

# Zukunftsthema Nachhaltigkeit

## – Wo steht die Branche und wo soll sie hin?

**Dokumentation des Workshops zum Thema im Rahmen der  
RA Auswertungstagung am 15. Juni 2023 in Mannheim**

### **Hintergrund und Vorgehensweise:**

Im Rahmen der Auswertungstagung der Reiseanalyse 2023 wurde ein Workshop zum Zukunftsthema Nachhaltigkeit der Reisebranche durchgeführt. Der Workshop ist Teil des Projekts „Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren“, das die FUR mit finanzieller Unterstützung des Umweltbundesamts aus Mitteln des Bundesumweltministeriums aktuell durchführt. Kernstück des Projekts ist ein jährlicher Monitoringbericht zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen auf Basis der Reiseanalyse. In dem Workshop ging es nun darum, das Thema Nachhaltigkeit vor dem Hintergrund der im Nachfragemonitor gewonnen Erkenntnisse mit Branchenvertretenden zu diskutieren.

Die insgesamt ca. 60 Teilnehmenden kamen aus den Bereichen Destinationsmanagement und -entwicklung, Marketing und Medien, Marktforschung, Reiseveranstalter, Tourismusverbände und Transportunternehmen. So konnten Ansichten aus verschiedensten Perspektiven in der Branche gesammelt, einander gegenübergestellt und diskutiert werden. In dem Workshop ging es insgesamt um drei hauptsächliche Fragen:

1. Wo steht die Branche beim Thema Nachhaltigkeit?
2. Wie lässt sich mehr Nachhaltigkeit beim Reisen anregen?
3. Was kann die Reiseanalyse mit dem Nachhaltigkeitsmonitor dazu beitragen?

Nach einer kurzen Vorstellung der aktuellen Ergebnisse aus dem RA Nachfragemonitor für Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen wurde zunächst die Methode des „Lebenden Barometers“ angewandt. Sie ermöglicht den Teilnehmenden ihre Standpunkte zu visualisieren, indem sie sich physisch an verschiedenen Positionen im Raum platzieren, um ihre Zustimmung, Ablehnung oder Neutralität zu einer bestimmten Aussage auszudrücken. Dazu wurden Fragen und Aussagen zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen formuliert, zu denen sich die Teilnehmenden entsprechend ihrer Zustimmung oder Ablehnung z.B. zwischen „stimme voll zu“ und „stimme überhaupt nicht zu“ auf einer gedachten Linie im Raum positionieren sollten. Danach gingen die beiden Moderatoren herum und fragten einzelne Personen nach ihren Beweggründen für die eigene Positionierung und stellten Nachfragen.

Die Verteilung der Personen zu den verschiedenen Themen auf der gedachten Linie findet sich nachfolgend graphisch dargestellt: Je dichter, länger und dicker die vertikalen Striche sind, desto mehr Personen haben sich an dieser Position aufgestellt. Jeweils nachstehend werden die Statements zu den Nachfragen zusammenfassend wiedergegeben.

## Themen und Statements:

### Thema: Wie nachhaltig ist die Tourismusbranche aktuell?



#### Statements zur Nachfrage: Wo fehlt es?

- Nicht vergessen werden darf bei der Frage, dass es sich bei dem Thema Nachhaltigkeit um ein sehr komplexes Thema handelt. Auch zu bedenken ist, dass sich die Tourismusbranche aktuell und in der Vergangenheit mit einer Vielzahl von Themen beschäftigen muss/musste. Im Vergleich zu vielen anderen Branchen steht die Tourismusbranche somit vor einer Vielzahl von Aufgaben, was die mögliche Umsetzungsgeschwindigkeit herabsetzt.
- Bei der Bewertung, wo der deutsche Reisemarkt hinsichtlich der Nachhaltigkeit steht, wird oft zu sehr aus der deutschen Perspektive gedacht. Der Tourismus ist aber international organisiert, gerade deswegen muss man die nachhaltige Entwicklung international denken. Das macht es schwieriger.
- Viele Naturschutzbemühungen (z.B. Nationalparks) sind nur wegen des Tourismus entstanden, also ist der Tourismus auch ein Förderer der Nachhaltigkeit.
- Es gibt einen starken Schwerpunkt auf der ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit. Zu wenig Beachtung findet dabei die Tatsache, dass der Tourismus vor allem in Entwicklungsländern (auch für ungelernte Arbeitskräfte) eine wichtige Einkommensquelle bietet, um die Grundbedürfnisse wie Nahrung und Wohnen finanzieren zu können.
- Menschen lassen sich nicht einfach ‚umerziehen‘, dies erschwert die Umsetzung.

