



Deckblatt

Name Autor/Autorin: Sophie Schaad

Titel und ggf. Untertitel der Arbeit: *Als „Reiseweltmeister“ zukunftsfähig unterwegs!*

Grundlagen der klimaverträglichen Reiseplanung aus deutscher Perspektive

Name Betreuer/Betreuerin: FH-Prof. MMag. Dr. Harald Friedl

Name der Ausbildungseinrichtung: FH JOANNEUM, Institut für Gesundheit und Tourismus Management, Bad Gleichenberg

Kontakt Daten Institut (E-Mail-Adresse): gtm@fh-joanneum.at

SDG-Kategorie¹:

- SDG 1: **Armut** in all ihren Formen und überall beenden
- SDG 2: Den **Hunger** beenden, **Ernährungssicherheit** und eine bessere **Ernährung** erreichen und eine nachhaltige **Landwirtschaft** fördern
- SDG 3: Ein **gesundes Leben** für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern
- SDG 4: Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige **Bildung** gewährleisten und Möglichkeiten **lebenslangen Lernens** für alle fördern
- SDG 5: **Geschlechtergerechtigkeit** erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen
- SDG 6: Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von **Wasser und Sanitärversorgung für alle** gewährleisten
- SDG 7: Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner **Energie** für alle sichern
- SDG 8: Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges **Wirtschaftswachstum**, produktive **Vollbeschäftigung** und **menschenwürdige Arbeit** für alle fördern
- SDG 9: Eine widerstandsfähige **Infrastruktur** aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige **Industrialisierung** fördern und Innovationen unterstützen
- SDG 10: **Ungleichheit** in und zwischen Ländern **verringern**
- SDG 11: **Städte und Siedlungen** inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten
- SDG 12: Nachhaltige **Konsum- und Produktionsmuster** sicherstellen
- SDG 13: Umgehend Maßnahmen zur **Bekämpfung des Klimawandels** und seiner Auswirkungen ergreifen
- SDG 14: **Ozeane, Meere und Meeresressourcen** im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen
- SDG 15: **Landökosysteme** schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, **Wälder** nachhaltig bewirtschaften, **Wüstenbildung bekämpfen**, **Bodendegradation beenden und umkehren** und dem Verlust der **biologischen Vielfalt** ein Ende setzen
- SDG 16: **Friedliche und inklusive Gesellschaften** für eine nachhaltige Entwicklung fördern, allen Menschen **Zugang zur Justiz** ermöglichen und leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und inklusive **Institutionen** auf allen Ebenen aufbauen
- SDG 17: **Umsetzungsmittel stärken** und die Globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen

Haupt-SDG der Arbeit: 12

3-5 Keywords² klimafreundlicher Tourismus, emissionsarme Reiseformen, nachhaltiger Urlaub, sustainable travelling

¹ Welchem der 17 SDG's kann diese Arbeit zugeordnet werden? Bitte kreuzen Sie alle Ziele an, zu denen Ihre Arbeit einen wesentlichen Bezug herstellt und geben Sie darüber hinaus jenes SDG an, das von der Arbeit am meisten betroffen ist.

² Zentrale Begriffe zur inhaltlichen Erfassung der wesentlichen behandelten Aspekte.

Bachelorarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades
Bachelor of Arts in Business

Als „Reiseweltmeister“ zukunftsfähig unterwegs!
Grundlagen der klimaverträglichen Reiseplanung aus deutscher Perspektive

Fachhochschul-Bachelor-Studiengang Gesundheitsmanagement im Tourismus

2022

Betreuer: FH-Prof. MMag. Dr. Harald Friedl

Eingereicht von: Sophie Schaad

Personenkennzahl: 1810369037

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit/Masterarbeit selbständig und ohne fremde Hilfe angefertigt und die mit ihr verbundenen Tätigkeiten selbst erbracht habe und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Die hochgeladene Version und die allenfalls abgelieferte gedruckte Version sind identisch.

Ich erkläre zudem, dass ich die Arbeit im Sinne der Prinzipien der Richtlinie der FH JOANNEUM zur Sicherung Guter Wissenschaftlicher Praxis und zur Vermeidung von Fehlverhalten in der Wissenschaft erstellt habe.

Insbesondere erkläre ich, dass ich Inhalte, die ich aus Werken Dritter oder auch aus eigenen Werken wörtlich oder inhaltlich übernommen habe, geeignet - und den Regeln für gutes wissenschaftliches Arbeiten entsprechend - gekennzeichnet und die Informationsquellen durch detaillierte Quellenangaben deutlich ersichtlich gemacht habe.

Die vorliegende Originalarbeit ist in dieser Form zur Erreichung eines akademischen Grades noch keiner anderen Hochschule im In- oder Ausland vorgelegt worden.

Ich bin mir bewusst, dass eine unwahre eidesstattliche Erklärung rechtliche Folgen haben kann.

Ort, Datum Unterschrift

Kurzfassung

Der heutige Reisemarkt ist geprägt von einem Überangebot und einer Vielzahl von Klimasiegeln, die es dem Verbraucher schwer machen, die Übersicht zu behalten und oft nicht zwischen Greenwashing-Produkten und wirklich zertifizierten Produkten zu unterscheiden. Unternehmen versprechen, sich für den Umweltschutz einzusetzen, ohne konkrete Maßnahmen umzusetzen.

Hinzu kommt das stetige Wachstum der Tourismusbranche, da dieser mit seinen CO₂-Emissionen, insbesondere durch den Flugverkehr zum Klimawandel beiträgt. Gepaart mit einem Wertewandel und einem verstärkten Bewusstsein vieler KonsumentInnen zum klimafreundlichen Handeln kommt es zu der Forschungsfrage: *„Wie können verantwortungsvolle KundInnen möglichst klimaschonend reisen?“*. In dieser Arbeit werden Angebote einer klimafreundlichen Reise dargestellt. Den verantwortungsvollen KundInnen soll mithilfe der Arbeit eine Orientierung geboten werden, sodass sie ihre Reise möglichst klimaschonend gestalten können und besonders Angebote zur Hin- und Rückreise auffinden können. Somit ist das primäre Ziel dieser Bachelorarbeit, Informationen und Angebote für den klimafreundlichen Urlaub aufzuzeigen, sodass die individuelle Planung der Reise erleichtert wird und die KonsumentInnen einen Einblick in die präsente Materie des Klimawandels und damit verbunden der Klimaschonung gewährt bekommen.

Dazu wurde zunächst eine umfassende Literatursuche und -analyse durchgeführt, um den aktuellen Forschungsstand darzulegen. Im Anschluss wurden einzelne klimafreundliche Qualitätszeichen und Projekte vorgestellt, um dem KonsumentInnen eine Übersicht über umweltgerechte Projekte zu ermöglichen. Abschließend wurden verschiedene Empfehlungen zum klimafreundlichen Reisen aufgelistet, sodass für dem/die KonsumentInnen anhand der aufgelisteten Angebotsübersicht eine möglichst klimaschonende Urlaubsplanung unterstützt werden kann.

Resultierend ist der klimafreundliche Tourismus ist also eine sanfte Reiseart mit geringen Treibhausgasemissionen. Daher kann nur eine wohlüberlegte Durchführung einer Reise einen positiven Einfluss auf die Klimaschonung haben. Abschließend wurden Empfehlungen und nützliche Tipps für eine klimafreundliche Urlaubsplanung vorgestellt. Wichtig ist es, ein CO₂-armes Reisemittel für die Anfahrt und Abreise zu nutzen und vor Ort klimafreundliche Aktivitäten zu wählen, die emissionsfrei sind und mit öffentlichem Verkehrsmittel zugänglich sind. Auch eine Unterkunft, die selbst auf Nachhaltigkeit und Klimaschutz achtet, soll gewählt werden. Der/die klimafreundliche Reisende kann die Tipps nutzen, um seinen/ihren Urlaub so klimafreundlich wie möglich zu gestalten.

Schlüsselwörter:

Klimafreundlicher Tourismus • Klimafreundlichkeit • Klimawandel • Reisen • Klimaschutz • Klimabelastung • Emissionsintensität • Tourismusentwicklung

Abstract

Today's travel market is characterised by an oversupply and a wide variety of climate labels, which makes it difficult for consumers to maintain an overview and often cannot distinguish green-washed products from correctly certified ones. Companies promise to commit to environmental protection without implementing specific measures.

In addition, there is the steady growth of the tourism industry, which contributes to climate change with its CO₂ emissions, especially from air travel. In combination with a change in values and an increased awareness of many consumers for climate-friendly travel, the research question arises: "How can responsible customers travel in the most climate-friendly way possible? In this paper, offers of climate-friendly travel are presented. With the help of the thesis, responsible customers should be offered an orientation so that they can organize their trip as climate friendly as possible and especially find offers for arrival and departure. Thus, the primary goal of this bachelor's thesis is to present information and offers for climate-friendly holidays, so that individual planning of the trip is facilitated, and consumers are given an insight into the present matter of climate change and the associated climate protection.

To this end, a comprehensive literature search and analysis was first carried out to present the current state of research. Subsequently, individual climate-friendly quality labels and projects were presented to give consumers an overview of the climate-friendly offers. Finally, various tips for climate-friendly travel were listed so that consumers can be supported in planning their holidays in the most climate-friendly way possible based on the listed selection of offers.

As a result, climate-friendly tourism is a gentle form of travel with minimal greenhouse gas emissions. Therefore, only the well-thought-out implementation of a trip can make a positive contribution to climate friendliness. Finally, recommendations and useful tips for climate-friendly holiday planning were presented. It is important to use a low-CO₂ means of transport to and from the destination and to choose climate-friendly activities on site that are emission-free and can be reached on foot or by bicycle. Accommodation that itself pays attention to sustainability and climate protection should also be chosen. The climate-friendly traveller can use the tips to make his/her holiday as climate-friendly as possible.

Keywords

Climate-friendly tourism • Climate-friendliness • Climate change • Travel • Climate protection • Climate pollution • Emission intensity • Tourism development

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung	II
Abstract	IV
Abbildungsverzeichnis	VII
1. Einleitung	1
1.1 Problemdarstellung	1
1.2 Ziel der Arbeit	3
1.3 Forschungsfrage und These	4
1.4 Unterfragen und weitere Thesen	4
1.5 Limitation	5
1.6 Methodenskizze	5
1.7 Aufbau der Arbeit	6
2. Methode	7
2.1 Sekundäre Datenerhebung	7
2.2 Primäre Datenerhebung	9
3. Hauptteil Theoretische Grundlagen	10
3.1 Tourismus	11
3.2 Urlaubsreise	11
3.3 Greenwashing	12
3.4 Abgrenzung der Begriffe Nachhaltigkeit, Umweltfreundlichkeit und Klimafreundlichkeit	13
3.5 Entwicklung des Tourismus	14
4. Tourismus in Zeiten des Klimawandels	16
4.1 Folgen des Tourismus auf die Umwelt	17
4.2 Klimaveränderungen	17
4.3 Folgen des globalen CO ₂ -Ausstoßes	19
4.3.1 Fazit	20
4.4 Motorisierte Mobilität - Flugreisen	22
4.4.1 Fazit:	24
5. Individuelle Maßnahmen gegen den Klimawandel	25
5.1 Kompensationszahlungen	25
5.1.1 Fazit	26
5.2 Bus und Zug	26
5.2.1 Fazit	28
6. Klimafreundlicher Tourismus	29
6.1 Die grünen TouristInnen	31
6.2 Vorteile einer klimafreundlichen Reise	33

6.2.1 Fazit.....	33
6.3 Kollektive Maßnahmen gegen den Klimawandel.....	34
7. Eine klimafreundliche Urlaubsreise	35
7.1 Vorbereitung.....	36
7.2 Naturfreunde Internationale	36
7.2.1 Projekte der Naturfreunde Internationale.....	37
8. Gütesiegel als Form der Kommunikation	38
8.1 Gefahr Greenwashing.....	39
8.2 Klimafreundliche Reisedestination und Unterkunft.....	41
8.2.1 Alpine Perlen	42
8.2.2 Insel Juist.....	43
9. Die Wahl des Reiseveranstalters.....	44
9.1 Weltweitwandern	45
10. Diskussion.....	46
11. Schlussfolgerungen.....	52
11.1 Beantwortung der Unterfragen.....	52
11.2 Beantwortung der Hauptfrage:.....	55
11.3 Kritik	56
11.4 Weiterführende Fragestellungen	58
11.5 Handlungsempfehlungen und Ausblick	59
Quellenverzeichnis.....	61

Abbildungsverzeichnis

1. **Abb. 1:** Die globale Abweichung von der Durchschnittstemperatur in den Jahren 1880 bis 2018 (Statista, 2019)S. 18
2. **Abb. 2:** Weltweiter CO₂-Ausstoß in den Jahren 1960 bis 2017 (Statista, 2019)S. 19
3. **Abb. 3:** CO₂-Emissionen des Flugverkehrs in der EU bis zum Jahr 2019 extrem stark gestiegen (European Environmental Agency, VCÖ, 2022)S. 22
4. **Abb. 4:** Die beliebtesten Urlaubs-Verkehrsmittel (DRV - Die Reisewirtschaft, 2020) S. 24
5. **Abb. 5:** Auf 100km verursacht das Flugzeug pro Person die meisten CO₂- Emissionen (Der Nachhaltige Warenkorb, 2011)S. 25

1. Einleitung

1.1 Problemdarstellung

Es werden globale Klimaziele und Vermeidungsstrategien entwickelt, um die hohen Treibhausgasemissionen zu reduzieren und die weltweite Erderwärmung einzudämmen (Climate Service Center, 2020). Demonstrative Aktionen zur Beeinflussung der Politik und der öffentlichen Meinung durch Bewegungen wie Fridays for Future sind eine ständige Erinnerung daran, dass wir diesen Planeten und unsere Umwelt schützen müssen (Huth, 2020). Die Schwedin Greta Thunberg gründete 2018 die Bewegung Fridays for Future (FFF). Das Ziel der jungen Menschen ist es, einen öffentlichen klimapolitischen Diskurs weltweit anzuregen, bestehende Machtstrukturen zu verändern und neue Formen der Macht zu schaffen, um eine europäische politische Agenda für einen effizienten Klimaschutz zu gestalten (Fridays For Future Austria, 2020). Die Klimastreiks waren in Zeitungen, Online-Magazinen, Fernsehen und sozialen Medien präsent und erregten die Aufmerksamkeit vieler Menschen (Huth, 2020). Politische Maßnahmen allein reichen nicht aus, um den Klimazielen näher zu kommen oder sie zu erreichen. Auch wirtschaftliche Lösungen in Unternehmen und klimafreundliches Konsumverhalten in der Bevölkerung sollten im Fokus stehen.

