

Abschlussbericht

Klimaneutralität und Klimaanpassung im Bayerischen Beherbergungswesen (KLIBAB)

Dr. Niklas Völkening

Augsburg, Februar 2024

Umsetzung:

Lehrstuhl für Humangeographie und Transformationsforschung
Institut für Geographie
Universität Augsburg
Alter Postweg 118, 86159 Augsburg

Gefördert durch:

Bayerisches Zentrum für Tourismus e.V.
Wiesstraße 13a, 87435 Kempten

Projektleitung:

Dr. Niklas Völkening

Projektmitarbeit:

Teresa Bufler, Tim Hüttinger, Theresa Schwark

In Kooperation mit:

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.
eza! - Energie- & Umweltzentrum Allgäu
ProAllgäu GmbH & Co.KG
Regio Augsburg Tourismus GmbH

Gender-Hinweis:

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Bericht das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten – sofern nicht anders angegeben –

gleichermaßen

für

alle

Geschlechter.

Management Summary

Der Klimawandel beeinflusst den Tourismus in Bayern bereits heute und wird dies künftig in noch stärkerem Maße tun. Wie stark und wie schädlich dieser Einfluss ausfallen wird, und wie resilient der bayerische Tourismus gegenüber dem Klimawandel ist, hängt auch von der Branche selbst ab. So kann einerseits das Ausmaß des Klimawandels durch klimaneutrale Tourismus-Angebote gemindert werden. Andererseits kann durch Anpassungsmaßnahmen die Klimaresilienz des bayerischen Tourismus gestärkt werden, so dass die Branche z. B. auf Temperaturanstiege, vermehrte Extremwetterereignisse oder geringere Schneesicherheit vorbereitet ist.

Klimaneutralität und Klimaanpassung sollten somit aus zwei Gründen weit oben auf der Branchenagenda stehen – zum einen aus der sozialökologischen Verantwortung der Branche heraus, zum anderen aus intrinsischen Gründen. Die Ziele – Klimaneutralität und Klimaanpassung – scheinen klar zu sein (und sind zudem politisch vorgegeben), wohingegen die Umsetzung der skizzierten Transformation zu Klimaneutralität und Klimaanpassung stockt.

Am Beispiel des Beherbergungswesens untersuchte das KLIBAB-Projekt daher, welche Hemmnisse der Transformation des bayerischen Tourismus hin zu Klimaneutralität und Klimaanpassung entgegenstehen. In einem Mixed-Methods-Ansatz wurden hierzu zunächst in qualitativen, leitfadengestützten Interviews (n=26) die unterschiedlichen Dimensionen möglicher Transformationshemmnisse herausgearbeitet. Diese wurden mittels standardisierter Befragung (online; n=666) quantifiziert, um häufige bzw. gewichtige Hemmnisse zu identifizieren.

Im Ergebnis zeigt sich enormer Aufholbedarf für viele Beherbergungsbetriebe in Bezug auf Klimaneutralität und -anpassung. Oftmals wird dem Klimawandel als bearbeitungswürdige Herausforderung nur nachrangig Aufmerksamkeit beigemessen. Dabei ist Aufmerksamkeit für die Notwendigkeit zu Handeln unabdingbar und sollte gezielt gebildet werden. Zudem sind sich viele Gastgeber unsicher, wie sie Klimaschutz konkret umsetzen können, mit welchem Aufwand dies verbunden ist und auf welche Unterstützung sie zurückgreifen können.

Für Tourismuswirtschaft, Politik, Forschung und Reisende leitet sich hieraus die Notwendigkeit konzertierten und entschlossenen Handelns ab. Es gilt, passende Beratungs-, Schulungs- und Finanzierungsangebote zu schaffen und diese den Beherbergungsbetrieben schlüssig zu vermitteln. Gäste müssen sich ihres Einflusses bewusstwerden und für Klima- und Umweltschutz sensibilisiert werden – gerade im Urlaub. All dies darf nicht mit moralisch erhobenem

Zeigefinger geschehen, sondern auf kooperative, gleichberechtigte und wertschätzende Weise. Denn, auch das zeigt die Untersuchung: Tourismus und Klima sind nicht nur ökonomisch und sozialökologisch von Belang, sondern zugleich stark emotionalisiert.

Inhalt

Management Summary	IV
Abbildungsverzeichnis	VII
Tabellenverzeichnis.....	VII
1 Stand der Forschung.....	1
1.1 Notwendigkeit des klimabewussten Handelns im Tourismus.....	1
1.2 Klimaneutralität und Dekarbonisierung im Tourismus.....	3
1.3 Tourismus und Klimaanpassung	5
1.4 Transformation	5
1.5 Forschungsfragen und -ziele	7
2 Durchgeführtes Arbeitsprogramm.....	8
2.1 Beschreibung der Stichproben und allgemeine Erkenntnisse	9
2.2 Transformationshemmnisse für das bayerischer Beherbergungswesens	15
2.3 Hemmnisse überwinden – aber wie?.....	23
2.4 Governance-Strukturen und Verantwortung	28
2.5 Übertragbarkeit auf andere touristische Segmente.....	30
3 Projektbezogene Publikationen, Präsentationen und Vorträge	31
4 Anwendungsbezug und praktischer Erkenntnisgewinn	32
Literaturverzeichnis.....	34
Anhang	36
A Leitfaden zu den qualitativen Interviews	36
B Übersicht der Interviewpartnerinnen und -partner (qualitative Interviews).....	37

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bewertung der Betroffenheit durch den Klimawandel.	13
Abbildung 2: Zieljahre für Klimaneutralität in den Betrieben.	14
Abbildung 3: Derzeitige Herausforderungen für Beherbergungsbetriebe.	15
Abbildung 4: Die Betriebe betreffende Hemmnisse.	16
Abbildung 5: Anzahl durchgeführter Maßnahmen für Klimaschutz und Klimaneutralität.	24
Abbildung 6: Nennungen bereits durchgeführter Maßnahmen für Klimaschutz und Klimaanpassung.	25
Abbildung 7: Vereinfachtes Modell zur Überwindung von Transformationshemmnissen.	26
Abbildung 8: Kenntnis über Emissionen des eigenen Betriebs.	27
Abbildung 9: Klimaverantwortliche im Betrieb.....	28
Abbildung 10: Angaben zur Frage „Wer ist Ihrer Ansicht nach hauptsächlich für Klimaschutz im Tourismus verantwortlich?“	29

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Art der Beherbergungsbetriebe in der quantitativen Stichprobe.	11
Tabelle 2: Interviewpartner qualitative Interviews	37

1 Stand der Forschung

Der Klimawandel schreitet stetig voran. Laut IPCC (2021) stiegen die Temperaturen auf der Erde bereits um 1,2°C gegenüber dem vorindustriellen Zeitalter. Der Tourismus ist global für ca. 8% der Treibhausgasemissionen verantwortlich, wobei Deutschland die dritthöchsten Emissionen aufweist (Lenzen et al. 2018:523). Beherbergungsbetriebe sind für rund 20% der Treibhausgasemissionen im Tourismus verantwortlich (Matzarakis, Lohmann 2017). Gössling, Lund-Durlacher et al. (2021) schreiben Beherbergungsbetrieben einen „wesentlichen Teil“ touristischer Treibhausgasemissionen zu. Gössling und Peeters (2015) schätzen, dass im Durchschnitt 14 kg CO₂ je Übernachtung emittiert werden – ohne Berücksichtigung gastronomischer Angebote¹. Der Großteil der im Tourismus verursachten Treibhausgasemissionen resultiert aus der Verbrennung fossiler Brennstoffe, aus Landnutzungsänderungen und der Tierhaltung für die Nahrungsmittelerzeugung (Lenzen et al. 2018:523).

Die Menge der im Tourismus emittierten Treibhausgase hängt im Wesentlichen von zwei gegenläufigen Faktoren ab: Der (wachsenden) Nachfrage nach touristischen Gütern und Dienstleistungen und deren (sinkende) Treibhausgasintensität (Malik et al. 2016). Dabei wächst die touristische Nachfrage schneller als ihre Treibhausgasintensität sinkt (Peeters et al. 2016). In der Folge steigen die im Tourismus verursachten Treibhausgasemissionen netto jährlich um 3,3% (Zeitraum 2009–2013; Lenzen et al. 2018:524). Bei der Bilanzierung touristischer Treibhausgasemissionen ist dessen gesamte Wertschöpfungskette zu betrachten (Gössling, Peeters 2015:642). Jedoch existiert keine entsprechende Datengrundlage bzw. ist diese aufgrund der vielfältigen sektoralen Verflechtungen des Tourismus schwierig zu erstellen (Day et al. 2021). Daher schlagen Karthe et al. (2021:329) die Nutzung des Ressourcen-Nexus-Ansatzes vor.

1.1 Notwendigkeit des klimabewussten Handelns im Tourismus

Der Klimawandel ist unabwendbar. Es besteht wissenschaftliche Einigkeit dahingehend, dass die Dekade der 2020er Jahre entscheidend dafür ist, wie stark die Erdatmosphäre sich aufheizen wird und wie gravierend die Klimafolgen sein werden. Auch Regierungen, Gesellschaften und die Wirtschaft entwickeln zunehmend ein Verständnis für die Dringlichkeit entsprechender Maßnahmen (Scott, Gössling 2022a:2). Diese Maßnahmen zielen einerseits auf die Ab-

¹ Auf Bayern hochgerechnet bedeutet dies rund 850.000 t CO₂, die durch die knapp 61 Mio. Gästeübernachtungen im Jahr 2021 (Bayerisches Landesamt für Statistik 2022:6) emittiert wurden.

milderung der Klimaerwärmung (Mitigation), andererseits auf die Anpassung an Klimafolgen und -risiken (Adaptation) ab. Scott und Gössling (2022a:5) stellen jedoch fest, dass der Klimawandel und seine Bewältigung im Tourismus bislang nicht die Aufmerksamkeit erfahren, die geboten wäre. Diese Aufmerksamkeit ergibt sich aus zwei Motivationen:

Die erste Motivation liegt in der Verantwortung des Tourismus (Ma, Kirilenko 2020): So steht der Anstieg der Treibhausgasemissionen im Tourismus in Kontrast zu deren eigentlich notwendiger jährlichen Reduktion von 3-6% (Peeters, Dubois 2010:454). Der Tourismus trägt zur Klimaerwärmung bei, statt ihr entgegenzuwirken. Auch für die Tourismuswissenschaft ist eine intensivere Auseinandersetzung mit dem Klimawandel angeraten: So fordern Bramwell et al. (2017), dass sich die Tourismuswissenschaft stärker gesellschaftlichen Kernherausforderungen zuwenden sollte, um über tourismuswissenschaftliche Diskurse hinaus Bedeutung zu gewinnen. Ferner sieht das WTTC (2015:5) für den Tourismus die Notwendigkeit, den Klimawandel bis 2035 in seine Arbeits- und Strategieprozesse zu integrieren. Auch Becken und Loehr (2022:3) sehen weitreichende Veränderungen im Tourismus als essenziell an, um die Sustainable Development Goals (SDGs) zu erreichen. Nur so kann die Transformation zu einer postfossilen Ökonomie ermöglicht und können Klimarisiken für den Tourismus reduziert werden.

Dies führt zur zweiten Motivation des Tourismus: Bereits jetzt hat der Klimawandel erheblichen Einfluss auf touristische Investitionen sowie Planung, Nachfrage und Strategien im Gastgewerbe (Ma, Kirilenko 2020). Besonders der Tourismus reagiert sensibel auf die Folgen des Klimawandels (Dogru et al. 2019). Entsprechend fordern Koens et al. (2019), dass im Tourismus mehr Aufmerksamkeit auf ökologische Probleme² gerichtet werden sollte. Hierzu zählt, sich mit Hemmnissen der Transformation hin zu einem klimaverträglichen Tourismus auseinanderzusetzen. Auch Aall und Koens (2019:8) fordern, die Herausforderungen durch den Klimawandel aktiv anzugehen, denn Destinationen verändern sich unter dem Einfluss des Klimawandels enorm! So ist in Mitteleuropa zu erwarten, dass Standorte bis zum Jahr 2050 die klimatischen Bedingungen aufweisen werden, die heute 1.000 km südlich liegen (Bastin et al. 2019). Für Augsburg bedeutet dies im Jahr 2050 ein Klima des heutigen Roms.

Der Tourismus scheint jedoch unzureichend auf die Herausforderungen des Klimawandels vorbereitet. Wie Scott (2021:1) feststellt: “the past 30 years has not prepared the [tourism] sector for the next 30 years of accelerating climate change impacts and the transformation to a decarbonized global economy.” Auch für die klimatischen Disruptionen, die im Verlauf der

² Beispielhaft nennen die Autoren Luftqualität und Lärm im urbanen Tourismus.

kommenden Dekaden Einfluss auf den Tourismus nehmen werden, ist die Branche weitgehend nicht gerüstet (Scott, Gössling 2022a:10). Klimaschutz und Klimaanpassung müssen an Gewicht gewinnen. Die Transformation zu einem klimaneutralen Tourismus ist dabei keine „kann“-Option: Vielmehr stellt die Reduzierung der Treibhausgasemissionen ein Erfordernis dar, das von Regierungen und Investoren eingefordert wird (Scott, Gössling 2022a:2). So haben sich die G7-Staaten darauf verständigt, Berichte über Klimawandelrisiken zukünftig verpflichtend zu machen (Rice et al. 2021:14). Der Tourismus sollte sich früh und umfassend darauf vorbereiten, auch um die ESG-Kriterien zu erfüllen (Ionescu et al. 2019).

Es gibt bereits Ansätze, mit denen Treibhausgasemissionen im Tourismus reduziert werden sollen. Diese werden jedoch oft als unzureichend bewertet. Bereits 2008 empfahl die UNWTO (2008) zwei Strategien zur Mitigation des Klimawandels, die Lenzen et al. (2018:526) als gescheitert bewerten: Zum einen sollten Reisende über kürzere Distanzen verreisen und öffentliche Verkehrsmittel nutzen. Jedoch verhallen Appelle an Touristen, nachhaltig zu reisen, oft ungehört (Peeters, Dubois 2010:455–456). Zum anderen sollten Tourismusanbieter ihre Energie- und Treibhausgas-Effizienz steigern. Auch blieb der Beitrag verbesserter und effizienterer Technologien zur Reduktion von Treibhausgasen bislang deutlich hinter den Erwartungen zurück (Lenzen et al. 2018:525; Sun et al. 2020:2).

Die Notwendigkeit der Reaktion auf den Klimawandel ist im Tourismus allgemein akzeptiert. Wissen hierzu existiert (Loehr, Becken 2021), die Umsetzung in der Praxis erweist sich aber als problematisch. Auch Gössling (2021) resümiert, dass die Aufmerksamkeit für Klimafragen zugenommen habe, die Ziele klar seien und nun Taten folgen müssten. Entsprechende anwendungsorientierte Forschungsergebnisse werden nicht oder nur unzureichend umgesetzt (Scott, Gössling 2022b). Es liegt die Frage nahe: Warum? Die Hemmnisse für die Implementierung wirksamer Maßnahmen zum Klimaschutz und zur Dekarbonisierung im Tourismus herauszuarbeiten, stellt die zentrale Zielsetzung des KLIBAB-Projektes dar. Im Folgenden werden die beiden wesentlichen Aufgaben zur Reduzierung von Klimarisiken im Tourismus vorgestellt: Dekarbonisierung (Klimaneutralität) und Klimaanpassung (Scott 2021).

1.2 Klimaneutralität und Dekarbonisierung im Tourismus

Der IPCC (2021) fordert, die Emissionen klimawirksamer Gase bis 2030 zu halbieren und bis 2050 ganz einzustellen. Der Tourismus ist verantwortlich, diese Zielsetzung zu erreichen. Bayern soll bis zum Jahr 2040 Klimaneutralität erreichen. Hierfür werden bis 2040 insgesamt 22 Mrd. Euro zur Verfügung gestellt (Bayerische Staatsregierung 2021). Die Dekarbonisierung der Wirtschaft ist eine der einflussreichsten Transformationen in der Menschheitsge-

schichte (Scott, Gössling 2022a:2). Dabei sollte die Dekarbonisierung des Tourismus nicht als aufoktroyierte Maßnahme gesehen werden, sondern liegt im wirtschaftlichen Interesse des Tourismus.

Viele Reisende achten verstärkt darauf, wie Destinationen mit ihrer Klima-Verantwortung umgehen. Kreilkamp (2011:207–208) ist überzeugt: „klimabewusstes Verhalten wird zu einem Qualitätskriterium von Destinationen“. Die Generationen Y und Z zeigen sowohl umwelt- als auch reiseaffines Verhalten, wobei dem Reisen Priorität zugesprochen wird (Zimmer et al. 2022:99). Die „jungen“ Generationen sind tendenziell bereit, mehr Geld für klimafreundliches Reisen auszugeben (Zimmer et al. 2022:99). Dies können Destinationen nutzen, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Hierzu muss ein klimafreundliches Angebot zu (annähernd) gleichen Preisen geschaffen werden. Auch Mailer et al. (2019:226) stellen fest, dass sowohl Tourismus-Stakeholder als auch Touristen bereit sind, Dekarbonisierungsmaßnahmen mitzutragen.

