

Die Kraft des Tourismus nutzen, um eine nachhaltige Entwicklung vor Ort und in den Destinationen weiter voranzutreiben.

Hintergrund

Tourismus war bundespolitisch ein wenig beachtetes Thema, bis die weltweite Corona-Pandemie das Reisen streckenweise unmöglich machte und somit die gesamte Branche in ihren Grundfesten erschütterte. Der weltweite Stillstand eines gesamten Sektors, der sich über die verschiedensten Betriebe vom Reisebüro über die Gastronomie bis hin zum Reiseveranstalter erstreckt, hat jedoch die Bedeutung der Tourismuswirtschaft deutlich gemacht – für Deutschland aber auch für die Tourismusdestinationen und ihre Bevölkerung. Reisen verbindet Menschen und ihre Kulturen. Auch in wirtschaftlicher Hinsicht baut der Tourismus Brücken: Er ist weltweit ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, der zu Beschäftigung und Wohlstand beiträgt. So trug 2018 der Tourismus 10,4 Prozent zur globalen Wirtschaftsleistung bei. Heruntergebrochen auf Arbeitsplätze kann man festhalten, dass weltweit von 100 Angestellten zehn einen Job haben, der im direkten Bezug zur Tourismuswirtschaft steht. In Deutschland arbeiten 2,92 Millionen Beschäftigte im Tourismusbereich. Das sind 6,8 Prozent aller Erwerbstätigen.¹

Mit dem Ausklingen der pandemischen Restriktionen darf die **Tourismuspolitik jedoch nicht wieder ins Hintertreffen geraten**. Vielmehr muss man sich jetzt den großen Herausforderungen der Reisebranche stellen und sie fit für die Zukunft machen: **Es gilt dem Klimawandel entschieden zu begegnen und das Reisen im In- und Ausland nachhaltiger zu gestalten. Gleichzeitig muss das Krisenmanagement, nicht nur in Deutschland, sondern generell, länderübergreifend mit den Destinationen resilienter aufgestellt und die Entwicklung von Präventionsplänen und Konzepten unterstützt werden.**

Dies wird nur im engen Schulterschluss mit der Politik funktionieren, die Tourismuspolitik als Querschnittsthema begreift und dabei sowohl den Inlands- als auch

¹ [Die Tourismuswirtschaft – Zahlen und Fakten \(die-tourismuswirtschaft.de\)](https://www.die-tourismuswirtschaft.de)

den Auslandstourismus in den Blick nimmt. Denn eine alleinige Konzentration auf den inländischen Tourismus wird weder der Vielfalt der deutschen Tourismuswirtschaft noch den großen Herausforderungen der Branche gerecht – insbesondere mit Blick auf Nachhaltigkeit. Den im Koalitionsvertrag der Ampel-Regierung betonten Fortschritts- und Gestaltungswillen mit Blick auf Tourismuspolitik, der auch in den Eckpunkten und dem Arbeitsprogramm zur Nationalen Tourismusstrategie sichtbar wird, begrüßen wir sehr. **Wichtig wird nun sein, diese Ansätze mit konkreteren Inhalten und Maßnahmen zu füllen. Als DER Touristik wollen wir unserer Verantwortung nachkommen und unsere langjährige Praxiserfahrung sowie unsere Ideen und Ansätze in die aktuellen Debatten proaktiv einbringen. In diesem Zusammenhang begrüßen wir auch die geplante Einrichtung der Nationalen Plattform „Zukunft Tourismus“, die der wirtschaftlichen Bedeutung des Sektors Rechnung trägt, und die ein zentraler Baustein bei der Bewältigung der großen Herausforderungen unserer Zeit wie dem Klimawandel und der Stärkung von Menschenrechten sein kann.**



