

**DTV Fachkonferenz:
Klimawandel fordert Tourismuswandel**



Die Sicht der Nachfrager:

**Akzeptanz von Handlungsoptionen
der Urlauber in Bezug auf den
Klimawandel**

Berlin, 27.11.2008

Wolfgang Günther
Institute für Tourismus- und Bäderforschung
in Nordeuropa, Kiel
www.nit-kiel.de

Aktuelle Forderungen an Reisende in der Klimawandel-Diskussion

- Weniger oder am besten gar nicht fliegen!
- Nicht so weit reisen, am besten Urlaub im eigenen Land bleiben!



Zukunftsdestination Balkonien?



Auf Fliegen verzichten?



Manchen fällt es leichter als anderen ...

**Wer von Ihnen wäre bereit in
Zukunft aus Klimaschutzgründen
ganz auf das Fliegen im Urlaub zu
verzichten oder tut es jetzt schon?**

Und das sagen die Urlaubsreisenden

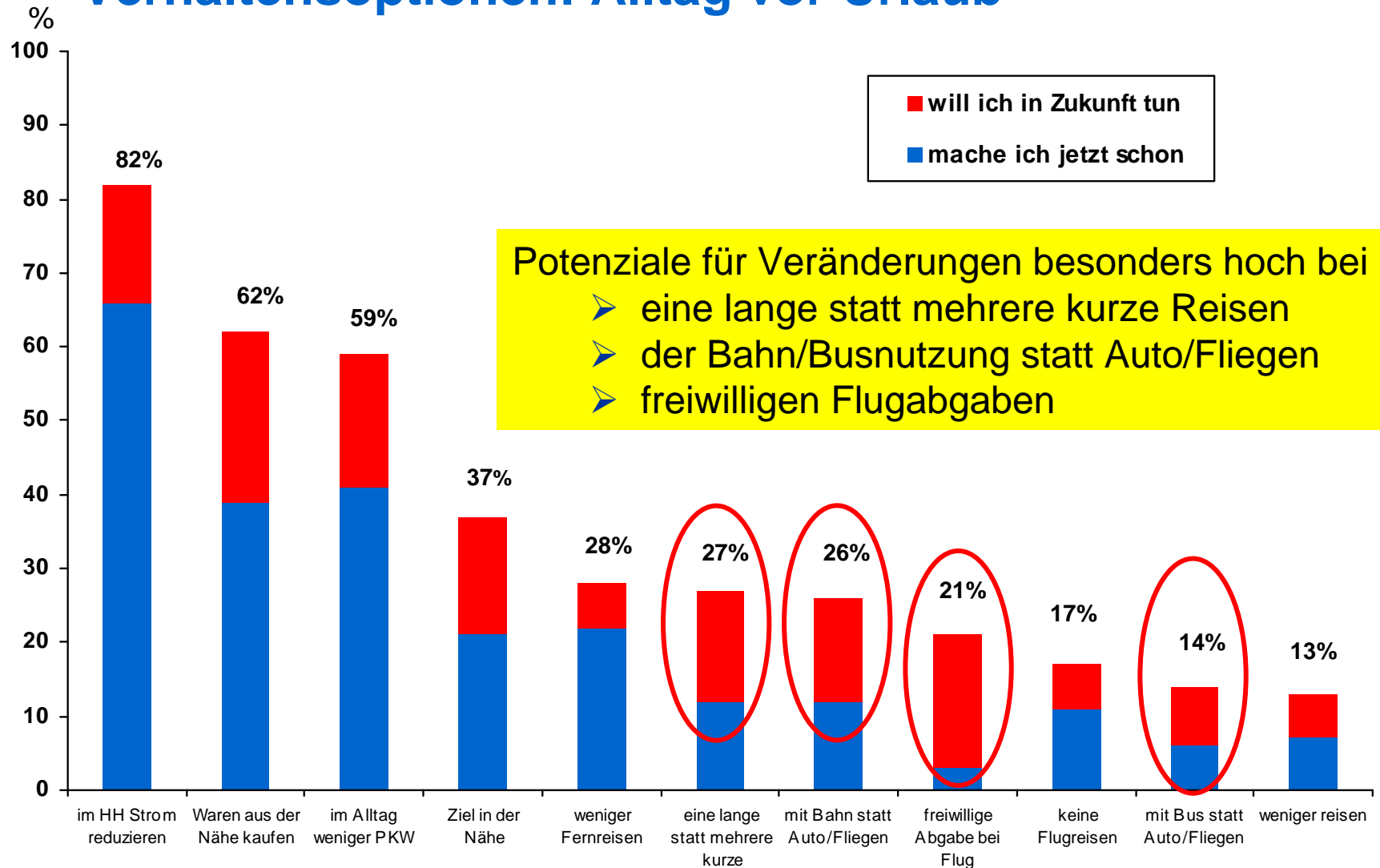
(z.B. Studie der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R))