Die Dekarbonisierung des Tourismus ist erwünscht und spielt für alle gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Akteure eine wichtige Rolle. Der Verzicht auf Tourismus ist dabei keine Lösung. Vielmehr müssen Strukturen und Angebote angepasst und an den Erfordernissen der Dekarbonisierung ausgerichtet werden. Offen ist jedoch, welcher Weg zur Klimaneutralität zu klimaresilientem Tourismus führt (Gössling, Scott 2018; Scott, Gössling 2022c). Dekarbonisierung im Tourismus entfaltet zudem Wirkung über die Branche hinaus: Aall et al. (2011) zeigen, dass Reisende im Urlaub einfacher neue Gewohnheiten annehmen und diese anschließend in ihren Alltag übernehmen. Somit besteht die Chance, dass der Tourismus auf die Gesellschaft ausstrahlt und zu einem Klimaschutz-Vorbild wird.

Dekarbonisierung ist unerlässlich für Destinationen, unabhängig davon, welches Szenario für die Weiterentwicklung des Tourismus tatsächlich eintreten wird (Travalyst 2021:15): In jedem Zukunftsszenario „lohnt“ sich Dekarbonisierung auch ökonomisch. Dies ist eine wichtige Erkenntnis angesichts divergierender Szenarien für die Tourismusedwicklung in Bayern (Bauer et al. 2021). Jedoch mangelt es vielfach an funktionierenden Plänen und Regelwerken, um das Ziel der Dekarbonisierung zu erreichen (Scott, Gössling 2022a:2). Forschungsbedarf besteht hinsichtlich wirksamer Strategien zur Dekarbonisierung sowie in Bezug auf Möglichkeiten, die Dekarbonisierung zielgerichtet für Tourismusedwicklung zu nutzen (Scott, Gössling 2022a:7).

1.3 Tourismus und Klimaanpassung

Klimaanpassung von Destinationen und Tourismusbetrieben ist die zweite Aufgabe, der der bayerische Tourismus gegenübersteht, um auch zukünftig als starker und einflussreicher Wirtschaftszweig bestehen zu können. Klimaanpassungsmaßnahmen können dazu beitragen, das klimabedingte Ausbleiben von Gästen abzumildern (Bischof et al. 2017:242). Auch Witting et al. (2021:119) fordern Destinationen auf, sich aktiv auf die Herausforderungen des Klimawandels vorzubereiten. Hierbei müssen die Bedürfnisse der Gäste stets im Blick behalten werden. Unabhängig von der Klimafreundlichkeit einer Destination beeinflusst der Klimawandel Reiseentscheidungen. Bischof et al. (2017:237–239) konnten verschiedene Typen von Touristen identifizieren, die mit unterschiedlichen Strategien auf Folgen des Klimawandels reagieren.

Peeters und Dubois (2010:456) gingen bereits vor zwölf Jahren davon aus, dass die Transformation des Tourismus hin zu Klimaneutralität und Klimaanpassung weder politisch noch gesellschaftlich einfach zu erreichen sei. Zugleich stellten sie in Aussicht, dass die Akzeptanz tiefgreifender Transformationen zunehmen wird (Peeters, Dubois 2010:456). Scott und Gössling (2022a:8) weisen auf den Forschungsbedarf hinsichtlich der Treiber und Hemmnisse von Adaptation hin. Diese müssen adressiert werden, um die klimafreundliche Transformation des bayerischen Tourismus auch ökonomisch tragbar zu gestalten.

1.4 Transformation

Transformation ist im KLIBAB-Projekt ein Analyseraster, das dabei hilft, mögliche (strukturelle) Hemmnisse bzw. Defizite im Zusammenspiel aus Politik, Tourismuswirtschaft, Gesellschaft, Wissenschaft und Umwelt zu identifizieren und zu bearbeiten (Heyen et al. 2018) und letztlich zum Erreichen eines klimaneutralen, klimaangepassten und wirtschaftlich erfolgreichen bayerischen Tourismus beizutragen.

Scott und Gössling (2022a:5) kritisieren, dass viele tourismuswissenschaftliche Veröffentlichungen sich bislang auf zwei Folgen des Klimawandels konzentrieren: 1) Die Folgen der Transformation hin zu klimaneutralem Tourismus; 2) die Folgen des Klimawandels für den Tourismus. Effektive anwendungsorientierte Forschung muss jedoch die Kombination beider betrachten. Dennoch wird oftmals eine Dichotomie hergestellt. Das KLIBAB-Projekt möchte dazu beitragen, diese Trennung zu überwinden und Klimaneutralität und Klimaanpassung in Destinationen gemeinsam zu betrachten. Diese Transformation ist explizit als Chance zu verstehen, analog zur Betrachtung der COVID-19-Pandemie durch Bauer et al. (2022:6–7): Sie

verstehen die Krise als „einmalige Chance, ein Umdenken des gegenwärtigen touristischen Verständnisses inklusive seiner überholten Konzepte“ zu forcieren.

Die Transformationsforschung hat eine Fülle an Theorien hervorgebracht (Feola 2015). Für das KLIBAB-Projekt sind Treiber und Hemmnisse von Transformationsprozessen zentral. Zu den wichtigsten Treibern gehören Innovationen und Visionen von Zukunft (Folke et al. 2021) sowie Krisen, die häufig sog. „windows of opportunity“ [Gelegenheitsfenster] öffnen (Kristof 2020). Weitere Treiber von Nachhaltigkeitstransformationen sind finanzielle Anreize und Mechanismen sowie die Förderung von Forschung und Entwicklung (Mazzucato, Kettel 2020); auch angemessene (digitaler) Infrastrukturen sind notwendig, ebenso wie Capacity Building. Grundsätzlich sind passgenaue Werkzeuge und Maßnahmen notwendig, die auf Branchenbedürfnisse und -eigenheiten abzielen. Daneben diskutieren Habicher et al. (2021:153) Design Thinking als produktiven Ansatz zur sozialökologischen Transformation von KMUs. Die Übertragung auf das oft kleinbetriebliche Beherbergungswesen in Bayern scheint vielversprechend.

Higgins-Desbiolles (2006) hofft, dass Tourismus positiv zur sozialökologischen Transformation beitragen kann. Offen ist jedoch, ob die Transformation des Tourismus in inkrementellen Schritten oder als radikale Transformation abläuft. Die Antwort hängt von mehreren Faktoren ab, zunächst von der Veränderungsbereitschaft der Tourismusakteure und von politischen Vorgaben. Peeters und Dubois (2010:455) sind überzeugt, dass ohne radikale Transformation kein Tourismus möglich sein wird, der die Erreichung der Klimaziele bis 2050 ermöglicht. Zugleich weisen Scott und Gössling (2022a:10) darauf hin, dass nachhaltiger Tourismus nur denkbar ist, wenn Tourismusakteure den Klimawandel angemessen und bedarfsorientiert adressieren.

Erschwert wird die Transformation des Tourismus hin zu Klimaneutralität und -anpassung durch Hemmnisse. Diese sind derzeit nicht genau bekannt und sollen im Verlauf des KLIBAB-Projektes herausgearbeitet werden. Grundsätzlich werden Pfadabhängigkeiten, bremsende Akteure oder die kurzfristige Orientierung von Akteuren genannt (Kristof 2020). Auch ungenaue Aufgabendefinitionen der handelnden und Akteure und ihrer Verantwortlichkeitsbereiche kann Transformation hemmen. Lalicic und Önder (2018) beklagen mit Fokus auf den Tourismus, dass oft Informationen fehlen oder nicht ausreichend geteilt werden³.

³ Als Lösung werden Smart Tourism-Ansätze vorgeschlagen, durch die Daten allen relevanten Akteuren sogar in Echtzeit zur Verfügung gestellt werden könnten (Lalicic, Önder 2018).

Weitere Hemmnisse für klimabewusste Transformationen können laut Gössling et al. (2017) konträre politische Interessen, falsche Investitionsanreize und Subventionssysteme oder Lobbyismus sein. Zudem können Rahmenbedingungen schwierig sein, z. B. fehlende Handwerker, um Passivhaus-Standards umzusetzen. Fundamental ist dagegen die Haltung von Dickinson et al. (2010): Sie gehen davon aus, dass bestehende Strukturen im Tourismus eine nachhaltigkeitsorientierte Transformation verhindern. Ähnlich argumentieren Becken und Loehr (2022).

In der Synopse zeigt sich, dass eine Vielzahl an Treibern und Hemmnissen die Transformation des bayerischen Tourismus hin zu Klimaneutralität und Klimaanpassung beeinflussen kann (Scoones et al. 2020). Welche von ihnen aber *tatsächlich* hemmend wirken, ist unbekannt und muss für eine zielgerichtete Bearbeitung herausgearbeitet werden. Nach Boluk et al. (2019) sollte die Transformation zu Klimaneutralität im Tourismus kritisch und selbstreflexiv geschehen – hierbei möchte das KLIBAB-Projekt die bayerischen Beherbergungsbetriebe begleiten.

1.5 Forschungsfragen und -ziele

Die Zielsetzungen des KLIBAB-Projektes leiten sich aus dem dargelegten Stand der Forschung, ökonomischen Erfordernissen, klimapolitischen Zielvorgaben, gesellschaftlicher Erwartungshaltung sowie ökologischen Notwendigkeiten ab. Das wesentliche Projektziel besteht in der Identifikation von Hemmnissen für die Transformation des bayerischen Tourismus hin zu Klimaneutralität und Klimaanpassung. Mit den Erkenntnissen aus dem Projekt soll der bayerische Tourismus und insbesondere das Beherbergungswesen auf dem Weg zu Klimaneutralität und -anpassung unterstützt werden. Neben den gesamtgesellschaftlichen Klimazielen soll auf diesem Wege die Wettbewerbsfähigkeit des Bayerischen Tourismus bewahrt und klimaresilient gemacht werden.

Die zentralen **Forschungsfragen** des Projektes lauten:

- 1) Was sind Hemmnisse für die Transformation des Beherbergungswesens in Bayern hin zu Klimaneutralität und Klimaanpassung?
- 2) Wie können diese Hemmnisse überwunden werden und von welchen Akteuren sind hierzu welche Schritte notwendig?
- 3) Welche Governance-Strukturen fördern bzw. hemmen die Transformation des Beherbergungswesens in Bayern hin zu Klimaneutralität und Klimaanpassung?
- 4) Inwiefern lassen sich die Erkenntnisse für das Beherbergungswesen auf weitere touristische Segmente in Bayern übertragen?

In der Vergangenheit konzentrierte sich die deutschsprachige Tourismusforschung in Bezug auf den Klimawandel vor allem auf dessen Auswirkungen auf die Anbieterseite. Bischof et al. (2017) nehmen einen Perspektivwechsel vor und betrachten die Nachfrageseite – und das KLIBAB-Projekt vollzieht einen abermaligen Perspektivwechsel: so wird zwar auch untersucht, wie sich der Klimawandel auf das bayerische Beherbergungswesen auswirkt, darüber hinaus geht es aber vielmehr um den Beitrag, den der Tourismus zur Mitigation des Klimawandels leisten kann. Aus wissenschaftlicher Perspektive zielt das KLIBAB-Projekt auf Erkenntnisse über die Transformativität und Dynamik touristischer Systeme ab. Entsprechend geben Becken und Loehr (2022:17) als zentrale touristische Fragestellung der kommenden Jahre aus, wie globale Agenden mit nationalen bzw. regionalen Tourismuspolitiken und den autonomen Entscheidungsprozessen auf Ebene der Destinationen in Einklang gebracht werden können. Auch Klimaneutralität und Klimaanpassung sind solche zentralen globalen Zielsetzungen.

Sharpley (2020) fordert die Tourismuswissenschaft eindringlich auf, die Lücke zwischen theoretischem Wissen über notwendige Handlungen und tatsächlich implementierten Maßnahmen zu schließen. Das KLIBAB-Projekt soll dabei helfen, indem Hindernisse für die Transformation des bayerischen Tourismus hin zu einem klimaneutralen, zukunftsfähigen, nachhaltigen und erfolgreichen Wirtschaftszweig identifiziert werden, sodass diese Hindernisse in nachgelagerten Schritten abgebaut werden können.

Um dieses Ziel zu erreichen, hat das KLIBAB-Projekt neben seinen wissenschaftlichen Zielsetzungen eine dezidierte Anwendungsorientierung. Die Frage, welche Hürden abgebaut werden müssen oder sollten, damit der Tourismus in Bayern klimaneutral werden kann, ist weit über den akademischen Diskurs hinaus von Bedeutung. So fordert der DEHOGA Bayern gemeinsam mit der Vereinigung der bayerischen Wirtschaft (DEHOGA Bayern, vbw 2021) von der Politik, „Klimaanpassungsstrategien [zu] stärken und [zu] fördern“. Dieser Forderung ist zuzustimmen, daher soll sie mit Erkenntnissen über Hemmnisse aktueller und zukünftiger Transformationen im Tourismus unterstützt werden.

2 Durchgeführtes Arbeitsprogramm

Da zum Forschungsgegenstand bislang nur wenige Erkenntnisse vorliegen, wurde ein exploratives, vorrangig induktives Forschungsdesign gewählt. Methodisch wurde ein sequenzieller Mixed-Methods-Ansatz verfolgt, um die Vorteile qualitativer und quantitativer Erhebungsmethoden zu nutzen und zugleich einige ihrer Schwächen zu vermeiden (Kuckartz 2014).

Bei der Forschung zu den Folgen des Klimawandel sowie zu angemessenen Mitigations- und Adaptationsmaßnahmen warnt Kreilkamp (2011:204) vor pauschalen Globalaussagen. Er rät stattdessen zu differenzierten Betrachtungen auf Destinationsebene. Becken und Kaur (2021) stellen fest, dass es bei der Betrachtung von Entscheidungsstrukturen auf Ebene einzelner Destinationen von großer Wichtigkeit ist, lokale Kontexte, Werte und Akteure zu berücksichtigen und in die Analyse einfließen zu lassen. Um dieser Erfordernis Rechnung zu tragen, folgte das KLIBAB-Projekt dem Extended Case Study-Ansatz (Burawoy 1988).

Tatsächlich sind aufgrund der großen Heterogenität von Destinationen in Bezug auf ihre Betroffenheit vom Klimawandel, ihre wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und ihre gesellschaftlichen Grundlagen sowie politischen Strukturen pauschale Lösungen und Strategien für Klimaneutralität und -anpassung seriös nur schwer zu leisten. Aus diesem Grund wurden im KLIBAB-Projekt die grundlegenden Hemmnisse für die klimaneutrale und klimaangepasste Transformation des Tourismus in Bayern zunächst anhand zweier exemplarischer Destinationen herausgearbeitet: Der Stadt Augsburg und dem Allgäu. Diese beiden Destinationen stellten die Untersuchungsräume für die qualitative Erhebung dar, während die anschließende quantitative Erhebung Beherbergungsbetriebe aus ganz Bayern fokussierte.

Der ursprünglich skizzierte Projektablauf wurde in seiner Abfolge weitgehend eingehalten. Zeitlich kam es zu einer Verzögerung von rund zwei Monaten, da das Projekt während der zweimonatigen Elternzeit des Projektleiters pausierte. Die einzige nennenswerte Abweichung vom Projektplan stellen die bislang nicht durchgeführten Workshops dar. Diese sollen dazu dienen, die Erkenntnisse der qualitativen und quantitativen Erhebungen den relevanten Stakeholdern vorzustellen und mit ihnen zu diskutieren. Anschließend werden mittels der World-Café-Methode (Löhr et al. 2020) Ansätze zur Überwindung der identifizierten Transformationshemmnisse auf dem Weg zu Klimaneutralität und Klimaanpassung erarbeitet. Dabei sollen konkrete, praxistaugliche Handlungsempfehlungen abgeleitet werden. Aufgrund der elternzeitbedingten Projektverzögerung wären die Workshops in die Weihnachtszeit 2023 gefallen, weshalb die Praxispartner darum baten, diese auf das Frühjahr zu verschieben. Am 10.04.2024 wird der für Augsburg geplante Workshop im Rahmen der *Hotelrunde* der Regio Augsburg Tourismus GmbH nachgeholt werden. Für den Praxisworkshop im Allgäu wird derzeit noch nach einem Termin gesucht; angedacht ist auch hier das Frühjahr 2024.

2.1 Beschreibung der Stichproben und allgemeine Erkenntnisse

Im Folgenden werden die angewendeten empirischen Methoden knapp vorgestellt, ebenso die jeweils gezogenen Stichproben mit ihren Charakteristika. Der für die qualitativen Interviews

verwendete Leitfaden ist in Anhang B einzusehen, die quantitative Onlineerhebung ist unter der URL <https://arcg.is/099fKf> abrufbar.

