

Der er ingen Planet B

Af Dorte Gleie, adm. direktør på Den Blå Planet

“Det er et afgørende øjeblik for menneskeheden. Jeg håber, at verdens ledere vil gå forrest”, sagde FN's generalsekretær Ban Ki-moon i København, efter FN's Klimapanel IPCC havde afleveret deres rapport om klodens klima.

Ban Ki-moon og frue besøgte samtidig Den Blå Planet, hvor vi i stigende grad er blevet opmærksom på, hvor vigtigt det er, at vi opfylder de krav om bæredygtighed, som vore gæster stiller.

I vores fag, turisme, er det ikke så almindeligt at tænke grønt endnu. Men det er stærkt på vej. Traditionelt har det handlet om at give gæsterne gode oplevelser, og så har man måske lukket et halvt øje for ressourceforbruget. Dén går ikke længere. Turisterne er blevet krævende. I stedet for at ligge og flade ud på en strand eller bo på luksushotel i en uge vil moderne turister have oplevelser. De er kræsne, og de er vant til at få noget for pengene.

Turismen eksploderer i disse år: I 1950 besøgte 25 millioner turister et nyt sted i verden - i år rejser mere end 1 milliard mennesker for deres fornøjelses skyld. Tallet er fra UNWTO (FNS turismeorganisation), og det er svimlende. UNWTO konstaterer, at Europa er den mest besøgte region i verden med en stigning i turisme på 5 pct. (april 2014). Nordeuropa – ja, det er os – fører an i denne tendens med en stigning på 8 pct. Turismeerhvervene skaber i Danmark årligt ca. 120.000 fuldtidsstillinger og generer en omsætning på over 80 milliarder kroner. Desværre har Danmark de seneste år oplevet et fald i udenlandske turister, hvor vores nabolande er gået frem.

Stigningen i rejsende skal blandt andet findes i Kinas voksende middelklasse. I Kina dør mennesker direkte af den stigende forurening og hvad er mere nærliggende end at bruge bæredygtighed i markedsføringen af Danmark som allerede ligger godt i feltet sammenlignet med andre lande.

Turister tænker ikke på samme måde, som de gjorde i gamle dage. Moderne turister kommer med værdier i rygsækken og forlanger, at de steder, de besøger, opfører sig ordentligt, er bæredygtige og serverer økologiske og lokalproducerede råvarer. Kort sagt: Hvis vi vil have et sted, folk skal besøge også om 5-10 år, skal vi være ansvarlige og bæredygtige.

De kommende generationer vil stille langt skarpere krav til virksomheders,

organisationers og landes opførsel, end vi nogensinde har været vant til. De vil i højere grad vælge udbydere ud fra værdifællesskaber og Good Environmental Governance som handler om at være bæredygtig, politisk, socialt og økonomisk. For at blive det, skal vi lære, at det i bund og grund handler om produktivitet - evnen til at skabe mere med mindre.

Vi står overfor enorme udfordringer på vores klode: Knaphed på ressourcer, enorme forandringer i klima og miljø og en voksende global middelklasse, der rejser rundt i hele verden og kræver goder her og nu. I visionsstudiet Big Future 2025, er vi krystalklare på, at det handler om mere end cashflow – det handler om at skabe forudsætningen for et cashflow. Vi skal hver dag tænke: Skaber det vækst? Er det holdbart? Og skaber det værdi?

Klimamødet i København har understreget faktisk at vandstanden stiger og flere dyrearter vil være forsvundet inden for en kort årrække og det er derfor ikke kun for gæsternes blå øjnes skyld, at vi er nødt til at tænke på dem, der skal følge efter os, hvad enten de har finner, to, fire eller flere ben. Det er ganske enkelt god forretningsskik og almindelig sund fornuft. Hvorfor? Fordi der er ingen Planet B.