschutzgebieten und/oder Hotspots der Biodiversität?*
- *Setzt sich das Unternehmen für den Schutz der biologischen Vielfalt in der Tourismusdestination ein?*
- *Beinhaltet das Umwelt- oder Nachhaltigkeitsprogramm Ziele und Maßnahmen zur Sicherung der biologischen Vielfalt?*
- *Sind die Ziele und Maßnahmen messbar und überprüfbar?*
- *Wurden aussagekräftige Kennzahlen und Indikatoren für das Monitoring ausgewählt?*
- *Beinhaltet das Fortbildungsprogramm für Mitarbeiter Aspekte der biologischen Vielfalt?*
- *Engagiert sich das Unternehmen in einer nationalen/europäischen Business and Biodiversity Initiative?*
- *Hat das Unternehmen eine Strategie, um lokale Initiativen einzubinden (Philosophie des Access and Benefit Sharing)?*

Wie viele dieser Fragen kann Ihr Unternehmen mit *ja* beantworten? Und natürlich sagt ein *ja* noch nichts über die Qualität der Strategie oder Maßnahme aus. Trotzdem ist diese Sondierung ein erster wichtiger Schritt und zeigt den Handlungsbedarf, sprich sinnvolle Maßnahmen für das Unternehmen auf.

Access and Benefit Sharing (kurz: ABS; Zugang zu genetischen Ressourcen und gerechter Vorteilsausgleich) ist vorrangig ein Thema für Branchen, die Ressourcen und das damit verbundene traditionelle Wissen für ihre Produkte nutzen, z.B. die Pharma- und Kosmetik-Industrie. Aber auch der Tourismussektor hängt in hohem Maße davon ab, dass Natur- und Landschaft von der lokalen Bevölkerung gepflegt und erhalten werden – teilweise mit traditionellen Methoden. Deshalb sollte die Zielsetzung des 2010 im japanischen Nagoya verabschiedeten ABS-Protokoll auch für den Tourismussektor berücksichtigt werden. Download unter:

http://www.bfn.de/fileadmin/ABS/documents/Deu_KOM_ABS_UmsetzungsVO_Vorschlag04102012.pdf

Der Schutz der biologischen Vielfalt ist immer lokal verankert. Speziell die Reiseveranstalter haben einen erheblichen Einfluss auf die Entwicklung der Tourismusdestination und sollten diesen Einfluss auch nutzen, den Schutz der biologischen Vielfalt von regionalen Tourismusorganisationen und –behörden einzufordern. Sie können beispielsweise einen „Runden Tisch Biologische Vielfalt“ mit Tourismusverantwortlichen und Mitbewerbern initiieren.

Doch wo soll ein Reiseveranstalter anfangen, wenn er zahlreiche Destinationen im Programm hat? Höchste Priorität haben die Destinationen, die zu den Hotspots der biologischen Vielfalt gehören. Dies sind Regionen mit einer besonders hohen Dichte und Vielfalt charakteristischer Arten, Populationen und Lebensräume. Wo diese Hotspots sind, kann das Unternehmen über die International Union for Nature Conservation (IUCN) <http://www.iucn.org/>, den WWF <http://www.wwf.de/> oder andere Umweltorganisationen in Erfahrung bringen.

Verantwortung für eine gefährdete Tier- oder Pflanzenart oder ein Ökosystem in der Region zu übernehmen, kann wesentlich zum Profil der Destination beitragen und ein attraktives Element für das Marketing sein - allerdings nur dann, wenn das Engagement und die Kommunikation dazu glaubwürdig sind.

Beispiele: Indikatoren für Strategie/Management:

- *Anzahl der Mitarbeiter die an Fortbildungen zu Biodiversität teilnehmen*
- *Anzahl der Mitarbeiter die an Volunteering-Aktivitäten teilnehmen*

Interessengruppen (Stakeholder)

Biologische Vielfalt ist ein komplexes Handlungsfeld und das Konzept der Ökosystem-Dienstleistungen vereinfacht nicht die Herausforderung für das Unternehmen, die Ausgangslage und Einflüsse zu analysieren. Bei wissenschaftlichen Institutionen, Naturschutzbehörden oder Umweltorganisationen findet das Unternehmen Expertise über die biologische Vielfalt in der Destination, aber auch über negative Wirkungen von touristischen Dienstleistungen wie Exkursionen, Freizeitangebote, Souvenirs, Verpflegung. Beratungsleistungen von NGOs sollten fair bezahlt werden.

