

Wird alles grün?

Im aktuellen Trendreport zeigt Prodingner auf, wie die Hotellerie sich nachhaltig transformiert. Es wäre gut, wenn sie mit ihrer Einschätzung recht behielten

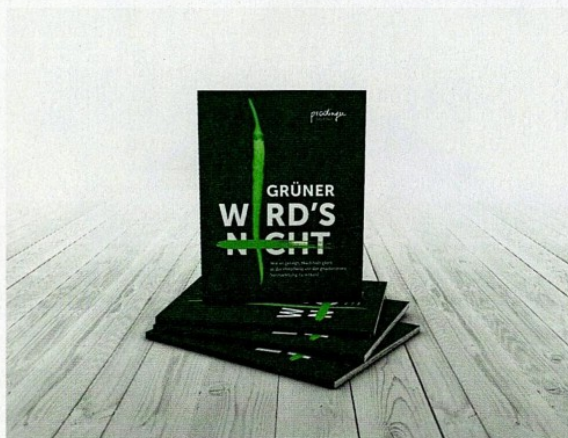
Wie geht es Ihnen, wenn Sie das Wort Nachhaltigkeit hören? Ein verlegenes Lächeln oder ein „ja, eh!“? Doch gerade in Zeiten der Pandemie hören wir von Beratern oder Tourismusforschern immer öfter: So wie davor wird es nimmer, der Tourismus stehe vor einer wahrlich nachhaltigen Wende. Jüngstes Beispiel ist der Trendreport des Tourismusberaters Prodingner „Grüner wird's nicht“, der die Chancen der Hotellerie bei einer nachhaltigen Wende aufzeigt. Doch stimmt das auch?

Text: Daniel Nutz

Die Grund-These kurz zusammengefasst: Die Erfahrungen der Pandemie von persönlichen Einschränkungen, Reiseverzicht bis zur Erkenntnis der Verwundbarkeit der Menschheit würden zu mehr Achtsamkeit führen. Und dieser „positive Change“ komme aus einem inneren Verhalten, die Veränderung hin zu einer schönen, neuen Tourismuswelt würde aus einem inneren Antrieb der Gäste entstehen. Ohne Zwang. Hotels wird geraten, die Natur auf ehrliche Art und Weise als Erlebniswelt zu inszenieren. Da hat der Band auch einige gute Beispiele parat. Jedes dieser Häuser hat eine eigene Erfolgsgeschichte, keine Frage.

Man kann aber auch entgegenhalten, dass ein grundlegender Wandel im Tourismus eher der Wunsch nach warmen Eislutschern sei. Mehr als ein Jahrhundert lang wurde den Gästen der exzessive Konsum als Maß der Dinge beim Reisen präsentiert. Kann man da so leicht den Schalter umlegen?

Nicht falsch verstehen, eine Wende zu einem nachhaltigeren Wirtschaftssystem ist eine grundlegende Notwendigkeit, um der

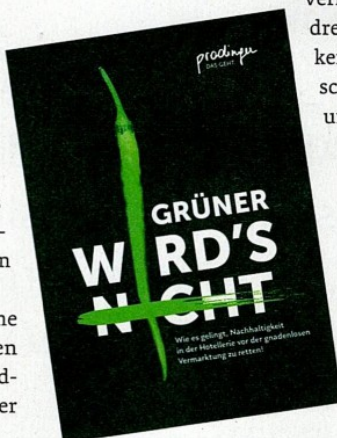


Prodingner

Sind wir bereits mitten in einem „positiven Change“?

Klimakrise als der größten Herausforderung unserer Zeit entgegenzuwirken. Es stimmt, die Gruppe der verantwortungsvollen Gäste wird größer. Leitbetriebe profitieren bereits jetzt, wenn sie auf Nachhaltigkeit setzen. Um der ganzen Branche einen Boost zugeben, braucht es aber auch Rahmenbedingungen, die umwelt- oder klimafreundliches Handeln stärker belohnen. Hier darf sich die Politik nicht aus der Verantwortung stehlen.

Einen wichtigen Punkt hat der Trendreport jedenfalls getroffen. Im Untertitel geht es um die Frage: „Wie es gelingt, Nachhaltigkeit in der Hotellerie vor der gnadenlosen Vermarktung zu retten!“ Die Verdrehung des Begriffs Nachhaltigkeit im Sinne von Greenwashing scheint ein ärgerliches Problem unserer Zeit zu sein.



Grüner wird's nicht:
Hier gibt es eine Leseprobe