

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Klaus Brähmig, Ernst Hinsken, Edeltraut Töpfer, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der CDU/CSU
– Drucksache 15/3199 –**

Förderung der Umweltdachmarke Viabono

Vorbemerkung der Fragesteller

Mit seinen zahlreichen und vielfältigen Naturschutzgebieten sowie den hohen Umweltstandards vieler Anbieter und Tourismusregionen hat Deutschland große Chancen, seine Attraktivität als Reiseziel bei Besuchern aus dem In- und Ausland noch weiter zu steigern und darüber hinaus auch eine Vorreiterrolle für einen umweltfreundlichen Tourismus in Europa zu übernehmen. Die aus Bundesmitteln geförderte Umweltdachmarke Viabono kann einen wichtigen Beitrag zu einer Stärkung solcher nachhaltigen Tourismusangebote und einer besseren Vermarktung dieser Angebote leisten. Durch die Verknüpfung von naturnahem Tourismus mit regionalen Produkten können vor allem strukturschwache Regionen gleich in mehrfacher Hinsicht positive wirtschaftliche Impulse erhalten.

Viabono wurde 1999 vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) initiiert sowie seitdem politisch und finanziell gefördert. So stellt der Bundesminister für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Jürgen Trittin, in der Zeitschrift „Der Landkreis“ von Oktober 2003 fest: „Das Bundesumweltministerium hat deshalb nicht nur die Finanzierung der Dachmarke Viabono gefördert, sondern unterstützt auch die Markteinführung“. Es wurde eine dreijährige Anschubfinanzierung in Aussicht gestellt. Langfristig soll sich Viabono durch die von den Markenpartnern (Hotels und Beherbergungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, Ferienwohnungen, Campingplätze, Tourismuskommunen und Großschutzgebiete) erhobenen Gebühren als Vermarktungsplattform finanzieren.

In vielfachen Veröffentlichungen der Bundesregierung wurde Viabono als zentrale Maßnahme der Bundesregierung für nachhaltigen Tourismus herausgestellt.

In der Sitzung des Ausschusses für Tourismus des Deutschen Bundestages vom 5. Mai 2004 erklärten der Vorsitzende des Viabono-Trägervereins und der Geschäftsführer der Viabono GmbH, Viabono sei bis zum Ende der Anschubfinanzierung im Herbst dieses Jahres noch nicht eigenständig marktfähig, vielmehr würden dann – bis voraussichtlich Ende 2006 – noch insgesamt rund 350 000 Euro als weitere Anschubfinanzierung benötigt.

Im Bericht der Bundesregierung zur weiteren Finanzierung der Umweltdachmarke Viabono vom 5. Februar 2004 heißt es hingegen: „Eine weitere Förderung aus dem Haushalt des Bundesumweltministeriums ist nicht möglich.“

Vorbemerkung der Bundesregierung

Seit Anfang der 90er Jahre wurde auch aus dem Parlament heraus die Schaffung einer Umweltkennzeichnung für touristische Produkte gefordert. Diese war daran gescheitert, dass eine Einigung der verschiedenen Interessengruppen über die hierfür notwendigen Kriterien nicht zustande kam. Vor diesem Hintergrund haben das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) und das Umweltbundesamt unterstützt durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie im Herbst 1999 die Diskussion mit den Umwelt-, Tourismus- und kommunalen Spitzenverbänden erneut aufgenommen und anstelle eines klassischen Gütesiegels die Einführung einer Umweltdachmarke für den Deutschlandtourismus vorgeschlagen. Die beteiligten Verbände verständigten sich auf die Schaffung der Dachmarke Viabono, die neben der Verbraucherinformation über umweltfreundliche touristische Angebote auch der Förderung des nachhaltigen Inlandstourismus dienen soll.

Die Vergabe und Vermarktung der Umweltdachmarke Viabono wird von den an der Entwicklung beteiligten Verbänden wahrgenommen. Hierfür wurden eine GmbH für das operative Geschäft und ein Verein als Aufsichtsorgan gegründet.