Qualitative, leitfadengestützte Interviews

Im Rahmen des KLIBAB-Projektes wurden zunächst qualitative, leitfadengestützte Interviews (Dunn 2021) durchgeführt. Während in Augsburg 15 Interviews stattfanden, wurden im Allgäu elf Gastgeber interviewt; insgesamt wurden 26 qualitative Interviews mit einer Gesamtlänge von 830 Minuten durchgeführt. Tabelle 2 (Anhang C) führt die Interviewpartner in anonymisierter Form auf. Sämtliche Interviews wurden aufgenommen und im Anschluss an die Gespräche Verbatim transkribiert. Obgleich ursprünglich ca. 50 qualitative Interviews geplant waren, wurde bereits nach knapp 20 Gesprächen theoretische Sättigung (Morse 2004) erreicht. Anschließend wurde eine Handvoll weiterer Interviews geführt, um die theoretische Sättigung zu bestätigen – was vollumfänglich gelang.

Die Interviewpartner wurden per theoretischem Sampling ausgewählt (Strübing 2013:116). Dabei wurden ausschließlich Akteure aus dem Beherbergungswesen⁴ interviewt. Die flankierenden Interviews mit (tourismus-)politischen Entscheidungsträgern (n=4) fanden im Anschluss an die Interviews mit den Gastgebern statt. Grund hierfür war, dass diese Interviews zunächst unabhängig von den Kommentaren der im touristischen System beheimateten Akteuren ausgewertet werden sollten. So wurde umgangen, bereits vorherrschende Deutungs- und Erklärungsmuster zu reproduzieren. Stattdessen konnten Kategorien und Erklärungen für Transformationshemmnisse induktiv und ohne (politische) Beeinflussung abgeleitet werden.

Die transkribierten Interviews wurden mittels Qualitativer Inhaltsanalyse (Kuckartz, Rädiker 2022) in MAXQDA ausgewertet. Ziel der Interviews war es, die von den ausgewählten Interviewpartnern wahrgenommenen Hemmnisse der Transformation zu Klimaneutralität und -anpassung sowie ggf. bereits vollzogene Maßnahmen zu erörtern. Wie oft welches Hemmnis genau genannt wurde, war hierbei zweitrangig, da zunächst eine Sammlung der Transformationshemmnisse erstellt wurde, ohne diese nach Bedeutung o.ä. zu gewichten. Die ergänzenden Interviews mit den Experten aus Politik und Verwaltung dienten vornehmlich dazu, die Kontexte der Interviews aus dem Beherbergungswesen besser zu verstehen und mögliche Strategien zur Überwindung der identifizierten Hemmnisse zu diskutieren.

Quantitative, standardisierte Interviews (Onlineerhebung)

⁴ Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde die Heterogenität des Beherbergungswesens berücksichtigt. So wurden von (Groß-)Hotels über Pensionen, Gasthäuser, Ferienwohnungen bis hin zu Campingplätzen vielfältige Betriebsformen der Beherbergung in die Erhebung integriert.

Im Anschluss an die Auswertung der qualitativen Interviews erfolgte die genauere Gewichtung der identifizierten Transformationshemmnisse. Dies geschah per quantitativer, standardisierter Interviews, die in Form einer Onlinebefragung umgesetzt wurden (Mayer 2013). Mittels dieser Erhebung konnten die qualitativ herausgearbeiteten Hemmnisse nach ihrem Einfluss und ihrer Verbreitung aufgegliedert werden. Hierbei wurde unter anderem auf Differenzen zwischen unterschiedlichen Betriebsformen, Betriebsgrößen und räumlichen Unterschieden (z. B. Stadt-Land) geachtet. Im Ergebnis wurde deutlich, welche Transformationshemmnisse welche Beherbergungsbetriebe (welcher Größe und Form) wo und warum treffen – oder auch nicht. Die Erhebung wurde technisch mittels Survey123 (ESRI) realisiert.

Die Stichprobenkonstruktion erfolgte in Abstimmung mit dem DEHOGA, um eine möglichst repräsentative Stichprobe ziehen zu können. Hierbei wurde angestrebt, aus den relevanten Betriebsformen (Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Ferienunterkünfte, Campingplätze) mindestens 370 Antworten zu erhalten. Dieses Ziel konnte deutlich übertroffen werden. Insgesamt beteiligten sich 679 Beherbergungsbetriebe an der Erhebung; nach Ausschluss ungültiger Fälle verblieb ein Stichprobenumfang von n=666 (s. Tabelle 1). Im Anschluss an die Erhebung wurden die Daten bereinigt, formatiert und mittels SPSS statistisch ausgewertet. Zum Einsatz kamen vorrangig uni- und bivariate Auswertungsverfahren.

Tabelle 1: Art der Beherbergungsbetriebe in der quantitativen Stichprobe.

(Mehrfachnennung möglich)

Art des Beherbergungsbetriebs	Anzahl der Rückläufer
Ferienwohnungen/-häuser/-zimmer	303
Hotels und Hotels garni	219
Gasthöfe	97
Bauernhöfe	75
Pensionen	48
Campingplätze	28
Jugendherbergen und Hütten	16
Erholungs- und Ferienheime, Schulungsheime	5
Sonstiger Beherbergungsbetrieb	4

Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Beurteilung der Repräsentativität dieser Stichprobe ist zwischen 1) Beherbergungsbetrieben mit 10 oder mehr Gästebetten sowie Campingplätzen mit 10 oder mehr Stellplätzen und 2) kleineren Beherbergungsbetrieben (i.d.R. Ferienwohnungen, Bauernhöfe mit Vermie-

tung) zu unterscheiden. Das Bayerische Landesamt für Statistik (2024) verzeichnet für Dezember 2023 insgesamt 10.822 geöffnete Beherbergungsbetriebe der Kategorie 1). Die gezogene Stichprobe ist auf dem Konfidenzniveau $\alpha=0,05$ repräsentativ für diese Betriebe (Fehlerspanne 5%). Da Beherbergungsbetriebe mit neun oder weniger Betten statistisch nicht erfasst werden, fällt die Bewertung der Repräsentativität der erhobenen Daten für die Kategorie 2) schwerer. Gemäß Bayern Tourismus Marketing GmbH (2022) gab es im Jahr 2021 insgesamt 2.999 Ferienhäuser, Ferienwohnungen und Ferienzentren in Bayern. Ausgehend von der vorliegenden Teilstichprobe für Ferienwohnungen/-häuser/-zimmer im Umfang von $n=303$ kann auch hier von statistischer Repräsentativität ($\alpha=0,05$; Fehlerspanne 5%) ausgegangen werden – wenngleich sich dies aufgrund der schlechten Datenlage zur Grundgesamtheit nicht nachweisen lässt.

Die Beteiligungsintensität an der quantitativen Erhebung zeigte regionale Unterschiede im Vergleich mit dem tatsächlichen Proporz der Regierungsbezirke: Beherbergungsbetriebe aus Oberbayern (Stichproben-Anteil: 24,4%) und Niederbayern (5,3%) sind – verglichen mit der tatsächlichen Verteilung – unterrepräsentiert (reale Anteile: 34,9% bzw. 13,6%). Währenddessen sind Beherbergungsbetriebe aus der Oberpfalz (9,0%), aus Oberfranken (11,4%), Mittelfranken (15,5%) und Schwaben (27,4%) teils deutlich überrepräsentiert (reale Anteile: 7,4%; 7,2%; 8,3% bzw. 21,0%). Lediglich die Beherbergungsbetriebe aus Unterfranken wurden mit einem Stichprobenanteil von 7,0% (real: 7,7%) in ihrer ‚wahren‘ Dimension gut abgebildet. Die unterschiedlich hohe Beteiligung aus den Regierungsbezirken ist vorrangig mit der praktischen Durchführung der Stichprobenziehung zu erklären: Die Einladungen zur Befragungsteilnahme wurden – neben dem DEHOGA – über die regionalen und lokalen DMOs verteilt. Hierbei zeigten v.a. fränkische und schwäbische DMOs eine hohe Kooperationsbereitschaft, was sich in der relativ hohen Zahl der Rückläufer aus diesen Regierungsbezirken niederschlägt.

Die statistisch berechneten Zusammenhänge zwischen Merkmalen bzw. Unterschiede zwischen Gruppen wurden jeweils dahingehend überprüft, inwiefern der Regionalproporz in der Stichprobe Einfluss auf Signifikanzbewertungen nimmt. Zu diesem Zweck wurden einerseits Gewichtungsvorgaben vorgenommen, um die Stichprobenanteile den tatsächlichen Anteilen anzugleichen. Andererseits wurden, in einem separaten Schritt, Fälle teilrandomisiert aus der Stichprobe ausgeschlossen, bis der ‚echte‘ Verteilungsanteil erreicht war. In beiden Fällen ergaben sich keine wesentlichen Änderungen hinsichtlich der Signifikanz bzw. Nicht-Signifikanz von Zusammenhängen und Unterschieden. Dies war insofern erwartbar, als dass gesetzliche Regelungen, die Ansprüche und Erwartungen der Reisenden sowie die persönlichen Einstellungen

der Gastgebenden sich nicht auf Ebene von Regierungsbezirken oder Landkreisen unterscheiden (sollten). Die maßgeblichen politischen Rahmenbedingungen werden auf Bundes- oder Landesebene gesetzt, und die beiden weiters genannten Faktoren können als zwischen den Regierungsbezirken homogen verteilt angenommen werden (etwaige Stadt-Land-Unterschiede betreffen eine hier irrelevante Lokalebene). Folglich wurden keine Gewichtung oder Fallausschlüssen vorgenommen.

Zunächst werden nun einige übergeordnete Erkenntnisse zum aktuellen Stand auf dem Weg zu einem klimaneutralen und klimaangepassten Beherbergungswesen vorgestellt: Zunächst wurden die Betriebe gefragt, inwiefern sie selbst vom Klimawandel betroffen sind. Die gefühlte Betroffenheit der Betriebe durch den Klimawandel (s. Abb. 1) überrascht zunächst: Deutlich über die Hälfte der Betriebe (56,4%) gibt an, nicht vom Klimawandel betroffen zu sein. Etwas weniger als ein Drittel (30,1%) spürt negative Auswirkungen des Klimawandels auf den eigenen Betrieb, wohingegen 13,5% angeben, einen positiven Einfluss des Klimawandels auf den eigenen Betrieb zu verzeichnen – etwa, weil die Sommersaison länger anhält.

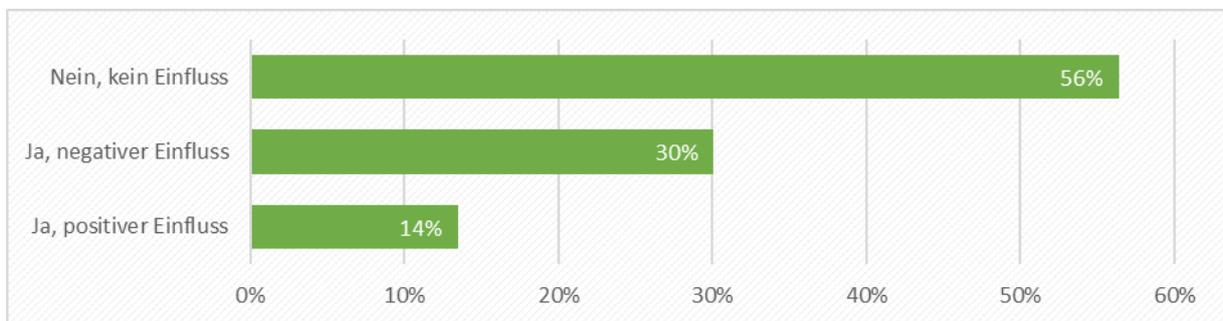


Abbildung 1: Bewertung der Betroffenheit durch den Klimawandel.

Quelle: Eigene Darstellung

Das Ziel „Klimaneutralität“ müssen dennoch alle Betriebe gemäß BayKlimaG bis zum Jahr 2040 erreichen. Derzeit geben allerdings nur 40,0% der Betriebe an, dass sie dieses Ziel tatsächlich auch verfolgen. Unter diesen Betrieben arbeiten 30 nach eigenen Angaben bereits heute klimaneutral. Die übrigen Betriebe, die auf Klimaneutralität hinarbeiten, möchten dieses Ziel in den nächsten Jahren erreichen (s. Abb. 2; Die häufige Nennung des Jahres 2030 als Zieljahr für Klimaneutralität liegt wohl darin begründet, dass es die Dekade abschließt).

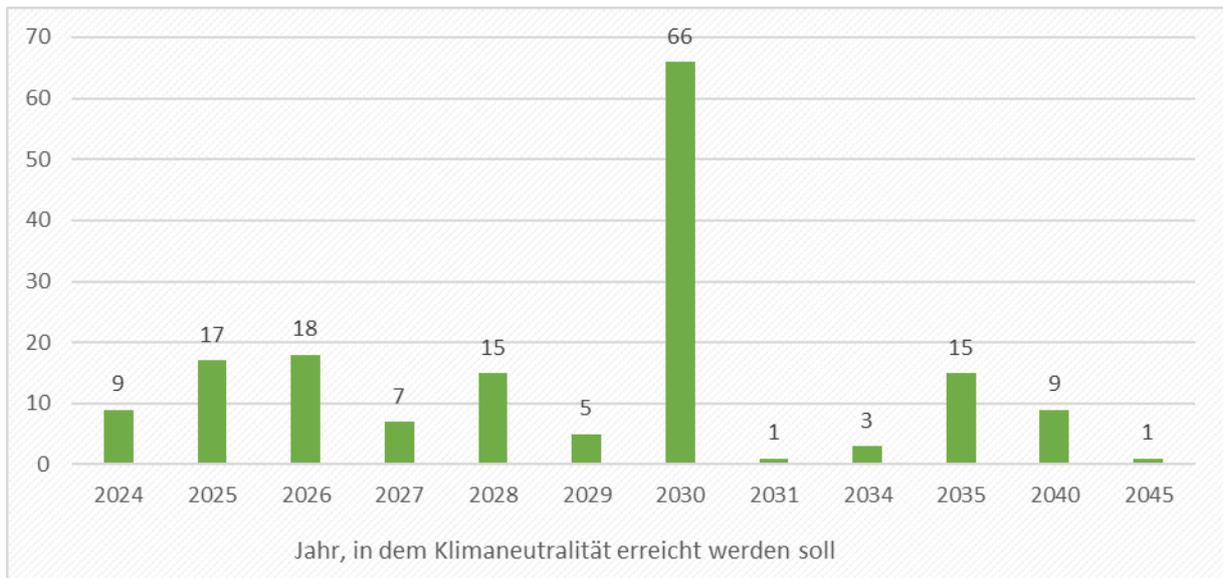


Abbildung 2: Zieljahre für Klimaneutralität in den Betrieben.
Hinweis: Beinhaltet nur die Betriebe, die Klimaneutralität als Ziel verfolgen
Quelle: Eigene Darstellung

Die Tatsache, dass nicht einmal jeder zweite Betrieb aktuell in irgendeiner Form versucht, klimaneutral zu werden, lässt sich vor dem Hintergrund der weiteren Herausforderungen für das Beherbergungswesen einordnen. Die Gastgebernden sehen sich mit multiplen Problemen konfrontiert, von denen viele deutlich häufiger genannt werden als der Klimawandel (s. Abb. 3). Insbesondere das schwer prognostizierbare Buchungsverhalten der Gäste, der Fachkräftemangel, die Inflation sowie – mit wenigen Abstrichen – die Vielzahl an zu berücksichtigenden Vorschriften und die gesamtwirtschaftliche Lage wurden oft genannt. Im Durchschnitt nannten die Befragten mehr als drei Herausforderungen (exakt: 3,16; Median: 3; Standardabweichung: 2,175), wobei 81 Betriebe angaben, vor gar keinen Herausforderungen zu stehen.