Der beschleunigte Klimawandel und die Klimaerwärmung sind inzwischen wissenschaftlich erwiesen, und die Folgen werden immer spürbarer. Der Tourismus ist potenziell von der anthropogenen Erderwärmung betroffen und trägt gleichzeitig zu ihr bei (Climate Service Center, 2020). In Österreich führt der Klimawandel zum Abschmelzen der Gletscher, zum Auftauen des Permafrostes und zur Zunahme der Verdunstung (Umweltbundesamt Österreich, 2020).

Der Klimawandel wirkt sich aber nicht nur auf Österreich und Deutschland aus, sondern auf sämtliche Gebiete der Welt. Die Konsequenzen der Klimakrise sind extreme Wetterphänomene, eine Verschlechterung der Luftqualität und das Auftreten von Waldbränden, welche die Gesundheit der Bevölkerung beeinträchtigt. Darüber hinaus führt der Temperaturanstieg zu weltweiten Ernteaussfällen, Bodenerosion und einem Anstieg des Meeresspiegels (U.S. Global Change Research Program, 2020).

Dem gegenüber ist jedoch festzuhalten, dass die Tourismusindustrie expandiert, und damit auch die Billigfluglinien und der globale Kohlenstoff-Fußabdruck der Touristen. Der Tourismus hat im Zusammenhang mit dem Klimawandel eine hohe Bedeutung, da der persönliche CO₂-

Fußabdruck eines Reisenden drastisch durch die Wahl eines klimaschädlichen Verkehrsmittels und dem enormen Treibhausgasausstoß steigt (Falk & Hagsten, 2019, S. 1033; Gross, 2018, S. 963). Weltweit ist der Tourismus für knapp 5 % der Kohlendioxidemissionen verantwortlich, davon entfallen 75 % auf den Transport, 21 % auf die Unterkunft und 4 % auf die Aktivitäten innerhalb einer Destination (Strasdas & Zeppenfeld 2016, S. 20). Nichtsdestotrotz kommt es durch die steigende Anzahl der TouristInnen verstärkt zu ökologischen und sozialen Auswirkungen. Diese Auswirkungen werden bei der Planung des Urlaubs nicht beachtet und auch nicht als mögliche Probleme gedeutet.

Um den negativen Beitrag des Reisens auf die Umwelt möglichst gering zu halten, sollte der klimaschonende Tourismus dementsprechend gefördert werden, indem Rad-, Bus- und Zugreisen fokussiert werden und bei KonsumentInnen die erste Wahl darstellen. Klimaschädliche Mobilitätsformen, wie das Fliegen und die Nutzung des Autos sollen reduziert werden. Eine Verhaltensänderung im Reiseverkehr ist nur durch mehr Informationen über die Emissionen von Flügen möglich. Erweitertes Wissen dazu kann die Bereitschaft erhöhen, das Reiseverhalten zu ändern (Lu & Wang, 2018, S. 96). Aufgrund von Stress durch Änderungen des Alltags und auch des Reiseverhaltens sind viele Menschen nicht bereit, ihr Verhalten zu optimieren. Nur wenn die Veränderung für den Menschen einen Vorteil verspricht, wird der Mensch sein Verhalten ändern. Es ist sehr wahrscheinlich, dass Menschen, die auch im Alltagsleben einen Schritt in Richtung Klimafreundlichkeit machen, sei es die klimafreundliche Mobilität, Ernährung, Vermeidung von Plastik und weiteres, auch gewillt sind dieses schon von ihnen gelebte Verhalten im Urlaub umzusetzen (Aguiar-Quintana, Moreno-Gil & Picazo-Peral, 2016, S. 104).

Die Zielgruppe der klimabewussten Personen interessiert sich in höchstem Maße für den Schutz des Klimas und ist bereit, diese Grundsätze während des Urlaubs umzusetzen. Eine Herausforderung hierbei, ist der Fakt, dass viele nicht wissen, wo sie vertrauenswürdige Informationen für die Planung ihrer Reise finden können, damit klimafreundlich gereist werden kann.

Im Tourismus spielt „Klimafreundlichkeit“ bislang (noch) keine relevante Rolle (Friedl, H. A., FH-Prof. für nachhaltigen Tourismus, FH JOANNEUM, Kommentar vom 22.04.2021).

Aus diesem Grund ist es selbst für klimasensible KonsumentInnen in Europa, die ohnehin einen „grünen“ Lebensstil pflegen, eine beträchtliche Herausforderung, klimafreundliche Anbieter und Angebote überhaupt zu finden.

Unterkünfte mit Umweltzeichen gelten als unverzichtbar für einen ökologischen Urlaub. Weltweit gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Umweltzeichen. Die Wahl fällt den Touristen nicht

leicht, und es sollte eine klare Unterscheidung zwischen "Greenwashing" und wirksamer Klimamaßnahmen getroffen werden (Tipps zum klimafreundlichen Reisen, 2021). Zumeist mangelt es an der Transparenz, weshalb es für den/die KonsumentInnen schwierig ist, einen Überblick über die Angebote, der dahinterliegenden Maschinerie und über den genauen CO₂-Ausstoß der Reise zu bekommen. Daher liegt das Augenmerk dieser Arbeit auf der Sensibilisierung der KonsumentInnen, die sich für einen möglichst klimafreundlichen Tourismus entscheiden wollen. Außerdem soll aufgezeigt werden, an welchen verlässlichen Qualitätssiegeln sie sich orientieren und auf welchen Internetseiten sie die passenden Informationen finden können. Es sollen Kriterien herausgearbeitet werden, welche die wichtigsten Punkte einer klimaschonenden Reise zusammenfassen.

1.2 Ziel der Arbeit

Diese Arbeit stellt Angebote vor und dient als Orientierung für möglichst klimafreundliche Tourismusprodukte. Die Forschung konzentriert sich auf Menschen, die mit einem klimabewussten Lebensstil umweltschonende Ziele verfolgen. Das Reiseverhalten dieser Personengruppe wird in dieser Arbeit analysiert. Außerdem wird die aktuelle Klimakrise und die daraus resultierende Veränderung des individuellen Reiseverhaltens thematisiert.

Somit ist das Ziel der Arbeit die Beantwortung der Frage wie die An- und Abreise möglichst klimafreundlich gestaltet werden kann. Um einen möglichst klimafreundlichen Tourismus für zukünftige Reisende attraktiv zu machen, werden verfügbare Informationen zum Thema Klima-, Umwelt- und Ressourcenschutz aufgezeigt. Viele Menschen in Deutschland und Österreich achten auf ökologische-, klimafreundliche- oder biologische Produkte. Die Nachfrage in diesem Marktsegment wuchs in den vergangenen Jahren rasant. Nichtsdestotrotz fällt auf, dass viele vermeintlich umweltschonende Unternehmen, nicht so ökologisch nachhaltig sind, wie es die Produzenten in Ihrer Werbung versprechen. Deswegen besteht ein Anliegen darin, die Problematik des Greenwashing aufzuzeigen, sodass Greenwashing besser erkannt und touristische Produkte im Zusammenhang dazu vermieden werden können. Demnach ist das Hauptziel dieser Arbeit den LeserInnen, die die Klimaproblematik bereits verstehen, eine Entscheidungshilfe bei der Planung der Reise zu bieten.

1.3 Forschungsfrage und These

Ausgehend von dem zuvor beschriebenen Hintergrund kann folgende Frage formuliert werden:

Wie können verantwortungsvolle Kund/innen möglichst klimaschonend reisen?

Hauptthese: Klimaschonende Reisen beinhalten die Nutzung eines CO₂-armen Transportmittels, die Ausübung von ressourcenschonenden Tätigkeiten am Urlaubsort, sowie die Wahl einer klimafreundlich-zertifizierten Unterkunft.

1.4 Unterfragen und weitere Thesen

Unterfrage 1: Welchen Einfluss hat der Tourismus auf den Klimawandel?

Unterthese: Der Tourismus hat aufgrund seines hohen Energieverbrauchs und den damit verbundenen hohen Emissionsausstoß negative Folgen auf die Umwelt. Er belastet die Ökosysteme und ist mitverantwortlich für den Klimawandel.

Unterfrage 2: Wie kann die An- und Abreise zu touristischen Orten möglichst klimafreundlich durchgeführt werden und welche Verkehrsmittel gelten als klimafreundlich?

Unterthese: Innerhalb Deutschlands, sowie in Europa, stellen die Bahn und der Bus gute Möglichkeiten dar, die Urlaubsdestination so klimafreundlich wie möglich und in einem angemessenen Zeitrahmen zu erreichen.

Unterfrage 3: Wo können verantwortungsvolle Kund/innen Orientierung und Handlungsleitlinien zum klimafreundlichen Reisen finden?

Unterthese: Es gibt zahlreiche Internetseiten von Organisationen und Reisevermittlern, sowie von den Reisedestinationen selbst, die Empfehlungen für klimafreundliches Reisen geben und mit einem Umweltgütesiegel gekennzeichnet sind.

Unterfrage 4: Welche Maßnahmen helfen, den CO₂-Ausstoß einer Reise möglichst gering zu halten?

Unterthese: Um den CO₂- Ausstoß einer Reise gering zu halten sind wirksame staatliche Rahmenbedingungen, aber auch Änderungen auf der individuellen Ebene nötig.

1.5 Limitation

Diese Bachelorarbeit geht nicht gezielt auf alle Problematiken des Klimawandels und die daraus resultierenden Auswirkungen auf die Erde oder den Tourismus ein. Es werden nur die ökologischen Folgen aufgezeigt, nicht die sozialen Veränderungen. Die Folgen des Klimawandels werden in dieser Arbeit behandelt, jedoch werden nur ökologische Facetten aufgezeigt und die anderen wichtigen Bereiche, auf die der Klimawandel Einfluss hat, wie die Entstehung sozialer Konflikte wird außen vorgelassen. Es werden Maßnahmen gegen den Klimawandel, sowie klimafreundliche Möglichkeiten zu reisen diskutiert, wobei keine Garantie für die Vollständigkeit vorliegt. Die Forschung zielt darauf ab, herauszufinden, wie möglichst klimaschonend gereist werden und anhand welcher Kriterien sich der Reisende orientieren kann, um ein klimafreundliches Angebot finden zu können. Der/Die Reisende soll anhand dieser Arbeit für klimafreundliche und trotzdem erlebnisreiche Reisemöglichkeiten begeistert werden. Es soll den Reisenden ermöglicht werden, gute Angebote zu finden und diese auf Qualität der Klimafreundlichkeit beurteilen zu können.

1.6 Methodenskizze

Um die Fragestellung zu beantworten, wurde eine umfassende Literaturrecherche unter Berücksichtigung von thematisch relevanten Büchern, Fachjournalen und Datenbanken durchgeführt. Mithilfe der Literaturrecherche konnten die wichtigen Themen dieser Arbeit, wie die Thematik des Klimawandels, die Zielgruppenanalyse der umweltbewussten Touristen, die Maßnahmen gegen die Erderwärmung und die Informationen zum klimafreundlichen Reisen behandelt werden. Datenbanken wie „Science Direct“, „Emerald Insight“ und „Researchgate“ wurden explizit für Tourismusthemen verwendet. Aus Quellen wie Science Direct oder Google Scholar wurde ausschließlich kostenfreie Literatur verwendet. Für die Literaturrecherche wurden die Bibliothek der FH JOANNEUM und die Universitätsbibliothek in Graz berücksichtigt, sowie Bibliotheksverbände wie beispielsweise der „österreichische Bibliotheksverbund“. Alle

Suchbegriffe wurden auch ins Englische übersetzt, um auch englische Literatur als Ressource heranzuziehen. Einige davon waren: „Klimafreundlichkeit“, „Klimawandel“, „klimaschonendes Reisen“, „Sustainable Tourism“, „Umweltbewusstsein“, CO₂-Emissionen“, „Klimabelastung“, „Klimaschonung“. Mithilfe dieser ausführlichen Literaturrecherche soll der/die LeserIn einen orientierenden und vertiefenden Einblick in die klimaschädlichen sowie klimafreundlichen Angebote erhalten. Abschließend dienen die gewonnenen Erkenntnisse dazu, die Forschungsfrage und die Unterfragen beantworten zu können.

