

Nachhaltigkeit im Tourismus

- Erfolgsrezept oder Eintagsfliege?



Wolfgang Günther, Schwerin, 20. Mai 2019

Nachhaltigkeit im Tourismus – warum bloß?

- Aus Gästesicht:
Will das überhaupt jemand von meinen Gästen?
Und wenn „ja“, was erwarten sie?
- Aus Anbietersicht:
Wer macht´s?
Wie machen sie es
Warum machen sie es?



Nachfrage nach Nachhaltigkeit im Urlaub

- Will das überhaupt jemand?
- Verhalten sich Nachhaltigkeitsinteressierte beim Reisen nachhaltiger?
- Buchen Nachhaltigkeitsinteressierte auch nachhaltigere Produkte?
- Und wenn „nein“, warum nicht?



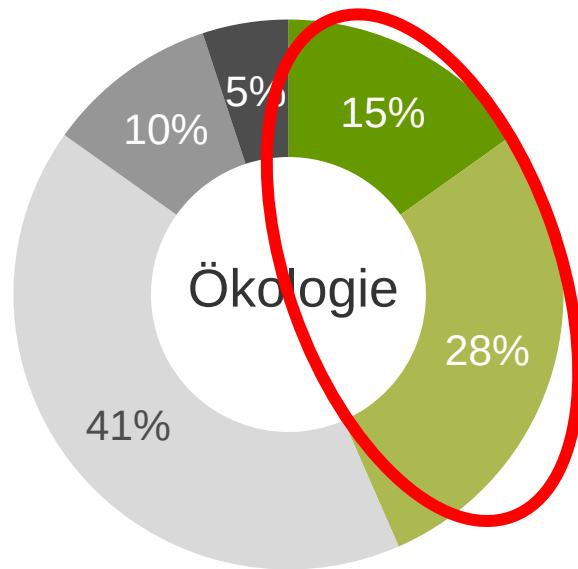
Nachhaltigkeit im Urlaub

- Will das überhaupt jemand?



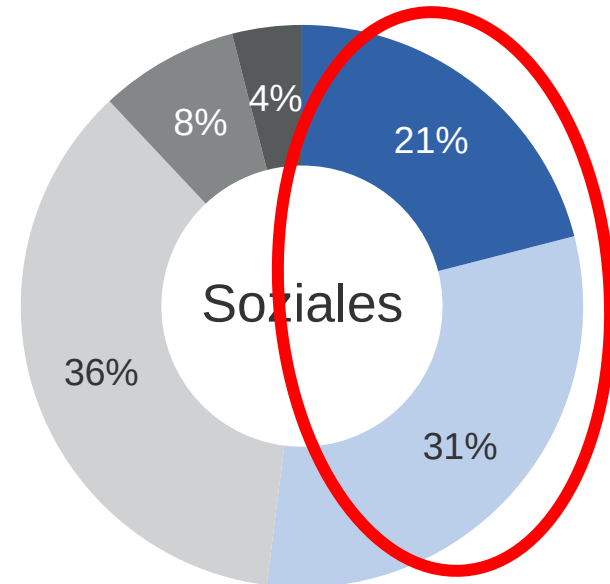
Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen

52% der Bevölkerung möchten sozialverträgliche Urlaubsreisen machen, Umweltverträglichkeit ist für 43% relevant.



■ voll und ganz ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ ganz und gar nicht

Mein Urlaub soll möglichst ökologisch
verträglich, ressourcenschonend und
umweltfreundlich sein.

