



Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss

INT/173
"Zugänglicher Tourismus"

Brüssel, den 29. Oktober 2003

STELLUNGNAHME

des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses

zum Thema:

"Ein für alle zugänglicher und sozial nachhaltiger Tourismus"

Der Europäische Wirtschafts- und Sozialausschuss beschloss am 23. Januar 2003, gemäß Artikel 29 Absatz 2 der Geschäftsordnung eine Initiativstellungnahme zu folgendem Thema zu erarbeiten:

"Ein für alle zugänglicher und sozial nachhaltiger Tourismus"
(Initiativstellungnahme).

Die mit den Vorarbeiten beauftragte Fachgruppe Binnenmarkt, Produktion und Verbrauch nahm ihre Stellungnahme am 7. Oktober 2003 an. Berichterstatter war Herr MENDOZA.

Der Ausschuss verabschiedete auf seiner 403. Plenartagung am 29./30. Oktober 2003 (Sitzung vom 29. Oktober) mit 112 gegen 2 Stimmen bei einer Stimmenthaltung folgende Stellungnahme:

*

* *

TEIL I: ALLGEMEINE ASPEKTE

1. Einleitung

- 1.1 Der Tourismus ist weltweit und insbesondere in der Europäischen Union und ihren Institutionen allgemein als Aktivität und Wirtschaftserscheinung von strategischer Bedeutung für die Erreichung vielfältiger Ziele anerkannt, die zum Kern dessen gehören, wofür die Europäische Union steht, auf die sie ihre Politik ausrichtet und die Ausdruck ihres Bestrebens sind, ein besseres Europa für heute und für die Zukunft kommender Generationen zu schaffen. Angesichts der direkten Auswirkungen des Tourismus auf die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Bedingungen des Umfelds, in dem er sich vollzieht, kann und muss seine Entwicklung ganz im Dienste einer Verbesserung der Lebensqualität der Unionsbürger stehen. Um die langfristige Erfüllung dieses Potenzials zu gewährleisten, muss der Tourismus jedoch einige Anforderungen an die Nachhaltigkeit erfüllen, die alle Akteure - öffentliche und private Einrichtungen, Unternehmen und Nutzer - beachten müssen. Dieses Bündel von Anforderungen wird für die **neuen Formen** eines wirtschaftlich, sozial und ökologisch **nachhaltigen Tourismus**, den wir wünschen und anstreben, bestimmend sein.
- 1.2 Ein nachhaltiger Tourismus leistet unbestritten einen besonderen Beitrag zur Erreichung des auf dem Gipfeltreffen von Lissabon formulierten strategischen Ziels, *"die Union zum wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftsraum der Welt zu machen - einem Wirtschaftsraum, der fähig ist, ein dauerhaftes Wirtschaftswachstum mit mehr und besseren Arbeitsplätzen und einem größeren sozialen Zusammenhalt zu erzielen"*.
- 1.2.1 Der Europäische Rat von Brüssel war am 20./21. März 2003 in einem neuen wirtschaftlichen Kontext verminderter Vitalität und geringerer Erfolge bei der Schaffung neuer Arbeitsplätze

bestrebt, Taten auf Worte folgen zu lassen und zu erreichen, dass die Union und ihre Mitgliedstaaten ihre Verpflichtungen erfüllen: ***"Wir bekräftigen unser starkes persönliches Engagement für eine rechtzeitige und wirksame Durchführung von Reformen in den drei Bereichen der Lissabonner Strategie - Wirtschaft, Soziales und Umwelt"***.

Der Rat setzte in Brüssel neue Prioritäten, die in der Praxis ***dem Unternehmergeist, der Innovation und der Vertiefung des Binnenmarktes neue Impulse geben und dadurch die Wettbewerbsfähigkeit verbessern*** und ihr den zentralen Stellenwert verleihen sollen, den sie in der Wirtschaft allgemein und damit auch im Tourismus haben muss.

- 1.3 In diesem Jahr **2003, dem Europäischen Jahr der Menschen mit Behinderungen**, müssen wir aufmerksam und kritisch darüber wachen, dass Behinderte ihr Recht, ihre Freizeit zu genießen und Reisen ohne Einschränkungen zu unternehmen, auch wirklich ausüben können. Dazu müssen aber Mentalität, Information, Sensibilisierung und Management verändert werden. Die Erörterung dieser Fragestellungen und das Aufzeigen von Lösungen dafür sollen ein bescheidener Beitrag des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses zum Gelingen dieses Europäischen Jahres sein und das Motto **"Nachhaltiger Tourismus für alle"** seiner Verwirklichung näher bringen.
- 1.4 Dabei ist zu bedenken, dass der Tourismus auch heute noch aus verschiedenen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Gründen nicht allen Unionsbürgern wirklich offen steht. Der Tourismus bietet allen Bürgern, vor allem aber jungen Menschen Vorzüge vielfältiger Art. Dies verdient eine besondere Aufmerksamkeit von Seiten der Institutionen, um neue Formen des Tourismus zu fördern, die allen zugänglich sind, gerade auch Menschen mit geringerer Kaufkraft. Der Aufbau eines erweiterten Europas, das ökologisch nachhaltig, wirtschaftlich wettbewerbsfähig und sozial gerecht ist und in dem alle Bürger eine hohe Lebensqualität genießen, erfordert einen diesem Ziel angemessenen Einsatz von Mitteln und engagierte Unterstützungsmaßnahmen.

2. Der Tourismus in der Gemeinschaftspolitik

- 2.1 Es ist allgemein bekannt und anerkannt, dass der Tourismus nicht nur unter kommerziellen Gesichtspunkten, sondern auch unter sozialen und ökologischen eine Wirtschaftstätigkeit von großer europäischer und internationaler Bedeutung ist. Der Tourismus steht im Blickfeld sowohl der Länder mit bereits entwickeltem Fremdenverkehr, die mit einer Wirtschaftstätigkeit fortfahren wollen, die sich in der Vergangenheit als Urheber von Wohlstand, einem hohen Beschäftigungsniveau und Lebensqualität erwiesen hat, als auch der weniger entwickelten Länder, die den Tourismus hoffnungsvoll als eine Tätigkeit sehen, die potenziell von zentraler Bedeutung für die Überwindung der Armut, für ihren wirtschaftlichen Fortschritt sowie für ihre gesellschaftliche Entwicklung und die Erreichung der Konvergenzkriterien ist.

- 2.2 Auch wenn die Richtigkeit dieser Aussage unbestritten ist, ist doch nicht zu leugnen, dass der Tourismus in der Vergangenheit oft wirtschaftliche, soziale und ökologische Verwerfungen hervorgerufen hat, die in der Gegenwart Probleme bereiten und dies möglicherweise auch in der Zukunft tun. Langfristig birgt er Gefahren, die sein Potenzial zur Schaffung von Wohlstand und zur Unterstützung einer nachhaltigen Entwicklung beeinträchtigen können.
- 2.3 Hinsichtlich der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus in der EU sei wegen ihrer Klarheit auf einige einschlägige Textstellen in der Mitteilung der Kommission über die "Zusammenarbeit für die Zukunft des Tourismus in Europa"¹ verwiesen.

"In der Europäischen Union sind derzeit etwa 2 Mio. Unternehmen in der Tourismusbranche tätig, wobei es sich hauptsächlich um KMU handelt; ihr Anteil am BIP und an der Beschäftigung liegt bei circa 5%. Je nach Mitgliedstaat kann diese Zahl zwischen 3% und 8% liegen. Darüber hinaus erzeugt der Tourismus in anderen Sektoren wie Handel und Spezialausrüstung ein beträchtliches Geschäftsvolumen, das etwa dem Eineinhalbfachen des Tourismus selbst entspricht.

Gemessen am Umsatz, entfallen über 80% des Tourismus der Europäer auf Einzel- oder Familienreisen. Der Rest besteht aus Geschäftsreisen im weitesten Sinn. Je nach Land kann dieser Anteil zwischen knapp 15% und mehr als 30% des Gesamtvolumens liegen, wobei er in den nordischen Ländern am höchsten ist. Europäische Haushalte wenden etwa ein Achtel ihrer persönlichen Ausgaben für Konsum in Verbindung mit dem Tourismus auf; hier fallen die Schwankungen je nach Land relativ gering aus.

Beim Tourismus in der Gemeinschaft handelt es sich hauptsächlich um Binnentourismus. 87% der verzeichneten Tourismusaktivität entfallen auf die Bürger der Union und lediglich 13% auf Besucher aus Drittländern. Beim Tourismus der Unionsbürger ist festzustellen, dass drei Viertel auf dem Staatsgebiet eines der 15 Mitgliedstaaten bleiben, während das letzte Viertel in andere Teile Europas und der Welt reist.

Der Tourismus gehört zu den Sektoren der europäischen Wirtschaft mit den besten Zukunftsperspektiven. Den Prognosen zufolge weist der Tourismus in Europa ein anhaltendes Wachstum auf, das über dem durchschnittlichen Wirtschaftswachstum liegt. Dies ist unter anderem auf den Anstieg der Freizeit und ihren sozialen Stellenwert sowie auf das allgemeine Wirtschaftswachstum zurückzuführen.

In den vergangenen Jahren wurden allein im Hotel- und Gaststättengewerbe in Europa jährlich etwa 100.000 neue Arbeitsplätze geschaffen. Als Gebiet mit der größten Vielfalt und Dichte an touristischen Anziehungspunkten ist Europa die meistbesuchte Tourismusregion der Welt. Obwohl die Wachstumsrate im europäischen Tourismus hinter dem weltweiten Durchschnitt zurückblieb, vor allem im Vergleich mit manchen aufstrebenden Reisegebieten in Übersee, dürfte sich sein Volumen in den kommenden 20 bis 25 Jahren verdoppeln, was einer jährlichen Nettozunahme um 3% bei den Ausgaben und Produkten entspricht. Das Beschäftigungswachstum wird in den kommenden zehn Jahren insgesamt bei 15% liegen."