1.7 Aufbau der Arbeit

Einleitend wird die Herangehensweise der theoretischen Suchmethode aufgezeigt. Danach kommt es zu den wichtigsten Begriffserklärungen, sodass der/die LeserIn ein gutes Verständnis von der Thematik entwickeln kann, sowie die Zusammenhänge der Themen besser nachvollziehen kann. Als erstes soll das Phänomen des Klimawandels beschrieben werden. Weiteres sollen die Konsequenzen der Klimakrise dargestellt werden. Darauf folgt ein Einblick in klimaschonende Verkehrsmittel und deren positiven Aspekte. Es werden verschiedene Möglichkeiten zur Eindämmung der Klimakrise dargestellt, welche einerseits kollektiv zur Einflussnahme auf die Politik und Gesellschaft genutzt werden können, andererseits aber auch individuell umgesetzt werden können. Darauf aufbauend wird auf die Zielgruppe der „grünen TouristInnen“ eingegangen und auf die Gefahr des Greenwashing aufmerksam gemacht. Das Ziel dieses Kapitels ist dem/der LeserIn die Folgen des Greenwashings auf das Klima näher zu bringen und daraufhin Möglichkeiten aufzuzeigen, die TouristInnen haben, „grün“ zu reisen. Der abschließende theoretische Teil dieser Arbeit zeigt die verschiedenen Bereiche einer klimafreundlichen Urlaubsplanung auf. Dazu gehören die Informationsbeschaffung, Planung, An- und Abreise, Unterkunft und die Wahl der Aktivitäten vor Ort. Abschließend werden Kriterien für das klimafreundliche Reisen aufgestellt. Nach dem Hauptteil der Arbeit, dem theoretischen Kapitel, folgt das Diskussionskapitel, in dem die erforschten Ergebnisse der Literatursuche miteinander verknüpft, analysiert und zusammenfassend dargestellt werden. Den Abschluss dieser Arbeit bildet das Schlusskapitel, in dem die Hauptfrage und deren Unterfragen beantwortet werden, offene Forschungsfragen, die sich herauskristallisiert haben, sowie Handlungsempfehlungen, dargelegt werden. Außerdem wird Methodik und die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit kritisch hinterfragt.

2. Methode

2.1 Sekundäre Datenerhebung

Beginnend mit dem Theorieteil dieser Arbeit, welcher zur Klärung der Forschungsfrage und als Einführung in Grundlagenforschung fungiert, beruht auf einer Sekundärdatenanalyse und somit einer wissenschaftlichen Literaturrecherche.

Folgende Medien wurden dafür verwendet:

Bibliotheken

- Bibliotheken der FH JOANNEUM
- Bibliothek FH Campus 02
- Universitätsbibliothek Graz
- Universitätsbibliothek Bremen

Bibliotheksverbände

- Österreichischer Bibliotheken Verbund Gesamtkatalog
- Österreichische Datenbank für Hochschulschriften
- Elektronische Zeitschriftenbibliothek

Datenbanken

- Elsevier
- Emerald Insight
- Wiso
- Research Gate

Zeitschriften

- Annals of tourism reseach
- Geoforum

Bei den Beiträgen aus Fachzeitschriften und Hochschulveröffentlichungen wurde auf eine strukturierte und logische Zusammenfassung geachtet. Die angewandte Methodik war ein wesentliches Auswahlkriterium, so wie die Qualitätskriterien, die beachtet werden sollten. Voraussetzung empirische Forschungsmethoden sind drei Gütekriterien, also Standards:

Objektivität (Nachprüfbarkeit: Gelten die Forschungsergebnisse unabhängig von der forschenden Person?) (Diekmann, 2018, S. 247–260; Flick, 2019, S. 487–499).

Reliabilität (Zuverlässigkeit: Gelten die Forschungsergebnisse auch bei einer Forschungswiederholung?) (Diekmann, 2018, S. 247–260; Flick, 2019, S. 487–499).

Validität (Gültigkeit: Wurde das erforscht, was erforscht werden soll? Beantworten die Forschungsergebnisse die Forschungsfrage?) (Flick, 2019, S. 500–501).

Für die Auswahl der Literatur wurde auf qualitativ hochwertige Werke geachtet, welche in (online)- Fachzeitschriften oder Büchern zu finden sind. Relevante Kriterien für die Auswahl der Werke, waren eine plausible Strukturierung und eine hohe Quellentransparenz, sodass die Nachvollziehbarkeit erreicht werden konnte. Zudem wurde bei der Recherche besonders auf die Relevanz und die Aktualität der Informationen Wert gelegt.

Um einen roten Faden in dieser Arbeit zu garantieren, wurde einleitend eine Forschungsfrage basierend auf der Problemstellung festgelegt. Diese wurde dann in mehrere Aspekte heruntergebrochen und je nach Themenfeld, wurden die dazu passenden Datenbanken und Journale, sowie Bücher ausgewählt. Damit die Suche effizient verlief, wurden verschiedene Schlüsselwörter verwendet und Studien und Informationen gewählt. Die verwendete Literatur beinhaltete Literatur in deutscher und englischer Sprache wurde größtenteils die in den letzten 10 Jahren verfasst.

Die folgenden **Stichworte** wurden im Rahmen der Forschung verwendet:

Deutsch: Tourismus CO2 Emissionen, klimaneutral, Zugreisen Möglichkeiten, klimafreundlich reisen, CO2 Busreisen, Klimabewusstsein & Reisen, Nachhaltigkeit & Reisen, Klimafreundlich Reisen, CO2-freundlich, Radreisen, klimafreundliche Zertifizierungen

Englisch: tourism-related CO2 emissions, travel sustainably, climate friendly hotels, climate awareness & travel, sustainability & travel, climate-friendly, climate friendly travel options, climate friendly certificates

Aufgrund der Tatsache, dass die Klimaproblematik erst seit kurzer Zeit medial präsent ist, gibt es kaum Literatur zur Thematik des Klimawandels. Daher folgte eine Erweiterung der Literatursuche auf die Themen Umweltschutz, Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein.

Internet

- Google Books
- Google Scholar
- der Standard
- Zeit Online

Die Online-Magazine/-Zeitungen wie „Zeit Online“ und „der Standard“ bieten aktuelle Informationen und kritische Beiträge über die Thematik des klimafreundlichen Reisens. Aus diesem Grund fließen auch diese teilweise in die Arbeit mit ein. Da ein zentrales Element der Arbeit die Analyse der verschiedenen Angebote darstellt, waren auch die Websites der Anbieter wichtige Quellen. Die Verwendung von Online-Datenbanken war aufgrund der COVID 19-Maßnahmen unerlässlich. Ein weiterer Vorteil der Datenbanken war die Auswahl der österreichischen und internationalen Literatur zu Klimaschutz- und Tourismusthemen. Die Auswahl der Zeitungs- und Online-Artikel erfolgte nach ihrer Aktualität. Es wurde darauf Wert gelegt, Quellen bis zum Jahr 2010 zu verwenden, da sich das Verhalten der Menschen laufend verändert und auch das Thema der Klimafreundlichkeit in den Medien immer präsenter geworden ist.

2.2 Primäre Datenerhebung

Um die Forschungsfrage und damit zusammenhängende Unterfragen zu klären, wurden in der vorliegenden Bachelorarbeit einige Angebote zum klimafreundlichen Reisen in Deutschland analysiert. Diese Analyse wird mittels Primärforschung durchgeführt, da Informationen über die Angebote und Zertifizierungen konkrete Realitäten präsentieren sollen. Produkte und Texte von Anbietern werden auf verschiedenen Websites gesucht und analysiert. Suchbegriffe sind Klimaschutz im Tourismus, Ressourcenschonung im Tourismus, Treibhausgase UND Tourismus, Mobilität UND Tourismus, Verkehr UND Tourismus UND Treibhausgase, umweltschonende Anreise, Grüner Lebensstil UND Tourismus, Umweltsiegel, Umweltqualitätssiegel, Umweltsiegel UND Tourismus, Umweltqualitätssiegel UND Tourismus. Zur allgemeinen Informationseinholung wurden Webseiten, Newsletter, Artikel und Blogs zum Thema klimaschonendes Reisen konsultiert, wie zum Beispiel die Internetseite der Naturfreunde, NABU, Greenpeace und weitere. Die Auswahlkriterien der gefundenen Literatur bezogen sich auf Qualität und Aktualität. Es wurden Quellen vorzugsweise aus den letzten drei bis fünf

Jahren herangezogen. Die verwendete Literatur sollte inhaltlich zur Beantwortung der Forschungsfrage beitragen können. Weitere Kriterien waren der Schreibstil, die angewandte Methodik, eine plausible Gliederung sowie nachvollziehbare Quellenverweise. Den Hauptteil der Arbeit, die theoretische Grundlage dient insbesondere als Literaturlbasis für die darauffolgende Diskussion und den Schlussteil.

3. Hauptteil Theoretische Grundlagen

Das Reisen - im Gegensatz zum reinen Konsum eines touristischen Produktes – hat für viele Menschen eine gefühlsmäßig hohe Bedeutung, steigert das Wohlbefinden und die Lebensqualität (Mayrhofer & Zellmann, 2013, S. 10). Besonders die westliche Gesellschaft sieht das Reisen als eine Möglichkeit ihren Horizont zu erweitern, Erfahrungen zu sammeln und neue Kulturen kennenzulernen. Die Möglichkeit der freien Entscheidung zu reisen, kann zu einem mangelnden Verantwortungsempfinden für die Folgen der Reise führen. Immer mehr Menschen reisen in die Ferne, was zu schwerwiegenden ökologischen und sozialen Folgen der Reiseziele und der lokalen Bevölkerung in Form des Klimawandels führt. Daher kommt es zu der Frage, ob und wie zukünftiges Reisen ökologisch vertretbar sein könnte.

Die Beurteilungskriterien „Auszeichnung mit Umweltschutzlabel, hohe Umweltqualität (saubere Luft und Wasser, Ruhe), klimafreundliches Reisen, klimafreundliche Mobilitätsangebote in der Urlaubsregion, Angebot von biologischen Produkten und Angebot von regionalen Produkten“, gelten für österreichische TouristInnen bei der Wahl ihrer Urlaubsreisen als besonders relevant. Untersuchungen der Statistik Austria bestätigen diese Relevanz von ökologischen Gesichtspunkten bei der Wahl und Planung der Urlaubsreise (Statista, 2019a).

Auf der anderen Seite entsteht durch die steigende Zahl der An- und Abreisen bzw. durch den wachsenden Energieverbrauch im Tourismus ein gravierendes ökologisches Problem (Atmosfair o.J.a). Die Tourismusbranche wächst und mit ihr die Zahl von Billigfluglinien sowie der globale Kohlenstoffdioxid-Fußabdruck der Reisenden. Der Tourismus nimmt einen hohen Stellenwert innerhalb des Klimawandel-Themas ein, denn durch das klimaschädigende Reisen fällt der ökologische Fußabdruck eines/einer Reisenden je nach Wahl des Transportmittels äußerst hoch aus (Falk & Hagsten, 2019, S. 1033; Gross, 2018, S. 963). Auszeichnung mit Umweltschutzlabel, hohe Umweltqualität (saubere Luft und Wasser, Ruhe), umweltfreundliches Reisen, umweltfreundliche Mobilitätsangebote in der Urlaubsregion, Angebot an Bio-Produkten und Angebot an regionalen Produkten"

3.1 Tourismus

Der Begriff Tourismus leitet sich von dem altgriechischen Wort „Tornos“ ab und gelangte über das lat. „tornare“ (drehen), das frz. „le tour“ (Rundgang, Runde) und „tourner“ (drehen, herumdrehen) in den deutschen Sprachgebrauch. Gemeint ist eine Reise außerhalb des gewohnten Wohnorts zu einem anderen Ort, an dem man für eine Zeit aufhält und dann wieder zum Ausgangsort zurückkehrt (Mundt, 2013, S.1). Grundsätzlich ist der Tourismus eine Aktivität von reisenden Menschen. Der/die TouristIn, verweilt länger als 24 Stunden an einem fremden Ort und die Reise beinhaltet mindestens eine Übernachtung (United Nations, 2008, S. 10). Im Unterschied dazu ist der/die AusflüglerIn jemand, der/die sich weniger als 24 Stunden an einem Ort aufhält (Mundt, 2013, S. 4-5).