Frage: Welche Akzeptanz finden Verhaltensoptionen, die prinzipiell geeignet sind den durch Urlaubsreisen entstehenden CO₂ Ausstoß zu vermindern, in der Bevölkerung?

Vorgegeben: Elf Möglichkeiten, die man entweder im Alltag oder auf Reisen realisieren könnte und die in der aktuellen Diskussion um den Klimawandel und seine Folgen immer wieder gefordert werden.

Die Befragten waren gebeten jeweils anzugeben, ob sie dieses Verhalten jetzt schon zeigen, ob sie es für die Zukunft planen, ob sie es für sich auch in Zukunft ablehnen oder ob sie dieser Vorschlag nicht betrifft.

Akzeptanz von Klima schonenden Verhaltensorptionen: Alltag vor Urlaub

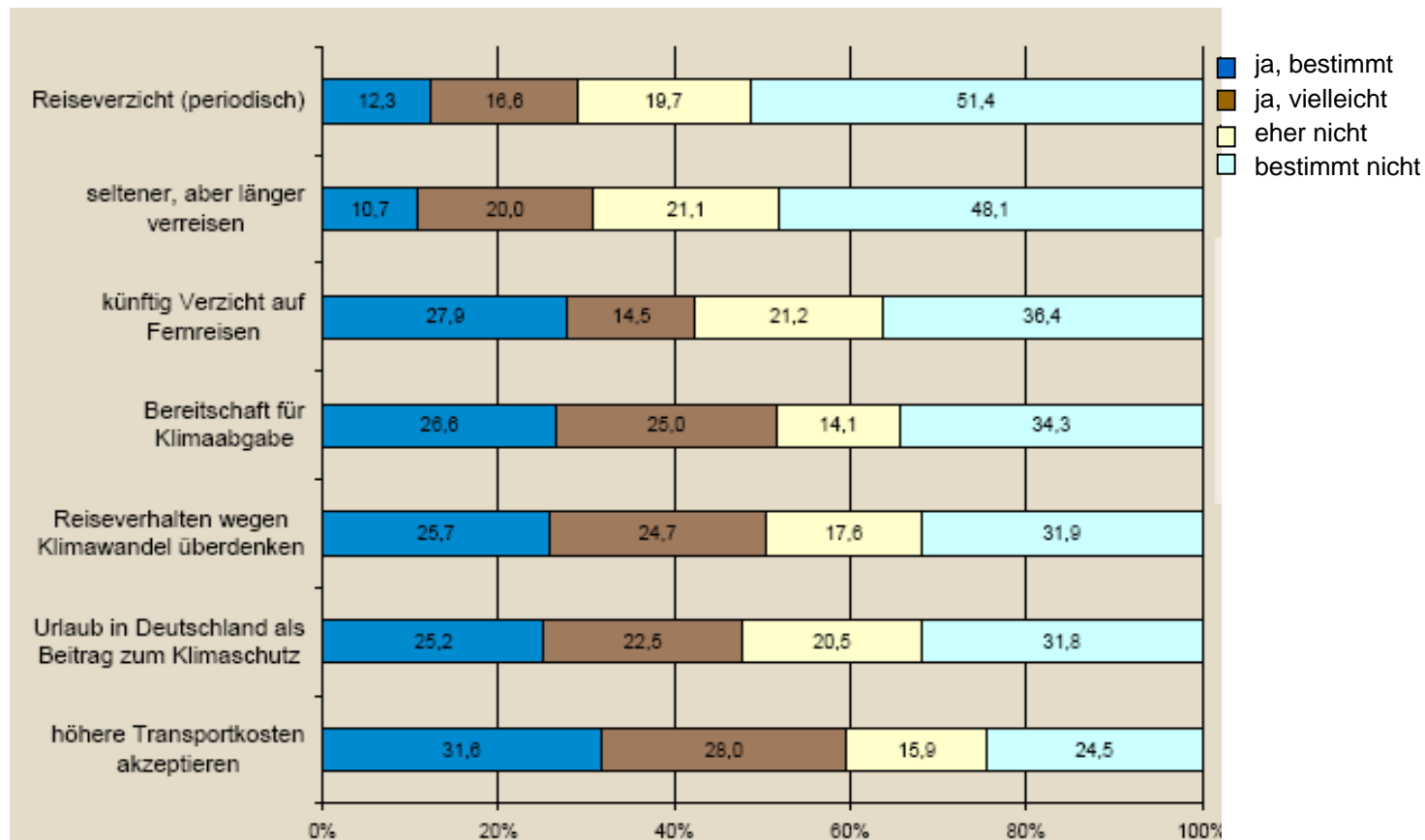


Basis: Urlaubsreisende 2007, 16-64 Jahre = 100%, (n = 589)