Mögliche Maßnahmen:

- *Stakeholder-Mapping: Analyse der relevanten Interessenvertreter sowie deren potentieller Beitrag, das Unternehmen beim Schutz der biologischen Vielfalt voran zu bringen*
- *Kooperation mit internationalen/nationalen/lokalen Organisationen im Bereich Biodiversität*
- *Einrichten von transparenten Strukturen für den Stakeholder-Dialog bzw. die Beteiligung von Interessengruppen*

Die Anzahl an Organisationen sagt wenig über die Qualität der Kooperation aus. Allerdings ist es schwierig, einen Indikator für die Qualität der Kooperationen, Projekte, Dialoge zu finden. Merkmale wie die Dauerhaftigkeit der Kooperation oder der Grad der Umsetzung der Empfehlungen der Experten können Hinweise auf die Qualität der Kooperation geben.

Bei EMAS ist die Einbindung von Interessenvertretern erforderlich gem. EMAS Anhang II B.5. Um eine gute und zielführende Beteiligung zu ermöglichen, müssen entsprechende Strukturen eingerichtet werden. Vorhandene Partizipationsstrukturen inklusive der transparenten Bearbeitung von Anfragen von Interessengruppen gehören demnach ebenfalls zu Indikatoren für den Bereich Biodiversität.

Firmengelände und Liegenschaften

EMAS hat die Flächennutzung als Performance-Indikator für Biodiversität ausgewiesen. Viele Organisationen sind mit diesem Indikator nicht glücklich, da er nur einen Teil der biologischen Vielfalt abbildet und für zahlreiche Unternehmen keine Bedeutung hat, da die negativen Wirkungen durch den Flächenverbrauch des Verwaltungsgebäudes vernachlässigbar sind. Deshalb sollte der Flächenverbrauch als ein Indikator verstanden werden, den man um weitere ergänzen sollte – entsprechend der negativen Wirkungen, die das Unternehmen identifiziert hat.

Bei Hotelanlagen und touristischen Infrastrukturen spielt der Flächenverbrauch eine erhebliche Rolle, ebenso wie die Lage und Gestaltung dieser Flächen. Die Einhaltung von gesetzlichen Vorgaben ist in diesem Zusammenhang ganz entscheidend und leider ist die Liste der illegal gebauten Hotels in geschützten Gebieten lang! Ein Reiseveranstalter, der biologische Vielfalt schützen will, sollte illegal gebaute Hotels nicht unter Vertrag nehmen und muss mit all seiner Einflussnahme gegen die Degradierung von Schutzgebieten oder die Aufweichung von Schutzkategorien oder –vorgaben vorgehen!

Mit einer naturnahen Gestaltung seiner Außenanlagen kann ein Hotel oder der Freizeitpark einen wichtigen Beitrag für die biologische Vielfalt vor Ort leisten.

Auswahl an Maßnahmen:

- *einheimische Sträucher und Bäume (Hochstammobstgärten, Hecken, Wald etc.)*
- *ungedüngte Blumen- oder Kräuterrasen, Blühstreifen, Magerwiesen*
- *schwach bewachsene Flächen wie z.B. Kies- und Mergelplätze, Brachflächen*
- *Trockenmauern, Steinhäufen, Holzbeigen, Holz- und Asthaufen, Totholzstrukturen*
- *naturnah gestaltete, stehende oder fließende Gewässer, (Wechsel-) Feuchtgebiete*
- *herkömmlich begrünte Fassaden (keine „Living Walls“ mit hohem Wasser- und Düngemittelbedarf)*
- *biodiversitätsfreundlich begrünte Dächer*
- *Verkehrsflächen (Straßen, Wege, Parkplätze) mit versickerungsfähigen Belägen ohne Kanalisationsentwässerung*
- *insektenfreundliche Außenbeleuchtung*
- *Nisthilfen, Insektenbauten*
- *natürliche Schädlingsbekämpfung wird bevorzugt*

Die Schweizer Stiftung Natur und Wirtschaft zertifiziert schon seit vielen Jahren naturnah gestaltete Firmengelände und hat zahlreiche gute Beispiele veröffentlicht: <http://www.naturundwirtschaft.ch/>. Siehe auch Leitfaden zur naturnahen Gestaltung von Firmengelände „Moderne Unternehmen im Einklang mit der Natur“ der Landesanstalt für Umwelt Baden-Württemberg.