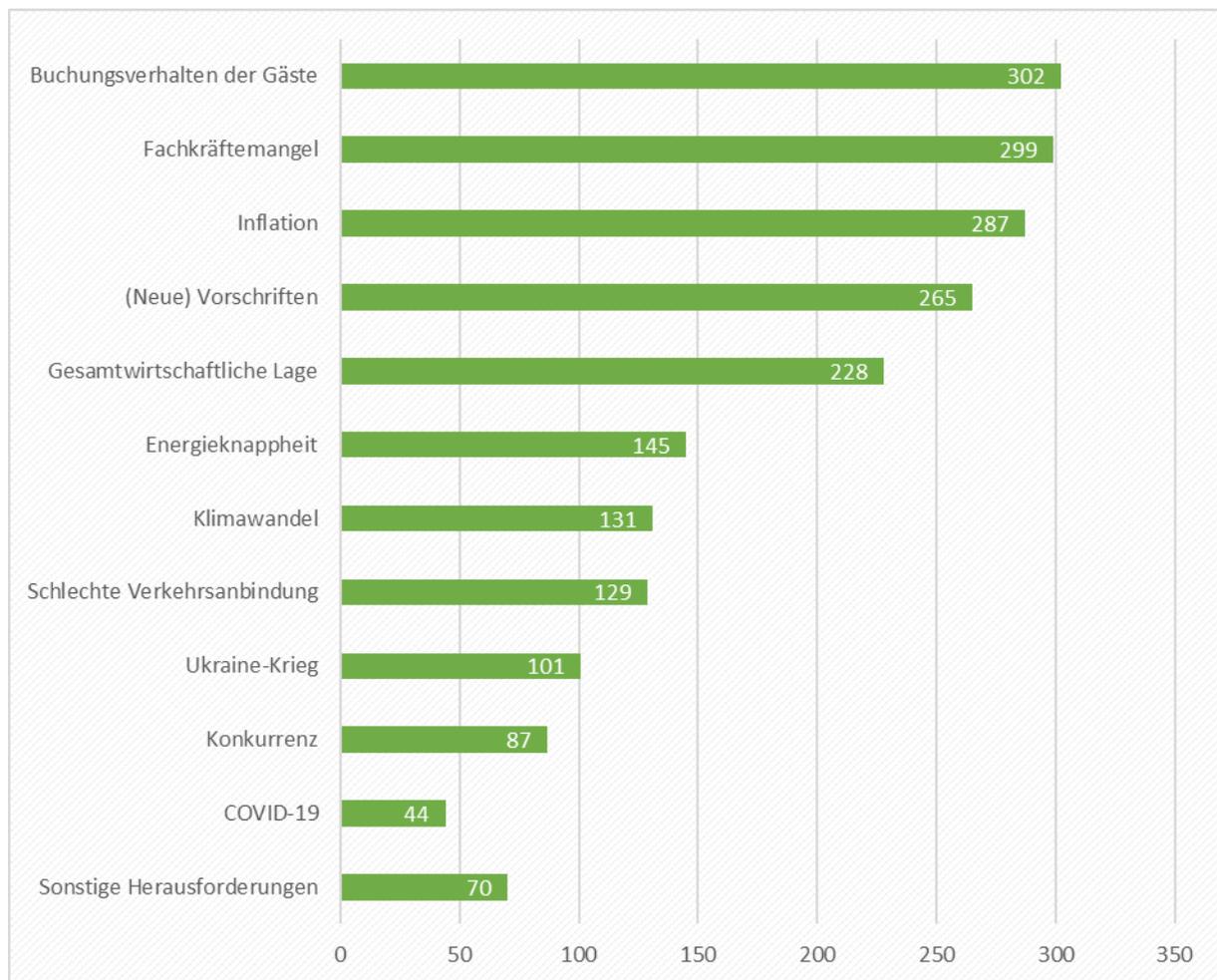


Abbildung 3: Derzeitige Herausforderungen für Beherbergungsbetriebe.
(Mehrfachnennungen möglich)
Quelle: Eigene Darstellung

Angesichts dieser zahlreichen und heterogenen Herausforderungen überrascht die relativ verhaltene Sorge angesichts des Klimawandels (Abb. 1) etwas weniger. Viele Beherbergungsbetriebe sehen sich schlicht zu vielen Herausforderungen gegenüber, die jeweils Aufmerksamkeit erfordern und akut sind. Langfristige Planungen zur Bearbeitung der als nachrangig beurteilten Herausforderung des Klimawandels werden daher fast ausschließlich in den Betrieben verfolgt, in denen das Management persönlich von der Wichtigkeit des Klimaschutzes überzeugt ist.

2.2 Transformationshemmnisse für das bayerischer Beherbergungswesens

Basierend auf den qualitativen Interviews konnten über 25 unterschiedliche Hemmnisse für die Transformation zu Klimaneutralität und Klimaanpassung identifiziert werden. In der anschließenden quantitativen Erhebung wurden die Betriebe gefragt, inwiefern sie von diesen

Hemmnissen betroffen sind; hierbei wurden 19 Hemmnisse explizit abgefragt sowie die Möglichkeit zur Ergänzung weiterer Faktoren per Freitexteingabe gegeben (s. Abb. 4).

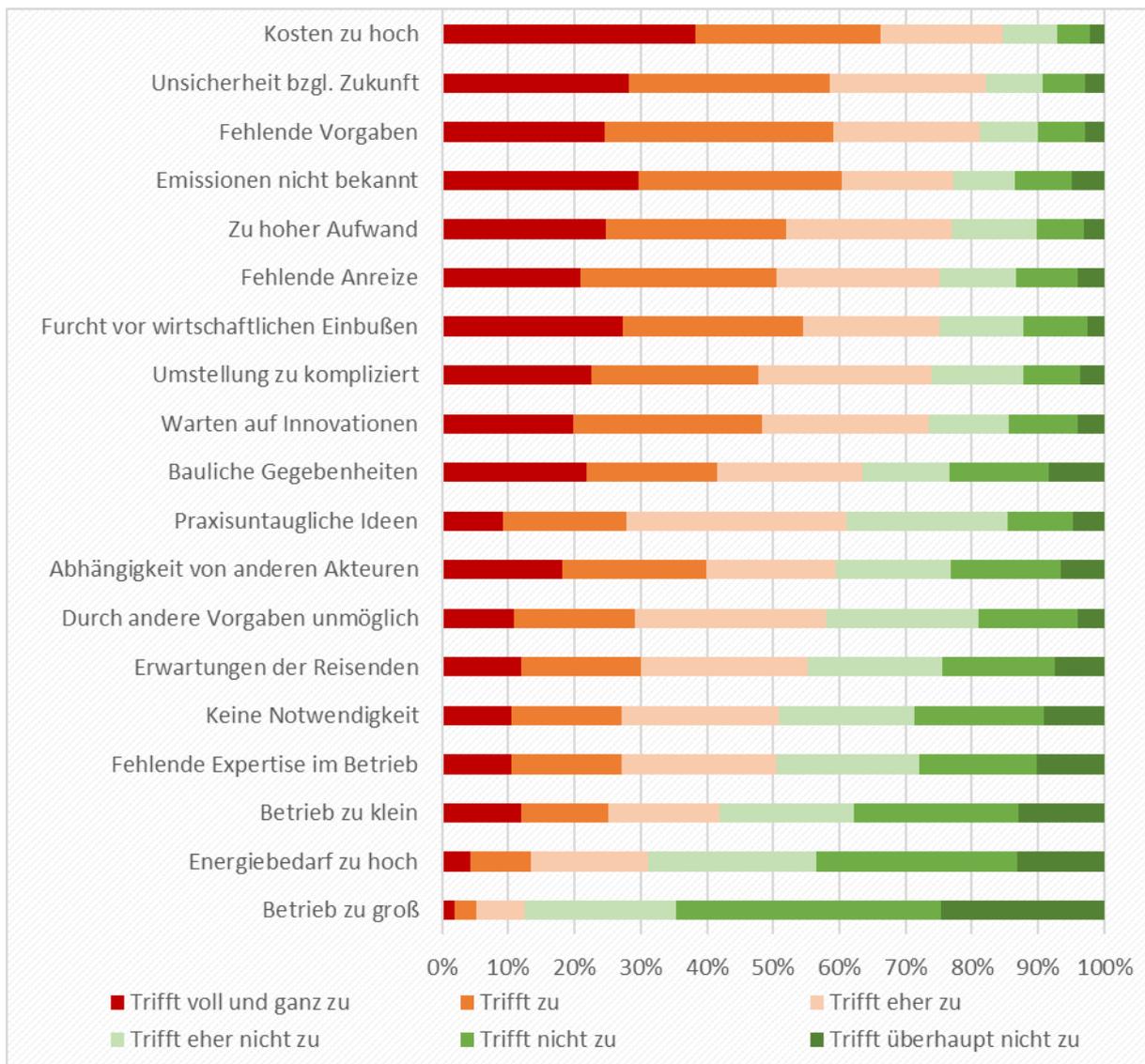


Abbildung 4: Die Betriebe betreffende Hemmnisse.

Quelle: Eigene Darstellung

Nachfolgend werden die in den Interviews identifizierten Transformationshemmnisse in der Reihenfolge ihrer Wirkmächtigkeit benannt und schlaglichtartig beschrieben. Die sechs am häufigsten genannten Hemmnisse für die Transformation zu Klimaneutralität und Klimaanpassung werden dabei ausführlicher beschrieben. Diese sind: 1) Zu hohe Kosten 2) Unsichere und ungewisse Zukunftsaussichten 3) Fehlende Vorgaben und Regelungen 4) Emissionen des eigenen Betriebs sind unbekannt 5) Zu hoher Aufwand 6) Fehlende Anreize.

Zahlreiche der aufgeführten Hemmnisse korrelieren signifikant untereinander. Dies unterstreicht das komplexe Geflecht der Transformationshemmnisse. Aus Platzgründen werden lediglich die mittelstark bis stark ausfallenden und signifikanten Korrelationen explizit beschrieben (Korrelationskoeffizient bzw. Unterschiedsmaß $>0,5$; Signifikanzniveau $\alpha=0,05$).

1. Kosten

Die erwarteten Kosten sind ein zentrales Hemmnis auf dem Weg zu Klimaneutralität und Klimaanpassung. Über 84% der Betriebe geben an, dass der Hemmnisfaktor „Kosten“ auf sie zutrifft. Umfangreiche Investitionen in Anlagen, Modernisierungen und Umbauten müssen sich für Beherbergungsbetriebe wirtschaftlich lohnen. Schließlich *„ist es wahnsinnig teuer und teilweise einfach unbezahlbar, CO₂-freundliche oder klimafreundliche Produkte zu kaufen“* (I8). Betriebe, die „zu hohe Kosten“ als hemmenden Faktor angeben, haben deutlich seltener bereits Maßnahmen zum Klimaschutz ergriffen (Unterschied hochsignifikant; $\alpha<0,001$). Jedoch ist kein signifikanter Unterschied in der Bewertung der eigenen Betroffenheit vom Klimawandel zu erkennen. Folglich erachten sich die kostensensiblen Beherbergungsbetriebe als genauso stark – oder genauso wenig – vom Klimawandel betroffen wie die Betriebe, für die die Kosten der Klimatransformation keine (große) Rolle spielen.

Auffallend sind zudem die zahlreichen Korrelationen zwischen dem Hemmnis „zu hohe Kosten“ und anderen Transformationshindernissen: So gibt es starke positive Korrelationen zwischen der Angabe „zu hohe Kosten“ und „zu hoher Aufwand“ (0,646), „Umstellung ist zu kompliziert“ (0,619) sowie mittelstarke positive Korrelationen mit „Furcht vor wirtschaftlichen Einbußen“ (0,584) und „Warten auf Innovationen“ (0,528). Alle Korrelationen sind hochsignifikant ($\alpha<0,001$), als Korrelationsmaß dient jeweils Spearman's Rho.

Zudem bewerten die Beherbergungsbetriebe, für die die Kosten ein Hemmnis darstellen, die aktuellen Situation des eigenen Beherbergungsbetriebes hochsignifikant öfter als „große Herausforderung“ oder „sehr große Herausforderung“ ($\alpha<0,001$). Hierbei stechen einige Herausforderungen hervor: „Aktuelle Vorschriften“ ($\alpha<0,001$), die „gesamtwirtschaftliche Lage“ ($\alpha=0,002$), „Inflation“ ($\alpha=0,004$), der „Ukraine-Krieg“ ($\alpha=0,026$), „Energieknappheit“ ($\alpha=0,042$) sowie der „Fachkräftemangel“ ($\alpha=0,048$).

Da diese Betriebe, nur relativ selten bereits Klimaschutzmaßnahmen umgesetzt haben, fehlt ihnen häufig exaktes Wissen über die zu erwartenden Kosten. Aufgrund der Vielzahl der (unmittelbaren) Herausforderungen, mit denen sie sich aktuell konfrontiert sehen, kann es zu einem Aufmerksamkeitsdefizit für ökologisch bzw. klimatologisch sinnvolle Maßnahmen kommen. Eine schlüssige Erklärung hierzu bietet das Konzept des „finite Pool of Worry“

(Weber 2006, Marshall 2015). Das Konzept geht davon aus, dass Menschen begrenzte emotionale Ressourcen zum Umgang mit Herausforderungen besitzen. Sind diese Ressourcen angesichts bestehender Herausforderungen (Rezessionsängste, Inflation, Fachkräftemangel, Krieg) erschöpft, so verbleiben keine Aufmerksamkeitskapazitäten für ‚zusätzliche‘ Herausforderungen. Dies gilt insbesondere dann, wenn die Folgen dieser Herausforderungen – wie es beim Klimawandel der Fall ist – nicht unmittelbar bevorstehen oder erlebbar sind (Sisco et al. 2023)

2. Unsicherheit, Ungewissheit und Unwissen

Generell herrscht Unsicherheit, Ungewissheit und Unwissen bei den Gastgebenden bezüglich der Transformation zu Klimaneutralität und Klimaanpassung. Über 82% der Betriebe geben an, dass das Hemmnis „Unsicherheit“ auf sie zutrifft. Viele der Interviewten erahnen momentan nur, welche Folgen der Klimawandel für ihr Geschäftsmodell haben wird und welche Veränderungen von ihnen notwendig sind. Dabei wären vor allem Planungssicherheit und langfristige Perspektiven wichtig, um entsprechende Investitionen tätigen zu können. Allerdings fehlt hierzu oft das Wissen: *„Wenn ich jetzt an das neue Heizungsgesetz denke, [...] gibt es eine gewisse Verunsicherung von was und wie man davon betroffen ist. Also, ich kann mir jetzt nichts darunter vorstellen“* (I25).

Jedoch gaben Betriebe, die das Ziel der Klimaneutralität bereits verfolgen, deutlich seltener an, dass Unsicherheit angesichts der Zukunft sie in ihrer Transformativität hemmen würde (hochsignifikanter Unterschied; $\alpha < 0,001$). Betriebe mit einem klaren Plan zur Umsetzung von Klimaneutralität blicken deutlich optimistischer in die Zukunft. Für sie ist planbar, welche Maßnahmen sie in den kommenden Jahren umsetzen werden. Darüber hinaus steht der pessimistische/optimistische Blick in die Zukunft mit der innerbetrieblichen Schaffung von Verantwortlichkeiten in Verbindung: Betriebe, die in eine unsichere Zukunft blicken, haben seltener eine für Klimaschutz verantwortliche Person und werden eine solche Stelle seltener schaffen als Betriebe, die die Zukunft als planbar betrachten (hochsignifikanter Unterschied; $\alpha < 0,001$).

Ähnlich zum Hemmnis „zu hohe Kosten“ korreliert auch die Bewertung der aktuellen Situation als „herausfordernd“ oder „sehr herausfordernd“ mit einer Bewertung der Zukunft als deutlich unsicherer (hochsignifikanter Unterschied; $\alpha < 0,001$). Auch hier sticht eine Reihe von Herausforderungen hervor, mit denen sich diese Betriebe besonders konfrontiert sehen: „Inflation“ ($\alpha < 0,001$) und „(neue) Vorschriften“ ($\alpha < 0,001$), „Ukraine-Krieg“ ($\alpha = 0,004$), „Energieknappheit“ ($\alpha = 0,021$) sowie das „Buchungsverhalten der Gäste“ ($\alpha = 0,023$). Insgesamt

scheinen vorrangig ökonomische Faktoren den pessimistischen Ausblick zu bedingen, wenn-
gleich entsprechende Kausalitäten nicht nachweisbar sind.

3. Emissionen sind nicht bekannt

Nicht einmal jeder zehnte Betrieb (7%) kennt das exakte Ausmaß seiner Treibhausgasemissionen. Umgekehrt geben über 77% der Betriebe an, dass ihnen die betriebseigenen Emissionen nicht bekannt sind. Ohne umfassende Kenntnis über die Menge an einzusparenden oder zu kompensierenden Emissionen ist es gewiss schwer, deren Reduktion zu planen. Kapitel 2.3 geht intensiv auf dieses Problem ein und zeigt Lösungsmöglichkeiten auf.

Insgesamt zeigt sich, dass je größer ein Betrieb ist, desto eher sind die betrieblichen Emissionen bekannt ($\alpha < 0,001$) und stellen damit kein Hemmnis für Klimaneutralität und Klimaanpassung dar. Andersherum können oder wollen vornehmlich kleine und kleinste Betriebe ihre Treibhausgasemissionen nicht abschätzen. Insbesondere der damit verbundene Aufwand – bzw. der *vermutete* Aufwand – wird gerade von inhabergeführten Beherbergungsbetrieben gescheut (s. auch das nächste Hemmnis „hoher Aufwand“).

4. Hoher Aufwand

Der Weg zu einem klimaneutralen und klimaangepassten Beherbergungsbetrieb wird als aufwendig wahrgenommen, ebenso das konstante Monitoring der eigenen Klimawirkung. 77,1% der Betriebe geben an, dass der hohe Aufwand sie daran hindert, klimaneutral bzw. klimaangepasst zu werden. Beispielsweise besteht bei einer Zertifizierung die Herausforderung darin, dass, *„wenn man die Zertifizierung macht, dass man alles nachweisen muss. Dass man wirklich alles ausrechnen muss. Dass man alles selber herausfinden muss“* (I3). Dieser hohe Aufwand schlägt sich jedoch nur indirekt auf das Betriebsergebnis nieder und ist – zumindest bislang – eine größtenteils freiwillige Aufgabe.