1

KOM(2001) 665 endg. vom 13.11.2001.

2.4 Obgleich der Tourismus nicht unmittelbarer Bestandteil der gemeinsamen Politik der Europäischen Union ist, lancieren verschiedene europäische Institutionen dennoch Maßnahmen und Aktionen, die aufgrund ihres Querschnittscharakters Auswirkungen auf den Tourismus haben oder sich diesen als Instrument zur Erreichung wichtiger Ziele der EU - nachhaltige Entwicklung, Beschäftigung, wirtschaftlicher und sozialer Zusammenhalt und letztendlich eine bessere Lebensqualität für die europäischen Bürger - zunutze machen.

2.4.1 Bemerkenswerterweise ist der einzige Verweis auf den Tourismus im EG-Vertrag in seiner konsolidierten Fassung von Nizza nach der Revision und Erweiterung verschiedener Protokolle im Abschnitt "Grundsätze" in Artikel 3 Absatz u) zu finden. Dort heißt es wörtlich:

"Die Tätigkeit der Gemeinschaft im Sinne des Artikels 2 umfasst nach Maßgabe dieses Vertrags und der darin vorgesehenen Zeitfolge:

(...)

u) Maßnahmen in den Bereichen Energie, Katastrophenschutz und Fremdenverkehr."

2.5 Die Tourismusaktivität ist in verschiedenen Dokumenten der Kommission und des Rates zwar nachdrücklich als Instrument zur Schaffung von Arbeitsplätzen bezeichnet worden, doch wird ihr in den Gemeinschaftspolitiken generell noch wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Ihr Stellenwert muss nach Möglichkeit intensiviert und erweitert und mit der allseits akzeptierten strategischen Bedeutung in Einklang gebracht werden, die sie heute hat und voraussichtlich auch künftig haben wird. In diesem Sinne wird von verschiedener Seite eine verstärkte Präsenz des Tourismus in allen Tätigkeitsbereichen der Europäischen Union und ihrer Institutionen gefordert und für die Zukunft vorausgesehen. Daraus folgt deutlich auch die Notwendigkeit einer Koordinierung aller Gemeinschaftspolitiken, die Auswirkungen auf den Tourismus haben. Um diesen Forderungen nachkommen zu können, sind künftig mehr und bessere Daten zum Tourismus in all seinen Aspekten und im Zusammenhang mit den übrigen Sektoren notwendig, damit sein Beitrag zur Lebensqualität und zum Zusammenhalt der Unionsbürger nicht nur in wirtschaftlicher, sondern auch in sozialer Hinsicht genau bewertet werden kann.

2.6 Angesichts der bevorstehenden Aufnahme neuer Mitgliedstaaten in die Europäische Union muss den Auswirkungen Rechnung getragen werden, die die Erweiterung auf den Tourismus sowohl in den 15 derzeitigen als auch in den 10 künftigen Mitgliedstaaten haben wird. Die Kommission sollte diese Frage eingehend untersuchen und ihre Ergebnisse und Schlussfolgerungen bekannt machen.

- 2.7 Wichtig ist auch die Bestimmung der Rolle des Fremdenverkehrs bei der Verwirklichung des **Europas, das aus dem Europäischen Konvent hervorgehen wird**. Mit geeigneten Schritten muss sichergestellt werden, dass der Tourismus und die Tourismuspolitik sowohl im Hinblick auf die wirtschaftliche Bedeutung als auch in Bezug auf die Fähigkeit zur Schaffung von Arbeitsplätzen, den kulturellen Wert, die Bedeutung für das Verständnis der Völker sowie als Instrument für den Aufbau des Europas der Bürger wirklich anerkannt wird.

3. Der Tourismus

- 3.1 Der Tourismus ist aufgrund der großen Vielfalt von Faktoren, die seine Gestalt, Ordnung und Entwicklung bestimmen, ein sehr komplexes Phänomen. Einige dieser Faktoren und ihr Bezug zum Tourismus sollen näher betrachtet werden, um ein besseres Bild von den gegenwärtigen Formen zu erhalten, die den Tourismus prägen, und somit auch genauere Aussagen über neue Formen des Tourismus machen zu können, die nötig sind, damit er gemäß dem Tenor dieser Stellungnahme **"für alle zugänglich und sozial nachhaltig"** ist.
- 3.2 Von den verschiedenen Faktoren, die auf den Tourismus einwirken, sind einige für diese Zielsetzungen besonders relevant und verdienen daher eine nähere Erörterung. Nach Ansicht des Ausschusses müssen sich zielführende Lösungsansätze auf folgende zehn Aspekte stützen: **Touristen, Beschäftigung, Unternehmen, sozialer Zusammenhalt, Stabilität, Kultur und kulturelles Erbe, Zugänglichkeit für Menschen mit Behinderungen, Umwelt, Frieden und Solidarität** sowie **die Rolle der einzelnen Akteure**.
- 3.3 Für jeden dieser zehn Aspekte und ihre Beziehung zum Tourismus schlägt der Ausschuss Initiativen verschiedener Art vor, die sich an die jeweils für ihre Umsetzung Verantwortlichen richten. Er knüpft damit an den Geist des Brüsseler Gipfels an, der zur Verwirklichung der Grundsätze der nachhaltigen Entwicklung aufrief. Der Tourismus ist nämlich aufgrund seiner strategischen Bedeutung für die europäische Wirtschaft eine Tätigkeit, die eine Pilotfunktion bei dieser praktischen Umsetzung ausüben kann; die **Initiativen**, die in Teil II dieser Stellungnahme ausführlicher vorgestellt werden, sind Vorschläge, die dieses Aktionsziel aufgrund ihres breiten Konzeptionsspektrums ermöglichen können.

4. Tourismus und Nachhaltigkeit

- 4.1 Auch heute noch, beinahe 30 Jahre, nachdem der Ausdruck **"nachhaltige Entwicklung"** zum ersten Mal als Bezeichnung für das als ideal angesehene Entwicklungsmodell verwendet wurde, beinhaltet er einen hohen Anspruch für die gesamte menschliche Tätigkeit, sei es auf wirtschaftlicher Ebene (Verhältnis Ressourcen-Produkte), auf sozialer (Verhältnis Einzelne-Gruppen) oder auf umweltpolitischer (Verhältnis Mensch-Natur).
- 4.1.1 Der Begriff der nachhaltigen Entwicklung setzte sich 1992 auf dem Gipfel von Rio durch und wird seit damals von der gesamten internationalen Gemeinschaft akzeptiert. Er weist eine

gewisse Zweideutigkeit in seiner begrifflichen Formulierung auf, die seine Anwendung mit verschiedenen Nuancen ermöglicht. Seine klassische Definition - wie im Brundtland-Bericht - lautet: **"Die nachhaltige Entwicklung ist jene, die es ermöglicht, heutige Bedürfnisse zu befriedigen, ohne die Überlebensfähigkeit zukünftiger Generationen einzuschränken"**.

- 4.2 Nachhaltigkeit impliziert, dass es keine einfachen Lösungen gibt. Das Konzept bedeutet Konflikte zwischen den einzelnen Zielen, die sich die Gesellschaft setzen kann: Konflikte zwischen Ökonomie und Ökologie, Konflikte zwischen Heute und Morgen, Konflikte zwischen lokalem und globalem Geschehen. Wer von Nachhaltigkeit spricht, meint damit folglich nicht nur technische Lösungen, sondern auch Werte, Prioritäten, Problemlösungsmethoden, eine neue Konzeption öffentlichen und privaten Handelns - letzten Endes also die Hinwendung zu einem ganz anderen Modell, das in der Lage ist, die Beachtung verschiedener Verpflichtungen und die Herstellung eines Gleichgewichts zwischen ihnen im gesamten menschlichen Handeln zu verankern.
- 4.3 Verschiedene Institutionen der EU haben die Philosophie der Nachhaltigkeit übernommen; so macht beispielsweise der 1999 in Kraft getretene Vertrag von Amsterdam die nachhaltige Entwicklung zu einer der wichtigsten Aufgaben der Europäischen Gemeinschaft. In Artikel 2 des Vertrags heißt es: "Die Union setzt sich folgende Ziele: (...) die Förderung des wirtschaftlichen und sozialen Fortschritts und eines hohen Beschäftigungsniveaus sowie die Herbeiführung einer ausgewogenen und nachhaltigen Entwicklung, insbesondere durch (...) Stärkung des wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalts".
- 4.3.1 Es herrscht Konsens bezüglich der beiden Hauptgedanken, die sich u.a. im Konzept der nachhaltigen Entwicklung niederschlagen:
- dass die Entwicklung eine wirtschaftliche, soziokulturelle und ökologische Dimension aufweist. Die Entwicklung ist nur dann nachhaltig, wenn ein Gleichgewicht zwischen den unterschiedlichen, die Lebensqualität bedingenden Faktoren erreicht wird;
 - dass die heutige Generation gegenüber künftigen Generationen die Verpflichtung hat, hinreichende soziale, ökologische und wirtschaftliche Ressourcen zurückzulassen, damit diese zumindest in den Genuss des gleichen Niveaus an Wohlergehen wie wir selbst kommen.
- 4.3.2 Es lässt sich eindeutig und durchgängig der dreifache Appell an die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Aspekte erkennen, die die Grenzen und Relationen dessen bilden müssen, was mit nachhaltiger Entwicklung gemeint ist.
- 4.4 Am Beispiel des Tourismus lässt sich dieses erforderliche Dreierkonzept besonders gut veranschaulichen. Der Tourismus ist ein Wirtschaftszweig (möglicherweise der einzige), der die Besonderheit aufweist, dass sein Grundprodukt die "touristische Attraktivität" ist. Diese setzt

sich aus einem Bündel von Elementen zusammen, in der die Wahrnehmung der Natur, der Vielfalt ihrer Formen und Landschaften, ihres Artenreichtums, kurz: ihrer Umweltgüte, eine wichtige Rolle dafür spielt, wie die Nutzer, sprich: die Touristen, die Qualität und Angemessenheit des Produktes beurteilen.