Unser Ansatz

Als zweitgrößter Touristikkonzern Europas wollen wir bei der DER Touristik Group, zu der über 130 Unternehmen mit über 8.000 Mitarbeitende in 16 europäischen Ländern gehören, unserer Verantwortung gerecht werden. **Wir verfolgen daher eine ambitionierte Nachhaltigkeitsstrategie und bündeln unsere Aktivitäten in unserem Nachhaltigkeitsprogramm „DER Welt verpflichtet“.** Dort setzen wir strategische Prioritäten, um Wirkung in unseren Produkten und der gesamten Wertschöpfungskette zu erzielen: Bewusst Reisen (1), Energie (2), Klima & Umwelt (3), Mitarbeitende und Gesellschaftliches Engagement (4). Anhand dieser Strategie gehen wir die zentralen Nachhaltigkeitsfragen systematisch an und verfolgen u.a. folgende Ziele: Die Schaffung von Arbeitsplätzen unter gerechten Bedingungen, die Förderung lokaler Kulturen, der Schutz von Umwelt und Natur in den Reiseländern sowie die Reduzierung von Treibhausgas-Emissionen, die durch Reisen verursacht werden. Angesichts der Vielschichtigkeit und Komplexität ist aber klar: **Nachhaltigkeit ist ein langer und stetiger Transformationsprozess, der von allen Akteuren Mitdenken und Mithilfe verlangt.** Deshalb arbeiten wir als DER Touristik Group seit vielen Jahren mit unseren Leistungsträgern in Brancheninitiativen und gemeinsam mit der Zivilgesellschaft an nachhaltigen Weiterentwicklungen und Verbesserungen. **Diese Transformation braucht aber auch die deutsche und europäische Politik als starke Partner, die klare, rechtssichere und verlässliche Rahmenbedingungen schaffen.**

Tourismus ist ein Treiber für Nachhaltigkeit in den Destinationen

Politisch und medial diskutierte Ideen wie die simple Limitierung von Flugreisen oder den Aufruf nach einem generellen Verzicht von Fernreisen halten wir dabei nicht für eine zielführende Lösung, da hier wichtige Aspekte ausgeklammert werden: **Reisefreiheit und Mobilität sind ein hohes Gut – auch und gerade zur Entwicklung des nachhaltigeren Handelns in den Feriengebieten. Der Tourismus verbindet Menschen und ersetzt Vorurteile durch Erfahrung. Reisen trägt damit zur Weltoffenheit und Toleranz der Reisenden bei und ist eine wichtige ökonomische Säule in vielen Reiseländern.** Gerade in weniger entwickelten Ländern und Destination ist Tourismus ein Entwicklungsmotor und ermöglicht Menschen einen vergleichsweise niederschweligen Eintritt in formalisierte Beschäftigungsverhältnisse. So schaffen beispielsweise 15 deutsche Touristen einen Arbeitsplatz in einem Schwellen- oder Entwicklungsland.² Tourismus setzt somit wichtige Impulse zur „sauberen“ und „nachhaltigen“ Entwicklung von Regionen, weil im Gegensatz zur Industrie etwa eine intakte Umwelt, Gesellschaft und Kultur nicht nur durch den Tourismus (etwa durch Schutzgebiete) aufrechterhalten werden können, sondern weil die Branche auch von deren Erhaltung abhängig ist. **Der Tourismus bietet demnach vielen Ländern wirtschaftliche Perspektiven und Einkommensmöglichkeiten. Damit einher geht auch ein gewisser Anreiz, Nachhaltigkeitsziele umzusetzen und Veränderungen vor Ort anzustoßen.**

² [Die Tourismuswirtschaft – Zahlen und Fakten \(die-tourismuswirtschaft.de\)](https://www.die-tourismuswirtschaft.de)

Wir definieren über unsere Leitlinien einen verbindlichen Handlungsrahmen für uns und unsere Geschäftspartner. Durch die darin beschriebenen Maßnahmen und Ziele setzen wir uns für einen fairen Tourismus ein, der Menschenrechte stärkt, Arbeitsbedingungen verbessert und sich für den Tier- und Umweltschutz einsetzt. Die 2017 veröffentlichte Tierschutzrichtlinie stellt beispielsweise klare Regeln für den Umgang mit Tieren auf. Angebote, die nicht der Tierschutzrichtlinie entsprechen, werden aus dem Programm entfernt. So wurde zum Beispiel das Elefantenreiten ausgelistet. Ende 2022 soll zudem eine umfassende Richtlinie zu Kinderschutzrechten das langjährige Engagement gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus ergänzen. Hierzu wird die komplette Produktpalette der DER Touristik in Hinblick auf die Wahrung von Kinderrechten untersucht. Unser klares Ziel ist, bis Ende 2023 das gesamte Produktportfolio der DER Touristik Group nach der Richtlinie auszurichten und da, wo nötig Bereinigungen durchzuführen. Begleitet wird dies durch gezielte Trainings für Mitarbeitende in den Zentralen, im Vertrieb und in den Zielgebieten.