Der hohe Aufwand wird über fast alle Arten von Beherbergungsbetrieben hinweg als hemmend eingestuft. Signifikante Ausnahme sind die Ferienwohnungen ($\alpha = 0,003$), die in der Bewertung des Aufwands große Variabilität zeigen. Während auch hier einige Befragte der Aussage zustimmen, der hohe Aufwand hindere sie daran, klimaneutral zu wirtschaften, gibt es in dieser Gruppe auffallend viele, die dies komplett verneinen. Bei den übrigen Betriebsformen wird deutlich, dass gerade kleine Betriebe mit weniger als 20 Betten den Aufwand scheuen, der mit der Umstellung auf Klimaneutralität und Klimaanpassung verbunden wäre (signifikanter Unterschied bei $\alpha = 0,04$). Dies geht oft mit der Furcht vor wirtschaftlichen Einbußen einher (mittelstarker, positiver und hochsignifikanter Zusammenhang; Spearman's $Rho = 0,563$; $\alpha < 0,001$). Zudem zeigen sich bei einigen Betrieben deutliche Anzeichen von

Überforderung: Mit je mehr Herausforderungen sich ein Beherbergungsbetrieb konfrontiert sieht, desto eher wird der Aufwand vermieden, Klimaneutralität und Klimaanpassung zu erreichen (hochsignifikanter Zusammenhang; $\alpha < 0,001$). Zumal das Auftreten der Hemmnisse „zu hoher Aufwand“ und „zu große Komplexität“ stark positiv (0,627) und hochsignifikant ($\alpha < 0,001$) korreliert.

Jedoch zeigt sich außerdem: Wenn einem Betrieb Klimaschutz wichtig ist, dann wird auch hoher Aufwand nicht gescheut (hochsignifikanter Zusammenhang; $\alpha < 0,001$). Doch auch andersherum gilt, dass eine Bewertung von Klimaschutz als nicht oder weniger wichtig es sehr unwahrscheinlich macht, dass betreffende Betriebe (freiwillig) den damit verbundenen Aufwand auf sich nehmen. Diese Einschätzung spiegelt sich auch in den Antworten auf die Frage nach den Verantwortlichen für Klimaschutz im Tourismus wider. Betriebe, die angeben, dass der hohe Aufwand sie von einer Transformation zu Klimaneutralität und Klimaanpassung abhalte, geben überproportional häufig an, dass grundsätzlich „niemand“ für Klimaschutz im Tourismus verantwortlich sei (Standardisiertes Residuum: 5,2), am allerwenigsten die Beherbergungsbetriebe (Standardisiertes Residuum: -2,4). Dieser Unterschied zu den Betrieben, für die Klimaschutz keinen großen Aufwand bedeutet, ist wiederum hochsignifikant ($\alpha < 0,001$).

Zugleich schätzen die Betriebe, die bereits Maßnahmen zum Klimaschutz und zur Klimaanpassung unternommen haben, den damit verbundenen Aufwand als deutlich geringer ein (hochsignifikanter Unterschied: $\alpha < 0,001$). Dies mag daran liegen, dass sie bereits aktiv sind und schon einiges an ‚Aufwand‘ betrieben haben. Doch Klimaschutz ist keine einmalige, sondern eine Daueraufgabe, die fortwährenden Aufwand erfordert. Insofern ist davon auszugehen, dass diese Betriebe den damit verbundenen Aufwand lediglich exakter einschätzen können. Auch in der qualitativen Erhebung deuteten Interviewpartner an, dass der tatsächliche Aufwand geringer sei als ursprünglich angenommen.

5. Fehlende Anreize

Zahlreiche Betriebe gaben an, dass sie keinen Nutzen in den Bemühungen um Klimaneutralität und Klimaanpassung sehen. Für sie müssen sich entsprechende Maßnahmen ‚lohnen‘, womit in der Regel betriebswirtschaftlich messbare Anreize gemeint waren. Ökologische Überzeugung oder moralisch-ethische Verpflichtung sprechen bei Weitem nicht alle Gastgebenden an; daher gilt es, die passenden Anreize für unterschiedliche Motivations-Typen zu schaffen.

6. Furcht vor wirtschaftlichen Einbußen

Die Furcht vor wirtschaftlichen Einbußen ist eng mit den Hemmnissen „zu hohe Kosten“ und „zu hoher Aufwand“ verknüpft. Anders als diese argumentieren die Betriebe, die wirtschaftliche Einbußen durch die Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen fürchten, jedoch zumeist mit Wettbewerbsvorteilen für Konkurrenzbetriebe (im In- und Ausland), die diese Maßnahmen nicht umsetzen und finanzieren. Vereinfacht ausgedrückt könnte dieses Hemmnis durch europaweit bindende Vorgaben zur Umsetzung von Klimaneutralität und Klimaanpassung abgebaut werden.

7. Komplexität

Die für Klimaneutralität und Klimaanpassung erforderlichen Projekte werden häufig als zu groß und komplex bewertet. In den meisten Fällen müssen sich die Beherbergungsbetriebe das notwendige Fachwissen selbst erarbeiten, um informierte (Investitions-)Entscheidungen treffen zu können. Aufgrund der Komplexität und Vielschichtigkeit der Herausforderung kann es hierbei zu Überforderung kommen: *„Es hat viel mit Politik zu tun, es hat viel mit allem zu tun, nicht der böse Wille eines Hoteliers, aber ich glaube eher mit allem, was drumherum passiert“* (I4).

8. Warten auf technische Innovationen

Ein weiteres Hemmnis ist das Warten auf technische Innovationen und auf individuelle Lösungen für einzelne Beherbergungsbetriebe: *„Und ich persönlich glaube auch, die nächsten Jahre wird noch so viel passieren. Weiß ich gar nicht, ob das so gut ist, wenn ich jetzt so viel investiere, weil ich glaube, dass der technische Fortschritt jetzt erstmal Schwung aufnimmt“* (I21). Des Weiteren wird gelegentlich ein Mangel an Wissen über das technisch Mögliche beklagt.

9. Baulich-infrastrukturelle Hemmnisse

Die mangelhafte Bereitstellung bzw. die Überlastung bestimmter Netze, wie beispielsweise dem Fernwärme- oder Stromnetz, sind ein Hindernis für Klimaneutralität und Klimaanpassung. Bauliche Hemmnisse beziehen sich oftmals auf die Hausfassade oder das Dach. Hierbei sind insbesondere das Alter und die bauliche Individualität der Gebäude zu berücksichtigen.

10. Praxisuntauglichkeit bestehender Ideen zu Klimaneutralität

Einige Interviewte nannten Diskrepanzen zwischen Wunsch und Wirklichkeit sowie die Praxisuntauglichkeit bestimmter Maßnahmen als Hindernisse. So gibt es beispielsweise in manchen Bereichen des Beherbergungswesens noch keine passenden nachhaltigen Produkte sowie keine klimafreundliche Lösung, welche mit den vorliegenden Strukturen in den jeweiligen

Betrieben vereinbar wären: „Das eine sind immer ideelle Vorstellungen, was man alles eben verändern könnte, und dann, bis man es halt dann umsetzt, ja, also ist es was anderes“ (I2).

11. Abhängigkeit von anderen Akteuren/Faktoren

Abhängigkeitsverhältnisse von anderen Akteuren oder Faktoren stellen weitere zentrale Hemmnisse dar. Diese können in vielfältiger Weise vorliegen. Beispielsweise beeinflussen Vermieter, Eigentümer oder Hausverwaltungen sowie eine zentrale Steuerung von Hotelketten viele Entscheidungen. Weitere Probleme ergeben sich durch Auflagen des Denkmalschutzes. Auch bestehende Gesetze und Vorschriften wirken teils hemmend, wobei öffentliche Stellen häufig als nicht hilfreich bewertet werden: „Also ganz ehrlich, wenn Sie von irgendjemand irgendeine Unterstützung brauchen, das fängt hier in der Gemeinde an und hört beim Landratsamt auf, kriegen Sie sowieso nicht. Also wir versuchen, das alleine so hinzukriegen“ (I20). Zudem bestehen Abhängigkeiten von Lieferketten, die Produktbeschaffung, Lieferverkehr und Montagen betreffen können.

12. Klimaneutralität durch andere Vorgaben unmöglich

„Man stößt da immer ein bisschen an seine Grenzen, auch mit den Vorschriften, die gemacht werden. Also, wir müssen [...] sehr viele Vorschriften erfüllen. Und das ist dann manchmal nicht unbedingt mehr klimaneutral“ (I3). So gibt es z. B. genaue Regeln bei der Entsorgung von Nahrungsmittelresten sowie Hygienevorschriften, die gewisse (nicht-klimafreundliche) Verpackungen vorschreiben. Sicherheitsvorschriften verhindern so teils Klimaneutralität.

13. Erwartungen der Reisenden

„Klimaneutralität im Gastgewerbe ist natürlich schon auch eine Herausforderung in dem Sinne, dass der Gast natürlich zu uns kommt. [...] Bei unseren Chalets kann ich dem Gast nicht sagen: ‚Du, horch her, du darfst die Sauna nur zwischen 19 Uhr und 20 Uhr benutzen, damit du den Strom aus unserem Batteriespeicher holst und wir das möglichst ressourcenschonend abwickeln können.‘ Dann sagt er [der Gast]: ‚Ich zahle nicht viel Geld und darf dann das Ding nur eingeschränkt nutzen‘“ (I25). Neben dem Wellnessbereich nehmen Reisende durch ihre Erwartungen Einfluss auf viele klimarelevante Bereiche des Beherbergungswesens: Auf das Obst beim Frühstücksbuffet, die Temperatur im Zimmer oder die Reinigung der Handtücher: „Ich sage mal, der Gast kann das schon ein bisschen beeinflussen. Gibt da klassisch die Geschichte, ‚werfe dein Handtuch auf den Boden, dann wird es gereinigt. Lass es irgendwo hängen, dann eben nicht‘“ (I1) Schlussendlich hängt – aus Sicht der Gastgebenden – vieles von den Ansprüchen und Wünschen der Reisenden ab.

14. Keine Notwendigkeit und fehlender Handlungsdruck

Einige Beherbergungsbetriebe sehen keine Notwendigkeit, ihren Betrieb klimaneutral und klimaangepasst auszurichten. Sie konzentrieren sich vornehmlich auf ihr Kerngeschäft, wobei Klimaneutralität und Klimaanpassung keine zentralen Handlungsfelder darstellen. Zudem sind viele Beherbergungsbetriebe nach eigener Aussage nicht akut vom Klimawandel betroffen. Auch private Gründe, wie das Alter der Betreibenden oder ein eventuell anstehender Verkauf, können die Transformation hindern. Zudem können unlängst getätigte Investitionen in fossile Energieträger den Willen zur klimaneutralen Transformation hemmen: *„Das sind zwar dann auch fossile Brennstoffe mit dem Öl, aber die Heizanlage, die ist eben relativ neu. Und laut Kaminkehrer und Heizungsinstallateur sind da eben gute Werte, also, dass man [...] dann ein gutes Gewissen haben kann“* (I2). Hier zeigt sich ein hochsignifikanter Zusammenhang mit der Bewertung des Einflusses des Klimawandels auf den eigenen Betrieb ($\alpha < 0,001$). Betriebe, die keinen oder gar einen positiven Einfluss des Klimawandels sehen, geben deutlich häufiger an, dass sie keine Notwendigkeit für verstärkte Klimaschutzanstrengungen sehen – und *vice versa*.

15. Weitere, seltener genannte Hemmnisse

- Fehlende Expertise im Betrieb
- Betrieb zu klein
- Energiebedarf zu hoch
- Betrieb zu groß

2.3 Hemmnisse überwinden – aber wie?

Die Hemmnisse für die klimaneutrale und klimaangepasste Transformation des Beherbergungswesens sind mannigfaltig, aber durchaus zu überwinden. Grundsätzlich gilt es hierbei, die Individualität jedes Betriebs zu berücksichtigen: Beherbergungsbetriebe haben unterschiedliche Historien, gewachsene, oft einzigartige Strukturen, individuell interessierte und talentierte Beschäftigte und verschiedene bauliche sowie infrastrukturelle Gegebenheiten, zudem spezifische regionale Kontexte und jeweils eigene wirtschaftliche Ausrichtungen. Entsprechend kann es nur schwerlich *eine* Vorgehensweise geben, die allen Betrieben die Überwindung der identifizierten Hindernisse ermöglicht. Stattdessen sind die jeweiligen betrieblichen und persönlichen Partikularitäten zu berücksichtigen und in den Lösungsprozess einzu beziehen.

Nichtsdestotrotz lässt sich eine Reihe von (nahezu) allgemeinwirksamen Maßnahmen ableiten, die zur Überwindung der Hemmnisse bei einer großen Zahl an Beherbergungsbetrieben beitragen können. Dabei ist es keineswegs so, dass die bayerischen Beherbergungsbetriebe noch keine Maßnahmen zum Klimaschutz ergriffen hätten (s. Abb. 5). Im Durchschnitt haben die Beherbergungsbetriebe bereits über fünf unterschiedliche Maßnahmen durchgeführt (exakt: 5,31; Median 5). Jedoch liegt der Modus bei null durchgeführten Maßnahmen (111 Betriebe; 16,7%), was auf erhebliches, noch ungenutztes Potenzial schließen lässt – und auf großen Nachholbedarf. Vor allem in der Gruppe der ökologisch progressiven Gastgebenden ist eine Bewertung von Klimaschutzmaßnahmen als unabdingbar bemerkbar. So meinte z. B. I17: „*Ich denke, dass ist für die Hoteliers oder für die Gastronomen in der Zukunft, die da nicht sich Gedanken darüber machen, die haben, glaube ich, schon verspielt.*“

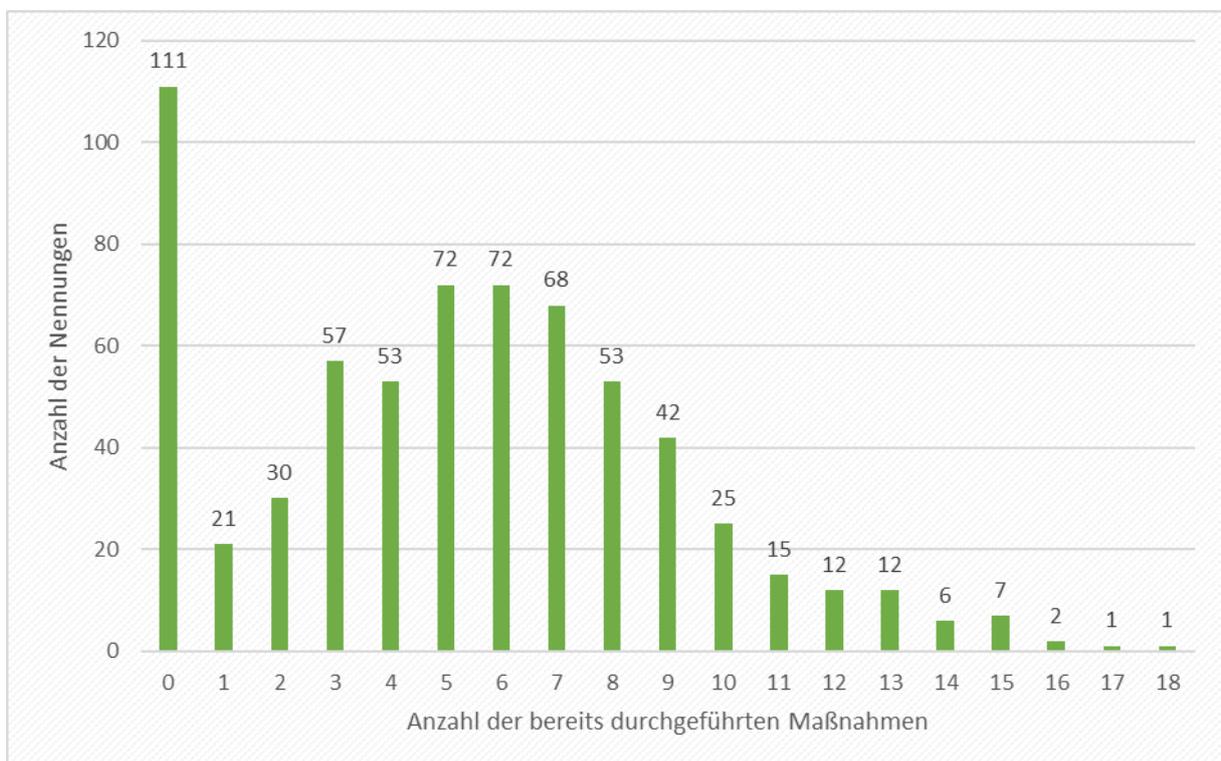


Abbildung 5: Anzahl durchgeführter Maßnahmen für Klimaschutz und Klimaneutralität.
Quelle: Eigene Darstellung