Naturnah gestaltete Flächen rechnen sich auch: Blühende Wiesen sind pflegeleichter als langweiliger Rasen. Naturnahes Regenwassermanagement reduziert Kosten in Gemeinden mit gesplitteten Abwassergebühren. Dach- und Fassadenbegrünungen reduzieren den Energieverbrauch für Heizung und Kühlung. Am Firmensitz des Reiseveranstalters fördern naturnahe Flächen das Wohlbefinden, die Kreativität und die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter. Die biodiversitätsfreundliche Außenanlage des Hotels bietet ausgezeichnete Anknüpfungspunkte für die Kommunikation mit dem Gast, z.B. ein Kochkurs mit der Vielfalt von Wildkräutern, Pflanzen-Lehrpfad oder Vogelstimmen-Exkurs auf dem Gelände.

Die meisten Unternehmen fühlen sich überfordert, ein Monitoring auf der Basis der „Roten Liste des IUCN“ zu realisieren und dies ist in der Regel auch nicht notwendig. Gemeinsam mit einem wissenschaftlichen Institut, der Naturschutzbehörde oder lokalen Umweltschutzorganisation können ein bis zwei Schlüsselarten ausgewählt werden, die sich für ein langfristiges Monitoring der Entwicklung der biologischen Vielfalt auf den Flächen eignen. NGOs vor Ort haben in der Regel das Fachwissen, eine Überprüfung der Entwicklung vorzunehmen.

Die Kompensation von verbauten Flächen durch die Übernahme der Kosten von Renaturierungen und Pflege von Ökosystemen oder die Unterstützung von Projekten zum Artenschutz ist immer eine sinnvolle Maßnahme – nicht nur in Bezug auf die biologische Vielfalt, sondern auch aus wirtschaftlichen Überlegungen angesichts der Tatsache, dass intakte Landschaft und Natur wichtige Grundlagen für das Tourismusgeschäft sind.

Aussagekräftige Kennzahlen und Indikatoren für Firmengelände/Liegenschaften:

- *Prozentualer Anteil der unversiegelten Fläche an der gesamten Fläche des Unternehmens*
- *Anteil des naturnah gestalteten Firmengeländes an der gesamten Liegenschaft (in %)*
- *Monitoring wurde eingerichtet: Schlüsselarten identifiziert, Überprüfung der Entwicklung alle 1 – 2 Jahre durch kompetente Mitarbeiter/Externe*
- *Erhalt oder Renaturierung von Ökosystemen als Kompensation der versiegelten Flächen, z.B. Aufforstungen, (finanzielle) Unterstützung von geschützten Gebieten (% im Vergleich zur versiegelten Fläche)*

Einkauf/Lieferkette

Die Dienstleistungskette eines Reiseveranstalters ist oft länger und schwieriger zu managen als die eines Hotels. Und je weiter weg das Reiseziel, desto komplizierter wird es, Lieferanten von Produkten und Dienstleistungen zu überprüfen. Aber dieses Problem haben nicht nur Reiseveranstalter, sondern fast alle Unternehmen.

Ein Urlaubsangebot besteht aus einer Vielzahl von Produkten und Dienstleistungen, die gravierende negative Einflüsse auf die biologische Vielfalt haben können, z.B.

- das Hotel oder touristische Infrastrukturen (Freizeitpark, Golfplatz, Marina) in einem geschützten Gebiet oder in einem nicht geschützten Hotspot der Biodiversität
- Angebote für Freizeitaktivitäten/Exkursionen, die zur Degradierung von Ökosystemen beitragen, z.B. Exkursionen außerhalb der ausgewiesenen Wege, Exkursionen mit dem Geländewagen in Dünengebiete oder mit Motorbooten in Flachwasserzonen ohne den gesetzlich vorgegebenen Abstand zum Ufer (bzw. Einhaltung von Fluchtdistanzen).
- Freizeitangebote, die zu Störungen für Tier- und Pflanzenarten führen können, z.B. Paragliding in Bergregionen, Walbeobachtungen ohne Einhaltung der UNEP/CMS Kriterien, eine Safari zur Beobachtung von Wildtieren ohne Einhaltung der von der Naturschutzbehörde vorgegebenen Regeln und Sicherheitsabstände, Wanderungen in sensiblen Gebieten während der Brutzeit von Vögeln oder Ausflugsziele, die Tiere in nicht artgerechter Haltung ausstellen (z.B. Delfin-Shows, Zoos ohne artgerechte Haltungsbedingungen, Zirkus mit Wildtieren)
- Speisen mit Produkten, die unter den Artenschutz fallen, bzw. illegal beschafft wurden (Nicht-Einhalten von Schonzeiten bei Fisch oder Wild, Haifischflossensuppe, Schildkrötensuppe, bush meat, Singvögel etc.)