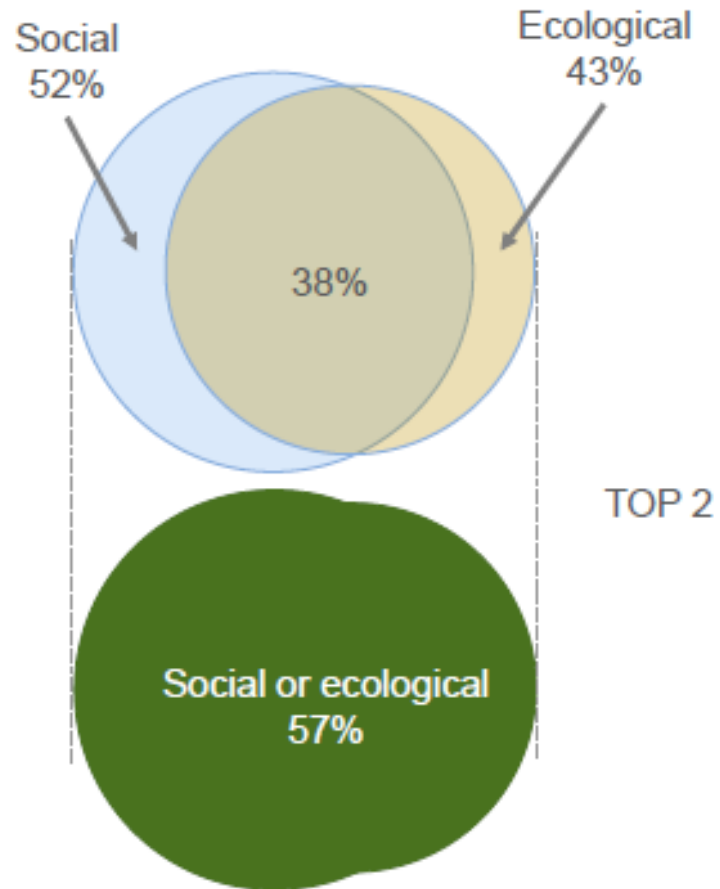


■ voll und ganz ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ ganz und gar nicht

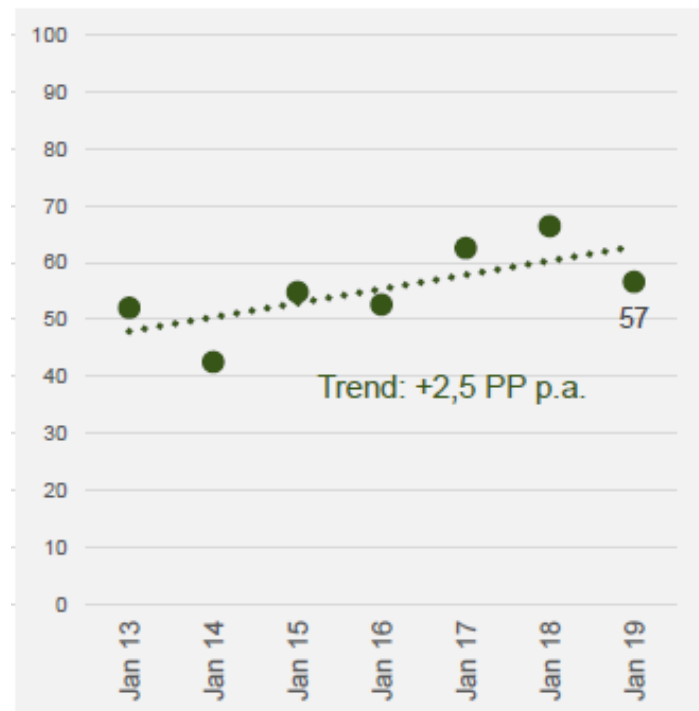
Mein Urlaub soll möglichst
sozialverträglich sein.

Basis: Urlaubsreisende innerhalb der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: RA face-to-face 2019,

Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen



... und es werden immer mehr



Basis: Urlaubsreisende innerhalb der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: RA face-to-face 2019, sowie Ra 13 bis 18

Charakteristik von Nachhaltigkeits-Interessenten

Unterschiede zwischen verschiedenen soziodemographischen Gruppen sind **selten und gering**.

Leicht überdurchschnittliche Zustimmung (nur) bei

- Personen im Alter 50 +
- Höhere formale Bildung
- Konservative Milieus

Personen mit einer nachhaltigen Einstellung

- haben eine **höhere Urlaubsreiseintensität**
- machen **mehr und längere Reisen**
- haben **höheres Anspruchsniveau** und **höhere Reiseausgaben**



Nachhaltigkeit im Urlaub

- Verhalten sich Nachhaltigkeitsinteressierte beim Reisen nachhaltiger?