Quelle: F.U.R., RAonline 2007/08

RA online

Lieber mehr zahlen, als das Reiseverhalten grundlegend ändern

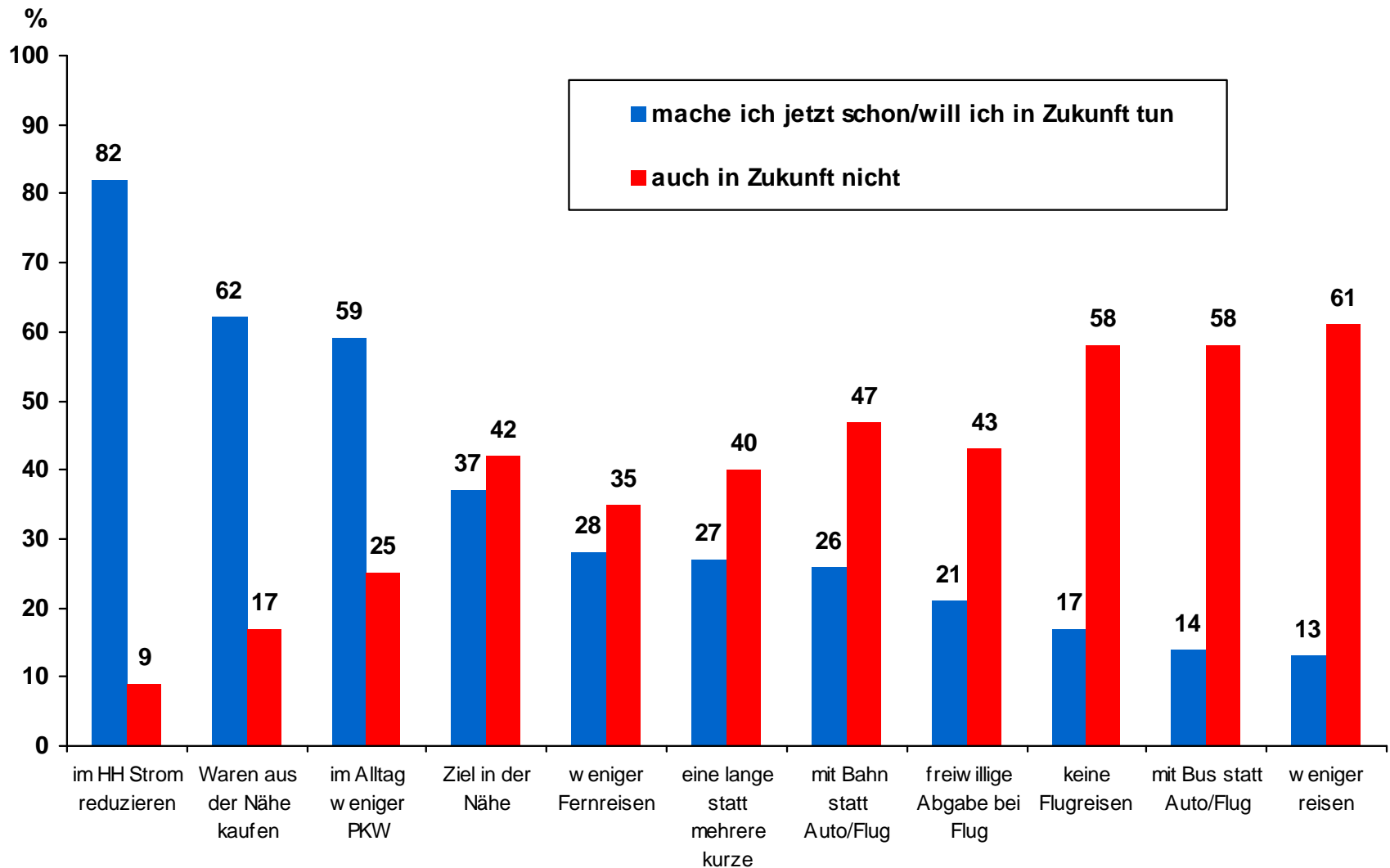


Frage: Sagen Sie mir bitte, ob Sie die angesprochenen Maßnahmen künftig ergreifen werden?

Basis: Bevölkerung in Privathaushalten der Bundesrepublik Deutschland

Quelle: eti-marktforschung, Sommerbefragung 2007, (n = 2048)

Klima schonenden Verhaltensoptionen im Urlaub: Ablehnung übertrifft Akzeptanz



Basis: Urlaubsreisende 2007, 16-64 Jahre = 100%, (n = 589)

Quelle: F.U.R., RAonline 2007/08

Nicht immer sind die Vorsätze relevant...

Bevölkerung Angaben in % horizontal	habe ich in Zukunft vor	Bezug zur Zielgruppe
Verhaltensoption		
freiwillige Abgabe beim Flug	14	50% von diesen haben 2007 eine Flugreise gemacht.
keine Flugreisen	6	30% von diesen haben 2007 eine Flugreise gemacht.
weniger Fernflugreisen	5	16% von diesen haben 2007 eine Fern-Flugreise gemacht.

Frage: Wie viele sind wirklich änderungsbereit, d.h. wollen in Zukunft etwas zu tun, was sie jetzt noch nicht machen (bzw. etwas lassen, was sie jetzt noch tun).

➤ Genauere Analyse der betroffenen Zielgruppen nötig.

Basis: Bevölkerung, 16-64 Jahre = 100%, (n = 1000)
Quelle: F.U.R, RAonline 2007/08

Änderungsbereitschaft!