- ... aber auch Speisen mit Produkten von Tieren, die nicht artgerecht gehalten wurden. Tierschutz – auch der von Nutztieren – ist Bestandteil des Artenschutzes
- Einleitung von Abwässern , jegliche Art von Abfall in der Landschaft oder Lärm in sensiblen Gebieten
- Souvenirs, die unter den Artenschutz fallen bzw. illegal beschafft wurden (siehe CITES-Abkommen)

Nicht tolerierbar und unverzüglich ausgelistet gehören Produkte und Dienstleistungen, die gegen Gesetze oder Verordnungen verstoßen: beispielsweise Speisen oder Souvenirs mit Bestandteilen, die unter den Artenschutz fallen, Zoos/Aktivitäten die gegen den Tierschutz verstoßen oder Exkursionen, bei denen die Regeln für der Naturbeobachtung nicht eingehalten werden!

In einem ersten Schritt können Reiseveranstalter, Hotelier oder Betreiber einer touristischen Infrastruktur Maßnahmen auf der Managementebene ergreifen:

- *Die wichtigsten Produkte und Dienstleistungen bezüglich ihrer Relation zu und Wirkung auf die biologische Vielfalt überprüfen*
- *Die Produkte/Dienstleistungen mit den negativsten Wirkungen identifizieren (Signifikanz-Prüfung) und auslisten bzw. biodiversitätsfreundlich gestalten*
- *Lieferanten und Dienstleister informieren, dass der Schutz der biologischen Vielfalt zu den wichtigen Zielen des Unternehmens gehört und nachfragen, welche Maßnahmen sie zum Schutz ergreifen*
- *Aspekte der biologischen Vielfalt in Weiterbildungsmaßnahmen für Lieferanten/Dienstleistungen integrieren*
- *Kriterien zum Schutz der Biodiversität in die Vorgaben für Lieferanten/Dienstleister aufnehmen*
- *....und ihre Einhaltung überprüfen*

Leider gibt es bislang keine umfassende Checkliste für den Einkauf bzw. den Produktmanager, um negative Wirkungen auf die biologische Vielfalt auszuschließen. Die meisten der über 60 Ecolabel für Hotels und andere touristische Dienstleistungen beinhalten zumindest einige Kriterien zum Naturschutz als wichtigen Aspekt zum Schutz der biologischen Vielfalt. Das FairTrade Label und FSC beinhalten ebenfalls Naturschutzaspekte und sind gerade dabei, weitere Biodiversitätskriterien zu integrieren. Aber das umfassende Biodiversitäts-Siegel oder den Standard gibt es (noch) nicht.

Auch Labels und Standards, die eine bestimmte Umweltperformance in den Bereichen Energie, Wasser, Abfall, Reinigung etc. garantieren, leisten natürlich einen Beitrag zum Schutz der biologischen Vielfalt, da die ausgezeichneten Produkte oder Dienstleistungen besonders ressourcenschonend oder klimafreundlich sind. Dazu gehören auch umweltfreundliche Produkte im Hotel oder im Bürogebäude des Reiseveranstalters wie Recyclingpapier, FSC-zertifiziertes Papier, ökologische Reinigungsmittel, umweltfreundlicher Insektenschutz, Bioprodukte und Fair Trade Produkte

Aussagekräftige Kennzahlen und Indikatoren für Einkauf/Lieferkette:

- *Anzahl der Produkte/Dienstleistungen, die bezüglich ihrer Wirkungen auf die Biologische Vielfalt untersucht wurden (prozentualer Anteil an der Gesamtzahl)*
- *Anzahl an Lieferanten/Dienstleister, die zu ihren Leistungen im Bereich Biodiversität befragt wurden (prozentualer Anteil an der Gesamtzahl)*
- *Lieferanten/Dienstleister, die an Weiterbildungsmaßnahmen zum Thema Biodiversität teilgenommen haben (prozentualer Anteil an der Gesamtzahl)*
- *Anzahl der Produkte/Dienstleistungen, für die Beschaffungsvorgaben mit Kriterien zur biologischen Vielfalt vorliegen*
- *Anzahl der zertifizierten Produkte/Dienstleistungen (prozentualer Anteil am Gesamtvolumen)*

Mittlere und große Reiseveranstalter haben bestätigt, dass die Herausforderung nicht nur in der Erarbeitung von sinnvollen Kriterien für Lieferanten und Dienstleistern liegt, sondern auch in deren Überprüfung. Es ist deshalb empfehlenswert, Biodiversitätskriterien in ein internes Prüfsystem zu integrieren, das gut im Unternehmen etabliert ist, z.B. regelmäßige Überprüfungen der Qualität oder Sicherheit.