- 4.4.1 Der wirtschaftliche Aspekt ist für den Tourismus anerkanntermaßen von wesentlicher Bedeutung. Die Tourismusindustrie hat sich als starker Motor für die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Erzeugung von Wohlstand in praktisch allen Teilen der Welt erwiesen, insbesondere jedoch in Europa und ganz besonders in den Mittelmeerländern. Nachhaltigkeit impliziert im Zusammenhang mit diesem Faktor die Notwendigkeit nicht einer kurz- oder mittelfristigen, sondern einer langfristigen, strategischen Vision; sie beinhaltet eine Darbietung der touristischen Produkte im Rahmen des nachhaltigen Wettbewerbs unter Achtung der Umweltbedingungen, aber auch mit der Fähigkeit, das ganze Jahr über stabile Arbeitsplätze von guter Qualität zu schaffen.
- 4.4.2 Dass der Tourismus darüber hinaus im Wesentlichen eine Dienstleistung ist, macht es nicht nur möglich, sondern auch notwendig, den sozialen Faktoren der Akteure und Menschen Rechnung zu tragen, die im Tourismusgewerbe arbeiten, damit sie befähigt werden, nicht nur ein Standardprodukt anzubieten, sondern als Übermittler sozialer, kultureller und zwischenmenschlicher Werte zu fungieren, in denen sich die Fähigkeit der Völker zeigt, Traditionen, Kulturen, Werte und Erfahrungen miteinander zu teilen. Der Tourismus kann und muss ein wichtiges Instrument für die volle Verwirklichung des EU-Binnenmarktes sein. Die Vollendung des Binnenmarktes für Dienstleistungen muss auch für das Tourismusgewerbe zügig vorangetrieben werden. Die Freizügigkeit für die in der Tourismuswirtschaft tätigen Personen sollte so bald wie möglich und in vollem Umfang gewährleistet werden.
- 4.4.3 Zu beachten ist auch, dass soziale Nachhaltigkeit die Beseitigung, die Verringerung oder zumindest den Ausgleich jener Nachteile impliziert, die der Tourismus seinem Wesen nach im örtlichen und familiären Umfeld der Menschen erzeugt, die hier tätig sind. Der tage-, wochen- oder saisonweise Arbeitsrhythmus der Fremdenverkehrsbeschäftigten schafft häufig familiäre und soziale Schwierigkeiten, die sich nur schwer vermeiden lassen und negative Auswirkungen auf die Erziehung der Kinder, die notwendige Vereinbarkeit von Familien- und Berufsleben sowie auf die Fähigkeit zu sozialer Interaktion und Kohäsion haben.
- 4.4.4 Der Tourismus ist ein ideales Instrument für die Begegnung und das Kennenlernen der Völker; nur wer den anderen kennt, ist in der Lage, ihn zu verstehen, ihn zu schätzen und sich mit ihm über Wissen, Kultur und Leben auszutauschen. Der Tourist und Reisende hat bei jeder Reise die Gelegenheit, Gefühle zu erleben, Erfahrungen zu machen, die ihn anderen Völkern näher bringen, und andere Lebensformen zu entdecken, die ihn menschlich bereichern und ihm mehr Toleranz und Solidarität vermitteln.

- 4.4.5 Diese Stellungnahme will erreichen oder zumindest dazu beizutragen, dass der Tourismus heute und in Zukunft seine grundlegende Funktion für das Kennenlernen und den Austausch zwischen den Völkern erfüllt und für alle Menschen unabhängig von ihren körperlichen Fähigkeiten, ihrem Alter, ihrem Einkommen, ihrer ethnischen Zugehörigkeit, ihrer Glaubensrichtung oder sonstigen Eigenschaften zugänglich ist.
- 4.5 Diese Stellungnahme über neue Formen eines für alle zugänglichen und sozial nachhaltigen Tourismus soll unter das übergeordnete Konzept der **Nachhaltigkeit** bzw. der **nachhaltigen Entwicklung** gestellt werden, die ein Erfordernis der innergemeinschaftlichen Kohärenz ist, die zu schaffen Aufgabe der EU und ihrer Institutionen ist. Gleichzeitig ist sie der Leitgedanke für konkrete, förderungswürdige Initiativen.

TEIL II: VORSCHLÄGE

5. Zehn Aspekte eines nachhaltigen Tourismus - hundert Aktionsvorschläge

5.1 Tourismus und Touristen

Im Zentrum jeder wirtschaftlichen und sozialen Aktivität muss selbstverständlich der Mensch stehen. Als Wirtschaftstätigkeit und Ausdruck von persönlichen, individuellen und kollektiven Beziehungen zwischen Völkern muss auch der Tourismus die Bedürfnisse des Menschen als Bürger einer Nation, Bürger Europas und letztendlich als Weltbürger an erste Stelle setzen.

In seiner Eigenschaft als Verbraucher muss der Tourist Adressat eines Bündels von Leistungen sein und gleichzeitig aktive Nachfrage betreiben, die zur Bedingung hat, dass sie zur Nachhaltigkeit des Tourismus und seiner Zugänglichkeit für alle Menschen beiträgt.

Das Ziel, neue Formen des Tourismus zu gestalten, durch die diese Aspekte miteinander in Einklang gebracht werden können, kann durch verschiedene **Initiativen** erreicht werden.

- 5.1.1 *Praktizierung eines verantwortungsvollen Tourismus durch die Touristen* unter ökologischen und sozialen Gesichtspunkten an verschiedenen Stellen in der Kette touristischer Dienstleistungen: Beförderung, Empfang am Reiseziel, Unterhaltung, Unterbringung, Kontakt mit der Natur, der Kultur vor Ort, dem kulturellen Erbe sowie insbesondere mit dem Personal und der einheimischen Bevölkerung der Touristenziele.
- 5.1.2 *Zeitliche Staffelung der Ferien durch alle tourismusrelevanten Institutionen und Akteure* als Form der Folgenminimierung und Beitrag zur saisonalen Entzerrung der touristischen Aktivität.
- 5.1.3 Einleitung einer umfassenden *Informations-, Aufklärungs-, Sensibilisierungs- und Hinweis-kampagne* über ein nachhaltiges Konsumverhalten während der gesamten Zeit des touristi-

schen Aufenthalts. Die Kampagne muss sich in den Herkunftsländern, während der Reise und am Reiseziel an die Touristen richten.

- 5.1.4 *Förderung energieeffizienter Reisen* durch Wahl von Beförderungsarten mit einem geringeren Energieeinsatz, wo immer möglich, als Mittel zur Minimierung des Ressourcenverbrauchs.
- 5.1.5 *Stärkere Bekanntmachung der diversen Umweltsiegel*, die die Verbraucher aufklären und zu nachhaltigeren Formen des Tourismus und des Verbrauchs anleiten.
- 5.1.6 *Schaffung und Entwicklung von Produkten durch die Reiseveranstalter*, die Ferienspaß bieten, ohne Ressourcen aufzubrechen und ein Übermaß an Rückständen zu erzeugen.
- 5.1.7 *Bemühung um nachhaltige Qualität* von Seiten der verschiedenen, im Tourismusbereich tätigen Akteure. Die Zufriedenheit der Kunden muss das Ziel aller Wirtschaftstätigkeiten sein; dabei muss durch die Vereinheitlichung der Qualitätskennzeichnung von Diensten und Dienstleistungseinrichtungen auf europäischer, nationaler und regionaler Ebene für die Transparenz der Preise und des Dienstleistungsangebots jeweils unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit gesorgt werden.
- 5.1.8 *Schaffung und Verbreitung nachhaltiger Modelle* für die Rechte und Pflichten der Touristen, der Tourismusakteure und der Einrichtungen, die besonders für die Sicherheit der Touristen als einem für diese wichtigen Grundanliegen zuständig sind.
- 5.1.9 *Achtung der Grundsätze des von der Weltorganisation für Tourismus (WTO) verabschiedeten Ethik-Kodexes für Tourismus*, der die grundlegende Verhaltensnorm für Verbraucher/Touristen und Tourismusakteure werden muss. So ist insbesondere der so genannte "Sextourismus" als eine unethische Form des Tourismus zurückzuweisen.
- 5.1.10 *Stärkung des Tourismus als grundlegende, positive und notwendige Tätigkeit* für alle Menschen und als Instrument des Kennenlernens örtlicher Kulturen sowie einer in der Praxis erlebbaren Unionsbürgerschaft ohne Grenzen. Reisen soll ein Element der menschlichen und kulturellen Weiterentwicklung der Touristen sein, wobei ihre Verantwortung und ihre Rechte als Verbraucher in ein Gleichgewicht zu bringen sind. Europa insgesamt muss in der übrigen Welt als nachhaltiges, für alle zugängliches Touristenziel beworben werden.

5.2 **Tourismus und Beschäftigung**

In mehreren großen Studien wurde wiederholt festgestellt, welch enorme Auswirkungen und welch außergewöhnliches Potenzial der Tourismus derzeit auf die Schaffung von Arbeitsplätzen hat. Zur sozial und ökologisch nachhaltigen Realisierung dieses Potenzials müssen jedoch bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein. Da der Tourismus eine wesentlich auf Per-

sonaldienstleistungen gründende Wirtschaftstätigkeit ist, werden durch jede neue touristische Aktivität auch neue Arbeitsplätze geschaffen. Ein qualitativ hochwertiger und nachhaltiger Tourismus ist jedoch nur möglich, wenn auch qualitativ hochwertige Arbeitsplätze entstehen.

Das Ziel, neue Formen des Tourismus zu gestalten, durch die mehr und bessere Arbeitsplätze in den Tourismusunternehmen und -regionen geschaffen werden, kann durch verschiedene **Initiativen** erreicht werden.