Wie Abbildung 6 zeigt, handelt es sich bei den am häufigsten bereits durchgeführten Maßnahmen um energetische Ertüchtigungen, Investitionen in die Haustechnik sowie um Maßnahmen, die die Erzeugung und/oder Bereitstellung von elektrischem Strom betreffen. All diese Maßnahmen sind unbedingt zu begrüßen, stellen jedoch in der Regel nur erste Schritte auf dem Weg zu Klimaneutralität dar. Um *wirkliche* Netto-Null-Emissionen zu erzielen, wird in den kommenden Jahren eine deutliche Ausweitung der Kompensation der eigenen Treib-

hausgasemissionen unumgänglich sein. Diese wird aktuell von 27 Betrieben (4,05%) aller Größen und Betriebsarten praktiziert. Auch der Schulung von Mitarbeitenden (100 Betriebe; 15,02%) kommt eine immense Bedeutung zu, derer sich mehr Betriebe bewusst werden sollten.⁵

Auf Basis der vorliegenden Erkenntnisse wird zur Überwindung der aufgezeigten Transformationshemmnisse ein vierstufiges Verfahren vorgeschlagen (s. Abb. 7). Nicht jeder Betrieb muss hierbei zwangsläufig auf Stufe 1 beginnen; wenn etwa die Notwendigkeit des eigenen Handelns

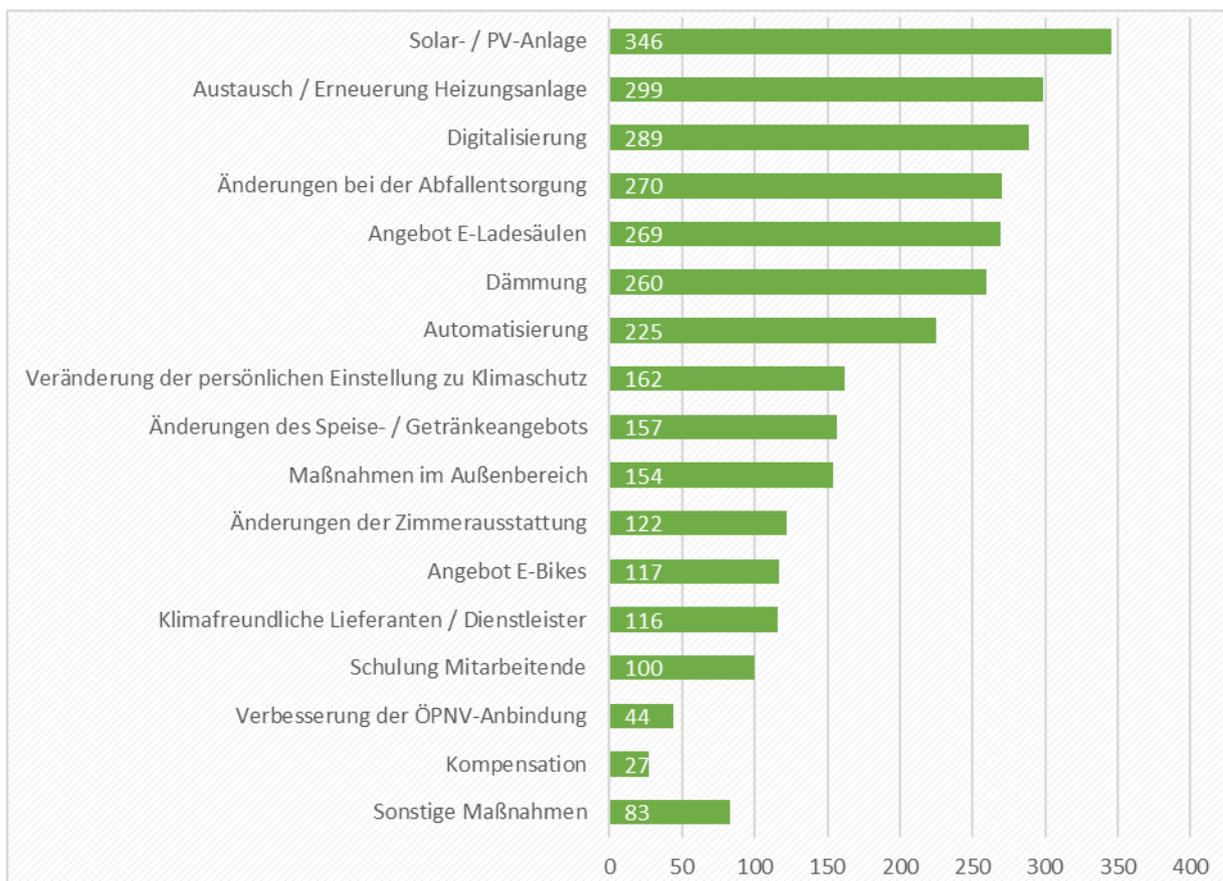


Abbildung 6: Nennungen bereits durchgeführter Maßnahmen für Klimaschutz und Klimaanpassung.

(Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: Eigene Darstellung

bereits bewusst (Stufe 1) ist und die aktuelle energetische und klimawirksame Situation im Betrieb bekannt ist (Stufe 2), kann z. B. direkt mit der Potenzialanalyse (Stufe 3) begonnen

⁵ Hier ist deutlich zwischen unterschiedlichen Arten und Größen von Beherbergungsbetrieben zu unterscheiden: Während in 33,3% der Hotels schon entsprechende Mitarbeiterschulungen stattfanden, trifft dies z. B. nur auf 11,3% der Gasthäuser und 5,9% der Vermieter von Ferienwohnungen, -zimmern oder -häusern zu. Häufig beschäftigt insbesondere letztere aber auch keine Mitarbeitenden, die geschult werden könnten.

werden. Von essenzieller Bedeutung für das Gelingen einer klimaneutralen und klimaangepassten

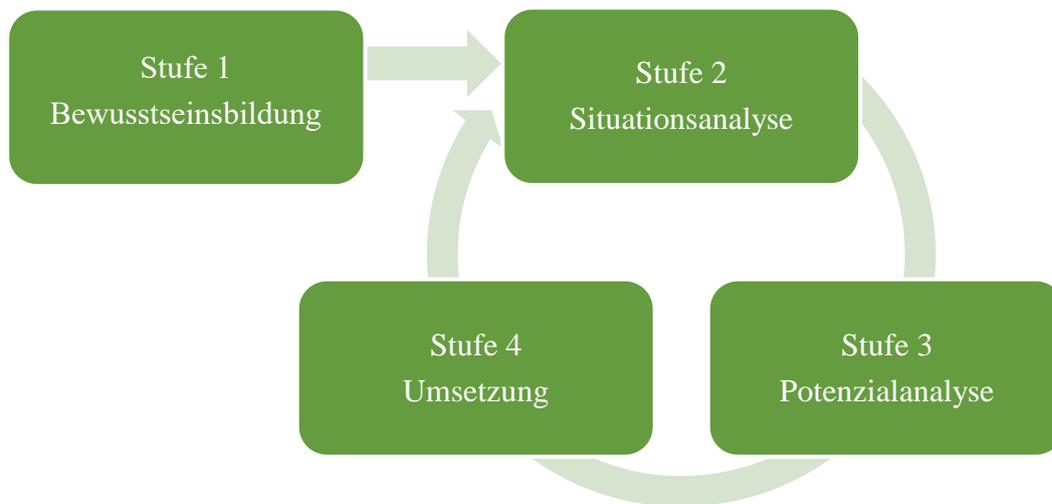


Abbildung 7: Vereinfachtes Modell zur Überwindung von Transformationshemmnissen.

Quelle: Eigene Darstellung

Transformation ist dabei Stufe 1, die Bewusstseinsbildung. Wenn es nicht gelingt, Gastgebern ein Bewusstsein für die Konsequenzen des Klimawandels und die Notwendigkeit von Veränderungen zu vermitteln, so können die darauffolgenden Stufen lediglich mit Zwang umgesetzt werden. Die Schärfe aktueller gesellschaftlicher Auseinandersetzungen um top-down verordnete Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz verdeutlicht, dass gesetzgeberischer Druck ohne ausreichende Vermittlung vor allem zu Gegendruck und weniger zu sozial-ökologischem Fortschritt führt (Mau et al. 2023).

In der zweiten Stufe ist es notwendig, Wissen über die Emissionen in den Betrieben herzustellen. Aktuell haben fast drei Viertel der Betriebe (74,2%) keine Kenntnis darüber, wie viele Emissionen sie ausstoßen (s. Abb. 8). 55,1% der Betriebe möchte die Zahlen zudem gar nicht erst kennen – sich mit den eigenen Emissionen auseinanderzusetzen ist jedoch notwendig zu deren Reduktion. Aufgrund fehlender Expertise sind Beherbergungsbetriebe in diesem Schritt auf externe Partner angewiesen. Diese zu suchen, zu finden, zu begleiten und zu finanzieren sollte den Betrieben seitens Politik und Verwaltung so einfach wie möglich gemacht werden. Auch Verbände und Kammern sollten sich an dieser Stelle einbringen können.

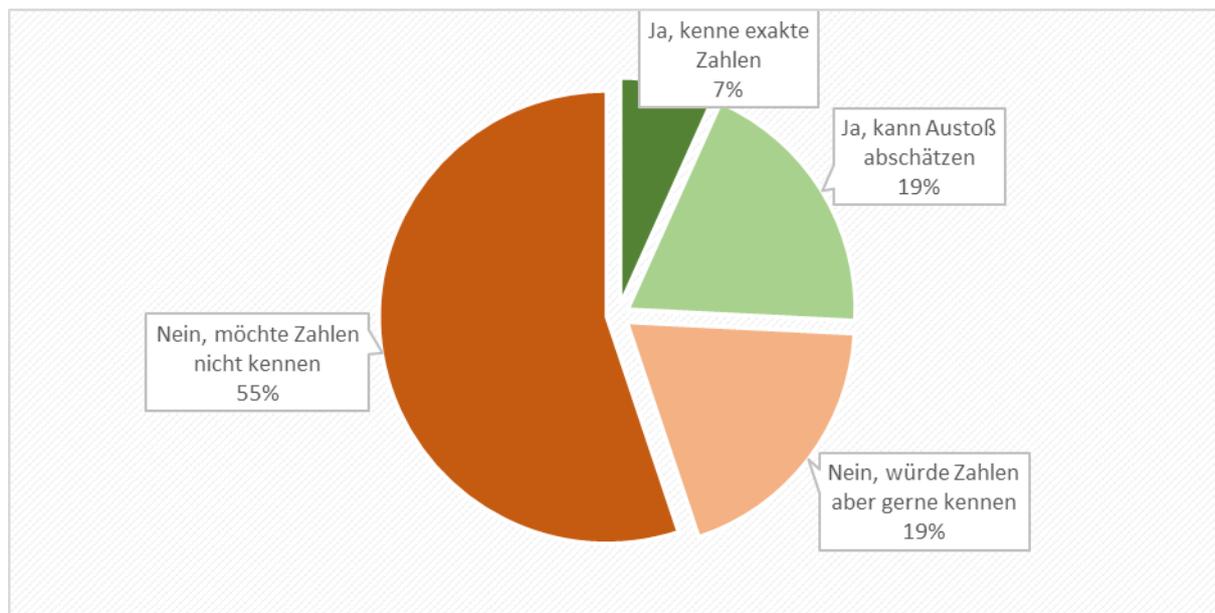


Abbildung 8: Kenntnis über Emissionen des eigenen Betriebs.
Quelle: Eigene Darstellung

In der dritten Stufe sind die kurz-, mittel- und langfristigen Potenziale zur Reduktion von Treibhausgasen in den Betrieben zu identifizieren. Kurz- bis mittelfristig ist davon auszugehen, dass viele Betriebe ihre Emissionen vor allem über Kompensationszahlungen deutlich senken können, die ihrerseits auch wieder problembehaftet sind. Langfristig werden die tatsächlichen Emissionen vor Ort jedoch über bauliche und technische Maßnahmen sowie Angebots- und Verhaltensänderungen zu senken sein. Dies wird einerseits aus Kostengründen, andererseits zur Wahrung der eigenen Glaubwürdigkeit notwendig werden. Da insbesondere kleineren Betrieben nur schwer zuzumuten ist, sich die hierfür notwendige Expertise selbst anzueignen, müssen auch hier Beratungskapazitäten (etwa von Energieeffizienz-Experten) ausgeweitet und unkompliziert zur Verfügung gestellt werden – im Idealfall kostenfrei oder gegen geringe Gebühren.

Im abschließenden Schritt (Stufe 4) sind die identifizierten Potenziale in praktischen Maßnahmen umzusetzen. Zur Finanzierung sind mehrere Möglichkeiten denkbar, die kein ‚entweder – oder‘, sondern vielmehr ein ‚sowohl – als auch‘ darstellen. So könnte für jede Übernachtung ein von den Reisenden zu entrichtender ‚Klima-Euro‘ erhoben werden, der (steuerfrei) für Klimaneutralität oder Klimaanpassung zu verwenden ist. Auch Steuererleichterungen für klimaneutrale Betriebe oder staatliche Zuschüsse für Einzelmaßnahmen sind denkbar, ebenso zinsgünstige oder -lose Darlehen für Einzelmaßnahmen (z. B. über die KfW). Außerdem ist zu berücksichtigen, dass zahlreiche Klimaschutzmaßnahmen sich bereits nach kurzer Zeit ‚rechnen‘ – dies zu vermitteln und aufzuzeigen, dass Klimaneutralität kein teurer Luxus

ist, sondern betriebswirtschaftlich sinnvoll sein kann, ist den Betrieben zu verdeutlichen. Darüber hinaus sind Klimaschutz und Klimaanpassung in den Betrieben als fortlaufende Aufgabe zu definieren und Verantwortlichkeiten festlegen. Aktuell ist nur in etwas mehr als der Hälfte (51,5%) der Betriebe eine Person in Haupt- oder Nebenaufgabe für Klimaschutz zuständig (s. Abb. 9).

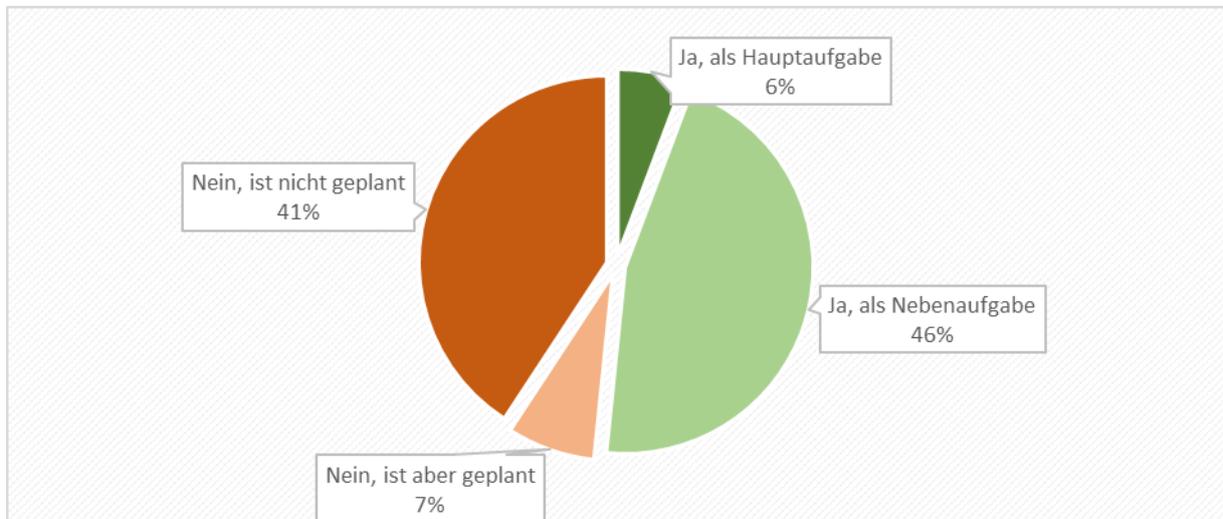


Abbildung 9: Klimaverantwortliche im Betrieb.

Quelle: Eigene Darstellung

2.4 Governance-Strukturen und Verantwortung

Die Transformation des bayerischen Beherbergungswesens zu einem klimaneutralen und klimaangepassten, ökologisch und sozial nachhaltigen und dabei wirtschaftlich erfolgreichen Wirtschaftszweig gelingt am ehesten, wenn sich alle im Tourismus verantwortlichen Akteure diesem Ziel verschreiben. Alle organisierten Akteure (Beherbergungsbetriebe, Politik, Verwaltung, Verbände, Wissenschaft) müssen gemeinsam über Verantwortlichkeiten, Unterstützungsangebote und Finanzierungsmöglichkeiten beraten. Aus Sicht der Beherbergungsbetriebe kommt hierbei der Politik und den Betrieben selbst eine herausragende Bedeutung zu (s. Abb. 10). Parallelstrukturen und mehrfache Angebote (etwa Beratung, Förderung, Monitoring) mit identischen oder sehr ähnlichen Inhalten sind unbedingt zu vermeiden. Konkret könnte sich der Freistaat Bayern am Kompetenzzentrum „Grüne Transformation des Tourismus“ des Bundes orientieren und eine ähnliche Einrichtung für den hiesigen Tourismus schaffen.