Die schon unter dem Aspekt Strategie/Management aufgeführte Mitarbeiterschulung hat für Einkäufer und Destinations- und Produktmanager nochmals eine besondere Relevanz, denn sie entscheiden darüber, ob das Endprodukt mehr oder weniger biodiversitätsfreundlich ist. Einkäufer sollten Hilfestellung erhalten, beispielsweise in Form einer Liste der Standards und Labels, die Kriterien zum Schutz der biologischen Vielfalt berücksichtigen oder konkrete Vorgaben des Unternehmens für Exkursionen oder andere Freizeitaktivitäten. Entscheidend ist natürlich die Unterstützung durch die Unternehmensführung, diesen Vorgaben für Lieferanten und Dienstleister höchste Priorität einzuräumen und nicht dem Preisdruck zu opfern.

Logistik/Transport

Der Transport gehört beim Reiseveranstalter zu den Kernelementen des Angebots. Die negativen Umweltwirkungen von An- und Abreise sind bekannt und ebenso die Möglichkeiten, den CO²-Ausstoß zu kompensieren. Alle Maßnahmen, die zum Klimaschutz beitragen; kommen auch dem Schutz der biologischen Vielfalt zugute. Bei der Auswahl von Projekten zur CO² Kompensation sollte man darauf achten, dass keine fragwürdigen Wald-Monokulturen angelegt werden und soziale Standards sowie der Schutz der biologischen Vielfalt integriert sind. Oro Verde und der Global Nature Fund haben die wichtigsten Aspekte in einem Leitfaden zusammengefasst:

http://www.globalnature.org/bausteine.net/f/7490/Broschre_Leitlinien_web.pdf?fd=2

Im Übrigen ist das Busunternehmen vor Ort, das die Gäste vom Flughafen zum Hotel transportiert oder die Rundreise ausführt, ein Teil der Dienstleistungskette. Negative Wirkungen auf die biologische Vielfalt können entstehen durch Unfälle, illegale Entsorgung von Altöl oder Batterien von Fahrzeugen in der Natur, Staubentwicklung, Lärm oder durch Offroad-Aktivitäten. Reiseveranstalter können sich dafür einsetzen, dass keine Straße durch ein geschütztes, bzw. ökologisch besonders sensibles Gebiet gebaut wird (z.B. TUI Proteste gegen die geplante Straße in Tansania durch den Serengeti Nationalpark). Bei Schiffsreisen kann das Einschleppen von gebietsfremden, invasiven Arten (Neobiota) eine Rolle spielen.

Mögliche Maßnahmen und Kennzahlen für Logistik/Transport; siehe Einkauf/Lieferkette

Produkt-Design/Endprodukt

Das touristische Endprodukt besteht aus einer Vielzahl von Produkten und Dienstleistungen, auf die im Kapitel Liefer- bzw. Servicekette eingegangen wird. Einen wesentlichen Einfluss auf die biologische Vielfalt hat natürlich auch die Nutzung des Produkts und damit der Tourist. Die Information und Sensibilisierung der Touristen bezüglich ihres Beitrags zum Schutz der biologischen Vielfalt darf deshalb nicht vernachlässigt werden.

Reiseveranstalter sollten gehaltvolle Hinweise auf sensible Ökosysteme und Tier- und Pflanzenarten sowie aktuelle Umweltprobleme schon im Katalog, Internet und auf der Reisemesse geben. Vor Ort haben Reiseveranstalter, Hotels und Anbieter von Freizeitaktivitäten weitere vielfältige Möglichkeiten, auf den Schutz der biologischen Vielfalt aufmerksam zu machen. Immer mehr Touristen erwarten, dass der Reiseveranstalter bzw. die Destination sich für den Schutz der Natur, der Tiere und Pflanzen engagieren (siehe Umfrage TUI Travel Sustainability Survey 2010 im Anhang). Die Mehrheit der Touristen ist dankbar für praktische Tipps, damit die Natur nicht durch das eigene Verhalten beeinträchtigt wird (siehe z.B. den „Der kleine TUI Artenschützer“ mit Hinweisen zu illegalen Souvenirs http://www.tui-group.com/de/presse/presseinformationen/archiv/2009/20091105_bfn_artenschutzkampagne).