Die Brockhaus-Enzyklopädie definiert Tourismus als *„das mit der modernen Industriegesellschaft verbundene, besonders durch den technischen Fortschritt der Verkehrsmittel beförderte und durch die Ausdehnung von Freizeit, Lebensalter, Bildung und Konsum ebenso ermöglichte wie durch organisierte Reiseangebote erleichterte, primär auf die Freizeit bezogene Reiseverhalten zunehmend größerer Bevölkerungsgruppen“* (Brockhaus Enzyklopädie, 1986, S. 278). Die touristische Infrastruktur sowie wirtschaftliche Rahmenbedingungen tragen zu der Attraktivität der Destinationen bei (Hafner, 1998, S. 14). Der/die TouristIn, befindet sich länger als 24 Stunden an einem anderen Ort und die Reise ist mit mindestens einer Übernachtung verbunden (United Nations, 2008, S. 10). Demgegenüber ist der/die AusflüglerIn derjenige/diejenige, der/die weniger als 24 Stunden an einem Ort bleibt (Mundt, 2013, S. 4-5).

Diese Arbeit stellt der/die Reisende den Vordergrund, der/die für mehr als 24 Stunden an einem anderen Ort befindet. Im weiteren Verlauf werden die Begriffe Urlaubsreise und Greenwashing definiert und der Unterschied zwischen Nachhaltigkeit, Umweltfreundlichkeit und Klimafreundlichkeit erläutert.

3.2 Urlaubsreise

Die Urlaubsreise beinhaltet einzelne Aspekte, wie die An- und Abreise zu einer Urlaubsdestination, die Unterbringung, die Bewirtung sowie die Freizeitangebote am Urlaubsort. Bei einer touristischen Leistung handelt es sich um eine Einzelleistung, die von einem touristischen Leistungsträger, wie z. B. einem Hotel, einer Fluggesellschaft oder einer Mietwagengesellschaft, als eigenständige Hauptleistung angeboten und ausgeführt wird (Herrmann, 2016, S.

14). Diese touristischen Einzelleistungen werden oftmals als Gesamtpaket (Pauschalreise) und zu einen Gesamtpreis angeboten.

Um nun die Urlaubsreise in Verbindung mit der Forschungsfrage zu bringen, werden nachfolgend die Begriffe des Greenwashings und die des klimafreundlichen Reisens definiert.

3.3 Greenwashing

Die Wortschöpfung „Greenwashing“ bedeutet übersetzt „grünfärben“ oder „grünwaschen“ und bildet sich aus den englischen Begriffen „green“ - für den Bezug zur Umwelt und zur Natur- und „whitewash“ zusammen, was in etwa „beschönigen“ heißt. Produkte und Dienstleistungen werden in Bezug auf Umweltschutz und Natur schöngeredet, welche nichts mit Nachhaltigkeit zu tun haben. Laut Greenpeace gibt es folgende vier Kriterien für Greenwashing:

- Ein umweltbelastendes Kerngeschäft wird hinter grünen Maßnahmen getarnt.
- Es wird mehr in Werbung (PR) investiert als in den Umweltschutz.
- Unternehmen betreiben Lobbyarbeit, um Umweltauflagen zu umgehen.
- Es wird mit Selbstverständlichkeiten geworben, zum Beispiel der Einhaltung von Gesetzen (ZDF, 2020).

Besonders in der Tourismusindustrie, welche zum Klimawandel beiträgt, kann Greenwashing und unterlassene Umweltmaßnahmen beträchtliche Auswirkungen auslösen. Das Klima erwärmt sich weiter und das führt zu Eisschmelzen und Überschwemmungen, extremen Wetterereignissen und Gefahren für die Pflanzen- und Tierwelt, welche immer mehr vom Aussterben bedroht sind (myclimate, 2014). Es wird ersichtlich, dass die Natur und das Klima, welche laut grünwaschenden Unternehmen eigentlich geschützt werden sollen, weiterhin zerstört und belastet werden. Zusammenfassend ist der Klimawandel und die Zerstörung von Natur und Umwelt eine direkte Konsequenz von Greenwashing-Aktionen und ausbleibenden Klimaschutz und der Erhalt der Umwelt von Seiten der Regierung, der Tourismusunternehmen, besonders der Fluggesellschaften.

Nicht erst nachfolgende Generationen werden zum Opfer der Auswirkungen des aktuellen Greenwashings, sondern bereits heute die Menschen, die aufgrund des Klimawandels und den daraus folgenden Verlust der biologischen Vielfalt leiden.

Weiterführend wird in dieser Arbeit auf das klimafreundliche Reisen und dazugehörige Angebote in der Tourismusbranche eingegangen. Es ist überfällig, dass sich die Gesellschaft mehr Gedanken über die Umwelt macht und umweltbewusste Reiseangebote wählt. In dieser Arbeit

steht die klimafreundliche An- und Abreise zu einer Urlaubsdestination im Vordergrund, weshalb die Begriffe der Nachhaltigkeit, Umweltfreundlichkeit und Klimafreundlichkeit im nächsten Kapitel definiert werden sollen.

3.4 Abgrenzung der Begriffe Nachhaltigkeit, Umweltfreundlichkeit und Klimafreundlichkeit

1980 verwendete der Journalist und Zukunftsforscher Robert Junk erstmals den Begriff „nachhaltiger Tourismus“. Damit gab er dem Gegenentwurf zum Massentourismus einen Namen (Rein & Strasdas, 2015, S. 25). Heute steckt hinter den zahlreichen Definitionen zum Thema „nachhaltiger Tourismus“ im Grunde genommen noch immer dieselbe Kernaussage:

„Der WWF versteht unter einem umweltverträglichen oder nachhaltigen Tourismus solche Angebote, die langfristig ökologisch tragfähig, wirtschaftlich sowie ethisch und sozial gerecht sind. Damit ist der wirtschaftliche Nutzen für die Menschen vor Ort gegeben, dauerhaft und gerecht verteilt. Grundlage dafür ist aber der langfristige Schutz der Natur.“ (WWF Deutschland, 2013, S. 13)

Wettbewerbsfähiger, verantwortungsvoller Tourismus baut auf einem 3-Säulen-Prinzip, oftmals auch „das magische Dreieck“ oder „Triple Bottom Line“ genannt, auf. Ökologische, ökonomische und sozio-kulturelle Faktoren tragen zu einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus bei. In der Analyse wird die Gewährleistung von Biodiversität und Erhaltung von Natur und Umwelt mitberücksichtigt. Weiters fließen in die Beurteilung die Amortisationsdauer und Rentabilität der Projekte, sowie das Bestehenbleiben von lokalen und traditionellen Identitäten mit ein (Schmied, Götz, & Kreilkamp, 2010, S. 40).

Klimafreundlicher Tourismus bedeutet, die Bewahrung und Schonung der Atmosphäre. Die Klimafreundlichkeit ist immer ein Teil der Nachhaltigkeit und verfolgt das Ziel eines klimafreundlichen Tourismus auf der Ebene der Ökologie, um so schützende Effekte zu erzielen, ohne dabei soziale und die ökonomischen Ziele von betroffenen Regionen zu beeinträchtigen (Naturfreunde Internationale, o.J.a). Es wird ersichtlich, dass Klimafreundlichkeit im Zusammenhang mit den beiden anderen Aspekten der Nachhaltigkeit, dem Erhalt der wirtschaftlichen Lebensfähigkeit und dem soziokulturellen Gleichgewicht, betrachtet werden soll (Klimafreundlich Reisen, 2020b). Dabei ist jedoch festzuhalten, dass klimafreundliche Maßnahmen

die Lebensqualität der Einheimischen erhalten oder verbessern sollen. Genau diese komplexen Zusammenhänge erschweren die einheitliche Definition der Klimafreundlichkeit. Der/die klimafreundliche Reisende legt Wert auf einen nachhaltigkeitsorientierten Urlaub und gestaltet diesen möglichst klimaschonend. Die Forschungsarbeit beschäftigt sich insbesondere mit der ökologischen Nachhaltigkeit und legt den Fokus auf die klimafreundliche Mobilitätswahl.

Um die Wichtigkeit des Tourismus in der gegenwärtigen Welt zu verdeutlichen, werden im folgenden Kapitel die historischen Grundlagen der Entwicklung des Reisens dargestellt.

3.5 Entwicklung des Tourismus

Der Tourismus hat sich in den vergangenen Jahrzehnten weltweit zu einer der größten Wirtschaftsbranchen entwickelt. Dies ist auf Veränderungen der Arbeitszeiten zurückzuführen. Die Wochenarbeitszeit hat sich in den letzten 80 Jahren fast um die Hälfte verringert, und die Zahl der Jahresurlaube ist gestiegen. Im Jahr 1900 war es aufgrund der langen Wochenarbeitszeiten von über 50 Stunden kaum möglich, über das Wochenende zu verreisen. Die geänderten Arbeitszeiten und die Möglichkeit mehr Urlaub zu nehmen, führten zu einem Wandel der Gesellschaft von einer „Arbeitsgesellschaft“ zu einer „Arbeits-, Konsum-, Freizeit- und Multioptionsgesellschaft“ (Gross, 1994).

Diese Änderung bezeichnete der deutsche Soziologe Ulrich Beck auch als „Fahrstuhl-Effekt“, damit verbunden eine höhere Lebenserwartung, eine geringere Erwerbstätigkeit und eine finanzielle Sicherheit. Diese wirtschaftliche und soziale Entwicklung ermöglichte Individualisierung wie auch Pluralisierung. Sinkende wirtschaftliche und soziale Fremdwänge bewirkten eine Steigerung der Selbstbestimmtheit der Bevölkerung und erhöhten die Optionen im Rahmen der Kompetenzentfaltung durch Bildung. Der Begriff der Pluralisierung erfasst das Verschwimmen von Personengruppen mit anderen Gruppen, die ähnliche Lebensführungen und Werthaltungen aufweisen; auch unter der Bezeichnung soziale Milieus bekannt. Als Resultat ist das eigene Verhalten nicht von äußeren Faktoren abhängig, sondern von einem selbst. Die immer stärker in den Fokus gerückte Intention der Selbstfindung und damit verbunden der Wandel zu einer „Erlebnisgesellschaft“ (Schulze, 1992), führten zu einer höheren Nachfrage nach Reisen. Das Reisen und das „Erleben“ wurden Bestandteil und rückten mehr in den Mittelpunkt der Lebensqualität (Mundt, 2001, S. 39–41).

Laut einer Statistik der Reisegewohnheiten der ÖsterreicherInnen lässt sich feststellen, dass die Zahl der Urlaubs- und Dienstreisen seit 1990 gestiegen ist. Im Jahr 1990 lag der Prozentsatz der ÖsterreicherInnen, die mindestens eine Reise unternahmen, bei 44,6 % (Statistik

Austria 2020, S. 4). Die Reiseintensität von Urlaubs- und Geschäftsreisen lag im Jahr 2018 bei 78,3%. Bis zum Jahre 2019 stieg dieser Wert kontinuierlich an. Zahlen zeigen, dass im Jahr 2019, 5,8 Millionen Menschen Österreichs eine Urlaubsreise antraten. Die Reiseteilnahme lag somit bei 77,8 % der Bevölkerung Österreichs (Statistik Austria, 2020).

Auch im Jahr 2020 planten etwa 90% der ÖsterreicherInnen eine Urlaubsreise anzutreten (Schmidbaur, 2020). Wurden diese Reisen auch realisiert, so entspricht dies einem Zuwachs der Reiseintensität von 12,2% gegenüber dem Vorjahr 2019. Allerdings steht die gesamte Welt aufgrund der Pandemie Covid 19 vor gesundheitlichen, sozialen und wirtschaftlichen Herausforderungen. Die Auswirkungen der Covid-19- Pandemie trafen besonders die Tourismusbranche, denn Reisebeschränkungen, insbesondere die Schließung vieler Grenzen führte zu einem starken Rückgang der internationalen Nachfrage (UNWTO, 2020). Im Jahr 2020 waren rückläufige Zahlen bei Ankünften zu verzeichnen. Dabei war insbesondere das Aufkommen ausländischer Gäste stark rückläufig (Österreich Werbung, 2020).

Die Covid-19-Pandemie bewirkte weltweite Folgen. Besonders deutlich kommt dies zum Ausdruck, wenn man sich globale Zahlen der Tourismusankünfte anschaut. Im Jahr 2016 wurden weltweit 1,2 Milliarden internationale Touristenankünfte gezählt, was einem Zuwachs von 65 % im Vergleich zu der Zahl der Ankünfte im Jahr 2005 entspricht (UNWTO & ITF, 2019, S. 43). Darüber hinaus stiegen die Zahlen der inländischen Tourismusankünfte auf 8,8 Milliarden im Jahr 2016, das entspricht einen 119-prozentigen Anstieg gegenüber dem Jahr 2005. Seit 2010 steigen die Ankünfte stetig. Die Touristenankünfte nahmen von 2007 bis 2018 um 13,7 Prozent zu. Allein im Jahr 2017 auf 2018 gab es einen Zuwachs von 4,1 Prozent. Österreich ist ein beliebtes Reiseziel, das lässt sich daran erkennen, dass es allein in den letzten 10 Jahren 44 Prozent mehr Ankünfte gab (UNWTO & ITF, 2019, S. 43). Die steigenden Zahlen verdeutlichen eine weltweite Entwicklung der Reiseintensität.