- 5.2.1 *Aufstellung von Plänen zur lebenslangen Weiterbildung der Beschäftigten* im Tourismussektor, die ihnen eine bessere Anpassung, Beschäftigungsfähigkeit und berufliche Laufbahn ermöglichen.
- 5.2.2 *Modernisierung der Qualifikationen, Spezialisierungen und Kompetenzen* zur Anpassung an neue, veränderte Organisations- und Managementmethoden im Tourismus. Schaffung neuer Berufsprofile, die der Nachfrage nach neuen Formen eines nachhaltigeren, für alle zugänglichen Tourismus entsprechen. Tourismusbezogene Arbeitsplätze im Umweltbereich müssen als integraler Bestandteil der neuen Arbeitsplätze der Zukunft gefördert werden.
- 5.2.3 *Diversifizierung touristischer Produkte*, die ganzjährig betrieben werden können, um die starke Saisonabhängigkeit des Tourismus und der in dieser Branche Beschäftigten zu verringern. In erster Linie ist dabei an die Umgestaltung brachliegender Gelände, stillgelegter Industrieanlagen, Bergwerke usw. zu touristischen Attraktionen und an die Entwicklung ländlicher Tourismusangebote in vom Wandel in der Landwirtschaft oder von den Auswirkungen der Gemeinsamen Agrarpolitik betroffenen Gegenden zu denken. Solche Angebote bieten alternative Betätigungsmöglichkeiten und können zur Aufrechterhaltung von Beschäftigung und sozialem Zusammenhalt beitragen.
- 5.2.4 *Anerkennung der Rechte von Teilzeit- oder Saisonbeschäftigten* im Hinblick auf Arbeits- und Sozialleistungen (einschließlich der Renten) in Tarifverhandlungen und durch den Gesetzgeber. Das Europäische Parlament und die Sozialpartner werden aufgefordert zu prüfen, wie das Konzept der "zeitweilig Beschäftigten in Festanstellung" mit Arbeitsrechten und Sozialleistungsanspruch auf europäischer Ebene in der Tourismuswirtschaft ohne Schmälerung der Ansprüche Festangestellter verwirklicht werden kann.
- 5.2.5 *Förderung der Flexibilität und Übertragbarkeit von Qualifikationen*, um ein stabiles Beschäftigungsverhältnis im gesamten Jahresverlauf zu ermöglichen.
- 5.2.6 *Untersuchung und Vorschlag von Konzepten und Systemen für Arbeitsbeziehungen* im Rahmen der Tarifverhandlungen, die es ermöglichen, Sozialversicherungszahlungen während des gesamten Jahres mit der Ausübung der Tätigkeit während des touristisch aktivsten Teils des Jahres zu vereinbaren.

- 5.2.7 *Aktive Teilnahme der Arbeitnehmer an Qualitätsverbesserung und -zertifizierung*, um sicherzustellen, dass ordentliche Arbeitsbedingungen wesentliche Aspekte für die Gesamtqualität der Tätigkeit und des Unternehmens sind.
- 5.2.8 *Besserer Zugang zu arbeitsrelevanten Informationen*, zu Beschäftigungsmöglichkeiten, zu Berufsberatung und zu aktiven Beschäftigungsmaßnahmen, vorzugsweise durch Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnik (IKT).
- 5.2.9 *Durchführung von Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familien- und Berufsleben* insbesondere in wenig diversifizierten Tourismusregionen, vor allem im Hinblick auf Kinderkrippen, Wohnungen und Infrastruktur.
- 5.2.10 *Gewährleistung gleicher Arbeitsrechte und Entlohnung unabhängig von Geschlecht, Alter, ethnischer Zugehörigkeit und Glaubensrichtung*. Mit Blick auf den Weltmarkt ist es angesichts der internationalen Ausrichtung des Tourismus und des internationalen Wettbewerbs ein Mindesterfordernis, dass die Mitgliedstaaten das Übereinkommen Nr. 172 der Internationalen Arbeitsorganisation und die Empfehlung Nr. 179 betreffend die Arbeitsbedingungen in Hotels, Gaststätten und ähnlichen Betrieben von 1991 unterzeichnen.

5.3 **Tourismus und Unternehmen: Wettbewerbsfähigkeit und soziale Verantwortung der Unternehmen**

Der Tourismus ist grundsätzlich eine komplexe Wirtschaftstätigkeit, ein Bündel von Wirtschaftsdienstleistungen und -sektoren, die den Regeln des Marktes unterliegen und sich über Unternehmen artikulieren, die sich im Wettbewerb behaupten und Mehrwert erzeugen wollen und schließlich auch Arbeitsplätze und Lebensqualität für die Bürger (in ihrer Eigenschaft als Nutzer und als Beschäftigte des Sektors) schaffen. Damit diese Wirtschaftstätigkeit nachhaltig abläuft, dadurch den eigenen Fortbestand sichert und gleichzeitig zur Nachhaltigkeit der gesamten künftigen Entwicklung beiträgt, müssen bestimmte Bedingungen erfüllt sein, was durch verschiedene **Initiativen** erreicht werden kann.

- 5.3.1 *Aufzeigen der Chancen, die die touristische Nachfrage gegenwärtig eröffnet*, und ihres Potenzials für die Zukunft als Instrument zur Schaffung von Wohlstand durch neue Produkte und Destinationen, die den Werten der Nachhaltigkeit genügen.
- 5.3.2 *Förderung eines kontinuierlichen Dialogs in der Tourismuswirtschaft* zwischen Behörden, Arbeitgeberverbänden, Gewerkschaften und Organisationen der Bürger zur Erzielung eines Konsenses darüber, wie Qualität und Nachhaltigkeit in der Tourismuswirtschaft zu erreichen sind.
- 5.3.3 *Verpflichtung der Unternehmen auf ihre Verantwortung gegenüber ihrem örtlichen Umfeld* mit seinen kulturellen Erscheinungsformen, gesellschaftlichen Besonderheiten und ökologi-

schen Gegebenheiten im Hinblick darauf, die Wertschätzung und soziale Akzeptanz des Tourismus zu erhöhen. Die Tourismusunternehmen sollten sich durch die Beteiligung an Maßnahmen zur Konkretisierung der sozialen Verantwortung von Unternehmen zu einem nachhaltigen Tourismus bekennen.

- 5.3.4 *Schaffung von Instrumenten zur Unterstützung der Unternehmensgründung*, insbesondere für kleine und mittelständische Betriebe, die sie beim Unternehmensaufbau, der Marktforschung, dem Wissenstransfer und der Unternehmenskooperation unterstützen.
- 5.3.5 *Förderung der Qualitätssicherung touristischer Produkte und Dienstleistungen*, in die auch die Umweltqualität als grundlegendes Element der Qualitätszertifizierung einfließen muss.
- 5.3.6 *Schaffung und Diversifizierung antisaisonalen Produkte und Dienstleistungen*, die außerhalb der Hochsaison und neben den Hauptaktivitäten möglich sind, bzw. von Produkten und Dienstleistungen, die ganzjährig angeboten werden können.
- 5.3.7 *Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen durch Einführung von Management-techniken*, Modernisierung und Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) in den Unternehmen und in ihren Beziehungen zu Kunden, Lieferanten und Beschäftigten.
- 5.3.8 *Stärkung der Position des Unternehmens in der Tourismuswirtschaft* gegenüber den verschiedenen ungesetzlichen und gesetzwidrigen Formen des Tourismus, die nicht den gleichen gesellschaftlichen Mehrwert erbringen, deren Dienstleistungsqualität nicht kontrolliert wird und bei denen die Verbraucherrechte nicht gewährleistet sind.
- 5.3.9 *Vorrangige Förderung von Tourismusformen, die wegen ihres höheren Mehrwerts und ihrer geringeren Umweltauswirkungen eine sinnvolle Wirtschaftstätigkeit darstellen*, gegenüber Formen des Siedlungstourismus, die auf dem Erwerb und dem Besitz von Immobilien basieren, bei denen Grundstücke und Bebauung über das Jahr gerechnet aber nur wenig genutzt werden. Tourismus ist in erster Linie eine Wirtschaftstätigkeit, die sich nicht nur während kurzer Phasen des Jahres, sondern ganzjährig und langfristig rentieren und wettbewerbsfähig sein muss.
- 5.3.10 *Erforschung, Information und Verbreitung touristischer Produkte und Dienstleistungen durch öffentlich-private Partnerschaften* unter Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) und e-Commerce. Angebot von Serviceleistungen für Unternehmen (Datenbanken, Informations- und Werbenetze usw.) durch die öffentliche Verwaltung.

5.4 **Tourismus und sozialer Zusammenhalt: Gesellschaftliche Auswirkungen und soziale Ausgewogenheit des Tourismus**

Der Tourismus hat sich als besonders gut geeignet erwiesen, den Kontakt zwischen den Völkern zu fördern und gleichzeitig wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wohlstand in den Tourismusgebieten zu erzeugen. Die sozialen Beziehungen innerhalb der örtlichen Bevölkerung haben sich jedoch häufig verändert, sprich ihr traditionelles Gleichgewicht verloren, da sie einem Zustrom von Besuchern ausgesetzt sind, der der einheimischen Bevölkerung zahlenmäßig vielfach überlegen ist und eine Tendenz zur Uniformisierung und Verflachung der Produkte, einschließlich der touristischen, und auch der sozialen Beziehungen aufweist. Die positive Ausgestaltung der Erscheinungsformen des Tourismus und die Verringerung der Gefahr sozialer oder kultureller Brüche bilden die Grundlage eines sozial nachhaltigen Tourismus.

Für einen sozial nachhaltigen Tourismus ist unter dem Gesichtspunkt des sozialen Zusammenhalts der örtlichen Bevölkerung in den Tourismusregionen eine Reihe von Bedingungen zu erfüllen, die über verschiedene **Initiativen** gewährleistet und verbessert werden können.