Mit einem Biodiversity Check des Endprodukts durch die lokale/regionale Naturschutzbehörde oder Umweltorganisation vor seiner Vermarktung, kann sich das Unternehmen weitestgehend absichern. Allerdings geht es bei Ökosystemen und Artenvielfalt immer um komplexe, dynamische Entwicklungen und negative Auswirkungen, die heute noch „weggesteckt“ werden, können morgen zu viel sein und die Biodiversität nachhaltig schädigen.

Umso wichtiger ist ein langfristig angelegtes Monitoring der Entwicklung der biologischen Vielfalt in der Tourismusdestination. Es muss nicht die gesamte Rote Liste des IUCN überprüft werden. Naturschutzbehörden und NGOs können wenige aber aussagekräftige Indikatorarten auswählen, an denen sich die Entwicklung der biologischen Vielfalt gut ablesen lässt. NGOs stehen zudem oft als Partner für die Umsetzung des Monitorings zur Verfügung. Außerdem macht es Sinn, ein langfristig angelegtes Monitoring der Destination als Gemeinschaftsaufgabe aller Mitbewerber zu organisieren.

Sinnvolle Maßnahmen und Kennzahlen/Indikatoren für Produkt-Design/Endprodukt:

- *Endprodukte, die mit einem Biodiversity Check analysiert wurden (Prozentualer Anteil an der Gesamtanzahl von Produkten)*
- *Informationen zur biologischen Vielfalt im Reisekatalog/Internet/Broschüren (z.B. Anzahl der Destinationen oder Produkte mit entsprechenden Informationen, Anzahl der erreichten Kunden/Touristen)*
- *Fragen zur biologischen Vielfalt in den Umfragen an die Kunden (qualitative Auswertung)*
- *Analyse der Rückmeldungen von Kunden (qualitative Auswertung)*
- *Langfristig angelegtes und Schritt für Schritt ausgeweitetes Monitoring unter Beteiligung von Experten (z.B. Anzahl der Aspekte, die überprüft werden)*

Marketing/Kommunikation

Neben der „Pflichtaufgabe“, den Kunden über Aspekte der biologischen Vielfalt zu informieren und sein Verhalten positiv zu beeinflussen (siehe Endprodukt), hat das Tourismusunternehmen zahlreiche Möglichkeiten, Biodiversität und ihren Wert zu kommunizieren. Im Gegensatz zur Herausforderung Klimawandel, kann der Schutz der Biodiversität ganz konkret auf der lokalen Ebene festgemacht und illustriert werden. Touristen können sich aktiv an Schutzaktivitäten beteiligen. Biologische Vielfalt weckt Emotionen; es geht auch darum, was man persönlich vermissen würde!

Es ist wünschenswert, wenn ein Tourismusunternehmen Projekte zum Schutz von Ökosystemen oder Artenvielfalt unterstützt – gewissermaßen als Ausgleich für den Biodiversitäts-Fußabdruck, der sich nicht verhindern lässt. NGOs und die Öffentliche Hand sind immer auf der Suche nach finanzieller Unterstützung, insbesondere in Zeiten immer knapperer Ressourcen. Die Förderung von Biodiversitätsprojekten sollte die „Kür“ für Unternehmen sein, nicht der Ersatz für eine kontinuierliche Reduzierung der eigenen negativen Wirkungen. Außerdem sollten die Projekte zur Produktpalette des Unternehmens passen und die Kooperation mit einer NGO oder Behörde auf einer partnerschaftlichen Ebene umgesetzt werden. Es geht nicht um den Einkauf einer Dienstleistung!

Der Verdacht auf Greenwashing muss und kann vermieden werden, in dem die Kooperation und ihre Ergebnisse glaubhaft, d.h. der Realität entsprechend kommuniziert und nicht zur Lösung aller Probleme hochstilisiert werden.

Sinnvolle Maßnahmen und Kennzahlen/Indikatoren für Marketing/Kommunikation:

- *Projekte zum Schutz der biologischen Vielfalt, die vom Unternehmen unterstützt werden (Anzahl der Projekte, Qualität der Ziele, Maßnahmen und Ergebnisse)*
- *Aktivitäten zum Schutz der biologischen Vielfalt, an denen sich die Kunden beteiligen können (Anzahl der Aktivitäten, Qualität der Ziele, Maßnahmen und Ergebnisse)*
- *Erfüllen der GRI Kriterien für Nachhaltigkeitsberichterstattung*
- *Aktive Einbindung von Stakeholdern (z.B. Naturschutzorganisation) in die Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitsberichterstattung (Anzahl und Qualität der Einbindung)*
- *Biodiversität als Thema für die Kommunikation mit den Medien (Anzahl der Pressemitteilungen und/oder Pressereisen, Anzahl der erreichten Journalisten ...)*