Jedoch kommt es zu einer wichtigen Frage, ob der „Erfolg“ von Tourismus durch den Anstieg der Touristenzahlen bewertet werden kann (Gössling et al., 2021, S. 14). Die Auswirkungen, die dieses unkontrollierte Wachstum auf die Umwelt hat, sollten schon vor Ausbruch der Covid-19-Krise daher kritisch betrachtet werden (Friedl, 2020, S. 10). Zudem wird immer wieder deutlich, dass diese Sichtweise veraltet ist, denn der Klimawandel und auch die Covid-19-Pandemie zeigen, dass Profitabilität und Liquidität in der aktuellen Form oft nur minimal sind (Gössling et al., 2021, S. 14-15).

Die Zahlen verdeutlichen, dass der Tourismussektor bis zum Ausbruch der Covid-2019-Pandemie ein stetig wachsender Wirtschaftszweig war, welcher mit 8% der ausgestoßenen CO₂-Menge zu der sich beschleunigenden Klimaerwärmung beiträgt (Strasdas & Zeppenfeld,

2016, S.1-2). Besonders die im Tourismus motorisierte, touristische Mobilität schadet dem Klima und die Emissionen stiegen bis zur Corona-Krise beständig an (Lenzen, et al. 2018).

Ein Hauptgrund für diesen rasanten Anstieg der Treibhausgasemissionen stellt die zunehmende Etablierung von Billigfluggesellschaften in den vergangenen Jahren dar (Pallinger, 2020). Diese Entwicklung wird sehr häufig aufgrund ihrer Inkompatibilität mit den Zielen des Klimaschutzes kritisiert, da versucht wird, mit Hilfe von günstigen Preisen, Paketangeboten und einer maximalen Auslastung der Flugzeuge viele Passagiere anzulocken (Pallinger, 2020). Es ist unumstritten, dass die Wahl der Verkehrs- und Transportmittel zum Reiseziel gravierende Auswirkungen auf die CO₂-Emissionen hat, weshalb im weiteren Verlauf dieser Arbeit das Reiseverhalten der Touristen in Bezug auf den Klimawandel betrachtet werden soll.

In nächsten Abschnitt werden die Folgen der Klimakrise aufgegriffen und die Wechselbeziehung zwischen Tourismus und Klima genauer betrachtet.

4. Tourismus in Zeiten des Klimawandels

Unsere Erde erwärmt sich durch den hohen CO₂-Ausstoß immer weiter. Diese Erderwärmung hat zu Folge, dass sich unser Klima verändert. Auswirkungen des Klimawandels Gletscherschmelze, die Meeresspiegelerhöhung, das Auftauen der Permafrostböden, Wetterextreme und die Bedrohung der Artenvielfalt sind nur einige Folgen davon, mit denen wir bereits heute zu kämpfen haben. Um diesen Konsequenzen entgegenzuwirken, wurde das Pariser Klimaschutzabkommen im Jahr 2015 vereinbart. Das Ziel dieses Abkommens ist dem Klimawandel entgegenzuwirken und die weltweite Durchschnittstemperatur der Erde auf unter zwei Grad Celsius zu halten. Durch aktives Handeln soll es zu einer zukunftsfähigen Entwicklung kommen (UNWTO & ITF, 2019, S. 13).

Die globale Erwärmung und der daraus resultierende, überaus bedrohliche Klimawandel verursachen verschiedenste Konsequenzen für die Erde. Der Tourismus beeinflusst unsere Umwelt. Diese Auswirkungen sollen im nächsten Kapitel dargestellt werden, sodass die Notwendigkeit der Beantwortung der Forschungsfrage, warum möglichst klimafreundlich gereist werden soll, dem Leser vor Augen geführt wird und daraufhin beantwortet werden kann.

4.1 Folgen des Tourismus auf die Umwelt

Die Tourismusbranche ist stark vom Klima abhängig. Aus diesem Grund kommt es zu Herausforderungen in der Tourismusbranche, bei einer Veränderung des Klimas (Marshall, Abdulla, Rouphael & Ali, 2009). In nächsten Abschnitt wird die Thematik der Klimaveränderungen diskutiert.

4.2 Klimaveränderungen

Der Fremdenverkehr dient als Verursacher von acht Prozent aller globalen Treibhausgasemissionen. Unser intaktes Klimasystem gerät dadurch ins Schwanken (UNWTO, 2020, S.12). Das Wetter stellt einen augenblicklichen Zustand an einem gewissen Ort zu einer gewissen Uhrzeit dar. Beim Klima wird das Wetter über einen längeren Zeitabschnitt und in einer größeren Region betrachtet (Umweltbundesamt Österreich, 2020).

In den vergangenen hundert Jahren hat sich das Weltklima stärker verändert als in vergleichbaren Zeiträumen zuvor. Konkret bedeutet das, dass die globale Durchschnittstemperatur um ungefähr ein Grad gestiegen ist und die aktuelle Erwärmungsphase schneller verläuft als in den vergangenen 65 Millionen Jahren (Umweltbundesamt Österreich, 2020).

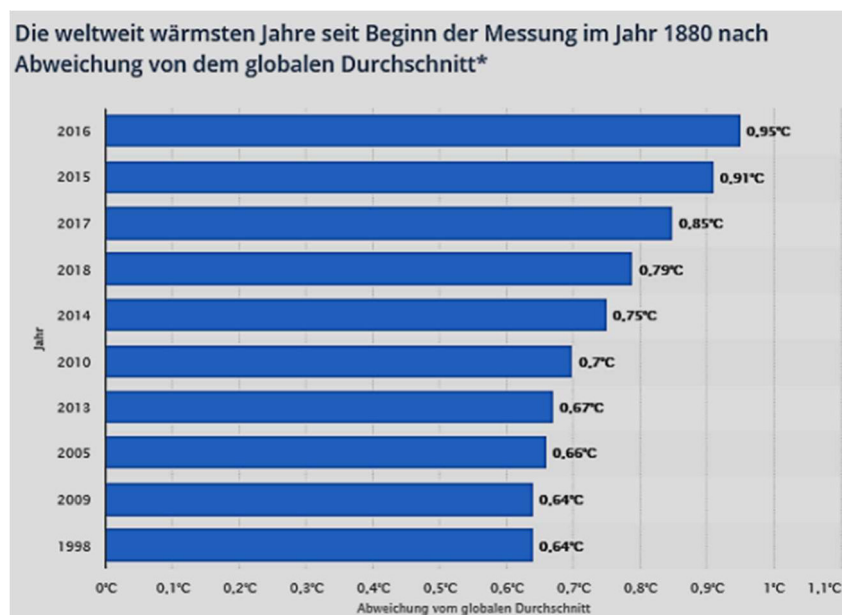


Abbildung 1: Die globale Abweichung von der Durchschnittstemperatur in den Jahren 1880 bis 2018 (Statista, 2019)

Die Statistik bezieht sich auf die globale Abweichung von der Durchschnittstemperatur im Zeitraum von 1880 bis 2018. Demnach ist zu erkennen, dass das Jahr 2016 das weltweit wärmste Jahr war, da hier eine Abweichung von 0,95 Grad Celsius vom globalen Durchschnitt zu erkennen ist. Weiter ist abzulesen, dass die Aberration vom Durchschnitt wieder abnimmt. So ist zwar das Jahr 2016 das weltweit wärmste, dennoch sank 2018 die globale Durchschnittstemperatur um 0,26 Grad Celsius auf 0,79 Grad Celsius.

Es gibt unterschiedliche Faktoren, die die globale Erderwärmung beeinflussen. Hierbei wird der Treibhauseffekt als primäre Ursache genannt. Beim sogenannten Treibhauseffekt können die Sonnenstrahlen in der Erdatmosphäre weitgehend ungehindert die Erde passieren. Dabei werden die Strahlen von der Erdoberfläche reflektiert und Treibhausgase (Kohlenstoffdioxid, Lachgas, Methan, Ozon und Wasserdampf) in der Atmosphäre absorbieren die Strahlen weitgehend, erwärmen sich und reflektieren langwellige Strahlen zurück. Durch diesen natürlichen Prozess erlangt die Erde ihren charakteristischen Wärmezustand. Im globalen Durchschnitt bedeutet das eine Temperatur von 15 Grad Celsius. Ohne diesen natürlichen Treibhauseffekt wäre es auf der Erde -18 Grad Celsius kalt und damit unbewohnbar für Menschen und Organismen (Umweltbundesamt Österreich, 2020).

Seit dem industriellen Zeitalter ist die Konzentration der Treibhausgasemissionen erheblich gestiegen. Viele industrielle Prozesse und der wachsende Wohlstand der Gesellschaft erzeugen einen exzessiven Betrag an Abgasen. Es kommt zu mehr Treibhausgasen in der Atmosphäre und damit auch zu mehr Rückstrahlung. Die Temperatur der Erde steigt stetig an und infolgedessen spricht man nun vom anthropogenen, vom Menschen verursachten Treibhauseffekt (Rahmstorf & Schellnhuber, 2012, S. 7-13).

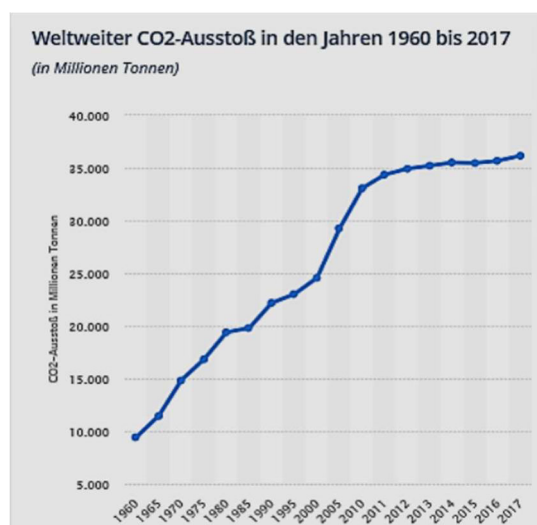


Abbildung 2: Weltweiter CO2-Ausstoß in den Jahren 1960 bis 2017 (Statista, 2019)

Die Statistik stellt den weltweiten CO₂-Ausstoß im Zeitraum von 1960 bis 2017 dar. Es ist erkennbar, dass der Ausstoß von Kohlenstoffdioxid seit dem Jahr 1960 stark zunimmt. Auffällig ist auch der große Anstieg in den Jahren 2000 bis 2010. In diesen zehn Jahren stieg der globale Kohlenstoffdioxidausstoß um fast 10 000 Millionen Tonnen an. Vor zwei Jahren betrug der CO₂-Ausstoß bereits über 35 000 Millionen Tonnen. Trotzdem ist ein leichter Rückgang seit 2011 zu erkennen. Laut Prognosen wird der weltweite Emissionsausstoß im Jahr 2050 bei 41 000 Millionen Tonnen liegen (OÖ Nachrichten, 2018).

Schlussfolgernd sorgt der rasant steigende CO₂-Ausstoß dafür, dass der fortschreitenden Klimawandel verstärkt wird. Welche Folgen der CO₂-Ausstoß auf unsere Erde hat, wird im nächsten Abschnitt der Bachelorarbeit behandelt.

4.3 Folgen des globalen CO₂-Ausstoßes

Unsere Erde erwärmt sich durch den hohen CO₂-Ausstoß immer weiter. Diese Erderwärmung hat zur Folge, dass sich unser Klima verändert. Auswirkungen des Klimawandels wie

- die Gletscherschmelze,
- die Meeresspiegelerhöhung,
- das Auftauen der Permafrostböden,
- Wetterextreme
- die Bedrohung der Artenvielfalt betreffen uns heute schon (Geim, 2019).

Im Hinblick auf den Sommer- und Wintertourismus bringt der Klimawandel negative wie auch positive Auswirkungen mit sich. Was den Sommertourismus betrifft, werden zum Teil positive Auswirkungen erwartet. Man rechnet mit längeren und wärmeren Sommersaisonen, dadurch kommt es zu einem Anstieg im Badetourismus. Dennoch kann es durch die extreme Hitze zu Attraktivitätseinbußen im Bereich des Mittelmeerraums kommen (Reichmann, 2019).

Im Winter hingegen kann es zu deutlich wärmeren klimatischen Bedingungen kommen. Folgende Auswirkungen sind möglich:

- Die Schneesicherheit ist nicht mehr gegeben, was bedeutet, dass höhere Investitionen in Beschneiungsanlagen anfallen.

- Die Gletscher schmelzen und damit geht auch für viele Gletscherwanderer, Skifahrer ein Attraktivitätsfaktor verloren.
- Schnee- und Gletscherschmelze verursachen Lawinen oder Bergrutsche.
- Eine verkürzte und schneearme Skisaison kann bewirken, dass Menschen auf den Skiurlaub verzichten.
- Mit dem Ausbleiben von Touristen kann es zu Einnahmeeinbußen und Entlassungen kommen woraufhin die Arbeitslosenquote steigt

(Austrian Assessment Report, 2014).