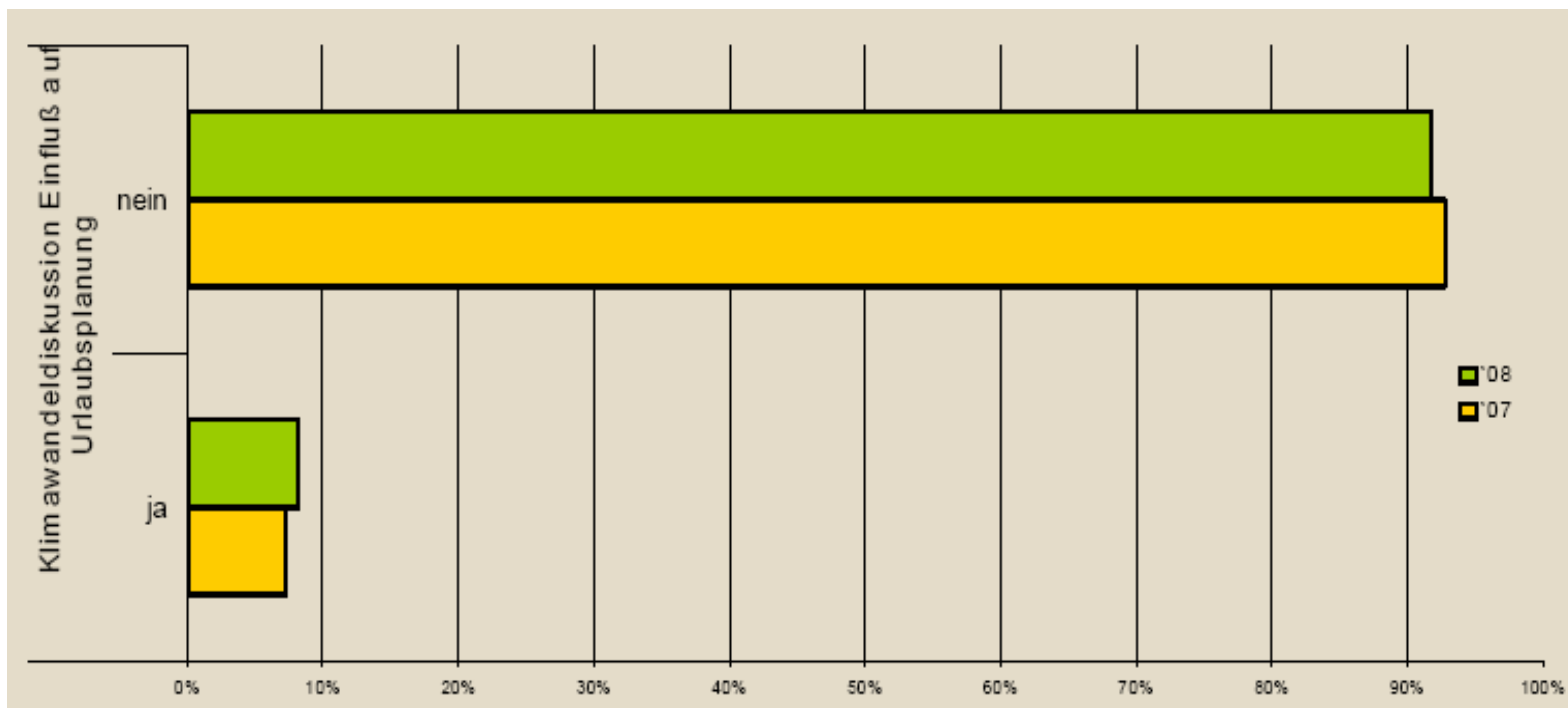
	Zielgruppe aus Reiseverhalten 2007 <i>%: will ich in Zukunft tun</i>				
Verhaltensoptionen	Alle Urlaubsreisenden	Flugreisende	Fernreisende	Einfachreisende	Mehrfachreisende (2+ Reisen)
Ziel in der Nähe	16	16	16	16	15
Weniger Urlaubsreisen	6	6	6	7	5
Ganz auf Flugreisen verzichten	6	5	5	6	6
Weniger Fernflugreisen	6	4	6	6	5
Freiwillige Abgabe bei Flug	18	21	21	22	15

 = Zielgruppe, für die die jeweilige Verhaltensoption besonders relevant ist

- Auch betroffene Zielgruppen stellen Änderung in Aussicht
- Tendenz zur Bestätigung des eigenen Verhaltens

Basis: Urlaubsreisende 2007, 16-64 Jahre = 100%, (n = 589)
Quelle: F.U.R., RAonline 2007/08

Aber: Absicht ist nicht (sofort) gleich Handeln



Frage: Hatte die Diskussion um das Thema Klimawandel Auswirkungen auf Ihre diesjährige Urlaubsplanung

➤ Noch machen die Urlaubsreisenden ihre Zukunftsabsichten kaum wahr

Basis: Bevölkerung in Privathaushalten der Bundesrepublik Deutschland

Quelle: eti-marktforschung, Sommerbefragung 2008, (n = 2074)

Trotzdem: Wird auch nur ein Teil der Absichten mittelfristig umgesetzt, hat das Konsequenzen ...

... nicht nur für das Klima,

→ Vorsätze für die Zukunft zeigen Raum für CO₂-Einsparungen im Tourismus

... sondern auch für den Tourismus!