Legal Compliance (Überprüfung der Rechtssicherheit)

Die Überprüfung der Rechtssicherheit im Bereich Umwelt ist ein wichtiges Element der EMAS-Validierung. Auch die ISO 14001 verlangt eine Bewertung der Einhaltung von Rechtsvorschriften (§ 5.2.). Unternehmen aus allen Branchen sollten die Gesetze und Verordnungen kennen, die für den Schutz der biologischen Vielfalt relevant sind.

Dies sind in erster Linie Naturschutzgesetze wie die Fauna-Flora-Habitat Richtlinie (FFH) auf der europäischen Ebene und das Bundesnaturschutzgesetz auf nationaler Ebene. Einen Überblick über die Naturschutzgesetzgebung in Deutschland gibt das BMU unter:

http://www.bmu.de/gesetze_verordnungen/alle_gesetze_verordnungen_bmu/doc/35501.php#natur

Natürlich ist auch die Umweltgesetzgebung von Relevanz für den Schutz der biologischen Vielfalt. Besonders wichtig für Unternehmen ist das Umweltschadensgesetz. Die wichtigsten Gesetze und Verordnungen mit Bezug zur Biodiversität finden Sie unter: <http://www.business-biodiversity.eu/global/download/%7BJIAOREKXHM-523201310942-AOBEGFOTSS%7D.pdf>

Tourismus ist ein international agierender Wirtschaftszweig. Für Reiseveranstalter heißt das, dass nicht nur die Rechtsvorschriften im eigenen Land eingehalten werden müssen, sondern auch die Rechtsvorschriften der zahlreichen Destinationen. In der Regel haben alle Länder eine ambitionierte Gesetzgebung bezüglich Umwelt- und Naturschutz, aber oft fehlt es an der Implementierung – vor allem auch bei Aspekten wie Abfallbeseitigung und Abwasserreinigung.

Sinnvolle Maßnahmen und Kennzahlen/Indikatoren für Legal Compliance:

- *Das Unternehmen hat einen Überblick über aktuelle Rechtsvorschriften mit Relevanz für die biologische Vielfalt. Die Mitarbeiter werden über relevante Gesetze und Verordnungen informiert und haben jederzeit Zugriff zu den Texten (Rechtsammlungen und/oder Zugriff der Mitarbeiter auf offizielle Rechtsdatenbanken ja/nein)*
- *Schulung der Mitarbeiter bei der Einführung neuer Rechtsvorschriften und Novellierungen (Anzahl der geschulten Mitarbeiter)*
- *Das Unternehmen verlangt von allen Lieferanten/Dienstleistern eine Erklärung, dass die Rechtsvorschriften im Bereich Umwelt und Naturschutz eingehalten werden (Anzahl der Lieferanten/Dienstleister, die diese Erklärung unterzeichnet haben)*
- *Kontinuierliche Ausweitung der Lieferanten/Dienstleister mit einem zertifizierten Umweltmanagementsystem (prozentualer Anteil an der Gesamtzahl)*
- *Schulung der Lieferanten/Dienstleister zu Rechtsvorschriften mit Relevanz für die biologische Vielfalt (Anteil der geschulten Lieferanten/Dienstleister)*

Publikationen, Studien, Links

Europäische Business and Biodiversity Kampagne mit aktuellen Veranstaltungen, positiven Beispielen, Experten und Wissenspool: www.business-biodiversity.eu

Nationale Strategie zur Biologischen Vielfalt
http://www.bmu.de/naturschutz_biologische_vielfalt/downloads/publ/40333.php

Initiative Unternehmen Biologische Vielfalt 2020
<http://www.biologishevielfalt.de/16415.html>

Handbuch Biodiversitäts Management – Ein Leitfaden für die betriebliche Praxis
https://secure.bmu.de/fileadmin/bmu-import/files/pdfs/allgemein/application/pdf/handbuch_biodiversitaetsmanagement_bf.pdf

The Economics of Biodiversity and Ecosystem Services (TEEB)
<http://www.teebweb.org>

TEEB for Business
<http://www.teebweb.org/teeb-study-and-reports/main-reports/business-and-enterprise/>

TEEB: Nature and its role in the transition to green economy
<http://www.teebtest.org/wp-content/uploads/2012/10/Green-Economy-Report1.pdf>