Folgen der Veränderung des Klimas machen sich auch auf die physische und die psychische Gesundheit bemerkbar. Zu den physischen Folgen gehört, das erhöhte Verletzungs- und Unfallrisiko, da aufgrund von Extremereignissen Überschwemmungen oder Stürme auftreten können. Des Weiteren kommt es verstärkt zu indirekten Folgen des Klimawandels, wie gesundheitliche Erkrankungen, darunter kardiovaskuläre Erkrankungen, aber auch Infektionen der Atemwege, aufgrund von schlechter Wasser- oder Luftqualität (Bunz & Mücke, 2017, S. 632-634). Des Weiteren kann es dazu kommen, dass Menschen psychische Erkrankungen aufgrund der Folgen des Klimawandels erleiden. Besonders Extremwetterereignisse könne Ängste und im schlimmsten Fall posttraumatische Belastungsstörungen zur Folge haben (Bunz & Mücke, 2017, S. 632-634).

Ein großes umweltpolitisches Problem ist die Bodenversiegelung und der Bodenverbrauch. Bis zum Jahr 2019 würden in ganz Österreich insgesamt 5.729 km² Bauflächen, Verkehrsnetz, Erholungs- und Abbaufächen verbraucht. Das Problem dabei ist, die Einschränkung der Agrarwirtschaft samt der Zerstörung von Lebensräumen und die erhöhte Gefahr von Erdbeben und Überschwemmungen (Geim, 2019). Aufgrund des wachsenden Wirtschaftszweigs ist der Tourismus für den zunehmenden Flächenverbrauch und die daraus resultierende Umweltbelastung verantwortlich. Eine hohe Belastung entsteht durch den Bau von Freizeit- und Hotelanlagen und dem dadurch benötigten Verkehrsnetz. Aufgrund der entstehenden CO₂-Emissionen durch die Transporte und der Nichtbeachtung der Natur und natürlichen Ressourcen werden Bodenschätze und Biotope zerstört (Geim 2019).

4.3.1 Fazit

Es wird deutlich, dass ein nennenswerter Zusammenhang zwischen der Klimaveränderung und dem Tourismus besteht. Daher kommt es zu regionsbezogenen und saisonabhängigen negativen Auswirkungen für die Tourismusbranche. Beispielsweise kommt es zu einer verkürzten Wintersaison und ausbleibendem Schneefall. Bei der Sommersaison werden positive

sowie negative Auswirkungen erwartet. Es könnte zu einem Anstieg im Badetourismus kommen, jedoch kann es ebenso zu Attraktivitätseinbußen aufgrund der Hitze im Bereich des Mittelmeerraums kommen (Reichmann, 2019).

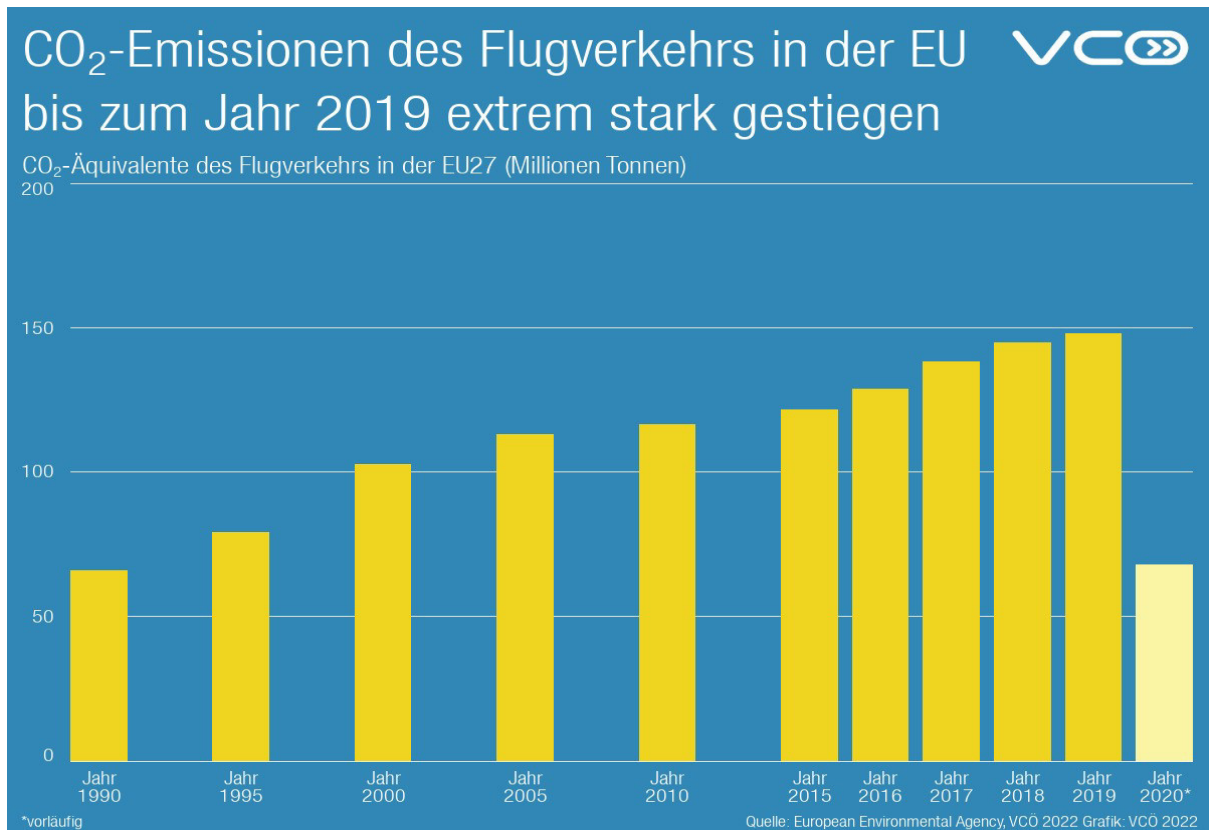


Abbildung 3: CO₂-Emissionen des Flugverkehrs in der EU bis zum Jahr 2019 extrem stark gestiegen (European Environmental Agency, VCÖ, 2022).

Es ist klar ersichtlich, dass wir Menschen aufgrund der von uns erzeugten Emissionen einen starken Einfluss auf das Klima haben. Die Grafik zeigt, dass es im Jahr 2019 zu einem Rekord der gefährlichen, Treibhauseffekt verursachenden Emissionen kam. Vor allem die Mobilität und der Verkehr spielen eine nicht zu unterschätzende Bedeutung und gelten als Voraussetzung für die touristische Entwicklung (UNWTO, 2019, S. 9). Die zunehmende Mobilitätsnachfrage führt zu einem steigenden CO₂ Ausstoß. Eine umweltverträgliche Entwicklung des Tourismus mit einer Verringerung der CO₂-Emissionen ist nur zu erreichen, wenn auch die Mobilität der Reisenden deutlich umweltschonender gestaltet wird. Ungeachtet der erheblichen Auswirkungen auf die Gesundheit und die Natur, bleiben das Auto und das Flugzeug die beliebteste Form der Hin- und Rückreise in den Urlaubsort.

Im nächsten Kapitel soll die Problematik der Flugreisen und daraufhin mögliche Maßnahmen zur Reduktion der CO₂-Emissionen dargestellt werden.

4.4 Motorisierte Mobilität - Flugreisen

Die Folge der weltweiten Zunahme an Flugreisen und dem damit verbundenen CO₂- Verbrauch ist die Erderwärmung. Dies äußert sich beispielsweise durch den Anstieg des Meeresspiegels, der Gletscherschmelze und Wetterextreme. Der Lufttransport hat in den vergangenen Jahren erheblich profitiert. 2015 errechneten Experten eine Steigerung von sechs bis sieben Prozent bei den Passagieren und von drei bis vier Prozent bei der Luftfracht (Strasdas & Zeppenfeld, 2016, S. 10–11). Nach Angaben der UNWTO verursacht der Transport ca. 75% der im Tourismus anfallenden Emissionen, wobei der Flugverkehr besonders klimaschädlich ist (UNWTO, 2019, S. 12) und für 2,8% der globalen CO₂-Emissionen ursächlich ist (Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft, o.J.). Autoreisen folgen an zweiter Stelle (UNWTO, 2019, S. 12).

Das Flugzeug, gemessen an der gleichen zurückgelegten Strecke, verursacht fünfmal so viele Treibhausgasemissionen wie die Fortbewegung mit dem Auto. Besonders klimafreundlich ist der öffentliche Personennahverkehr (Pröbstl-Haider et al., 2021, S. 63). Um den individuellen CO₂-Ausstoß einer Reise berechnen können, gibt es den „touristischen Klimafußabdruck“ der World Wide Fund for Nature (WWF). Bei dieser Berechnung wird schnell deutlich, dass zum Beispiel bei einem 14-tägigen Aufenthalt auf Mallorca über 75% der verursachten CO₂- Emissionen auf den Transport zurückzuführen sind (Herrmann, 2016, S. 48).

Im Jahr 2016 beliefen sich die weltweiten Emissionen aus dem Tourismusverkehr auf rund 1.600 Millionen Tonnen, was in etwa 22 % der Gesamtemissionen aus dem Verkehr entspricht. Dadurch, dass der Flugverkehr ein besonders hoher Emittent von Treibhausgasen ist, lässt sich behaupten, dass internationale Flugreisende für einen Großteil der Treibhausgase verantwortlich sind (Pröbstl-Haider et al., 2021, S. 205).

Aber wieso ist das Fliegen trotz schlechter Klimabilanz bei den Menschen so beliebt? Laut der Statistik der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V., welche die Wahl der häufigsten Verkehrsmittel der Europäer sowie der Deutschen untersucht hat, werden als die dominierenden Reisemittel das Flugzeug und das Auto genannt. Auch in Österreich ist das Flugzeug mit rund 29 Prozent nach dem Auto das zweitbeliebteste Verkehrsmittel zur Anreise in den Urlaub (Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.).

Die beliebtesten Urlaubs-Verkehrsmittel

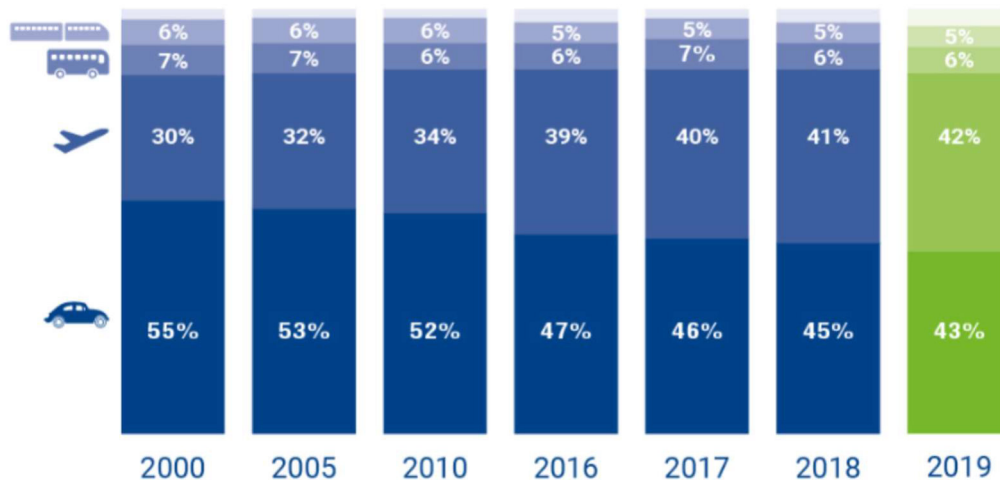


Abbildung 4: Die beliebtesten Urlaubs-Verkehrsmittel (DRV - Die Reisewirtschaft, 2020)

Viele TouristInnen fliegen regelmäßig in den Urlaub, obwohl Fliegen die umwelt- und klimaschädlichste Fortbewegungsart ist. 30% aller internationalen Touristen Ankünfte wurden im Jahr 2000 über den Luftweg erreicht. Im Jahr 2019 waren es schon 42% (Staud, Reimer, 2007, S.185). Nicht nur die Anzahl der Flugreisenden nimmt zu, auch die Flugdistanz wächst. Besonders starke Auswirkungen auf das Klima verursachen Mittel und Langstreckenflüge (Peeters & Eijgelaar, 2014, S.15). Das könnte daran liegen, dass viele im Flugzeug den Vorteil der individuellen Mobilität schätzen, denn gerade bei Flugreisen lassen sich große Distanzen schnell und sicher zurücklegen.

Zudem steigt die Tendenz zu Flugreisen durch das Angebot kostengünstiger Flüge stark an. Das Flugverhalten ist von der Entwicklung der Ticketpreise abhängig. Das Fliegen war noch vor wenigen Jahrzehnten eine exklusive Angelegenheit. Die Tickets waren teuer, daher flogen die Menschen auch seltener. Heute hingegen ist das Flugzeug ein Massenverkehrsmittel. Bedingt durch die günstigen Ticketpreise und die wachsende Mittelschicht gibt es heutzutage Menschen, die mehrmals pro Jahr mit dem Flugzeug fliegen (Antonschmidt, et al., 2015, S. 59-60). Zusammenfassend wird deutlich, dass das Fliegen die klimaschädlichste Art der Fortbewegung darstellt und Auswirkungen auf die Umwelt verursacht.