### Thema: Wo wird die Reisebranche bei der Nachhaltigkeit 2030 vermutlich stehen?



#### Statements zur Nachfrage: Welche Rolle kann dabei die Tourismusbranche spielen?

- Skepsis:
  - Der „Glaube in die Menschen“ fehlt, denn die Urlaubswünsche stehen der Nachhaltigkeit entgegen.
  - Es wird zu viel diskutiert und nicht gehandelt. Deswegen kommen wir nicht weiter.
- Optimismus:
  - Die Destinationen machen ganz viel. Sie sind die Treiber der Nachhaltigkeit in der Region.
- Dabei besteht die Frage, wie integral wir das Thema Nachhaltigkeit denken. Der Tourismus kann positive Auswirkungen für die ökologische, soziale und ökonomische Dimension der Nachhaltigkeit haben – gleichzeitig aber auch negative Auswirkungen auf all diese Dimensionen.

Diese Auswirkungen sind teilweise auch entgegengesetzt: Manches, was positive Auswirkungen für die ökologische Nachhaltigkeit hat, bedeutet im Gegenzug auch negative Auswirkungen für die soziale Nachhaltigkeit. Die Branche muss also versuchen, negative Auswirkungen immer so gering wie möglich zu halten und positive Auswirkungen so stark wie möglich zu fördern.

**Thema: Die regionalökonomischen Nachteile bei sinkenden Gästezahlen in touristischen Zielgebieten lassen sich mildern, wenn gleichzeitig mehr Geld pro Reisendem in der Region verbleibt.**



**Statements zur Nachfrage: Wie ließe sich das erreichen?**

- Die einzige Möglichkeit dafür wäre eine Erhöhung der Preise vor Ort. Dies wäre nur kurzfristig eine Lösung, um damit rückläufige Gästezahlen (z.B. durch höhere Preise) zu kompensieren. Auf lange Sicht scheint es nicht tragfähig.
- Außerdem schlägt das negativ auf die Teilhabe am Tourismus aus. Diese negative Auswirkung könnte durch öffentlich geförderte Urlaubsprogramme gedämpft werden. Das ist aber keine Lösung für breite Massen der Gesellschaft.