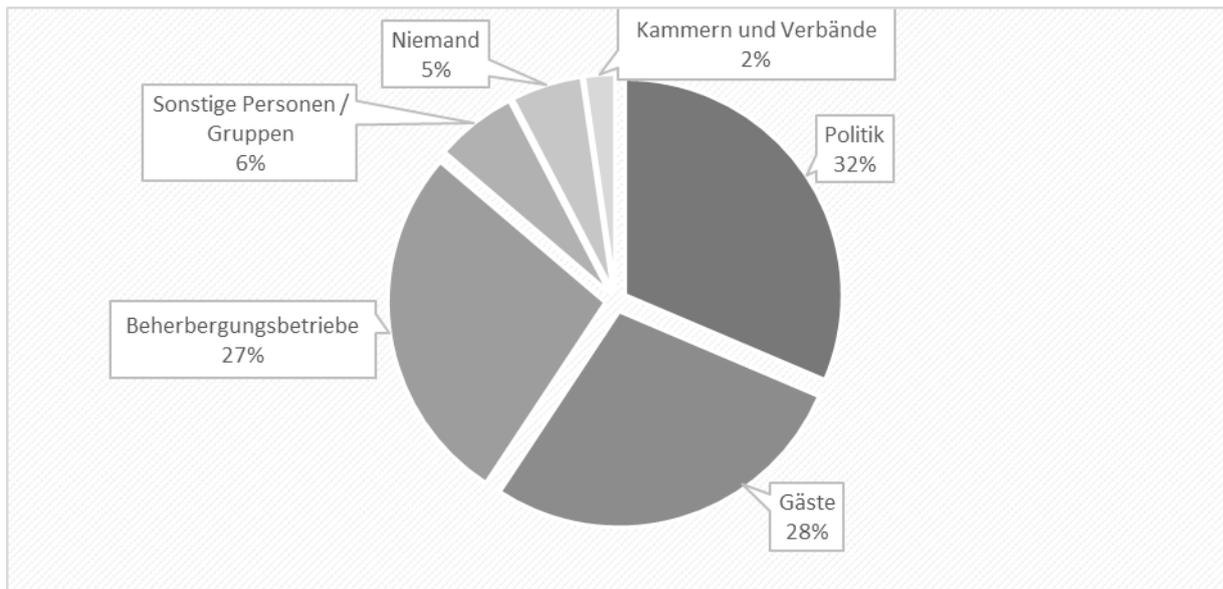


Abbildung 10: Angaben zur Frage „Wer ist Ihrer Ansicht nach hauptsächlich für Klimaschutz im Tourismus verantwortlich?“.

Quelle: Eigene Darstellung

In der Verteilung der – aus Sicht der Beherbergungsbetriebe – Verantwortlichen existiert ein auffälliger Zusammenhang: Diejenigen, die bei den Herausforderungen beklagten, dass es zu viele oder zu unübersichtliche Vorschriften gebe, verlangten signifikant häufiger nach politischer Steuerung und sahen die Politik als Hauptverantwortlich für den Klimaschutz ($\alpha < 0,036$). Die Erklärung für dieses zunächst widersprüchlich scheinende Antwortverhalten liegt darin, dass sich viele Befragte aus dieser Gruppe von den aktuellen gesetzlichen Vorgaben überfordert fühlen. Sie verlangen nachvollziehbare, verständliche und übersichtliche gesetzliche Regelungen sowie Hilfestellungen (oder zumindest Orientierungshilfen) bei deren Umsetzung. Dies ist bei der Konzeption von Unterstützungs- und Beratungsangeboten sowie von gesetzlichen Vorgaben zu berücksichtigen. Vor den Folgen schlecht kommunizierter und schlecht begründeter Gesetze und Regelungen warnte auch I3: „Wenn wir sagen, wir geben eine Verordnung oder irgendwas, dann ist es meistens immer so, dass wir sagen: ‚Puh, oh je, okay, jetzt werden wir irgendwo eingezwängt.‘“ Ihrer Ansicht nach ist es notwendig, den ökologischen Sinn und auch den ökonomischen Nutzen von Klimaschutz- und Klimaanpassungsmaßnahmen zu kommunizieren: „Aber wenn wir sagen: ‚Du, [...] das rechnet sich super!‘ Oder: ‚Das ist ja genial!‘ Und begeistert spricht, dann ist es einfach für die meisten noch besser als wie wenn man sagt: ‚Da gibt es eine Verordnung, da musst du dich jetzt damit befassen.‘“

Eine Herausforderung stellen dabei die Reisenden als nur partiell organisierte Akteursgruppe dar. Ihre Wünsche, Bedürfnisse sowie Erwartungen müssen in Bezug auf die (klima-

)relevanten Themenfelder einem konsequenten und langfristigen, wissenschaftlichen Monitoring unterzogen werden. Jedoch sollte vermieden werden, die Reisenden nach ihrer Zustimmung zur Klimaneutralitäts-Transformation an sich zu befragen. Dass diese das Ziel darstellt, ist angesichts Art. 2 Abs. 2 des BayKlimaG unstrittig. Vielmehr ist der Weg dorthin so zu gestalten, dass er Touristinnen und Touristen nicht ‚verschreckt‘ und ihnen Beherbergung bietet, die sie gleichbleibend zufriedenstellt. Die Akzeptanz der Reisenden für die notwendigen Transformationsschritte ist enorm wichtig. Daher sollte den Gästen deutlich aufgezeigt werden, dass klimaneutrale und klimaangepasste Beherbergung auch ohne wesentliche Änderungen⁶ am touristischen Produkt erreicht werden kann. Während die materielle Transformation zu Klimaneutralität und Klimaanpassung also vorrangig bauliche, infrastrukturelle und finanzielle Aspekte beinhaltet, ist die Bewusstseinsbildung bei den Gästen (und den Beherbergungsbetrieben) zuvorderst eine Kommunikationsaufgabe, die zwar herausfordernd, aber durchaus bewältigbar erscheint.

2.5 Übertragbarkeit auf andere touristische Segmente

Obschon im Rahmen des KLIBAB-Projektes lediglich ein Teilsegment des Tourismus untersucht wurde, erhoffte sich das Projektteam, Erkenntnisse über die Fallbeispiele (Augsburg und das Allgäu) und das Beherbergungswesen hinaus zu erarbeiten. So wurde versucht, Maßnahmen zum Abbau von Transformationshemmnissen für weitere Teile des bayerischen Tourismus zu extrapolieren, da davon ausgegangen wurde, dass die Hemmnisse, die das Beherbergungswesen von der Transformation zu Klimaneutralität und -anpassung abhalten, weitestgehend mit den Hemmnissen in anderen touristischen Teilbereichen kongruent sind.

Basierend auf dem Austausch mit den Praxispartnern und den Interviews mit Vertreterinnen und Vertretern aus Verwaltung und Destinationsmanagement kann jedoch abgeleitet werden, dass die Übertragbarkeit der vorliegenden Erkenntnisse auf andere touristische Segmente in Bayern nur eingeschränkt möglich ist. Dies liegt vorrangig an der baulich-materiellen Persistenz, der Immobilität, den langen Investitionszyklen und den sehr hohen Investitionssummen, die das Beherbergungswesen gegenüber anderen touristischen Angeboten charakterisieren.

Eine zentrale Erkenntnis kann jedoch auch auf andere touristische Segmente übertragen werden: In der aktuellen Phase, in der Maßnahmen zum Klimaschutz (noch) weitgehend freiwillig sind, kommt der persönlichen Haltung gegenüber Klimaschutz, Klimaneutralität und

⁶ Ab welchem Punkt „wesentliche“ Änderungen beginnen, ist Auslegungssache und variiert interindividuell. Ganz ohne Verhaltensänderungen wird Klimaneutralität nicht erreicht werden können; jedoch sollte den Reisenden die Furcht genommen werden, die Beherbergung würde unter diesen Umständen vollkommen anders – im Wesentlichen unkomfortabler – ablaufen. Dies ist mitnichten der Fall.

Klimaanpassung und exponierte Bedeutung zu. Oder, wie I12 beschreibt: „*Ja, also, es kommt, glaube ich, auf das Denken drauf an und da muss ganz viel noch passieren.*“ Diese Einschätzung wird auch von den quantitativen Daten gestützt: Gastgeberinnen, denen Klimaschutz persönlich wichtig ist, haben in der Vergangenheit signifikant häufiger Maßnahmen zum Klimaschutz durchgeführt ($\alpha < 0,001$). Zudem gibt es signifikante Zusammenhänge ($\alpha = 0,05$; teils auch $\alpha = 0,01$) zwischen der persönlichen Einschätzung zur Wichtigkeit des Klimaschutzes und der Bewertung, inwiefern unterschiedliche Hemmnisse die eigene Klimatransformation beeinflussen. Dies trifft auf alle (!) untersuchten Hemmnisse zu. Hierbei zeigt sich: Je eher Gastgeberinnen und Gastgeber von der Wichtigkeit des Klimaschutzes überzeugt sind, desto weniger erachten sie sich gehemmt auf ihrem Weg zu Klimaneutralität und Klimaanpassung.

In der Folge bedeutet dies: Gastgeberinnen, die von der Notwendigkeit des Klimaschutzes überzeugt sind, handeln eher und sind mutiger. Sie nehmen potenzielle Hindernisse als deutlich weniger hemmend wahr und „machen“ einfach Klimaschutz. Hierbei bemerken sie, dass dies häufig gar nicht so kompliziert ist – wodurch ein *Cercle Vertueux* in Gang gesetzt werden kann. Dieses Momentum gilt es sowohl im Beherbergungswesen als auch in anderen touristischen Segmenten in Bayern zu nutzen und zu fördern.

3 Projektbezogene Publikationen, Präsentationen und Vorträge

Die im Rahmen des Projektes KLIBAB erarbeiteten Forschungsergebnisse wurden und werden über zahlreiche Kommunikationskanäle verbreitet. Aufgrund der Latenzen bei der Abfassung und dem Begutachtungsprozess schriftlicher wissenschaftlicher Ausarbeitungen wurden die Forschungsergebnisse bislang vorrangig in Form von Präsentationen und nicht-wissenschaftlichen Medienbeiträgen verbreitet.

Wissenschaftliche Präsentationen wurden im Rahmen des Deutschen Kongresses für Geographie (DKG) gehalten (19.–23.09.2023; in den Fachsitzungen FS-399 und FS-447). Zudem werden die KLIBAB-Ergebnisse auf der Jahrestagung des Arbeitskreises Tourismusforschung (AKTF) im Mai 2024 in Bremen vorgestellt werden (Titel der Präsentation: „Klimak(r)ampf im Gastgewerbe: Hemmnisse für Nachhaltigkeitstransformationen und Lösungsstrategien im Beherbergungswesen“). Die Veranstaltung stellt zugleich den 7. Bremer Freizeitkongress dar.

Daneben erfuhr das Projekt großes Interesse innerhalb der nicht-wissenschaftlichen Medien. So fanden projektbezogene Interviews und Veröffentlichungen mit dem SPIEGEL (s. Ausgabe 34/2023), watson.de (04.10.2023), „Hart aber Fair to go“ (27.02.2024; abrufbar in der

ARD-Mediathek) und dem Radio des Bayerischen Rundfunks (Veröffentlichung noch ausstehend) statt. Auch künftig ist von einem hohen medialen Interesse an dem Themenkomplex „Beherbergungswesen x Klimawandel“ auszugehen, wie weitere vorliegende Presseanfragen zeigen.

Parallel hierzu bereitet das Projektteam wissenschaftliche Publikationen vor, die bei (international anerkannten Journals eingereicht werden. So wird ein Beitrag, der die Hemmnisse für die Transformation zu Klimaneutralität und Klimaanpassung diskutiert, bei der Zeitschrift „Annals of Tourism Research“ (Elsevier) eingereicht werden (alternativ: „Journal of Sustainable Tourism“ oder „Tourism Geographies“). Ein zweiter Beitrag, der stärker die notwendigen Veränderungen in den touristischen Governance-Strukturen fokussiert, wird bei der „Zeitschrift für Tourismuswissenschaft“ (De Gruyter) eingereicht. Der Schwerpunkt beider Beiträge liegt auf den konkreten empirischen Ergebnissen und ihren Implikationen für die touristische Praxis sowie für politische Institutionen; sie sollen noch im ersten Quartal 2024 eingereicht werden. Daneben sind zwei weitere Beiträge in Vorbereitung, die sich mit den theoretisch-konzeptionellen Implikationen der Ergebnisse für die Transformationsforschung auseinandersetzen. Die Fertigstellung und Einreichung des ersten dieser Beiträge bei „GAIA – Ecological Perspectives for Science and Society“ (Oekom Verlag) wird voraussichtlich im zweiten Quartal 2024 erfolgen. Der zweite stärker theoretisch orientierte Beitrag wird Anfang 2025 im Sammelband „Wissenspolitiken und Machtfragen in gesellschaftlichen Transformationsprozessen: Beiträge humangeographischer Nachhaltigkeits- und Transformationsforschung“ erscheinen. Der Band wird von Antje Bruns (Universität Trier) und Hartmut Fünfgeld (Albert-Ludwigs-Universität Freiburg) herausgegeben und ist Teil der Reihe „Kritische Transformations- und Nachhaltigkeitsforschung“, aufgelegt im transcript-Verlag.

4 Anwendungsbezug und praktischer Erkenntnisgewinn

In der Gesamtschau implizieren die Ergebnisse zu den Hemmnissen für die Transformation zu Klimaneutralität und Klimaanpassung im bayerischen Beherbergungswesen unmittelbaren Handlungsbedarf und legen zugleich eine Reihe von Ansatzpunkten nahe. Der beschriebene Handlungsbedarf ergibt sich aus mehreren Umständen: Der Klimawandel schreitet weiter voran (Forster et al. 2023), es verbleiben „nur noch“ 15 Jahre, um Konformität mit dem BayKlimaG zu erlangen und der CO₂-Preis wird weiter (und voraussichtlich stärker) steigen. Zudem sollte insbesondere dem Tourismus am Schutz einer intakten Umwelt als eigene Wirtschaftsgrundlage gelegen sein, ganz abgesehen von ethisch-moralischen Argumenten für Klimaschutz. Ausgehend von den beschriebenen Strukturen und Bewertungen im Beherber-

gungswesen sind mehrere Ergebnisse für die touristische Praxis, Politik und Verwaltung, Wissenschaft und Reisende zu konstatieren:

- Gastgebern fällt klimafreundliches Engagement umso leichter, je stärker sie von der Wichtigkeit des Klimaschutzes überzeugt sind; auch finanzielle Aspekte rücken dann in den Hintergrund. Bewusstseinsbildung bildet die Grundlage aller weiteren Schritte.
- Für viele Gastgeber ist der Klimawandel eine Herausforderung unter vielen. Dabei ist er meist weder die akuteste, noch die gewichtigste Herausforderung.
- Die Umsetzung von Klimaneutralität und Klimaanpassung scheitert häufig an dem dahinter vermuteten Aufwand – organisatorisch wie finanziell. Es muss den Betrieben so einfach wie möglich gemacht werden, klimaneutral und -angepasst zu werden.
- In vielen – insbesondere kleinen – Beherbergungsbetrieben existiert wenig bis gar kein Wissen über die Möglichkeiten zur Umsetzung von Klimaneutralität und Klimaanpassung. Dieses Wissen muss von außen kommen. Gleiches gilt für Unterstützungsangebote zur Minderung des organisatorischen und finanziellen Aufwands.
- Gäste müssen bereit sein, Veränderungen mitzugehen, diese mindestens zu akzeptieren oder gar zu fordern. Dies gilt es kommunikativ zu begleiten und zu steuern.

Um dies zu bewerkstelligen, ist eine deutlich stärkere Kooperation und Kommunikation unter den relevanten Stakeholdergruppen notwendig. Der nachrangige Platz, den die Herstellung von Klimaneutralität und Klimaanpassung auf der touristischen und tourismuswissenschaftlichen Agenda einnimmt, spiegelt die große Bedeutung der Aufgabe mitnichten wider – weder ökonomisch noch gesellschaftlich oder gar ökologisch. Durch das KLIBAB-Projekt wurden zahlreiche Dialoge zwischen unterschiedlichen Akteuren angestoßen, die weiter zu verstetigen und in konkrete Maßnahmen zu überführen sind.