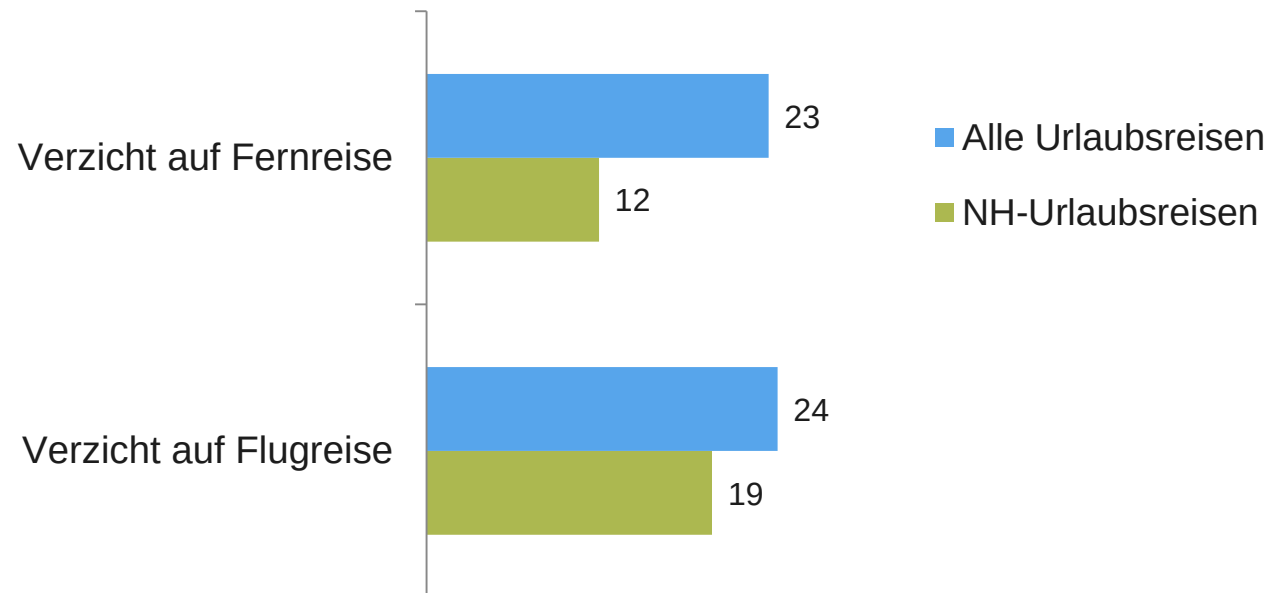
Vielfach tun NH-Interessenten, was man von ihnen erwartet ...



Frage: „Welche der folgenden Möglichkeiten bzw. Angebote haben Sie persönlich im Rahmen Ihrer (Haupt-) Urlaubsreise 2013 genutzt?“ (Mehrfachnennungen möglich)

Basis: Haupturlaubsreisen 2013 der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14 Jahre+ (n = 6.070; 54,8 Mio.) bzw. NH-Haupturlaubsreisen (n = 119; 1,08 Mio.), in %
Quelle: RA face-to-face 2014

... mit Ausnahmen ...



Frage: „Welche der folgenden Möglichkeiten bzw. Angebote haben Sie persönlich im Rahmen Ihrer (Haupt-) Urlaubsreise 2013 genutzt?“ (Mehrfachnennungen möglich)

Basis: Haupturlaubsreisen 2013 der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14 Jahre+ (n = 6.070; 54,8 Mio.) bzw. NH-Haupturlaubsreisen (n = 119; 1,08 Mio.), in %
Quelle: RA *face-to-face* 2014

Nachhaltigkeit im Urlaub

- Buchen entsprechend viele Deutschen auch nachhaltigere Reiseangebote?



Angaben in %	2013	2018
	54,8 Mio.	55,03 Mio.
Nachhaltiges Reisen interessiert mit generell nicht	31	15
Nachhaltigkeit war -neben anderen Dingen- ein Aspekt bei der Gestaltung der Urlaubsreise	11	23
Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten.	2	4
Nachhaltigkeit war das zentrale Entscheidungskriterium bei der Auswahl der Reise	2	-

Basis: Haupturlaubsreisen 2013/2018;

Frage: Sagen Sie mir bitte, welche Aussagen für Sie bei Ihrer Haupturlaubsreise zutrafen? (Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: FUR; RA 2014 und RA 2019 face-to-face

Was lernen wir?

- Die Nachfrage für nachhaltige Urlaubsprodukte ist da.
- Sie ist groß.
- Sie geht quer durch die Bevölkerungsschichten.

... aber am Ende reisen nur wenige tatsächlich nachhaltig.