- 5.4.1 *Festlegung von Parametern für Volumen und Wachstum des Tourismus durch die Verwaltungen unter Beteiligung der Tourismusakteure im Einklang mit der nachhaltigen Aufnahmefähigkeit der Fremdenverkehrsziele sowohl unter Umweltgesichtspunkten als auch unter dem Aspekt der Wahrung des Gleichgewichts der einheimischen Bevölkerung.*
- 5.4.2 *Förderung von Tourismusformen, die zur Erhaltung lokaler Gebräuche beitragen, sie stärken und dadurch Identitätswerte schaffen, die dem Touristen die Erkennung ortsspezifischer Attraktionen ermöglichen.*
- 5.4.3 *Einbindung der örtlichen Bevölkerung in Planung und Management eines Fremdenverkehrszieles nicht als bloße Rezeptoren, sondern als aktiv Handelnde. Der Tourismus kann eine wichtige Rolle bei der Verbesserung der ländlichen Gebiete in den Ländern der Union spielen, insbesondere in den neuen Mitgliedstaaten.*
- 5.4.4 *Herstellung eines möglichst breiten gesellschaftlichen Konsenses in der Gastbevölkerung, um schädliche Folgen des Tourismus in Grenzen zu halten und seine fruchtbaren Wirkungen zu verstärken.*
- 5.4.5 *Schaffung ordentlicher Bedingungen in den Bereichen Gesundheit, Bildung, Abwasser- und Abfallentsorgung und anderen öffentlichen Diensten für die örtliche Bevölkerung als notwendiger Beitrag zur persönlichen und gemeinschaftlichen Entwicklung sowohl derer, die im Tourismussektor arbeiten, als auch der übrigen Ortsbevölkerung. So sind insbesondere menschenwürdige Wohnverhältnisse ein Grundrecht, das den Beschäftigten in der Tourismuswirtschaft sowohl von den Behörden als auch den Unternehmen garantiert werden muss.*

- 5.4.6 *Entwicklung umfassender Maßnahmen in der örtlichen Bevölkerung zur Förderung von sozialer Integration, Chancengleichheit, Ausbildung und Beschäftigung als einziger Möglichkeit, das Entstehen einer Schere zwischen wirtschaftlichem Wohlstand und sozialem Zusammenhalt zu vermeiden.*
- 5.4.7 *Familienfreundliche Gestaltung der Arbeitsverhältnisse für die Tourismusbeschäftigten, deren Familienleben oft durch die für diese Branche typischen täglichen, wöchentlichen und jährlichen Arbeitsrhythmen und -zeiten beeinträchtigt wird, die meistens nicht auf die Schul- und Ferienzeiten der Kinder abgestimmt sind.*
- 5.4.8 *Ermunterung und Hervorhebung der Nachahmungswürdigkeit von Jugendlichen, die sich für eine langfristig höherwertige Ausbildung entscheiden, anstatt sich angesichts des vor der Tür liegenden Angebots einen gering qualifizierten Job im Tourismusgewerbe zu suchen und dazu ihre Ausbildung vorzeitig abubrechen. Es muss sichergestellt sein, dass das Beschäftigungsangebot der Fortführung einer vollständigen allgemeinen und beruflichen Ausbildung nicht im Wege steht.*
- 5.4.9 *Förderung verschiedener Formen des Vereins- und Gemeinschaftslebens der einheimischen Bevölkerung zur Verbesserung der sozialen Netze in Tourismusgebieten.*
- 5.4.10 *Bekämpfung aller Arten der Kriminalität rund um den Tourismus und insbesondere seines Missbrauchs in Form sexueller Ausbeutung, insbesondere von Kindern. In verschiedenen Ländern wird dieser Missbrauch mit vorgeschobenen touristischen Interessen getarnt.*

5.5 **Tourismus und Stabilität: Verringerung der Saisonabhängigkeit**

Die Saisonabhängigkeit gilt als das große ungelöste Problem des Fremdenverkehrs. Sie verursacht gravierende Ungleichmäßigkeiten der Tourismustätigkeit, da diese sich nicht auf alle potenziell nutzbaren Zeiträume erstreckt, und hat weit reichende Konsequenzen für die Unternehmen, die im Tourismus Beschäftigten, die Tourismusgebiete und letztlich auch für die sich so vielfach manifestierende Fähigkeit des Tourismus zur Schaffung von Wohlstand und Wohlergehen.

Die Saisonabhängigkeit impliziert in erster Linie ein Brachliegen der Kapitalressourcen (touristische Einrichtungen, Gebäude, Infrastruktur usw.) und der Humanressourcen, die im Jahresverlauf über lange Zeiträume unbeschäftigt sind. Die Kehrseite der Medaille ist eindeutig: Ohne Arbeit kein Geld, und die Arbeitnehmer müssen eine andere Beschäftigung suchen oder sich während der genannten Monate arbeitslos melden.

In einigen Fällen ist diese Zeit der Inaktivität lang, in anderen kurz, in einigen fällt sie auf den Winter, in anderen auf den Sommer, doch im Jahresverlauf fallen die Konsequenzen wohl in jedem Fall nachteilig aus. In allen Fällen ist die grundlegende Stabilität der Beschäf-

tigung - unabdingbare Voraussetzung für ihre Qualität - bedroht, und in manchen sind es die Unternehmen selbst, die ihre Rentabilität und Wettbewerbsfähigkeit aufgrund der Saisonabhängigkeit und der daraus resultierenden Einkommensverringerungen gefährdet sehen; sie stellt somit eine akute Bedrohung für die Nachhaltigkeit der Beschäftigung wie der gesamten touristischen Aktivität dar.

Angesichts der klimatischen Bedingungen, die die Saisonabhängigkeit verursachen, ist eine vollständige Lösung dieses Problems sicher nicht leicht zu finden, doch durch ein Zusammenspiel verschiedener **Initiativen** können die Saisonabhängigkeit und ihre negativen Folgen verringert werden.

- 5.5.1 *Stärkere Entzerrung der Ferienzeiten*, Diversifizierung des touristischen Angebots und stärkere zeitliche Verteilung über das ganze Jahr.
- 5.5.2 *Ausweitung des Tourismus durch spezielle Angebote, eventuell mit öffentlicher Unterstützung und/oder Bezuschussung*, für nicht aktiv erwerbstätige Bevölkerungsgruppen vorzugsweise in der Nebensaison, sowie Erweiterung und Ausbau derzeit in verschiedenen Mitgliedstaaten bestehender Formen des **sozialen Tourismus**, einschließlich einer **Ausdehnung seiner Ziele, Aktivitäten und Nutzergruppen auf das gesamte Gemeinschaftsgebiet**.
- 5.5.3 *Vermehrte Schaffung antisaisonalen touristischer Produkte* in Tourismusgebieten, in denen dies möglich ist, als Ausgleich zu wenig diversifizierten Aktivitäten.
- 5.5.4 *Diversifizierung der Wirtschaft in den Tourismusgebieten* durch Kombinierung des saisonabhängigen Tourismusangebots mit anderen, nicht touristischen Wirtschaftszweigen, um nachteilige Effekte auszugleichen und die Vorteile einer Risikostreuung möglichst gut zu nutzen.
- 5.5.5 *Förderung des internationalen Schüler- und Studentenaustauschs* im gesamten Jahresverlauf als Kultur- und Bildungstourismus, auch um eine bessere und intensive Beziehung zum Ausland zu unterstützen. Gleichzeitig haben die Schülerinnen und Schüler die Chance, die jeweilige Fremdsprache fließend sprechen zu können und die örtliche Kultur kennen zu lernen.
- 5.5.6 *Einführung von Sozialtourismusprogrammen in allen EU-Mitgliedstaaten* unter Bedingungen, die für alle Bürger erschwinglich sind und den Nutzern Erholung, den Arbeitnehmern ganzjährige Beschäftigung und den Unternehmen Ertrag bringen.
- 5.5.7 *Eingehende Untersuchung von Formen der transnationalen Zusammenarbeit und Koordination durch die Europäische Kommission* im Hinblick auf europäische Programme für sozialen Tourismus, die einen kulturellen und sozialen Austausch mit seiner bereichernden Wirkung ermöglichen und die Unionsbürgerschaft in der Praxis erlebbar machen.

- 5.5.8 *Sicherstellung der Umweltverträglichkeit neuer touristischer Projekte* und Prüfung ihrer Nachhaltigkeit in Relation zu ihrem gesellschaftlichen Nutzen.
- 5.5.9 *Schaffung eines Ko-Managements* neuer Produkte zur saisonalen Entzerrung *durch öffentlich-private Partnerschaften* als Gewähr für eine Verbesserung des wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Gleichgewichts der Tourismusgebiete.
- 5.5.10 *Länderübergreifender Erfahrungsaustausch* auf diesem Gebiet durch Weitergabe guter Erfahrungen und Untersuchung der Bedingungen für ihre Umsetzung in andern Ländern.

5.6 **Tourismus, Kultur und kulturelles Erbe**

Die kulturelle Vielfalt und das reiche Kulturerbe der Völker und Städte Europas sind zweifellos einer der wichtigsten Pluspunkte, mit denen der Tourismus potenzielle Touristen und Reisende locken kann. Die vielfältigen Bräuche und Traditionen der Völker Europas stellen einen immateriellen, aber realen Reichtum dar, zu dessen Erhaltung und Aufwertung der Tourismus beitragen kann. Einige dieser immateriellen Bestandteile der Kultur können wichtige Komponenten neuer Formen eines sozial nachhaltigen Tourismus sein, z.B. Handwerkskunst, Musik, mündliche Überlieferungen, Gebräuche, Sprachen, Tänze, rituelle Handlungen, Feste, traditionelle Heil- und Arzneimittellehre, Kochkunst usw. Ebenso können Sportveranstaltungen ein idealer Anlass für eine Reise und das Kennenlernen der Kultur anderer Völker sein. Im Verhältnis zwischen Tourismus einerseits und Kultur und kulturellem Erbe andererseits sind zwei Pole möglich: Wertschätzung der verschiedenen Elemente der Kultur und des Kulturerbes, wobei der Tourismus ihrer Erhaltung, Bewahrung und Fortführung dient, oder Ausbeutung dieser Elemente durch unvernünftigen Konsum. Die erste Option ist die nachhaltige, die zweite die sozial unnachhaltige. Zur Sicherung der Nachhaltigkeit von Kultur und kulturellem Erbe durch den Tourismus sind verschiedene **Initiativen** denkbar.