Im direkten Vergleich zu anderen Verkehrsmitteln, wie etwa dem Auto, verursacht das Flugzeug am meisten CO₂-Emissionen.

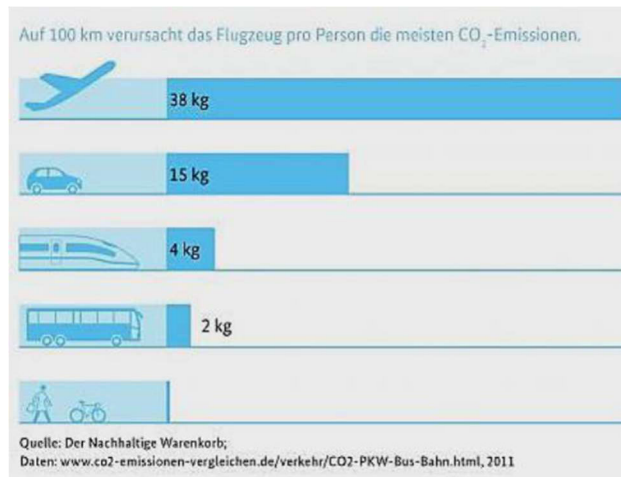


Abbildung 5: Auf 100km verursacht das Flugzeug pro Person die meisten CO₂- Emissionen (Der Nachhaltige Warenkorb, 2011)

Die Abbildung gibt Auskunft über den CO₂-Verbrauch einer Person über die Distanz von 100 km. Das Schaubild verdeutlicht, dass das Flugzeug im Vergleich zu den anderen Verkehrsmitteln am meisten CO₂ verbraucht. Auf 100 km emittiert ein Flugzeug 23 kg mehr CO₂ pro Person als ein Auto. Es wird deutlich, dass besonders die öffentlichen Verkehrsmittel wie Bus oder Bahn klimafreundlich sind und weniger CO₂ ausstoßen. Am umweltfreundlichsten ist und bleibt die Nutzung des Fahrrads, welches kein CO₂ verursacht.

4.4.1 Fazit:

Ein Großteil der Menschheit ist noch nie geflogen. Jedoch fliegt eine Minderheit, beispielsweise die Europäer, umso mehr. Egal ob Kurz- oder Langstreckenflüge, Flugzeuge stoßen beim Start, während des Flugs und bei der Landung enorme Mengen Treibhausgase aus. Neben dem Autotransport verursacht der Flugverkehr in der Tourismusbranche mit 40 Prozent den größten Emissionsausstoß. Ergebnisse bestätigen, dass Flugreisen als besonders erstrebenswert und leicht zugänglich gelten. Aufgrund der Werbung, Veröffentlichungen auf sozialen Netzwerken und verschiedene Programme, die das Fliegen unterstützen, ist die Reduktion des Fliegens sehr unwahrscheinlich (Gössling et al., 2019, S. 2). Vielmehr werden steigende Passagierzahlen für die Zukunft prognostiziert (Becken & Carmignani, 2019, S. 1). Die Folge der weltweiten Zunahme an Flugreisen und dem damit verbundenen CO₂-Verbrauch ist die Erderwärmung. Dies äußert sich beispielsweise durch den Anstieg des Meeresspiegels, der Gletscherschmelze und Wetterextremen. Es ist nun mehr eine Frage der Zeit, wann die prognostizierte „Klimakatastrophe“ bei uns eintritt.

2018 tauchte der schwedische Begriff „Flygskam“ (deutsch „Flugscham“) auf, welcher das Dilemma beschreibt, in dem sich Reisende befinden, die ihr eigenes Verhalten kritisch hinterfragen und dabei erkennen, dass ihr Handeln eine Gefahr für das globale Klima darstellt (Becken, Friedl, Stantic, Connolly & Chen, 2021). Es ist unumstritten, dass die Menschen ihre Konsumgewohnheiten ändern und klimafreundlicher gestalten sollten, um die Problematik des Klimawandels zu bewältigen (Schanes et al., 2016, S. 1035). Deshalb ist das klimaschonende Reisen und die Entwicklung und Förderung der Maßnahmen gegen den Klimawandel so wichtig.

5. Individuelle Maßnahmen gegen den Klimawandel

5.1 Kompensationszahlungen

Um das Fliegen klimafreundlicher zu gestalten, gibt es die Möglichkeit das freigesetzte CO₂ zu berechnen und durch eine Kompensationszahlung ein Klimaschutzprojekt zu unterstützen. Die Kritik an der Kompensationszahlung ist das es sich hierbei nicht um tatsächliches Einsparen handelt, sondern um einen Ausgleich für unvermeidbare Emissionen (UBA, 2019). Ein Problem dabei sind mangelnde Information auf Internetseiten über die Berechnung der Emissionen und das Alter der Daten. Daher besteht Verbesserungsbedarf bei der Transparenz und Qualitätssicherung.

Damit der Fluggast ein passendes und glaubwürdiges Projekt auswählen kann, können folgende Gütesiegel und Standards helfen. Ein bekanntes Qualitätssiegel ist der „Clean Development Mechanism“ (CDM) und die Weiterentwicklung dessen, der „WWF Gold Standard“. Das Hauptziel des Clean Development Mechanism (CDM) ist es, die Klimaschutzziele des Kyoto-Protokolls zu unterstützen, indem die Industrieländer Projekte zur CO₂-Reduzierung in Entwicklungsländern finanziell fördern. Durch die Unterstützung der Projekte soll eine zukunftsfähige Entwicklung der Entwicklungsländer realisiert werden (UNFCCC, o.J.). Durch ein Gremium werden die Projekte bewertet und genehmigt, jedoch gibt es keine Regelungen für Höhe des Anteils der „erkauften“ Reduktion (BMU, o.J.). Die Problematik, welche hierbei aufkommt, ist, dass wirkliche Einsparungen, in Bezug auf die Vermeidung der CO₂-Emissionen, nicht erreicht werden. Damit die Seriosität und Dauerhaftigkeit der unterstützten Projekte gesichert werden können, wurde der WWF Gold Standard 2003 gegründet und dient als Werk-

zeug für die CO₂-Kompensationen am Markt. Als Normungsorganisation sorgt „Gold Standard“ dafür, dass die Spendengelder dort eingesetzt werden, wo sie durch ausgewählte Maßnahmen zum Klimaschutz benötigt werden. Gemeinnützige Projekte, Aufforstungsprojekte und Projekte zum Ausbau erneuerbarer Energiequellen werden zertifiziert (Gold Standard, 2019).

5.1.1 Fazit

Resümierend ist festzustellen, dass nicht jeder Anbieter von Kompensationen vertrauenswürdig ist. Mithilfe von Zertifizierungen kann die Entscheidung etwas erleichtert werden, jedoch bietet auch diese keine vollständige Sicherheit. Wichtig dabei ist, dass die Kompensationszahlungen nicht für verzichtbare Flugstrecken eingesetzt werden. Obwohl CO₂-sparende Klimaschutzprojekte finanziell unterstützt werden, befinden sich auf der anderen Bilanzseite hohe Emissionen, die durch das Fliegen verursacht werden. Daher wären auch andere Maßnahmen von Vorteil, beispielsweise eine Erhöhung der Flugticketpreise, indem Kerosin hoch besteuert wird. Außerdem könnten Flüge mit einer geringen Passagierzahl gestrichen und Inlands- und/oder Kurzstreckenflüge komplett verboten werden. Menschen, die das Klima schonen und einen positiven Beitrag für die Umwelt leisten wollen, sollten sich für eine andere Art des Reisens entscheiden. Im Folgenden sollen andere Fortbewegungsmittel aufgezeigt werden, welche dem Klima zuträglicher sind als das Flugzeug.

5.2 Bus und Zug

Das wichtigste Kriterium einer klimafreundlichen Reise ist die Verfügbarkeit eines attraktiven Mobilitätskonzeptes vor Ort. Dabei ist es erforderlich, dass die Nutzung der Fortbewegungsmittel möglichst unkompliziert ist und KundInnen sich bereits während der Reiseplanung über das Verkehrsangebot informieren können. Dabei sollen öffentliche Verkehrsmittel und umweltverträgliche Fortbewegungsmittel im Mittelpunkt stehen. Aus Mobilitätssicht betrachtet, gelten Destinationen als nachhaltig, wenn TouristInnen nach der Anreise mit Bahn oder Bus auf andere umweltfreundliche Verkehrsmittel umsteigen können. Busse und Züge sind besonders klimafreundlich, da sie nur 16 % des gesamten, touristischen Verkehrs ausmachen und verursachen nur für 1 % der verkehrsabhängigen CO₂-Emissionen (UNWTO, 2008, S. 144). Der Zug gilt unter Betrachtung der CO₂-Emissionen als klimafreundlichstes Transportmittel.

Noch besser für das Klima ist die Fortbewegung zu Fuß oder mit dem Fahrrad (ebd., S. 36). Doch bei Strecken, die etwas weiter entfernt sind, bietet der Zug eine gute Alternative zum Fliegen. Dieser sollte besonders innerhalb Europas genutzt werden, da dieser einen niedrigen CO₂-Ausstoß pro Personenkilometer aufweist und die Dauer nicht so lang wie bei einer Busreise ist. Bei der Auswahl des Zuges sind die Faktoren Erholung, Sicherheit und Pünktlichkeit von Bedeutung. Für die Geschäftsreisenden sind Geschwindigkeit und Flexibilität von entscheidender Relevanz (Fraunhofer ISI, 2017, S. 43). Daher ist der Zug bei UrlauberInnen gefragter als bei den Geschäftsreisenden, bei welchen die Nachfrage kontinuierlich zurückgeht (Europäisches Parlament, 2017, S. 18).

Die Zahlen der internationalen Ankünfte per Zug stiegen bis zum Jahr 2016 auf 41 Millionen. Trotz dieser hohen Zahl sind es nur drei % aller internationalen, touristischen Ankünfte (UNWTO, 2019, S. 23). Eine Untersuchung des Umweltbundesamtes (2016, S. 2) belegt, dass insbesondere junge Menschen (18-27 Jahre) im Vergleich zu anderen Altersgruppen vermehrt umweltfreundliche Verkehrsmittel wie die Bahn oder das Rad nutzen. Es stellt sich immer wieder die Frage, warum so wenig Menschen mit dem Zug reisen und sich stattdessen für eine klimaschädigende Form des Reisens entscheiden.

Zu den allgemeinen Gründen, die Reisende gegen die Nutzung der Bahn als Hauptreisemittel anführen, gehören der Transport von Gepäck, die fehlende Nahmobilität, der Preis und die Fahrzeit (Rüger, 2005, S. 28). McDonald, Oates, Thyne, Timmies und Carlile (2015, S. 1503-1512) gehen in ihrer Studie genau auf diese Problematik ein und stellen sich die Frage, warum selbst Menschen, für die der Umweltschutz wichtig ist, nicht bereit sind auf Flüge zu verzichten, obwohl sie sich der Folgen von Flugreisen auf die Umwelt bewusst sind. Die Resultate der Studie belegen, dass die Entscheidung gegen Bahn und Bus in meisten Fällen aus Kostengründen, wegen der Fahrzeit und des Komforts getroffen wurde.

Angesichts der Klimakrise und der Coronavirus-Pandemie plant die DB, in Zusammenarbeit mit den ÖBB und den französischen und schweizerischen Bahngesellschaften, Nachtzüge, als klimafreundliche Reisemöglichkeit erneut einzuführen (Süddeutsche Zeitung, 2020). In Deutschland wurde 2016 im Zuge der Liberalisierung des Fernbusverkehrs das Nachtzugnetz gänzlich aufgelöst (Europäisches Parlament, 2017, S. 33). Nach dem Entschluss der DB die Nachtzugverbindungen einzustellen, beschlossen die ÖBB, einige dieser Verbindungen zu übernehmen. Die Hauptstrecken, die übernommen wurden, waren Berlin, Hamburg und Zürich. Ein Vorteil war die Tatsache, dass der Wettbewerb von Billigfluggesellschaften in Österreich, im Vergleich zu anderen europäischen Ländern, weniger ausgeprägt ist. Seit Anfang 2019 bis zum Auftreten der Coronavirus-Pandemie im Jahr 2020 ist die Nachfrage im Nachtzugbereich der ÖBB deutlich gestiegen. Laut einem Interview mit Andreas Matthä, CEO der

ÖBB, kam es 2019 zu einem Buchungsanstieg von über zehn Prozent, bei einzelnen Strecken sogar über zwanzig Prozent (ÖBB Jahresbericht, 2019, S. 37). Diese Nachfragesteigerung wird von den ÖBB als Reaktion auf das verstärkte Interesse der KundInnen an einer umweltfreundlichen Art des Reisens, angesehen. Für die ÖBB ist der Zug ein wichtiges Element für die zukünftige Verlagerung des Kurzstreckenflugverkehrs auf die Schiene (ÖBB Presse, 2020).