Wie kommt das?



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit

Kosten

- Preis
- Zeitaufwand:
Suchaufwand,
Sich informieren
- Verzicht auf
Wünsche



Nutzen

- Nach eigener
Überzeugung
„Richtiges“ tun
- Gut fühlen
- Imagegewinn
im sozialen Umfeld
- Sonstige
Produkteigenschaften
(Erlebniswert,
Qualität, ...)

Kaum ein Tourist reist, um die Natur zu schützen oder seine Fürsorge für Arbeitskräfte im Tourismus wirksam werden zu lassen.

Er reist, um **schöne Ferien** zu haben.

Nachhaltigkeit ist dabei nur ein Aspekt unter vielen.

Auch ein nachhaltiges Urlaubsprodukt muss ...

- gut erreichbar und sichtbar
- bemerkenswert attraktiv sein und
- zu den Reiseträumen der Gäste passen



Keine Reis´ ohne Eis

- Interesse ist hoch und steigt
- Immer mehr Anbieter engagieren sich
- Aufmerksamkeit für das Thema nimmt zu
- Nachhaltigkeit wird mehr und mehr zum Hygienefaktor



Nachhaltigkeit aus Anbietersicht

- Wer macht's?
- Wie machen sie es?
- Warum machen Sie es?



- Destinationen
- Beherbergung
- Gastronomie
- Aktivitäten
- Mobilität
- Veranstalter

GRÜNER SÜDEN - NACHHALTIG REISEN IN BADEN-WÜRTTEMBERG

Wie machen sie es?



GRÜNER SÜDEN - NACHHALTIGKEIT IN BADEN-WÜRTTEMBERG

www.nachhaltigkeitscheck-bw.de

- unterschiedlich ambitioniert

WAS IST NACHHALTIGE GASTRONOMIE?



- unterstützend



Wie machen sie es?

- unsichtbar

Wie machen sie es?