→ spürbarer Nachfragerückgang bzw. Nachfrageverlagerungen

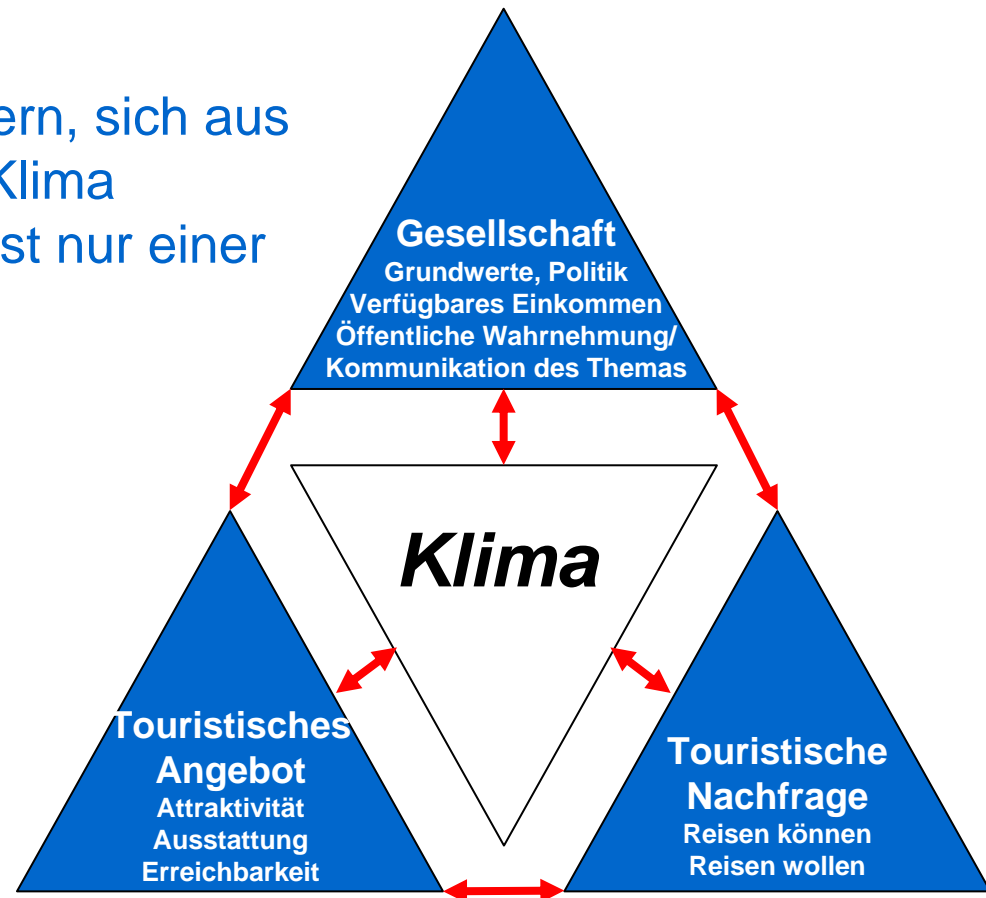
→ Strukturwandel im Konsumentenverhalten



Einordnung der Ergebnisse (1)

Konsumentenverhalten im Tourismus ist eine Reaktion auf die Gesamtheit der auf die Nachfrage wirkenden Faktoren.

Der Wunsch von Urlaubern, sich aus sozialer Verantwortung Klima schonend zu verhalten, ist nur einer davon.



(Günther & Lohmann, 2008)

Einordnung der Ergebnisse (2)

Die vorgestellten Ergebnisse liefern Hinweise auf mögliche ethisch motivierte Veränderungen der touristischen Nachfrage im Zuge des Klimawandels.

Sie beschreiben damit einen Teil der Auswirkungen des Klimawandels auf die touristische Nachfrage.

Solide Kenntnisse zur potentiellen Nachfrageentwicklung insgesamt und zu Wechselwirkungen zwischen verschiedenen Einflussfaktoren (mit und ohne Bezug zum Klimawandel) sind eine Voraussetzung für erfolgreiche Anpassungsstrategien.

Hier gibt es noch großen Forschungsbedarf.



Für die nächsten Jahre gilt zunächst



- ❖ Klimawandel ist in der Regel noch nicht direkt erfahrbar.
- ❖ Klimawandel bezogene Nachfrageveränderungen werden zunächst vor allem durch die öffentliche Diskussion und Wahrnehmung des Themas beeinflusst.
- ❖ Dieser Diskurs lässt sich mitgestalten – auch von der Tourismusbranche.
- ❖ Welche Rolle der Tourismus in der öffentlichen Wahrnehmung in Zukunft spielen wird, wird nicht zuletzt vom Engagement im Klimaschutz und Kommunikationsverhalten der Touristiker selbst abhängen.
- ❖ Im Bewusstsein des Klimawandels und seiner Auswirkungen auf die Nachfrage pfiffige und glaubwürdige Produkte zu entwickeln, ist Aufgabe und Chance der Branche.



Vielen Dank!

www.nit-kiel.de

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

Wolfgang Günther ist Leiter Nachhaltiger Tourismus und Prokurist im *N.I.T.*.