- 5.6.1 *Beachtung der Belastbarkeit als einer fundamentalen Größe im Verhältnis Tourismus-Kultur/Kulturerbe*, denn Nachhaltigkeit erfordert auch die Regulierung der Zugänglichkeit für Touristen und des touristischen Drucks je nachdem sozial verträglichen Höchstmaß.
- 5.6.2 *Wahrung der Kultur und der Lebensweisen der örtlichen Bevölkerung* als grundlegendem Ausdruck des Lebens in den Fremdenverkehrszielgebieten; die Vereinnahmung eines Gebietes und das Überrollen der dortigen Bevölkerung durch fremdartige, ortsunübliche Gebräuche sind zu vermeiden.
- 5.6.3 *Aufwertung des kulturellen Erbes und der Kunstschatze in den Tourismusgebieten* durch Instandsetzung und Unterhalt.
- 5.6.4 *Erschließung sehenswerter Stätten im jeweiligen Gebiet*, um das touristische Angebot stärker zu diversifizieren.

- 5.6.5 *Gewährleistung eines ausreichenden Zuflusses von Finanzmitteln von der Tourismusindustrie zu den zuständigen örtlichen Behörden* für den Erhalt von Sehenswürdigkeiten und kulturellem Erbe.
- 5.6.6 *Förderung der authentischen lokalen Handwerkskunst* in der gesamten Wertschöpfungskette des touristischen Angebots sowohl zur Erhaltung des kulturellen Erbes als auch als Impuls für die örtliche Wirtschaft.
- 5.6.7 *Verstärkung der historischen Erforschung von Kultur und kulturellem Erbe* eines Tourismusgebiets, um den geschichtlichen Bezug zu bewahren und ihren Aussagewert zu steigern.
- 5.6.8 *Förderung des länderübergreifenden Kulturaustauschs* durch Netzwerke als Form der interkulturellen Beziehung, die den Unionsbürgern ein Bild von der Vielfalt und dem kulturellen Reichtum Europas vermittelt. Insbesondere Förderung des Jugendaustauschs im Rahmen europäischer Programme (Erasmus, Sokrates usw.) sowie des Fremdsprachenunterrichts in den Mitgliedsländern durch internationalen Lehreraustausch, um Schülerinnen und Schüler durch "native speaker" unterrichten zu lassen. Dadurch können diese ihre Sprechhemmungen leichter überwinden, und "native speaker" können ihre Kultur und ihr kulturelles Erbe authentisch übermitteln.
- 5.6.9 *Erweiterung des touristischen Angebots des örtlichen Beherbergungs- und Gaststättengewerbes* als Ausdruck der typischen Kultur eines Volkes jenseits der Uniformisierung einer globalisierten, sich immer mehr gleichenden Esskultur.
- 5.6.10 *Förderung des Kulturmanagements über soziale Mitwirkung, Partnerschaften und Sponsoring*, in denen Bürger, Arbeitgeberverbände, Gewerkschaften und Institutionen koordiniert vorgehen.

5.7 **Tourismus und Zugänglichkeit für Menschen mit Behinderungen**

Der Tourismus ist zu einem sozialen Phänomen von außerordentlicher Bedeutung geworden, das Millionen Menschen in der ganzen Welt, insbesondere in Europa, mobilisiert und nicht nur eine Ursache nie da gewesenen Wohlstands und wirtschaftlichen Fortschritts ist, sondern auch ein entscheidender Katalysator zur Verbesserung des Wissens, der Kommunikation, des Näherkommens und des Respekts zwischen Menschen aus unterschiedlichen Ländern.

Der Tourismus ist ein soziales Gut ersten Ranges, das für alle Bürger erreichbar sein muss, ohne Bevölkerungsgruppen auszuschließen, ganz gleich, welche persönlichen, sozialen, wirtschaftlichen oder anderen Umstände dabei eine Rolle spielen. Menschen mit Behinderungen, die in der Europäischen Union ca. 10% der Gesamtbevölkerung ausmachen, nehmen infolge ihrer zunehmenden wirtschaftlichen und sozialen Integration immer häufiger an touristischen

Aktivitäten teil trotz der Hindernisse, Erschwernisse und Schwierigkeiten aller Art, die nach wie vor bestehen und ihnen den regelmäßigen, normalen Zugang zu touristischen Stätten und Dienstleistungen verwehren.

Die Beseitigung oder Minderung dieser Hindernisse, die für viele Menschen mit Behinderungen die Wahrnehmung des touristischen Angebots begrenzen, ist nicht nur ein Gebot der in der Europäischen Union und ihren Mitgliedstaaten geltenden Grundsätzen der Gleichheit der Rechte und Chancen und der Nichtdiskriminierung, sondern auch ein wirksames Mittel, um mit dem Tourismus verknüpfte oder davon abgeleitete Tätigkeiten neuen Bevölkerungsgruppen zu öffnen und damit zum Wachstum eines Wirtschaftssektors beizutragen, der insbesondere in Südeuropa unmittelbare Auswirkungen auf Wohlstand und Beschäftigung für die gesamte Gesellschaft hat.

Dieser unbestrittene Zustand hat europäische Behindertenverbände veranlasst, Leitforderungen zum Problemfeld Tourismus und Behinderung aufzustellen, die in einer Art Dekalog zusammengefasst werden können, aus dem sich die tourismusrelevanten Forderungen der gesellschaftlichen Gruppe der Behinderten ableiten lassen. Diese zehn Kriterien sind durch folgende **Initiativen** zu konkretisieren:

- 5.7.1 *Es ist zu gewährleisten, dass Menschen mit Behinderungen, insbesondere mit Mobilitäts- oder Kommunikationsproblemen, tatsächlich und effektiv Gebrauch von ihrem Recht auf einen regelmäßigen, normalen Zugang zu touristischen Stätten und Dienstleistungen jeder Art machen können.*
- 5.7.2 *Es ist dafür zu sorgen, dass Mobilitäts- oder Kommunikationsprobleme, die Menschen mit Behinderungen eventuell haben, auf keinen Fall als Rechtfertigung dafür verwendet werden, ihnen den Zugang zu touristischen Stätten und Dienstleistungen zu den gleichen Bedingungen wie anderen Bürgern zu verbieten, zu verweigern, zu begrenzen oder mit Auflagen zu verbinden.*
- 5.7.3 *Die öffentliche Hand muss auf ihren einzelnen Ebenen (lokale, regionale, einzelstaatliche und gemeinschaftliche) einheitliche rechtliche und technische Vorschriften schaffen, die Menschen mit Behinderungen den uneingeschränkten Zugang zu touristischen Stätten und Dienstleistungen sichern, und für deren Einhaltung sorgen.*
- 5.7.4 *Die öffentliche Hand muss im Rahmen der jeweiligen Zuständigkeiten Programme und Maßnahmen fördern, die einer besseren Zugänglichkeit und der schrittweisen Beseitigung von Schranken und Hindernissen jeder Art dienen, die Menschen mit Behinderungen den sicheren, bequemen Zugang zu zufrieden stellenden touristischen Dienstleistungen verwehren oder erschweren.*
- 5.7.5 *Es muss erreicht werden, dass ein für alle zugänglicher Tourismus nicht als Frage begriffen wird, die ausschließlich staatlichen Stellen obliegt, sondern dass alle privaten, in diesem sozio-*

ökonomischen Umfeld tätigen Akteure (Reiseveranstalter, Reisebüros, Transportdienstleister, Beherbergungsbetriebe, Manager touristischer Attraktionen usw.) ebenfalls daran mitwirken.

- 5.7.6 Für die Zugänglichkeit touristischer Stätten und Dienstleistungen zu sorgen, darf nicht einfach nur vom Staat verordnet werden, der ohnehin die vollumfassende, effektive Nutzung der bestehenden touristischen Angebote durch Menschen mit Behinderungen sicherstellen muss, sondern muss aus dem freien Willen der Tourismusakteure erwachsen und in ihrer Überzeugung wurzeln, dass der Tourismus für alle nicht nur eine soziale Verantwortung ist, sondern eine Geschäftschance bietet und einen Wettbewerbsvorteil für die von ihnen angebotenen und erbrachten touristischen und erholungsspezifischen Produkte und Dienstleistungen darstellt.
- 5.7.7 *Staatliche Stellen und private Akteure*, die im Bereich des Tourismus tätig sind, *müssen* beim Anbieten von Sonderpreisen und dem Abschluss von Verträgen über touristische Produkte und Dienstleistungen *dem objektiven Nachteil Rechnung tragen*, den Menschen mit Behinderungen haben, insbesondere diejenigen, die für die Ausübung ihrer Erholungs- oder Tourismusaktivitäten auf die Hilfe oder den Beistand Dritter angewiesen sind.
- 5.7.8 *Die Möglichkeit des ungehinderten Zugangs* und der ungehinderten Nutzung touristischer Stätten und Dienstleistungen durch Menschen mit Behinderungen *muss eines der Kriterien für die Bescheinigung, Gewährung und Anerkennung von Qualitätsauszeichnungen für touristische Betriebe* und Anlagen sein (z.B. Sterne für Hotels, Gabeln für Restaurants usw.).
- 5.7.9 *In allen touristischen Unterlagen und Informationsdiensten* müssen Angaben über die Zugänglichkeit der angebotenen Stätten und Dienstleistungen zur Pflicht gemacht werden, so dass Menschen mit Behinderungen schon im Vorhinein genau über die Möglichkeiten des ungehinderten Zugangs zu touristischen Angeboten Bescheid wissen.
- 5.7.10 Die *Forderung europäischer Behindertenverbände* an die Gemeinschaftsinstitutionen, die einzelstaatlichen Regierungen, die regionalen und lokalen Gebietskörperschaften und die privaten Reiseveranstalter der Tourismuswirtschaft in Europa, alles zu tun, damit Europa als ein Zentrum des internationalen Tourismus zu einem Raum ohne Hindernisse und Schranken wird, der für alle zugänglich ist, verdient Unterstützung und Verbreitung.

