

## "Nachhaltiger Tourismus in Österreich: Eine Win-Win-Situation für alle"

### Kernaussage 1: "Nachhaltigkeit geht durch den Magen".

Im Kontext der wachsenden ökologischen Bewusstheit fragen wir uns oft, welche Ausprägungen Nachhaltigkeit bei den Gästen hat. Woran erkennt man Nachhaltigkeit?

Lebensmittel spielen eine prominente Rolle bei der Wahrnehmung der Nachhaltigkeit im Kontext von Urlaub in Österreich. Dabei ist für die Zufriedenheit und die Zahlungsbereitschaft der Gäste Regionalität und Saisonalität wichtiger als das Label „Bio“.

Nicht nur materielle Kostbarkeiten werden wertgeschätzt, auch das Pflegen traditioneller Handwerkstechniken und das Werthalten regionaler Produkte tragen wesentlich zur Nachhaltigkeit bei. Neben regionalen Lebensmitteln, Produkten und Handwerk reflektiert die nachhaltigkeitsaffine Zielgruppe vor allem auf Abfallvermeidung, Plastikvermeidung und Klimaschutzmaßnahmen. Die Art des Urlaubs spielt dabei kaum eine.

Übrigens: *Österreich ist Europameister in der biologischen Landwirtschaft* mit einem Anteil von 27% auf fast 670.000 ha ökologisch bewirtschafteten Flächen und ein Paradebeispiel für regionale Nachhaltigkeit. Sicherlich eine Tatsache, die in der Kommunikationsarbeit stärken betont werden kann.

Kernaussage 2: Die nachhaltigkeitsaffine Zielgruppe beträgt derzeit ungefähr ¼ der Gesamtpopulation und hat eine um 1/3 höhere (teilweise sogar deutlich darüber liegende) Zahlungsbereitschaft.

Sie ist bereit, für ihr bevorzugtes Angebot durchschnittlich EUR 360,- € zu zahlen, im Vergleich zu EUR 267,- für die bevorzugten Angebote aller Befragten. Diese Zahlungsbereitschaft ist unabhängig von der Art des Urlaubs, sei es Städte-/Kultururlaub oder Urlaub im Grünen.

Kernaussage 3: Hotels, die auf ein nachhaltiges Angebot setzen, erhöhen dadurch ihre Zukunftsfähigkeit: ¾ der deutschen Urlauber sind überzeugt, dass nachhaltige Hotels in den nächsten 3 Jahren an Bedeutung gewinnen und bewerten auch das Image besser.

Übrigens: *familiengeführte Hotels* genießen dabei ein besonderes Vertrauen, ihnen trauen die Gäste eher zu, Nachhaltigkeit glaubhafter verfolgen können. Dies ist ein großer Vorteil für Österreich, da etwa 90% der Betriebe familiengeführt sind.

Kernaussage 4: Implementierung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen ist eine Win-Win-Situation.

Einerseits können Maßnahmen zur Klimaneutralität die Energiekosten im Betrieb senken. Im Rahmen einer Pilotphase, initiiert von nista.io und der ÖW Ende 2022, wurden Tourismusbetriebe dabei unterstützt, energieeffizienter und nachhaltiger zu werden. Die ersten Pilotbetriebe, die St. Martins Therme & Lodge im Burgenland und das Hollmann Beletage in Wien, zeigten bereits, dass solche Maßnahmen die Energiekosten senken

Andererseits stärken diese Maßnahmen die Gästezufriedenheit und das Ansehen der Betriebe. Zudem sind Nachhaltigkeit und eine konsequent umgesetzte ESG-Strategie (Environmental, Social, Governance) entscheidende Erfolgsfaktoren für das Employer Branding und können dabei helfen, qualifiziertes Personal anzuziehen und zu halten.

*Nachhaltiger Tourismus in Österreich ist somit nicht nur gut für die Umwelt und den Lebensraum, sondern bringt auch betriebswirtschaftliche Vorteile und erhöht die Kundenzufriedenheit.*