Biodiversity in Good Company: Online-Handbuch Biodiversitäts-Management
<http://www.business-and-biodiversity.de/handbuch/checklisten.html#c4907>

Global Reporting Initiative:
Approach for Reporting on Ecosystem Services: Incorporating ecosystem services into an organization's performance disclosure <http://www.bipindicators.net/LinkClick.aspx?fileticket=s9Q16GObEw%3D&tabid=155>

IUCN and ACCOR

Biodiversity: My hotel in action. Hotel Biodiversity Operational Guidelines

http://cmsdata.iucn.org/downloads/iucn_hotel_guide_final.pdf

World Tourism Organisation (UNWTO)

Tourism and Biodiversity – Achieving Common Goals Towards Sustainability

<http://pub.unwto.org/epages/Store.sf?ObjectPath=/Shops/Infoshop/Products/1505/SubProducts/1505-1>

Naturnahe Gestaltung von Firmengelände. Stiftung Natur und Wirtschaft, Schweiz

<http://www.naturundwirtschaft.ch>

EU Commission - EMAS Sectorial Reference Document for the Tourism Sector

http://susproc.jrc.ec.europa.eu/activities/emas/documents/TOURISM_BP_REF_DOC_2012j.pdf

TUI Travel Sustainability Survey 2010

<http://torc.linkbc.ca/torc/downs1/Sustainability%20Survey.pdf>

Oro Verde + GNF

Investieren in Wald-Klimaprojekte: Leitfaden für Unternehmen und private Investoren:

http://www.globalnature.org/bausteine.net/f/7490/Broschre_Leitlinien_web.pdf?fd=2

ÖTE: Praxisleitfaden Tourismus und Biologische Vielfalt:

Umsetzungsstrategien zur erfolgreichen Förderung von Naturtourismus und Entwicklung von Naturerlebnis im

Tourismus http://www.oete.de/dokumente/103_OETE_2013_BioDivTourismus_Leitfaden.pdf

Leitfaden zur naturnahen Gestaltung von Firmengelände „Moderne Unternehmen im Einklang mit der Natur“ der Landesanstalt für Umwelt Baden-Württemberg.

<http://www.lubw.baden->

[wuerttemberg.de/servlet/is/224023/moderne_unternehmen_im_einklang.pdf?command=downloadContent&filename=moderne_unternehmen_im_einklang.pdf](http://www.lubw.baden-wuerttemberg.de/servlet/is/224023/moderne_unternehmen_im_einklang.pdf?command=downloadContent&filename=moderne_unternehmen_im_einklang.pdf)

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz -

Nationaler Aktionsplan zur nachhaltigen Anwendung von Pflanzenschutzmitteln

http://www.bmelv.de/SharedDocs/Downloads/Landwirtschaft/Pflanze/Pflanzenschutz/NationalerAktionsplanPflanzenschutz2013.pdf?__blob=publicationFile

NeoFlora - Invasive gebietsfremde Pflanzen in Deutschland

<http://www.floraweb.de/neoflora/>

UNEP/CMS Criteria for Whale Watching

<http://www.cep.unep.org/meetings-events/regional-workshop-on-marine-mammal-watching-in-the-wider-caribbean-region/mmw-oct2011-overarching-principles-en.pdf>

WDCS (Whale and Dolphin Conservation Society) – Ratgeber zur Walbeobachtung

http://www.wdcs-de.org/docs/Ratgeber_WW_Europa.pdf

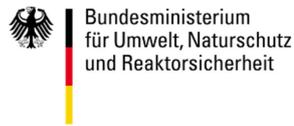
TUI Kriterien für umweltverträgliches Whale Watching – in Zusammenarbeit mit Sociedad Española de Catáceos und

M.E.E.R. e.V. http://www.tui-group.com/de/nachhaltigkeit/umweltmanagement/biodiversitaet/projekte/whale_watching

Dieses *Fact Sheet* ist im Rahmen der „Europäischen Business and Biodiversity Campaign“ und des Bausteins „Integration der Biodiversität in Umweltmanagementsysteme“ entstanden.

Die Integration der biologischen Vielfalt in das betriebliche Management ist eines von sieben Handlungsfeldern der Initiative „Unternehmen Biologische Vielfalt 2020“, die von den Bundesministerien für Umwelt und für Wirtschaft, den Wirtschaftsverbänden und Umweltschutzorganisationen ins Leben gerufen wurde.

Gefördert durch:



Projektpartner:



Weitere Informationen finden Sie unter: www.business-biodiversity.eu

