



Titel: Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Wunsch und Wirklichkeit

Autor: Kreilkamp, Edgar

In: Julian Reif und Bernd Eisenstein (Hrsg.) 2019: Tourismus und Gesellschaft - Kontakte - Konflikte - Konzepte. Erich Schmidt Verlag, Berlin.

Jahr: 2019 **Seiten:** 81-96

Der Autor war bis 2018 Inhaber des Lehrstuhls für Tourismusmanagement an der Leuphana Univ. Lüneburg. Im Rahmen einer Gastprofessur an der Leuphana betreut Prof. Kreilkamp weiterhin ein 2019 vom Bundesministerium für Bildung und Forschung genehmigtes Projekt "Green Tourism" zur Entwicklung eines Modells zur Beurteilung der gesamten Urlaubsreise im Hinblick auf Nachhaltigkeit auf Basis eines einheitlichen Datenstandards.

Kernaussagen

Im Folgenden sind die zentralen Aussagen des Autors aufgeführt.

- Die Nachfrage nach intakter Natur und authentischen Erlebnissen steigt.
- Touristen suchen heute lokale Erfahrungen und Individualität in der Reisegestaltung.
- Wenige Urlauber achten darauf, dass ihre Reise tatsächlich nachhaltig ist.
- Es besteht eine Lücke zwischen Anspruch bzw. Einstellung zu Nachhaltigkeit und dem Handeln: „Attitude-Behaviour-Gap“.
- Zentrale Gesichtspunkte des nachhaltigen Tourismus sind Umweltaspekte und Ressourcenverbrauch.

Im Text werden folgende Definitionen verwendet:

Nachhaltiger Tourismus:

„[...]eine wirtschaftlich tragfähige Entwicklung, die eine gleichbleibende oder sogar wachsende Nachfrage bei geringer oder zumindest gleich hoher Belastung der ökologischen und sozialen Umwelt ermöglicht“ (Schmied et al. 2009, S. 23).

Nachhaltige Tourismusedwicklung:

[...] versucht, die Tourismus-Wirkungen in ihrer negativen Form (Risiken) zu reduzieren bzw. in ihrer positiven Form (Chancen) zu verstärken.

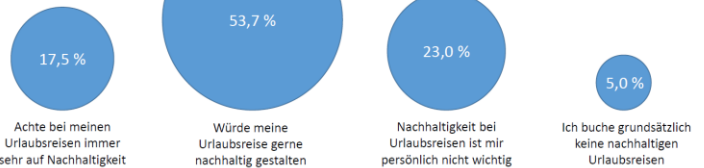
Studienergebnisse: Bedeutung der Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen

53,7% der Befragten haben **die Absicht** ihre Urlaubsreise nachhaltig zu gestalten.

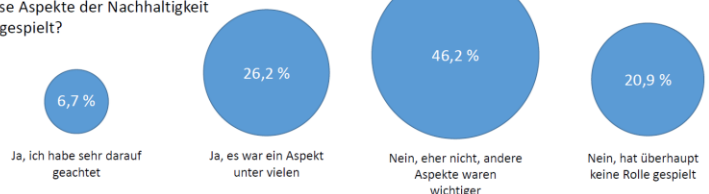
6,7% **haben tatsächlich** bei der Planung der Reise sehr auf Aspekte der Nachhaltigkeit geachtet.

Die Ergebnisse zeigen das Auseinanderfallen von Einstellung und Verhalten („Attitude-Behaviour-Gap“).

Welcher dieser Aussagen zum nachhaltigen Tourismus stimmen Sie generell?



Haben bei der Planung Ihrer Urlaubsreise Aspekte der Nachhaltigkeit eine Rolle gespielt?



Der Beitrag nennt vier Aspekte, die für Touristen in Bezug zur Nachhaltigkeit wichtig sind:

- Menschenrechte und lokale Arbeitskräfte
- Flora, Fauna, Landschaft
- regionale Kultur
- wassersparende Maßnahmen

Um die Sichtbarkeit nachhaltiger Angebote zu verbessern werden vom Autor folgende Anregungen gegeben:

- Sensibilisierung/Schulung der Mitarbeitenden in Reisebüros.
- Orientierungshilfen geben, da durch die Vielfalt der Label Verwirrung besteht (Die durchschnittliche Bekanntheit der über 800 touristischen Gütesiegel liegt bei 4,7%).

Im Text werden folgende Buchungshürden in Bezug auf nachhaltige Reisen genannt:

- Angst vor zusätzlichen Kosten
- Befürchtung, Urlaubswünsche würden nicht erfüllt
- Mangelnde einheitliche Kennzeichnung
- Unwissenheit über Labels und deren Glaubwürdigkeit

Lösungsansätze

Der Autor sieht Lösungsansätze im Bereich der Kennzeichnung der Angebote, der Information der Urlauber sowie der Kundenansprache. Er benennt dabei folgende Aspekte:

- Zentrale Datenbank aller zertifizierter Angebote nach den Richtlinien der Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Branchenlösung ist anzustreben.
- Es ist wichtig, auf eine emotionale Ansprache zu setzen und eine Wiedererkennung sicherzustellen.
- Qualitative Vorteile kommunizieren, nicht Verbote, Regeln und Einschränkungen. Für den Gast ist die Glaubwürdigkeit der Siegel entscheidend.

Abstract des Artikels

Der Reisemarkt boomt und auch die Nachfrage nach intakter Natur und authentischen Erlebnissen steigt. Aber nur wenige Urlauber achten darauf, dass ihre Reise auch nachhaltig ist. Sie nutzen Landschaft und Natur, denken wenig darüber nach, unter welchen Bedingungen die Menschen in den Urlaubsgebieten leben und erwarten preiswerte Flüge und Reisen ohne Rücksicht auf die Folgen für den Klimawandel. Um Gründe für den mangelnden Absatz nachhaltiger Reisen identifizieren und Lösungsvorschläge implementieren zu können, bedarf es repräsentativer Consumer Insights potenzieller Reisekäufer. Im Rahmen des Projektes "Green Travel Transformation" wurde eine repräsentative Ad-hoc-Studie mittels Online-Panel mit einer Stichprobe von ca. 2.000 Personen durchgeführt. Sie gibt Auskunft über Wünsche, Erwartungen und Verhaltensweisen in Bezug auf das nachhaltige Reiseverhalten der Deutschen. Während 17,5% der Bevölkerung angaben, dass sie bei Urlaubsreisen sehr auf Nachhaltigkeit achten und weitere 53,7%, dass sie gerne ihre Urlaubsreise nachhaltig gestalten würden, haben konkret bei ihrer letzten Urlaubsreise nur 6,7% sehr auf Nachhaltigkeit geachtet, bei weiteren 26,2% war es ein Aspekt unter vielen. Die Lücke zwischen Anspruch bzw. Einstellung und Handeln wird in der wissenschaftlichen Diskussion intensiv unter dem Stichwort "Attitude-Behaviour-Gap" diskutiert. Ziel muss es sein, auf Basis einer genauen Kenntnis gesellschaftlicher Veränderungen und differenzierter Consumer Insights Strategien für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus zu entwickeln.