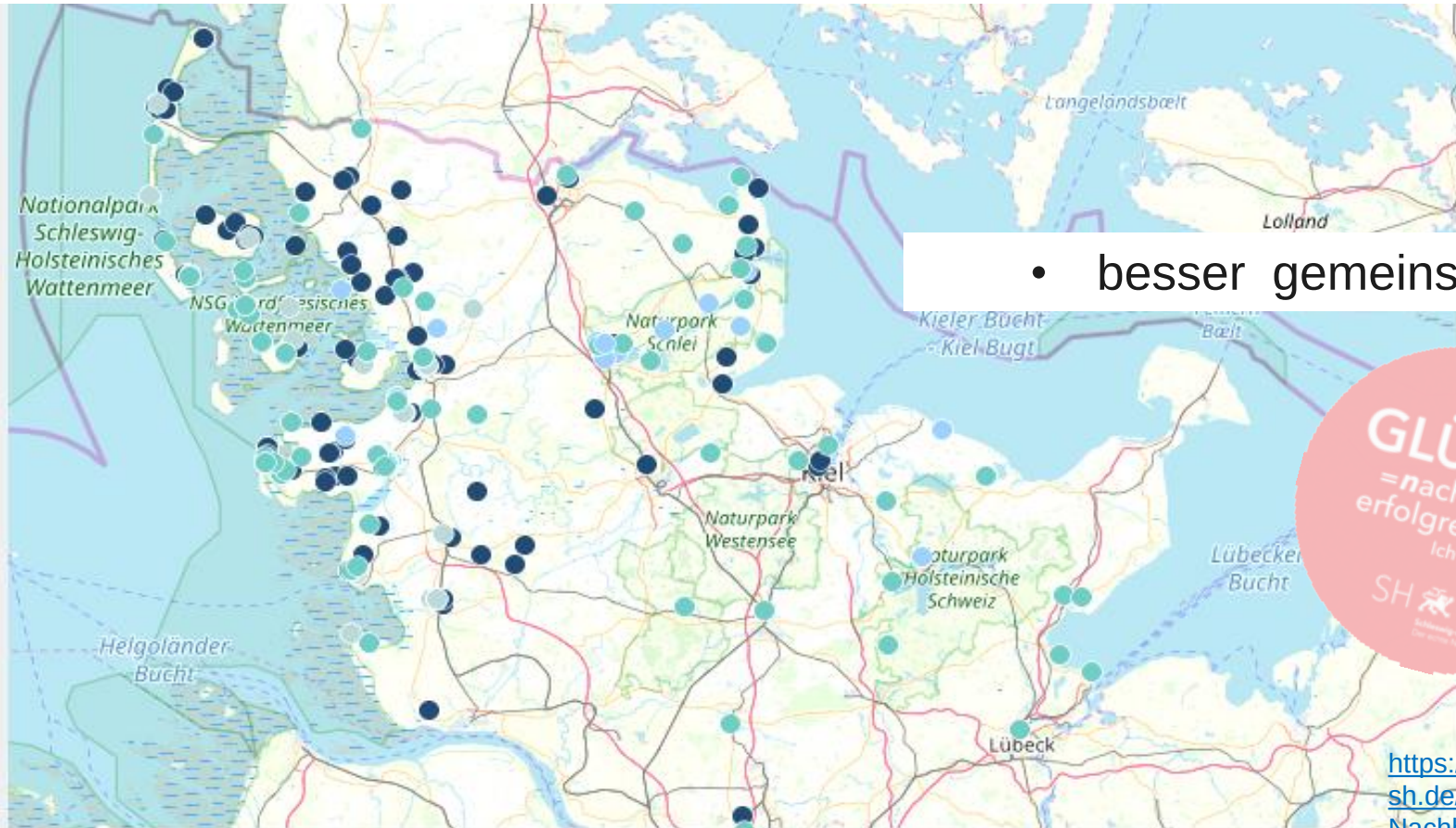
- besser gemeinsam



RESTAURANTS LIEFERANTEN MITMACHEN MAGAZIN PROJEKTE ÜBER UNS

Grün aufgetischt

INITIATIVE FÜR NACHHALTIGKEIT IN DER GASTRONOMIE



- besser gemeinsam



<https://tourismuscluster-sh.de/de/HF-Nachhaltigkeit/handlungsfelder-nachhaltigkeitskampagne.php>

 [Routenplaner öffnen](#)



Unterkünfte

 [Alle Teilnehmer](#)



Gastronomiebetriebe

 [Alle Teilnehmer](#)



Freizeitwirtschaft

 [Alle Teilnehmer](#)



Öffentliche Träger

 [Alle Teilnehmer](#)

Warum machen sie es?

- ✓ Kostensparen durch verringerten Ressourceneinsatz
- ✓ Prüfstand für eingefahrene Routinen
- ✓ Unterscheidungsmerkmal gegenüber Mitbewerbern
- ✓ Erhöhte Attraktivität für Fachkräfte
- ✓ Verantwortungsgefühl für die Zukunft
- ✓ Weil es Freude macht
– besonders im Netzwerk mit anderen zusammen



Warum machen sie es?

Andreas Tedsen, Inhaber Hotel Lüttje Burg



„Ich weiß noch nicht, was es ökonomisch gebracht hat. Aber ich weiß, dass es etwas gebracht hat, etwas, das viel wichtiger ist: Ein starkes Gemeinschaftsgefühl für mein Team und mich. Das war mir vorher nicht bewusst. Wer einen Weg nicht beginnt, der kann auch nicht ankommen – und wir haben uns aufgemacht.“

Initiative für einen nachhaltigeren Tourismus



TOURISMUS
CLUSTER SH
zusammen. echt. stark.

Von 0 auf 100: Ein Tourismusbetrieb
in Schleswig-Holstein startet durch

GLÜCKⁿ
– nachhaltig
erfolgreicher
– schon dabei



<https://youtu.be/73dbdnZ4uNc>

... mehr dazu in den nächsten Beiträgen

Vielen Dank!



www.nit-kiel.de

Das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) in Kiel engagiert sich in der touristischen Grundlagenforschung (z.B. Was ist Erholung?, Wirken sich die Veränderungen des Klimas und deren Folgen auf den Tourismus aus?, Wie lässt sich Nachhaltigkeit im Tourismus messen), betreut im Auftrag der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen die jährliche Reiseanalyse (RA) und arbeitet in der anwendungsbezogenen Forschung und Beratung (z.B. für touristische Unternehmen und Verbände, Urlaubsregionen und -orte, für Ministerien und andere nationale wie supranationale Institutionen).

Wolfgang Günther ist Dipl. Biologe, Leiter Nachhaltiger Tourismus und Prokurist im NIT