Durch die Umsetzung dieser Grundsätze und Initiativen in die Praxis können touristische Güter, Produkte und Dienstleistungen einer Bevölkerungsgruppe - nämlich die der Menschen mit Behinderungen und zum großen Teil auch der älteren Menschen - erschlossen werden, deren volle Teilnahme an diesem Sektor bisher eingeschränkt war. Mit diesen Leitlinien werden Fortschritte in Richtung Nichtdiskriminierung und Zugang zum Tourismus für alle Menschen möglich; das touristische Angebot wird bereichert, und nach und nach wird man den Ansprüchen von Bürgern gerecht werden, deren Rolle als Verbraucher touristischer Güter nicht immer beachtet wurde, und zudem wird der Markt einer größeren Anzahl potenzieller Kunden geöffnet, mit positiven Folgen für Wohlstand und Fortschritt.

Häufig gibt es neben baulichen Hindernissen auch psychologische Barrieren in weiten Teilen der Bevölkerung, die aus einer Unkenntnis der wirklichen Bedürfnisse Behinderter resultieren und oberflächliche, wenig rücksichtsvolle Verhaltensweisen zur Folge haben. Um alle Bürger und Akteure der Tourismuswirtschaft von der Notwendigkeit dieser Aktionen und Initiativen zu überzeugen und jedem deutlich zu machen, dass er selbst einen Beitrag leisten kann, sollte auf europäischer Ebene eine umfassende Sensibilisierungskampagne als Beitrag zum **Europäischen Jahr der Menschen mit Behinderungen 2003** eingeleitet werden.

5.8 **Tourismus und Umweltschutz**

In der Vergangenheit sind Tourismus und Umweltschutz oft als Antagonismus dargestellt worden: Strebt man den durch den Tourismus erzeugten Wohlstand an, so hatte das auf Kosten der Umwelt, der Bebauung der besten Lagen, vorzugsweise an den Küsten und im Hochgebirge, also auf Kosten der Standorte zu erfolgen, und Faktoren wie Artenvielfalt, vorhandene Ressourcen und deren Größe und Belastungsfähigkeit blieben unberücksichtigt. Es war eine schwere Wahl zwischen zwei falsch präsentierten Optionen, bei der Elemente gegenübergestellt wurden, die nicht notwendigerweise konträr sind, doch die generelle Antwort war, wie die derzeitige Realität zeigt, eindeutig: Man setzt auf Wachstum und Wohlstand, auch wenn die Umwelt dadurch geschädigt wird. Und dies paradoxerweise bei einer Tätigkeit wie dem Tourismus, die ihre Grundlage in der Wahrung einer attraktiven Natur hat. Es handelt sich ganz eindeutig um eine Wahl aus zwei zeitliche verschiedenen Sichtweisen: der kurzfristigen Sichtweise des unmittelbaren Immobiliengewinns oder der langfristigen eines nachhaltig wettbewerbsfähigen Wirtschaftszweiges. Damit ist man wieder bei der Notwendigkeit angelangt, Bedingungen und **Initiativen** zu schaffen, die neue Formen eines unter ökologischen Gesichtspunkten nachhaltigen Tourismus unterstützen.

- 5.8.1 *Prüfung des geeigneten Verhältnisses zwischen Touristenaufkommen und Transportmitteln zur Minimierung des durch den Tourismus und insbesondere den Verkehr verursachten Energieverbrauchs.*
- 5.8.2 *Planung neuer touristischer Anlagen unter strengen Nachhaltigkeitsauflagen: geeigneter Standort und möglichst geringer, auf Wiederverwertung und Erneuerbarkeit gestützter Ressourcenverbrauch, insbesondere von Wasser und Energie. Die Bebauungspläne in ihren verschiedenen Ausprägungen müssen die wichtigsten Instrumente zur Anpassung und Minimierung der Auswirkungen sein.*
- 5.8.3 *Kontinuierliche Kontrolle der urbanistischen Bevölkerungshöchstgrenze und des Rhythmus des nachhaltigen Wachstums und Sicherstellung der Einhaltung der Vorschriften durch Inspektionen.*
- 5.8.4 *Erhaltung der Landschaft, der Artenvielfalt, des Naturerbes an Land und im Meer, insbesondere der Küsten- und Hochgebirgssysteme als besonders fragile, anfällige Ökosysteme, die*

Urbanisierungsbegehrlichkeiten wecken. Die neuen Formen des ländlichen Tourismus und des Ökotourismus müssen angemessen zu diesem Gleichgewicht beitragen.

- 5.8.5 *Einführung moderner Ökomanagementsysteme in Unternehmen und Institutionen* für das Management der Ressourcen Wasser, Energie und Abfälle und Durchführung von Maßnahmen in öffentlich-privater Koordinierung und Partnerschaft.
- 5.8.6 *Förderung einer nachhaltigen Mobilität* innerhalb der Tourismusgebiete, Begünstigung der Fortbewegung zu Fuß und mit öffentlichen Verkehrsmitteln.
- 5.8.7 *Stärkere Sensibilisierung von Anwohnern und Touristen für Umweltfragen und Einführung von nachhaltigen Verhaltensmustern.* Die **Lokalagenda 21**, ein Ergebnis des Weltgipfels von Rio de Janeiro von 1992 als Auftrag an alle Völker und Städte, sichere Grundlagen für das 21. Jahrhundert zu schaffen, ist ein geeignetes integrales Instrument für eine langfristige Planung und die Entwicklung von Methoden zur Überwindung von Konflikten zwischen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Werten.
- 5.8.8 *Stärkerer Einsatz von Vorschriften, Fördermaßnahmen und Finanzierungsinstrumenten in Form von Umweltabgaben*, die den Tourismusgebieten eine aktive, wirkungsvolle Beteiligung an Maßnahmen und Aktionen für die Nachhaltigkeit ermöglichen.
- 5.8.9 *Motivierung von Besuchern und Anwohnern zum Kauf umweltfreundlicher Produkte.*
- 5.8.10 *Schaffung allgemein anerkannter Systeme für Umweltaudit und Umweltsiegel* zur Würdigung umweltgerechter Aktionen. Unterstützung der Entwicklung eines gemeinsamen Umweltsiegels auf europäischer Ebene und bessere Bekanntmachung und Verbreitung der am 14. April 2003 verabschiedeten ökologischen Kriterien für touristische Beherbergungsdienste.

5.9 **Tourismus, Frieden und Solidarität**

Der Tourismus ist das genaue Gegenteil von Krieg. Krieg bedeutet Invasion eines Landes durch ein anderes, Angriff, Zerstörung von Natur und kulturellem Erbe, Erniedrigung der Menschen und deren Tod. Tourismus hingegen bedeutet Aufnahme, Austausch, Kennenlernen eines Landes, Erhaltung der Umwelt, Schaffung von Wohlstand und letztlich Freundschaft bis hin zur Liebe zwischen den Menschen. Wenn der Satz gilt, dass man nur liebt, was man kennt, dann ist der Tourismus als Weg der Annäherung mit seinen unzähligen Möglichkeiten des Kennenlernens aller Völker das Mittel zur Eintracht und zum Frieden unter den Nationen, Kulturen, Religionen und Menschen. Zu diesen Zielen müssen fraglos die Demokratie und die politische und wirtschaftlich-soziale Stabilität sowohl in den Ausgangs- als auch den Gastländern beitragen.

Das Verständnis zwischen den Völkern und die Förderung ethischer Werte sind das Fundament des nachhaltigen, verantwortungsvollen Tourismus, und so kann aus dem touristischen Kennenlernen Solidarität zwischen den Völkern werden.

Damit der Tourismus wirklich ein Ausdruck und Instrument des Friedens und der Solidarität und dadurch nachhaltig und zugänglich wird, sind verschiedene **Initiativen** erforderlich:

- 5.9.1 *Lückenlose Einhaltung der Gesetze und Achtung der Gebräuche und der Kultur der Gastländer bei allen touristischen Aktivitäten* und Würdigung dessen, was sie zu bieten haben.
- 5.9.2 *Gewährleistung der Sicherheit der Touristen* und ihres Hab und Guts durch die Behörden und Aufklärung über bzw. Verhütung von Handlungen, die eine Aggression darstellen könnten.
- 5.9.3 *Sensibilisierung der Touristen dafür, Natur- und Kunstschatze mit Respekt zu genießen* und als Mittel der persönlichen und kollektiven Bereicherung zu empfinden.
- 5.9.4 *Bekämpfung aller Formen von Gewalt, sexueller Ausbeutung und Missachtung der Menschenwürde*, insbesondere gegenüber Kindern, denn sie laufen dem eigentlichen Zweck des Tourismus zuwider.
- 5.9.5 *Sachliche, wahrheitsgetreue Information der Touristen über die Zielorte* durch die Akteure der Tourismuswirtschaft.
- 5.9.6 *Förderung und Verwirklichung des Rechts aller Menschen auf Tourismus* als Ausdruck ihres Rechts auf Erholung und Freizeit und auf lebenslange Weiterbildung.
- 5.9.7 *Austausch von Erfahrungen über die touristische Entwicklung zwischen Ländern, die ihren Tourismussektor ausbauen wollen*, um nicht dieselben Fehler wie in der Vergangenheit zu begehen. Dies wäre ein Zeichen von Solidarität und würde mithelfen, Entwicklungsmodelle zu vermeiden, die sich als unnachhaltig erwiesen haben.
- 5.9.8 *Generelle Stärkung des Tourismus unter allen Völkern* dieser Erde. Dies wäre ein idealer Weg zur Überwindung der Armut und zur Förderung der Entwicklung und des Wohlstands vieler Länder.
- 5.9.9 ***Frieden ist eine notwendige Voraussetzung für eine nachhaltige Entwicklung. Deshalb haben die Tourismusakteure die Aufgabe, sich für die weltweite Schaffung von Bedingungen der Gleichheit, des Rechts, der Demokratie und des Wohlergehens, durch die der Frieden erst möglich und wirksam wird, einzusetzen und darauf hinzuarbeiten.***
- 5.9.10 Gewährleistung und Förderung des Tourismus in seinen verschiedenen Formen als Instrument zur Verbreitung von Wissen unter den Völkern und von Frieden unter den Nationen.