**Thema: Die Informationen zur Nachhaltigkeit beim Reisen müssen verstärkt werden.**



**Statements zur Nachfrage: Wie sorgen wir dafür?**

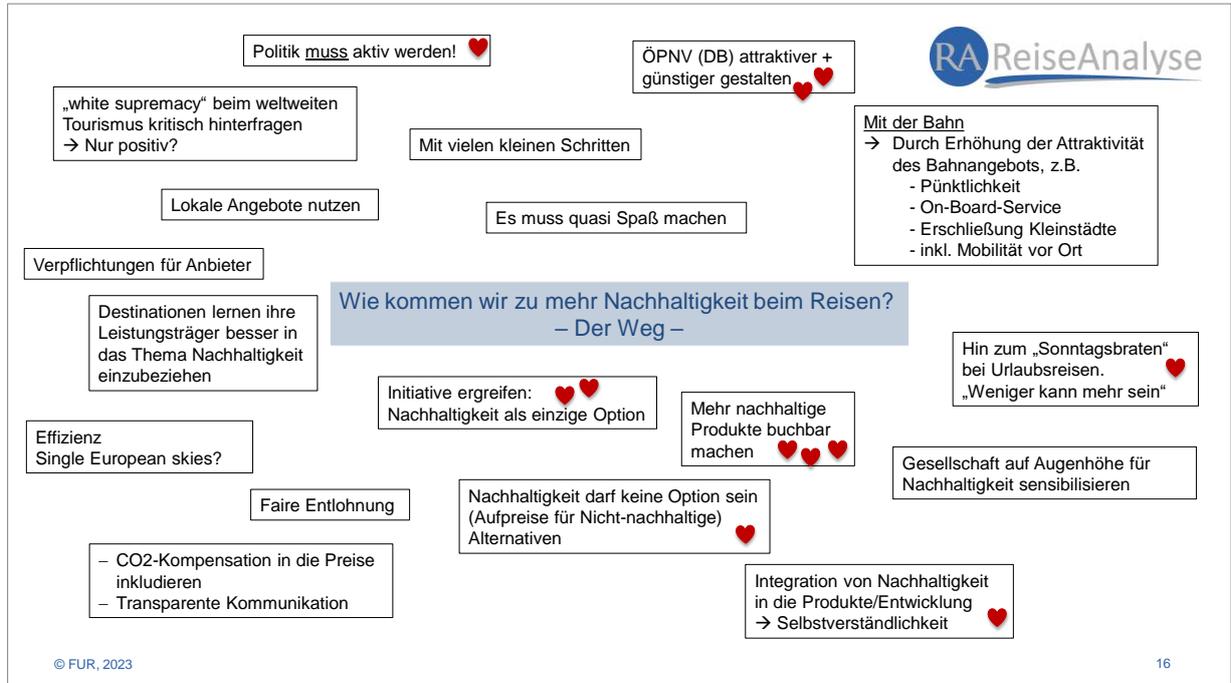
- Die Informationen müssen an der richtigen Stelle platziert und in der richtigen Dosis vorgehalten werden (zu viele Informationen sind kontraproduktiv). Wichtig ist es, die Kunden gut zum Thema Nachhaltigkeit hinzuführen, dafür braucht es die entsprechenden Angebote und ein Bewusstsein für das Thema.
- Mehrere Teilnehmer merkten an, dass Sie sich recht weit unten auf der Skala nicht wegen zu geringen Informationen aufgestellt haben, sondern weil sie der Meinung sind, dass Informationen nicht ausreichen, um ein nachhaltiges Reiseverhalten zu erzielen.
- Erfahrungen zeigen, dass trotz gut sichtbarer Platzierung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks und der Möglichkeit auf freiwilliger Basis eine Kompensation dazu zu buchen, dies von der Mehrheit der Kunden nicht genutzt wird. Mögliche Lösung: die Kompensation gleich standardmäßig mit in den Reisepreis einzuschließen.
- Informationen zum Thema Nachhaltigkeit müssen verstärkt werden, um es in den Köpfen der Kunden durch häufige Wiederholung noch weiter als wichtiges Thema zu verankern. Das Thema Nachhaltigkeit lebt von der Sichtbarkeit.