Literaturverzeichnis

- Aall C., Klepp I.G., Engeset A.B., Skuland S.E., Støa E. (2011): Leisure and Sustainable Development in Norway: Part of the Solution and the Problem. In: *Leisure Studies* **30**(4), 453–476.
- Aall C., Koens K. (2019): The Discourse on Sustainable Urban Tourism: The Need for Discussing More Than Overtourism. In: *Sustainability* **11**/2019, 4228.
- Bastin J.-F., Clark E., Elliott T., Hart S., van den Hoogen J., Hordijk I., et al. (2019): Understanding Climate Change from a Global Analysis of City Analogues. In: *PLoS ONE* **14**(7), e0217592.
- Bauer A., Gardini M.A., Skock A. (2022): Overtourism aus Sicht der einheimischen Bevölkerung: Theoretische Fundierung und empirische Erkenntnisse einer Fallstudie aus dem Allgäu. In: *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* **14**(1), 1–21.
- Bauer A., Gardini M.A., Sommer G., Fink A. (2021): Szenarien für den Tourismus in Bayern im Jahr 2040: Impulse für die touristische Zukunft. Hochschule für angewandte Wissenschaften Kempten, Kempten.
- Bayerische Staatsregierung (2021): Klimaland Bayern: Regierungserklärung des Bayerischen Ministerpräsidenten Dr. Markus Söder, MdL, am 21. Juli 2021 vor dem Bayerischen Landtag. München: Bayerische Staatskanzlei.
- Bayerisches Landesamt für Statistik (2022): Tourismus in Bayern im Dezember 2021 und im Jahr 2021. Fürth: Bayerisches Landesamt für Statistik.
- Bayern Tourismus Marketing GmbH (2022): Tourismus in Bayern: Statistiken & Zahlen. München: Bayern Tourismus Marketing GmbH
- Becken S., Kaur J. (2022): Anchoring ‘Tourism Value’ within a Regenerative Tourism Paradigm: A Government Perspective. In: *Journal of Sustainable Tourism* **30**(1), 52–68.
- Becken S., Loehr J. (2022): Tourism governance and enabling drivers for intensifying climate action. In: *Journal of Sustainable Tourism* aop.
- Bischof M., Schmude J., Bauer M. (2017): Tourismus und Klimawandel: Eine nachfrageseitige Analyse zu Wahrnehmung und Reaktion am Beispiel der Alpen. In: *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* **9**(2), 221–247.
- Boluk K.A., Cavaliere C.T., Higgins-Desbiolles F. (2019): A Critical Framework for Interrogating the United Nations Sustainable Development Goals 2030 Agenda in Tourism. In: *Journal of Sustainable Tourism* **27**(7), 847–864.
- Bramwell B., Higham J., Lane B., Miller G. (2017): Twenty-five Years of Sustainable Tourism and the Journal of Sustainable Tourism: Looking Back and Moving Forward. In: *Journal of Sustainable Tourism* **25**(1), 1–9.
- Burawoy M. (1998): The Extended Case Method. In: *Sociological Theory* **16**(1), 4–33.
- Day J., Chin N., Sydnor S., Widhalm M., Shah K.U., Dorworth L. (2021): Implications of climate change for tourism and outdoor recreation: an Indiana, USA, case study. In: *Climatic Change* **169**(29), o.S..
- DEHOGA Bayern, Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V. (2021) Ein Paket für den Tourismus: Erwartungen an den Bund und den Freistaat. o.O.: o.V.
- Dickinson J., Robbins D., Lumsdon L. (2010): Holiday Travel Discourses and Climate Change. In: *Journal of Transport Geography* **18**(3), 482–489.
- Dogru T., Marchio E.A., Bulut U., Suess C. (2019): Climate Change: Vulnerability and Resilience of Tourism and the Entire Economy. In: *Tourism Management* **72**, 292–305.
- Dunn K. (2021): Engaging Interviews. In: Hay I., Cope M. (Hg.): *Qualitative Research Methods in Human Geography*. Don Mills: Oxford University Press, 148–185.

- Feola G. (2015): Societal Transformation in Response to Global Environmental Change: A Review of Emerging Concepts. In: *Ambio* **44**, 376–390.
- Folke C., Polasky S. et al. (2021): Our Future in the Anthropocene Biosphere. In: *Ambio* **50**, 834–869.
- Forster P.M., Smith C.J., Walsh T. et al. (2023): Indicators of Global Climate Change 2022: Annual Update of Large-Scale Indicators of the State of the Climate System and Human Influence. In: *Earth System Science Data* **15**(6), 2295–2327.
- Gabler S., Häder S. (2015): Stichproben in der Theorie. Mannheim: GESIS Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften.
- Glass L., Newig J. (2019): Governance for Achieving the Sustainable Development Goals: How Important are Participation, Policy Coherence, Reflexivity, Adaptation and Democratic Institutions? In: *Earth System Governance* **2**, 100031.
- Gössling S., Fichert F., Forsyth P. (2017): Subsidies in Aviation. In: *Sustainability* **9**(8), 1295.
- Gössling S., Lund-Durlacher D., Antonschmidt H., Peters M., Smeral E., Pröbstl-Haider U., Gratzner M. (2021): Beherbergung. In: Pröbstl-Haider U., Lund-Durlacher D., Olefs M., Pretenthaler F. (Hg.): *Tourismus und Klimawandel*. Berlin: Springer Spektrum, 75–92.
- Gössling S., Peeters P. (2015): Assessing tourism’s global environmental impact 1900–2050. In: *Journal of Sustainable Tourism* **23**(5), 639–659.
- Gössling S., Scott D. (2018): The Decarbonisation impasse: Global Tourism Leaders’ Views on Climate Change Mitigation. In: *Journal of Sustainable Tourism* **26**(12), 2071–2086.
- Habicher D., Erschbamer G., Pechlaner H., Ghirardello L., Walder M. (2021): Transformation and Design Thinking: Perspectives on Sustainable Change, Company Resilience and Democratic Leadership in SMEs. In: *Leadership, Education, Personality: An Interdisciplinary Journal* **3**(2), 145–156.
- Heyen D.A., Brohmann B., Libbe J., Riechel R., Trapp J.H. (2018): *Stand der Transformationsforschung unter besonderer Berücksichtigung der kommunalen Ebene*. Berlin: Deutsches Institut für Urbanistik (Difu) & Öko-Institut.
- Higgins-Desbiolles F. (2006): More than an “industry”: The Forgotten Power of Tourism as a Social Force. In: *Tourism Management* **27**, 1192–1208.
- IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) (2021). Summary for Policymakers. Climate change 2021: The physical science basis. Contribution of working Group I to the sixth assessment report of the intergovernmental panel on climate change.
- Ionescu G.H., Firoiu D., Pirvu R., Vilag R.D. (2019): The impact of ESG factors on market value of companies from travel and tourism industry. In: *Technological and Economic Development of Economy* **25**(5), 820–849.
- Karthe D., Reeh T., Kempf F., Lee H., Guenther E. (2021): Sustainable Recovery of Tourism in the post-COVID-19 World: Advocacy for a Resource Nexus perspective. In: *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* **13**(3), 324–332.
- Koens K., Postma A., Papp B. (2019): Management Strategies for Overtourism: From Adaptation to System Change. In: Pechlaner H., Innerhofer E., Erschbamer G. (Hg.): *Overtourism, Tourism Management and Solutions*. London: Routledge, 220–235.
- Kreilkamp E. (2011): Klimawandel und Tourismus: Herausforderungen für Destinationen. In: *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* **3**(2), 203–219.
- Kristof K. (2020): *Wie Transformation gelingt: Erfolgsfaktoren für den gesellschaftlichen Wandel*. München: oekom.
- Kuckartz U. (2014): *Mixed Methods: Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kuckartz U., Rädiker S. (2022): *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. Weinheim: Beltz Juventa.
- Lalicic L., Önder I. (2018): Residents’ Involvement in Urban Tourism Planning: Opportunities from a Smart City Perspective. In: *Sustainability* **10**/2018, 1852.

- Lenzen M., Sun Y.-Y., Faturay F., Ting Y.-P., Geschke A., Malik A. (2018): The Carbon Footprint of Global Tourism. In: *Nature Climate Change* **8**(6), 522–528.
- Loehr J., Becken S. (2021): The Tourism Climate Change Knowledge System. In: *Annals of Tourism Research* **86**, 103073.
- Löhr K., Weinhardt M., Sieber S. (2020): The “World Café” as a Participatory Method for Collecting Qualitative Data. In: *International Journal of Qualitative Methods* **19**, 1–15.
- Ma S., Kirilenko A.P. (2020): Climate Change and Tourism in English-language Newspaper Publications. In: *Journal of Travel Research* **59**(2), 352–366.
- Malik A., Lan J., Lenzen M. (2016): Trends in Global Greenhouse Gas Emissions from 1990 to 2010. In: *Environmental Science & Technology* **50**(9), 4722–4730.
- Marshall G. (2015): *Don't even Think about It: Why Our Brains Are Wired to Ignore Climate Change*. New York: Bloomsbury.
- Mau, S., Lux T., Westheuser L. (2023): *Triggerpunkte: Konsens und Konflikt in der Gegenwartsgesellschaft*. Suhrkamp, Berlin.
- Mayer H.O. (2013): *Interview und schriftliche Befragung: Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung*. München: Oldenbourg-Verlag.
- Mazzucato M., Kattel R. (2020): COVID-19 and Public-sector Capacity. In: *Oxford Review of Economic Policy* **36** (Supplement1), 256–269.
- Morse J.M. (2004): Theoretical Saturation. In: Lewis-Beck M.S., Bryman A. & Liao T.F. (Hrsg.) *The SAGE Encyclopedia of Social Science Research Methods*. SAGE Publications, Thousand Oaks, 1122–1123.
- Peeters P., Dubois G. (2010): Tourism Travel under Climate Change Mitigation Constraints. In: *Journal of Transport Geography* **18**(3), 447–457.
- Peeters P., Higham J., Kutzner D., Cohen S., Gössling S. (2016): Are technology myths stalling aviation climate policy? In: *Transportation Research Part D: Transport and Environment* **44**, 30–42.
- Rice H., Cohen S., Scott D., Steiger R. (2021): Climate Change Risk in the Swedish Ski Industry. In: *Current Issues in Tourism*, aop.
- Scoones I., Stirling A., Abrol D., et al. (2020): Transformations to Sustainability: Combining Structural, Systemic and Enabling Approaches. In: *Current Opinion in Environmental Sustainability* **42**, 65–75.
- Scott D. (2021): Sustainable Tourism and the Grand Challenge of Climate Change. In: *Sustainability* **13**(4), 1966.
- Scott D., Gössling S. (2022a): A Review of Research into Tourism and Climate Change – Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Tourism and Climate Change. In: *Annals of Tourism Research* **95**, 103409.
- Scott D., Gössling S. (2022b): From Djerba to Glasgow: Have Declarations on Tourism and Climate Change Brought Us any closer to Meaningful Climate Action? In: *Journal of Sustainable Tourism* **30**(1), 199–222.
- Scott D., Gössling S. (2022c): Destination net-zero: What Does the International Energy Agency Roadmap Mean for Tourism? In: *Journal of Sustainable Tourism* **30**(1), 14–31.
- Sharpley R. (2020): Tourism, Sustainable Development and the Theoretical Divide: 20 years on. In: *Journal of Sustainable Tourism* **28**(11), 1932–1946.
- Sisco M.R., Constantino S.M., Gao Y., Tavoni M., Cooperman A.D., Bosetti V., Weber E.U. (2023): Examining Evidence for the Finite Pool of Worry and Finite Pool of Attention Hypotheses. *Global Environmental Change* **78**, 102622.
- Strübing J. (2013) *Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

- Sun Y.-Y., Lin P.-C., Higham J. (2020): Managing Tourism Emissions through Optimizing the Tourism Demand Mix: Concept and Analysis. In: *Tourism Management* **81**, 104161.
- Travalyst (2021): The Re-emergence of Travel: A Travalyst View. o.O.
- UNWTO (United Nations World Tourism Organization) (2008): Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges. Madrid: UNWTO.
- Weber E.U. (2006) Experience-Based and Description-Based Perceptions of Long-Term Risk: Why Global Warming Does not Scare Us (yet). *Climatic Change* **77**(1–2), 103–120.
- Witting M., Bischof M., Schmude J. (2021): Behavioural change or “business as usual”? Characterising the reaction behaviour of winter (sport) tourists to climate change in two German destinations. In: *International Journal of Tourism Research* **23**(1), 110–122.
- WTTC (World Travel & Tourism Council) (2015): Travel & Tourism 2015: Connecting Global Climate Action. London: WTTC.
- Zimmer K., Ferschke V., Keck E., Scheiber N., Woll J. (2022): Klimaschutz und Luftverkehr: Bewusstsein, Flugkonsum und Kompensationsbereitschaft der Generationen Y und Z. In: *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* **14**(1), 88–103.

Anhang

A Leitfaden zu den qualitativen Interviews

Interviewleitfaden

Datum:

Beginn: Ende:

Interviewer:in:

Interviewpartner:in:

Position im Betrieb:

Art des Betriebes:

- Vorstellung des/der Interviewer:in
- Beschreibung des Projektes / Interviewkontextes
- Information und Zustimmung zur Aufnahme des Interviews
- Vertraulichkeitserklärung

A		Warm Up
	1	Können Sie mir ein bisschen über Betrieb XY erzählen?
	2	Welche Veränderungen hat Betrieb XY in den vergangenen Jahren durchlaufen? Was waren die Gründe/Auslöser dafür?
B		Aktuelle Herausforderungen im Gastgewerbe allgemein
	1	Mit welchen Herausforderungen ist Ihr Betrieb aktuell konfrontiert? <i>ggf. Wertung vornehmen lassen</i>
	2	Was denken Sie, mit welchen Herausforderungen wird Betrieb XY Zukunft konfrontiert werden?
	3	<i>Auf B2 aufbauend (falls nicht genannt):</i> Welche Rolle spielt der Klimawandel? Welche Rolle spielen Vorschriften zur Emissionsreduktion?
C		Bisherige Maßnahmen zur Klimaneutralität
	1	Welche Maßnahmen haben Sie bereits ergriffen, um Betrieb XY klimaneutral zu betreiben? Welche Maßnahmen, um ihn an den Klimawandel anzupassen? <i>ggf. Nachfrage: Warum diese Maßnahmen?</i>
	2	Was sind die größten Herausforderungen bei der Umstellung Ihres Hotelbetriebs auf Klimaneutralität (bei der Klimaanpassung)? <i>ggf. nachhaken: Welche Hindernisse sehen Sie bei der Umsetzung von Klimaneutralität im Gastgewerbe allgemein?</i>
	3	Wenn Sie bereits einen langfristigen Plan zur Umstellung auf Klimaneutralität haben, wie sieht dieser aus?
D		Transformationshemmnisse
	1	Welche Probleme treten bei der Umsetzung klimaneutraler Praktiken in Ihrem Unternehmen auf?
	2	Welche Vorschriften und Gesetze beeinflussen Ihre Fähigkeit, klimaneutral zu arbeiten – positiv und negativ?
	3	Welche Rolle spielen Kosten bei der Umstellung auf Klimaneutralität?
	4	<i>Nur wenn bereits Klimaneutralität umgesetzt wird:</i> Welche Rückmeldungen und Anregungen erhalten Sie von Ihren Gästen in Bezug auf die Umsetzung klimaneutraler Praktiken?
E		Abschluss
	1	Welche Unterstützung benötigen Sie, damit Betrieb XY klimaneutral wird?
	2	Gibt es etwas, das Sie hinzufügen oder ergänzen möchten?

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme an diesem Interview!

B Übersicht der Interviewpartnerinnen und -partner (qualitative Interviews)

Tabelle 2: Interviewpartner qualitative Interviews

Kürzel	Betriebsart	Größe des Betriebs	Ort
I1	Hotel	220 Zimmer	Augsburg
I2	Pension	24 Zimmer	Augsburg
I3	Hotel	30 Zimmer	Augsburg
I4	Hotel	20 Zimmer	Augsburg
I5	Hotel	83 Zimmer, 215 Betten	Augsburg
I6	Hotel	111 Zimmer, 230 Betten	Augsburg
I7	Hotel	25 Zimmer	Augsburg
I8	Hotel	235 Zimmer, 510 Betten	Augsburg
I9	Hotel	31 Zimmer	Augsburg
I10	Hotel	132 Zimmer	Augsburg
I11	Gasthaus	21 Zimmer	Augsburg
I12	Jugendherberge	19 Zimmer	Augsburg
I13	Gasthaus	12 Zimmer	Augsburg
I14	Hotel	20 Zimmer	Oberstdorf
I15	Hotel	60 Zimmer	Fischen
I16	Campingplatz	50 Stellplätze, 20 Zeltplätze	Allgäu
I17	Hotel	ca. 180 Zimmer	Augsburg
I18	Hotel	73 Zimmer	Augsburg
I19	Campingplatz	ca. 50 Stellplätze, 20 Zeltplätze	Allgäu
I20	Campingplatz	25 Stellplätze	Allgäu
I21	Ferienwohnung	n/a	Oberstdorf
I22	Bauernhof	3 Zimmer	Immenstadt
I23	Campingplatz	50 Stellplätze	Allgäu
I24	Hotel	18 Zimmer	Immenstadt
I25	Ferienwohnungen und -häuser	4 Ferienwohnungen, 5 Ferienhäuser	Oberstdorf

I26	Ferienwohnungen, Campingplatz	3 Ferienwohnungen, 80 Stellplätze	Oberjoch
------------	-------------------------------	-----------------------------------	----------

Quelle: eigene Darstellung