Förderung von Konzepten zur symbolischen Anerkennung der Rolle, die der Tourismus bei der Erlangung von Frieden in der ganzen Welt spielt: Touristen für den Frieden u.a.

5.10 **Tourismus und beteiligte Akteure**

Die große Vielfalt der am Tourismus beteiligten Akteure macht es notwendig, zwischen den einzelnen Funktionen zu unterscheiden, die sie jeweils im Rahmen der komplexen Aufgabe der Ausgestaltung neuer Formen eines nachhaltigen Tourismus wahrnehmen.

- 5.10.1 *Es ist Aufgabe der Verantwortlichen in Politik und Institutionen, einen angemessenen Rahmen festzulegen*, innerhalb dessen die neuen Formen eines nachhaltigen Tourismus möglich sind und über ein Bündel von Instrumenten, die den politischen Entscheidungsträgern zur Verfügung stehen, gefördert werden. Die politischen Prioritäten für die strategische Option eines für alle zugänglichen, nachhaltigen Tourismus müssen künftig auf eine starke, sektorübergreifende Präsenz des Tourismus in allen Bereichen der Gemeinschaftspolitik und einen höheren Stellenwert tourismusrelevanter Gemeinschaftsmaßnahmen abgestellt sein. Zur Ausarbeitung geeigneter Politiken zur Erreichung der Ziele von Nachhaltigkeit und Zugänglichkeit müssen einschlägige, zuverlässige Daten, z.B. in Form von Tourismus-Satellitenkonten, verfügbar sein.
- 5.10.2 *Die Behörden, insbesondere die dem Bürger am nächsten stehenden*, d.h. die regionalen und lokalen Gebietskörperschaften, *spielen dabei eine besondere Rolle*, denn mit Bebauungsplänen gestalten sie die Raumplanung in den Fremdenverkehrszielorten und helfen insofern, die gesellschaftlichen Gruppen und die Ortsbevölkerung miteinander in Einklang zu bringen und die Wirtschaftstätigkeit, in diesem Fall den Tourismus, zu steuern. Da sie in der Regel über indirekte oder direkte Zuständigkeiten in Tourismusfragen verfügen, sind sie von hoher Bedeutung für einen nachhaltigen Tourismus.
- 5.10.3 Zur Wahrnehmung dieser für die Nachhaltigkeit wichtigen Rolle *müssen Finanzinstrumente auf regionaler und lokaler Ebene ineinander greifen*, um die Umsetzung und Konkretisierung der vereinbarten Politiken und Strategien zu ermöglichen.
- 5.10.4 Die *Sozialpartner* - Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände - sollen natürlich für die Interessen ihrer jeweiligen Mitglieder eintreten, müssen sich dabei aber ihrer Verantwortung bewusst sein, dass sie Politiken, Strategien und Praktiken vereinbaren können, die der Nachhaltigkeit des Tourismus dienen; daher muss ihre Teilnahme und Mitverantwortung bei Konzipierung, Begleitung und Bewertung touristischer Initiativen vereinfacht werden.
- 5.10.5 Die *Anbieter touristischer Dienstleistungen* liefern das Endprodukt, sie treten in Kontakt zu den Verbrauchern und schaffen die vertraglichen Grundlagen dafür, was diese bezahlen und was sie dafür bekommen. Letztendlich sind sie bestimmend für die Qualität des gesamten Produkts.

- 5.10.6 Die *Zwischenhändler* vermitteln das Produkt an die potenziellen Verbraucher und bringen Nutzer und Dienstleistungserbringer miteinander in Kontakt. Ihre besondere Bedeutung für die Nachhaltigkeit des Produkts ergibt sich aus ihrer Eigenschaft als diejenigen, die Vorgaben für Fremdenverkehrsziele machen, und es ist an ihnen, diese den Nutzern auf verantwortungsvolle Weise zuzuleiten und anzubieten.
- 5.10.7 *Hochschulen und andere Forschungseinrichtungen* stellen Wissen, Managementinstrumente, Informationen und letztlich Daten bereit, die von entscheidender Bedeutung für die Nachhaltigkeit des Sektors sind.
- 5.10.8 Die *Nutzer* sind das wichtigste Element des nachhaltigen Tourismus: in dem Maße, wie sie nachhaltige Konsumweisen in ihr Verhalten aufnehmen, werden sie jene Zielorte oder Produkte begünstigen, die Nachhaltigkeitselemente aufweisen.
- 5.10.9 Die *örtliche Gastbevölkerung* stellt die für die Erbringung einer touristischen Dienstleistung erforderlichen Humanressourcen. Ihr Verhältnis zu den Touristen ist für deren Zufriedenheit und letztendlich deren Treue zum Fremdenverkehrsziel ausschlaggebend.
- 5.10.10 Alle diese Akteure müssen sich über die *Notwendigkeit der Zusammenarbeit* im Rahmen von Dialog und Konsens nach den Grundsätzen eines für alle zugänglichen, nachhaltigen Tourismus im Klaren sein; daher müssen von der gemeinschaftlichen bis zur lokalen Ebene verschiedene Mitwirkungs- und Dialogmechanismen geschaffen werden: Gesprächsforen, Ausschüsse, Patronate usw.

Besondere Bedeutung kommt hier dem *Europäischen Tourismusforum* zu, das von der Europäischen Kommission gefördert wird, sowie der Kooperation des EWSA mit internationalen Organisationen wie der *Weltorganisation für Tourismus* und dem *Internationalen Büro für Sozialtourismus* (BITS), um Wissen und Konsens auf dem Weg zu einem nachhaltigen, zugänglichen Tourismus zu fördern.

TEIL III: ANHANG UND VORGESCHICHTE

Die Rolle der Union im Bereich des Fremdenverkehrs - Grünbuch der Kommission (KOM(1995) 97 endg.).

Schlussfolgerungen des Rates über Beschäftigung und Tourismus vom 26. November 1997.

Tourismuswirtschaft in Europa - Neue Partnerschaften für Beschäftigung. Schlussfolgerungen und Empfehlungen der Hochrangigen Gruppe für Tourismus und Beschäftigung vom 15. Oktober 1998.

Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: Das Beschäftigungspotenzial der Tourismuswirtschaft (KOM(1999) 205 endg.).

Folgemaßnahmen im Anschluss an die Wertungen und Empfehlungen der Hochrangigen Gruppe für Tourismus und Beschäftigung, 23. Juni 1999 (1999/C178/03).

Schlussfolgerungen des Rates über Tourismus und Beschäftigung vom 21. Juni 1999.

Schlussfolgerungen des Europäischen Rates von Lissabon vom 23./24. März 2000.

Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: Gemeinschaftsmaßnahmen mit Auswirkungen auf den Tourismus, 28. März 2001 (KOM(2001) 171 endg.).

Schlussfolgerungen und Aktionsplan der außerordentlichen Tagung des Europäischen Rates vom 21. September 2001.

Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: Nach der Tagung des Europäischen Rates vom 21. September 2001: Die Lage der europäischen Tourismusbranche (KOM(2001) 668 endg.)

Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: "Zusammenarbeit für die Zukunft des Tourismus in Europa" vom 13. November 2001 (KOM(2001) 665 endg.).

Schlussfolgerungen des Rates Binnenmarkt, Verbraucher und Tourismus vom 26. November 2001.

Entschließung des Rates vom 21. Mai 2002 über die Zukunft des Tourismus in Europa (2002/C135/01).

Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses "Gesellschaftliche Integration von Menschen mit Behinderungen" (2002/C241/17).

Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses "Das Beschäftigungspotential der Tourismuswirtschaft" (ABl. C75/37 vom 27.1.2000).

Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses zu der "Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: Zusammenarbeit für die Zukunft des Tourismus in Europa" vom 18. September 2002 (ABl. C61 vom 14.3.2003).

Stellungnahme des Ausschusses der Regionen zu der "Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: Zusammenarbeit für die Zukunft des Tourismus in Europa" vom 10. Oktober 2002.

Entschließung des Europäischen Parlaments zu der Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: "Zusammenarbeit für die Zukunft des Tourismus in Europa" vom 14. Mai 2002.

Agenda 21: Nachhaltigkeit im europäischen Tourismussektor. Referenzdokument. Europäisches Tourismusforum 2002, 10. Dezember 2002.

Entscheidung Nr. 2003/287/EG der Kommission zur Festlegung der Umweltkriterien für die Vergabe des EG-Umweltzeichens an Beherbergungsbetriebe vom 14. April 2003.

Vereinbarung über die Zusammenarbeit zwischen dem Wirtschaftsministerium und dem spanischen Komitee von Vertretern von Menschen mit Behinderungen auf dem Gebiet Tourismus für alle.

Ethik-Kodex für Tourismus der Weltorganisation für Tourismus.

Entschlüsse zu einer nachhaltigen Tourismuspolitik der Internationalen Union der Lebensmittel-, Landwirtschafts-, Hotel-, Restaurant-, Café- und Genussmittelarbeiter-Gewerkschaften (IUL) und der Europäischen Föderation der Gewerkschaften des Lebens-, Genussmittel-, Landwirtschafts- und Tourismussektors und verwandter Branchen (EFFAT).

UNESCO: Action Plan on Cultural Policies for Development. *Intergovernmental Conference on Cultural Policies for Development* (Stockholm, 1998).

Brüssel, den 29. Oktober 2003

Der Präsident
des Europäischen Wirtschafts- und
Sozialausschusses

Der Generalsekretär
des Europäischen Wirtschafts- und
Sozialausschusses

Roger BRIESCH

Patrick VENTURINI