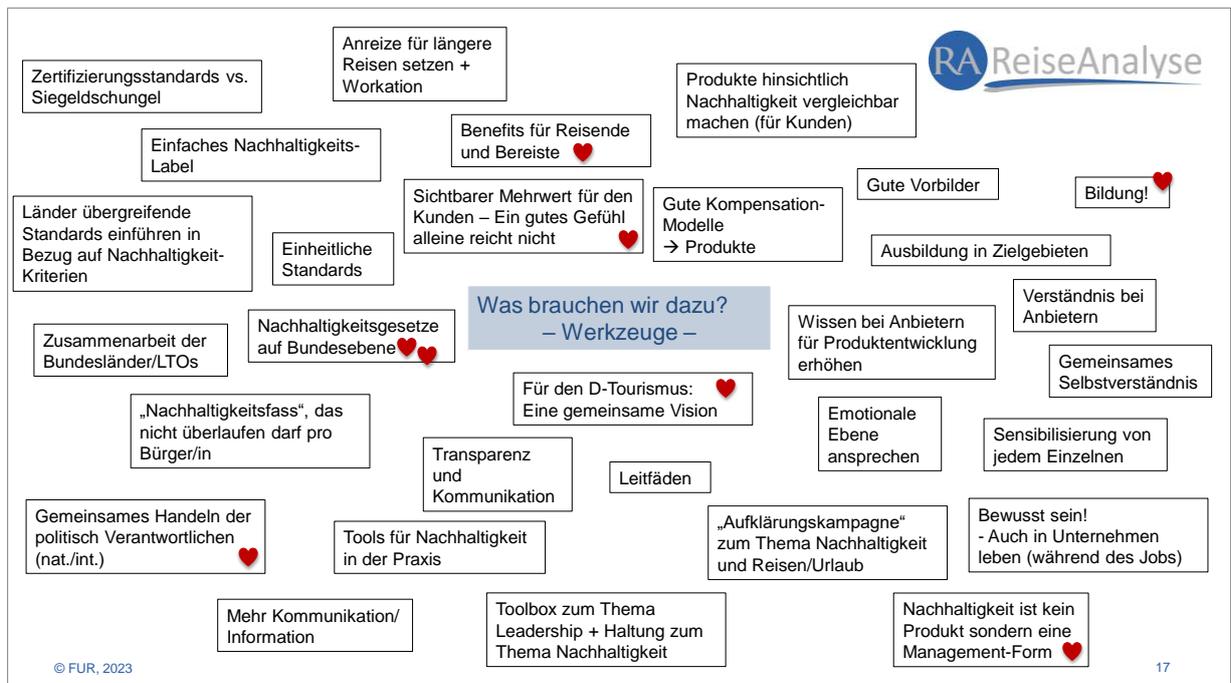
## Kartenabfragen zum Abschluss

Zum Abschluss des Workshops wurden die Teilnehmenden gebeten, auf Moderationskarten einerseits Wege und Werkzeuge für die nötige Transformation zu mehr Nachhaltigkeit beim Reisen zu notieren und andererseits festzuhalten, wie der Nachhaltigkeitsmonitor und die Reiseanalyse zu dieser Entwicklung beitragen können. Auf drei Stellwänden konnten die Teilnehmenden ihre Karten anheften und für besonders positiv bewertete Inhalte „Herzchen“ verteilen. Das Ergebnis ist nachfolgend dargestellt.

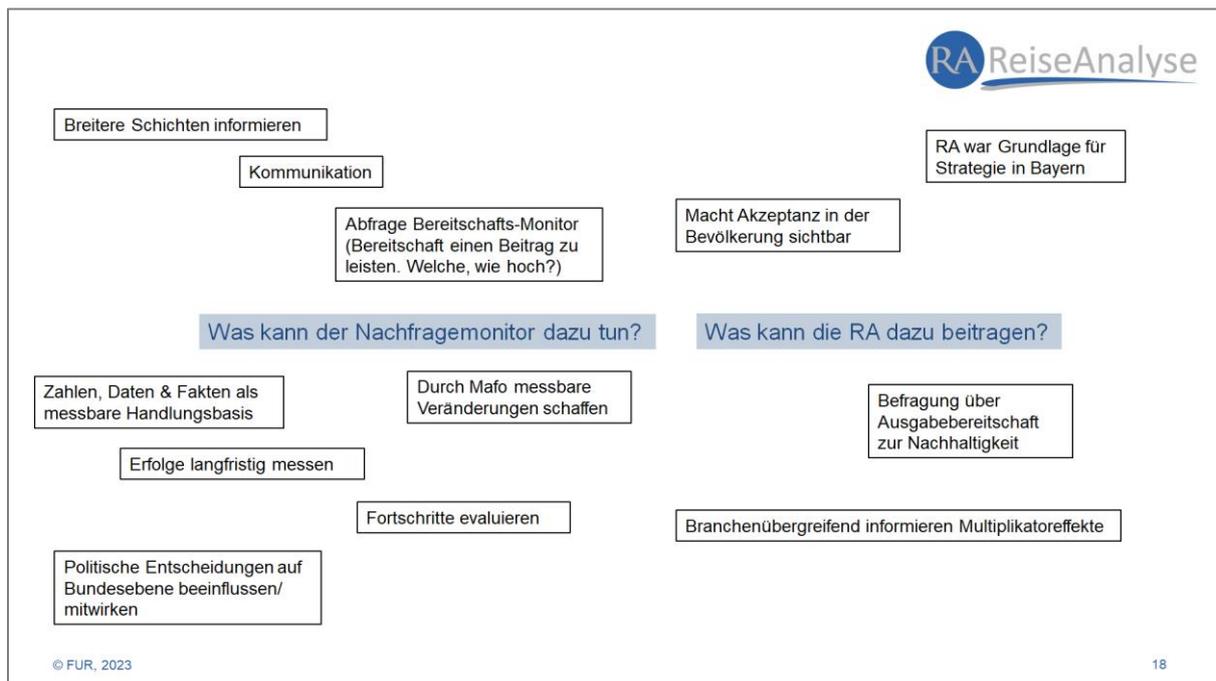
### Der Weg:



### Die Werkzeuge:



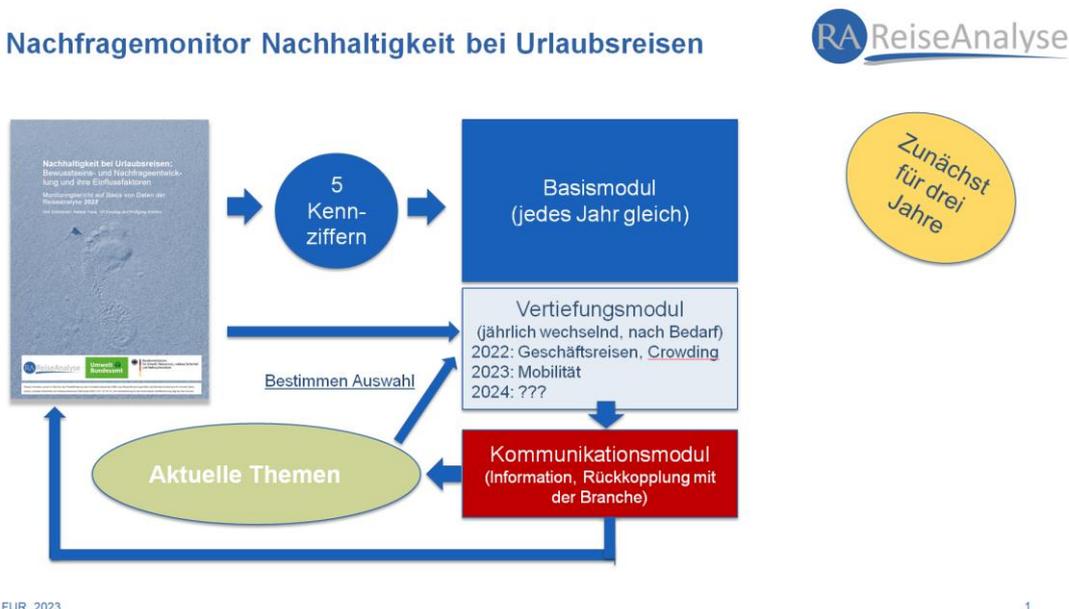
## Was können RA und Nachfragemonitor zur Transformation in Richtung Nachhaltigkeit beitragen?



## Ausblick

Die Rückmeldungen aus der Diskussion fließen nun in die Weiterentwicklung des Nachfragemonitors und die Themenfindung für das Vertiefungsmodul im Monitoringbericht 2024 mit ein. Für den Sommer 2024 ist im Kommunikationsmodul des Projekts ein weiterer ganztägiger Workshop geplant, bei dem gemeinsam Rückschau auf die dann drei Jahre Nachfragemonitor gehalten werden soll, um darauf aufbauend weitere Schritte zum Thema Nachhaltigkeit im Tourismus zu beschreiben.

## Nachfragemonitor Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen



Der nächste Monitoringbericht (2023) mit dem Vertiefungsthema Mobilität wird im Rahmen eines Web-Seminars am **25.09.2023 um 11:00 – 12:30** der Öffentlichkeit vorgestellt.