Mit dem Ziel, die sozialen und wirtschaftlichen Lebensumstände der Menschen und die ökologischen Lebensräume in weniger entwickelten touristischen Regionen zu fördern und zu schützen, hat die **DER Touristik Group zudem bereits 2014 die gemeinnützige DER Touristik Foundation gegründet**. Anspruch dabei ist, die Kraft des Tourismus zu nutzen, um die Vielfalt der Erde zu schützen und die wirtschaftliche Entwicklung in den gastgebenden Ländern zu fördern. Gemeinsam mit anderen Vereinen, Stiftungen und Hilfsorganisationen, die oft auch von Menschen vor Ort gegründet wurden, setzt sich die DER Touristik Foundation in Partnerschaft für die Ausbildungsförderung von Kindern und Jugendlichen, die Erhaltung des ökologischen Lebensraums und der Artenvielfalt sowie nachhaltige Entwicklungshilfe ein. Dabei geht es um Hilfe zur Selbsthilfe, um die Menschen vor Ort zu befähigen, Zukunftsperspektiven für sich und ihre Familien zu schaffen. Bis 2023 streben wir eine Fördersumme von insgesamt drei Millionen Euro an.

Klimaschutz und Mobilität der Zukunft gehen Hand in Hand

Neben dem Schutz von Menschen und Umwelt in den Destinationen liegt unser Schwerpunkt auf dem Klimaschutz. Rund fünf Prozent aller klimaschädlichen Emissionen weltweit entstehen durch den Tourismus. Davon entfallen ca. 40 Prozent auf Flugreisen, 32 Prozent auf den Autoverkehr und 21 Prozent auf die Unterkünfte.³ Diese Zahlen zeigen deutlich, dass die Mobilitätsfrage unausweichlich mit dem Tourismussektor verbunden ist. Nur durch die Nutzung von Mobilität können Touristen an ihr Reiseziel gelangen – egal ob es sich im In- oder Ausland befindet. Als einer der führenden Reiseveranstalter in Europa, mit dem vor der Pandemie 7,1 Millionen Gäste weltweit verreisten, sind wir an der direkten Schnittstelle zu den Kund:innen und sehen uns somit auch als Teil der Lösung. Mit der Lufthansa Group haben wir daher eine strategische Kooperation geschlossen und bieten als erster Veranstalter Deutschlands Reisen mit CO₂-neutralen Flügen an. Der Ausgleich erfolgt hier zu 80 Prozent über hochwertige Klimaschutzprojekte in Deutschland und anderen Ländern der Welt und zu 20 Prozent über den Einsatz nachhaltiger Flugkraft-

³ [Urlaubsreisen | Umweltbundesamt](#)

-stoffe. Diese werden aus biogenen Reststoffen wie gebrauchtem Speiseöl hergestellt. **Um jedoch tatsächlich eine Mobilität der Zukunft zu schaffen, muss noch gezielter in die Erforschung und Entwicklung klimafreundlicher Alternativen wie z.B. synthetischer Kraftstoffe oder biogener Kraftstoffe investiert werden. Ziel muss es sein, durch Innovation, Effizienz und einer engen Abstimmung zwischen Verkehrsträgern CO₂ nachhaltig und langfristig einzusparen. Dazu bedarf es der Einbeziehung aller Verkehrsträger und insbesondere auch einer politischen Abstimmung auf europäischer und internationaler Ebene.**

Reisende mitnehmen durch die Schaffung einer EU-weiten Nachhaltigkeitskennzeichnung für Reisen

Der Weg zu mehr Klimaschutz im Tourismus kann aber nur gemeinschaftlich gegangen werden. Das bedeutet für uns als Reiseveranstalter, auch die Kundinnen und Kunden bei allen Schritten mitzunehmen. Hierfür muss die notwendige Transparenz geschaffen werden, um die Kundinnen und Kunden darin zu unterstützen, nachhaltigere Entscheidungen zu treffen. Daher hat die DER Touristik Group zusammen mit dem Futouris e.V. an einer Machbarkeitsstudie zur Erstellung eines CO₂-Katasters gearbeitet, welche nun in ein Branchenprojekt übergegangen ist. Ziel ist es, die einheitliche Grundlage zur Berechnung eines Klima-Fußabdrucks für Reisen zu unterstützen. Wir wollen unsere Gäste über die Klimaauswirkungen der verschiedenen Reiseangebote transparent informieren. Daher werden wir im deutschsprachigen Raum die Produktemissionen bis Ende 2023 ausweisen. **Um jedoch einen möglichst breiten Effekt zu erzielen, braucht es hier aus unserer Sicht einen klaren politischen Rahmen – am besten auf europäischer Ebene. Deshalb setzen wir uns für die Schaffung einer einheitlichen und Nachhaltigkeitskennzeichnung für Reisen auf EU-Ebene ein.** In einem ersten Schritt sollte sich das Label auf den Bereich Klima konzentrieren. In einem zweiten Schritt sollte ein solches Label mit Blick auf andere Nachhaltigkeitsaspekte weiterentwickelt werden. Langfristiges Ziel muss es sein, den Reisenden einen schnell verständlichen Überblick über die verschiedenen Nachhaltigkeitsdimensionen eines Reiseprodukts zur Verfügung zu stellen und so einen direkten Vergleich zu ermöglichen.