Aus dem Haushalt des BMU wurden von 1999 bis 2004 insgesamt rund 1,3 Mio. Euro für das Umweltdachmarkenkonzept (Moderation des Prozesses mit den beteiligten Verbänden und Entwicklung der Kriterien) und die Markeneinführung bereitgestellt.

Vor diesem Hintergrund wird die Kleine Anfrage wie folgt beantwortet:

1. Hält die Bundesregierung an der Aussage des Bundesministers für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Jürgen Trittin, fest, dass mit Viabono „in idealer Weise ökonomische, soziale und ökologische Interessen aufeinander“ treffen (Der Landkreis von Oktober 2003)?

Ja.

2. Wenn nein, welches sind die Gründe, von einem bislang so breit kommunizierten und nach eigener Aussage zukunftsgerichteten Projekt abzurücken?

Es wird auf die Antwort zu Frage 1 verwiesen.

3. Wenn ja, welches sind dann die Gründe des BMU, die Anschubfinanzierung für Viabono nicht weiterzuführen?
4. Welche Projekte beabsichtigt das BMU ggf. mit den bislang durch Viabono gebundenen Mitteln stattdessen zu finanzieren?

Sowohl die Entwicklung der Dachmarke Viabono als auch die Markteinführung wurden aus Mitteln des Umweltforschungsplans (Kapitel 16 02, Titel 544 01) als zeitlich begrenztes Projekt gefördert, da im Haushalt des BMU kein gesonderter Haushaltstitel zur Förderung touristischer Projekte existiert. Der Umweltforschungsplan dient dazu, neben der Ressortforschung im engeren Sinne auch Erprobungs- und Entwicklungsvorhaben im Rahmen der Ressortaufgaben des BMU zu unterstützen. Über die konkret zu fördernden Maßnahmen wird jeweils

entsprechend der aktuellen Schwerpunktsetzung jährlich neu entschieden. Die Haushaltsverhandlungen und die Arbeiten zur Aufstellung des Umweltforschungsplans für das Jahr 2005 sind innerhalb der Bundesregierung noch nicht abgeschlossen. Daher kann auch noch keine Aussage über die im Jahre 2005 zu fördernden Projekte getroffen werden.

5. Mit welchen konkreten Maßnahmen unterstützt die Bundesregierung Viabono bei der Erreichung des Ziels, mehr Lizenznehmer zu gewinnen und mehr Eigenmittel zu erwirtschaften?

Über die genannte Förderung der Dachmarke Viabono aus Mitteln des Umweltforschungsplans hinaus hat das BMU den Auftritt der Dachmarke am Markt insbesondere durch Pressekonferenzen mit Bundesminister Trittin, Namensbeiträge und Interviews des Ministers sowie weiterer Mitglieder der Leitung des BMU, durch Beiträge in BMU-eigenen Publikationen (z. B. Zeitschrift Umwelt, Broschüre „Natururlaub in Deutschland“, Internetauftritt des BMU) sowie durch die Präsenz der Marke auf dem BMU-Messestand der Internationalen Tourismusbörse Berlin in den letzten drei Jahren unterstützt.

6. Wie bewertet die Bundesregierung die Erfolgsaussichten, Viabono wie ursprünglich geplant zu einer europäischen Dachmarke für umweltbewussten Tourismus auszubauen?

Ziel der Bundesregierung ist zunächst, den Erfolg der Marke Viabono im Inland zu sichern. Gleichwohl werden im Herbst 2004 bereits Informationsveranstaltungen für die der EU beigetretenen Länder Ungarn, Polen, Slowakei, Estland und Lettland durchgeführt werden. In diesem ersten Schritt wurden bewusst Länder ausgewählt, die bisher keine eigenen Umweltkennzeichen für touristische Angebote entwickelt haben. In einem zweiten Schritt muss geprüft werden, ob Kooperationen mit bestehenden Zeichen, wie z. B. dem in Österreich existierenden Umweltzeichen und dem in skandinavischen Ländern eingeführten Nordic Swan, dem Ziel der Bundesregierung dienen können, Viabono über Deutschland hinaus zu etablieren.