Schaffung von Resilienz der Branche im In- und Ausland

Nachhaltiges Handeln hat aber für uns auch eine weitere wichtige Komponente, die bisher in der öffentlichen Debatte zu wenig Beachtung findet: **Resilienz der Branche im In- und Ausland sowie ein funktionierender Katastrophenschutz.** Im Lichte der durch die COVID-19 Pandemie sowie durch den russischen Angriffskrieg ausgelösten Wirtschaftskrisen in einigen Ländern ergibt sich die Notwendigkeit, Destinationen dabei zu unterstützen, ihre Märkte für Tourist:innen wiederzueröffnen, um den Sektor als wichtigen Teil von nachhaltiger Entwicklung zu erhalten. Zeitgleich gilt es, auch Regionen in Deutschland auf Krisenlagen z.B. Folgen von Hochwasser und Unwetter besser vorzubereiten. In diesem Zusammenhang ergibt sich die Möglichkeit, mit unserer langjährigen Expertise dazu beizutragen, Destinations-Resilienzpläne zu entwickeln. Auf Basis unserer langjährigen Erfahrung könnte so langfristig die Widerstandsfähigkeit von Destinationen gegenüber verschiedenen Krisenlagen erhöht werden.

Was aus unserer Sicht zu tun ist

- **Tourismuspolitik langfristig als Querschnittsthema** etablieren, um den Herausforderungen der Branche in Breite begegnen zu können.
- Den **Auslandstourismus als wichtigen Wirtschaftsfaktor im In- und Ausland** bei der Weiterentwicklung der nationalen Tourismusstrategie sowie bei der Etablierung der Nationalen Plattform „Zukunft Tourismus“ **mitdenken und die Tourismuswirtschaft hier eng einbinden.**
- **Schaffung einer einheitlichen Nachhaltigkeitskennzeichnung für Reisen auf EU-Ebene**, um Kund:innen dabei zu unterstützen, nachhaltigere Reiseentscheidungen zu treffen.
- **Gestaltung der Mobilität der Zukunft, die europäisch und international abgestimmt ist**, u.a. durch ein verbessertes Zusammenspiel von Schienen- und Flugverkehr sowie die gezielte Erforschung nachhaltigerer Kraftstoffe anstatt Limitierung von Flugreisen oder drastischen Preissteigerungen.
- Schaffung von **Resilienz der Branche im In- und Ausland zur Priorität** machen und konsequent unterstützen.

Ihre Public Affairs-Ansprechpartnerin zu diesem Thema



Stephanie Aschenbrenner
Manager Public Affairs

+49 151 55 12 1068

Über die REWE Group

Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2020 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 75 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren mehr als 380.000 Beschäftigten in 21 europäischen Ländern präsent.

Zu den Vertriebslinien zählen Super- und Verbrauchermärkte der Marken REWE, REWE CENTER sowie BILLA, BILLA PLUS und ADEG, der Discounter PENNY, IKI, die Drogeriemärkte BIPA sowie die Baumärkte von toom. Hinzu kommen die Convenience-Märkte REWE To Go und die E-Commerce-Aktivitäten REWE Lieferservice und Zooroyal. Die Lekkerland Gruppe umfasst die Großhandels-Aktivitäten der Unternehmensgruppe im Bereich der unterwegsversorgung. Zur Touristik gehören unter dem Dach der DER Touristik Group u. a. die Veranstalter DERTOUR, Jahn Reisen, ITS, Meiers Weltreisen, Travelix, Kuoni, Helvetic Tours, ITS Coop Travel, Billa Reisen, Koning Aap, Apollo, Exim Tours und Fischer, über 2.300 Reisebüros (u.a. DERTOUR, DERPART, Kuoni, Exim, Fischer sowie Franchise- und Kooperationspartner), die Hotelmarken Sentido, Aldiana, Calimera und Cooee sowie das Online-Reiseportal Prijsvrij Vakanties.