Aufgrund der Bemühungen von Bewegungen wie „Fridays for Future“ vor und während der derzeitigen Pandemie besteht Hoffnung, dass mehr Menschen einige Bereiche ihres Lebensstils, mitunter auch die Art zu reisen, überdenken. Es kommt zu einem ausgeprägteren Bewusstsein der Auswirkungen von Reisen auf das Klima und Reisende entscheiden sich häufiger für die klimafreundliche Reisealternative.

Vorteile für die Fahrt mit dem Reisebus sind laut Dickinson & Lumsdon die Möglichkeit eine nachhaltige Tourismus- Mobilität in Form von Linienbussen zu entwickeln (2010, S.147). Von der Weiterentwicklung der lokalen Infrastruktur profitieren Einheimische, Reisende und die ökologische Umwelt. Außerdem dauert die Streckenplanung der Busse nicht so lang wie bei den Zügen und auch der Bau der Infrastruktur ist in den meisten Fällen schon vorhanden (Sommer, 2017, S. 190). Trotz dieser Vorteile nutzen im Jahr 2017 nur in Deutschland nur 7% der ins Ausland Reisende den Bus als Verkehrsmittel (RDA, 2017, S. 7). Auch europaweit sieht es nicht viel besser aus, wo lediglich 18% der Reisenden den Bus für eine Auslandsreise gebucht (European Commission, 2017, S. 5).

5.2.1 Fazit

Insgesamt lässt sich sagen, dass Züge und Busse als Fortbewegungsmittel eine nicht zu unterschätzende Bedeutung aufweisen. Jedoch führen hohe Ticketpreise, eine lange Reisedauer und fehlende Streckenverbindungen zu einer sinkenden Nachfrage. Zudem stehen Billigfluggesellschaften in direktem Wettbewerb. Um die Reisewilligkeit, mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, zu fördern, muss ein breiteres Angebot an Reisezielen und mehr Direktverbindungen angeboten werden.

Da der teure Fahrpreis für viele Menschen ein Grund darstellt, den Zug nicht zu nutzen, können Sparangebote oder auch Last-Minute-Angebote interessant sein und für die Zielgruppe der jungen Menschen im Mittelpunkt des Marketings stehen. Zusätzlich könnte über eine Ausweitung des Kontingents für Sparschiene-Tickets für Erwachsene und Senioren nachgedacht

werden. Der Fahrpreis wird auch in Zukunft eine wesentliche Grundlage für die Entscheidung für oder gegen die Bahn darstellen, weshalb die DB und ÖBB Lösungsansätze erarbeiten müssen. Andernfalls wird es kaum gelingen, langfristig vom Kurzstreckenflug auf die Bahn umzusteigen und neue Kunden zu gewinnen.

Die Bahn ist für Reisen innerhalb Deutschlands und auch Europa gut geeignet und erlaubt die Mitnahme des Fahrrads. Auch Busse sind dank eines wachsenden Netzwerks von beispielsweise Unternehmen wie „Flixbus“ für große Städte Europas eine günstige und klimafreundliche Alternative zu Kurzstreckenflügen. Für Fernreisen ist die Nutzung von Zug und Bus deutlich zeitaufwendiger, jedoch eine ökologisch sinnvolle Alternative zum Zubringerflug.

Klimafreundliche Veranstalter bieten diese Art der Fortbewegung an und werden im nächsten Abschnitt der Arbeit diskutiert. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sanfte Verkehrsmittel die Umwelt schonen und öffentliche Verkehrsnetze fördern. Um nun den Auswirkungen des Klimawandel entgegenzuwirken, sollten mehr Menschen eine klimafreundliche Art des Reisens wählen. Dazu werden im weiteren Verlauf Ansätze für klimafreundlichen Tourismus beleuchtet.

6. Klimafreundlicher Tourismus

Die Definition des klimafreundlichen Reisens ist nicht einheitlich in der Literatur zu finden. Auf Internetseiten verschiedener Organisationen wird der Begriff der Klimafreundlichkeit oftmals nur mit „Tipps zum klimafreundlichen Reisen“ hinterlegt. Auch mithilfe der deutschen Klimaschutz-Organisation „Atmosfair“ wird keine klare Definition ersichtlich und auch sie bestätigt in ihrem Artikel „Tipps zum klimafreundlichen Reisen“ den Mangel an einer eindeutigen Definition (Atmosfair, o.J.b).

Nichtsdestotrotz soll in dieser Arbeit versucht werden, dem/der LeserIn ein gutes Verständnis der Nachhaltigkeit und der Klimafreundlichkeit zu vermitteln. Dazu sollen die Begrifflichkeiten der Nachhaltigkeit, Klimafreundlichkeit und der Umweltfreundlichkeit voneinander abgegrenzt werden.

Was bedeutet „Nachhaltigkeit“? Es zirkulieren über 70 verschiedene Definitionen und Übersetzungen des „Sustainable-Development-Ansatzes“ in der Literatur. Dabei wird der Terminus teilweise als „dauerhaft“, „naturverträglich“, „langfristig durchhaltbar“ oder „zukunftsfähig“

übersetzt. Eine dauerhafte Entwicklung besteht dann, wenn die Erfüllung der Bedürfnisse der gegenwärtigen Generationen ohne Beeinträchtigung zukünftiger Generationen erfolgt (Baumgartner & Röhrer, 1998, S. 17). Es ist anzumerken, dass die Bedürfnisse der zukünftigen Generationen nicht bekannt sind, wodurch es sich als schwierig herausstellt für die Zukunft zu planen. Außerdem weiß man nicht, wie die Gesellschaft sich zukünftig ändern wird, sodass nichts eindeutig vorausgesagt werden kann. Allerdings kann grundsätzlich angenommen werden, dass auch zukünftige Generationen natürliche Ressourcen wie Wasser, Wälder, Wiesen nutzen möchten. Ulrich Grober sieht in Nachhaltigkeit vor allem Langzeitdenken und Voraussehen mit der Imagination von wünschenswerten und lebhaften Zuständen, die ein gewisses Handlungs-Spielfeld zulassen. Auch sieht er darin ein geistiges Weltkulturerbe – also voraussehen und vorsorgen und damit Verantwortung für nachfolgende Generationen übernehmen. Damit diese Generationen, deren Bedürfnisse gar nicht bekannt sind, die Möglichkeit haben, ihre Bedürfnisse zu befriedigen. Dies setzt voraus, dass Vielfalt in Natur und Kultur erhalten bleibt und damit möglichst viele Optionen offen sind. Nachhaltigkeit sollte dabei nicht als Rezeptbuch, sondern als Möglichkeit gesehen werden, auf diesem Feld viele Lösungen zu finden (Grober, 2010, S. 9-11).

Laut Baumgartner & Röhrer stellt Nachhaltigkeit unter ökonomischen Bedingungen die Art des Wirtschaftens dar, bei welcher die gegenwärtigen Bedürfnisse gestillt werden, ohne künftigen Generationen die Existenzgrundlagen zu entziehen. Dies soll durch langfristig ausgerichtetes Denken und Handeln erzeugt werden, um ein Gleichgewicht der natürlichen Ressourcen zu erreichen. Unter ethischen Gesichtspunkten ist Nachhaltigkeit ein entscheidendes Konzept in der modernen Gesellschaft, dessen gewachsene Bedeutung auf die zunehmenden sozialen Probleme (Armut, Umweltverschmutzung, Klimawandel) zurückzuführen ist. Auch kann Nachhaltigkeit als holistisches Verständnis von einer zukunftsfähigen Lebensweise gesehen werden. Wie wird miteinander umgegangen (soziokultureller und politischer Aspekt) um auf welche Weise welche Ressourcen (ökologischer Aspekt) wird Wert gesetzt (ökonomischer Aspekt) um dauerhaft ein gesundes Leben führen zu können (spiritueller Aspekt). Damit stellt sich ein noch ganzheitlicherer Ansatzpunkt dar und bezieht sämtliche Lebensbereiche mit ein.

Zusammenfassend wird die Nachhaltigkeit als gesamtes System, welches ökonomische, soziale und ökologische Aspekte beachtet. Umweltfreundlichkeit hingegen fokussiert sich auf die gesamte natürliche Umwelt. Das Ziel ist auf ökologischer Ebene schützende Effekte zu generieren, dabei jedoch nicht die beiden anderen Aspekte, der Ökonomie und Soziales zu beeinträchtigen. Die Klimafreundlichkeit legt besonderen Wert auf den Klimaschutz mit minimalen Emissionen. Das Augenmerk der Klimafreundlichkeit liegt auf der Förderung der regionalen Ökonomie, indem Produkte, Dienstleistungen und Projekte vor Ort gewählt und unter-

schützt werden. Nur so können Arbeitsplätze und ein geregeltes Einkommen gesichert werden (Rein, 2015, S. 222). Es wird deutlich, dass klimaschonende Maßnahmen die Lebensqualität der Betroffenen zu erhalten oder sogar zu steigern versucht (Stecker, 2016, S. 300).

Um der Klimakrise und somit auch der Zerstörung der Umwelt entgegenzuwirken, müssen mehr Menschen klimafreundlich reisen. Klimafreundliche TouristInnen versuchen natürliche Ressourcen auf nachhaltigere Weise zu nutzen. Daraus folgt, dass klimafreundliches Reisen nur möglich wird, wenn die natürlichen Ressourcen der Welt geschützt werden (Kozak & Kozak, 2012, S.8). Dabei sollen negative Auswirkungen auf das Klima mit Nachhaltigkeitsinitiativen nach Möglichkeit verringert werden. Die Wichtigkeit der Beantwortung der Forschungsfrage, warum die Notwendigkeit besteht, klimafreundlich zu reisen, wurde mithilfe der vorherigen Kapitel in Verbindung mit dem Klimawandel und den negativen Auswirkungen, thematisiert. Nun soll der Aspekt, wie es möglich ist klimaschonend oder möglichst klimaneutral zu reisen, näher besprochen werden. Bevor die Möglichkeiten aufgelistet werden, soll die Zielgruppe der „grünen“ *TouristInnen* beleuchtet werden. Des Öfteren kommt der Begriff „grüne“ *TouristInnen*, zum Vorschein und beschreibt klimaschonende Tourist/innen. Im nächsten Unterkapitel wird auf diese Zielgruppe der klimaschonenden Personen eingegangen.

6.1 Die grünen TouristInnen

Laut einer Studie der Grazer Universität besteht dringender Aufklärungsbedarf über die Folgen des Tourismus auf soziale und ökonomische Aspekte. Nur etwa zwei Prozent der Befragten stufen ihr Reiseverhalten als klimafreundlich ein. Weniger als ein Drittel der 660 Personen im Alter von 18 bis 35 Jahren waren mit dem Konzept des umweltfreundlichen Tourismus vertraut (zit. nach Oberösterreichische Nachrichten, 2019).

Dennoch hat die Sorge um Umweltverträglichkeit und die Zukunft des Planeten, sämtliche Diskussionen über den Klimawandel hervorgerufen, und im letzten Jahrzehnt das Kaufverhalten von Konsumenten stark beeinflusst. Die erhöhte Nachfrage nach ökologisch tragfähigen Produkten im Bereich des Tourismus hat dazu geführt, dass ein besonderer Fokus auf die Zielgruppe „green tourists“ gelegt wird. Jene Konsumenten zählen zu einer Nischengruppe - der sogenannten LOHAS. Unter Lifestyles of Health and Sustainability wird eine gesellschaftliche Bewegung verstanden, für die die Werte Gesundheit und Umwelt einen sehr hohen Stellenwert bei Konsumententscheidungen haben. Die nachhaltigkeitsbewussten Konsumenten versuchen die Welt als gesamtes Bild zu betrachten, indem einzelne Informationen zu einem großen Gesamtbild zusammengefügt werden. Daraus resultiert die Denkweise, dass jeder

Einzelne für die Lösung der Umweltprobleme verantwortlich ist. Ein sehr stark ausgeprägtes Verantwortungsbewusstsein ist als wichtigste Eigenschaft der „green consumers“ zu nennen. Ein weiteres Merkmal der LOHAS ist die Bereitschaft für ihre Überzeugungen, Einschränkungen hinzunehmen oder Verzicht auszuüben (Rein & Strasdas, 2015). Besonders bemerkenswert ist, dass LOHAS ihr Kaufverhalten als Gestaltungsmittel sehen – mittels gezielter Boykotts glauben sie, in das Marktgeschehen eingreifen zu können. Die psychologischen Segmentierungskriterien für diese Käufergruppe beinhaltet überwiegend die Vermeidung von Produkten, welche etwaige, negative Auswirkungen haben.

Jedoch gibt es kein allumfassendes Käuferprofil für die grüne Konsumentengruppe, denn Umweltbewusstsein allein führt nicht zwingend zum Kauf von möglichst klimafreundlich hergestellten Produkten (Mair & Bergin-Seers, 2009, S. 110-111; Rein & Strasdas, 2015, S. 173-175). Bei der Auswahl von Urlaubspaketen erwarten mehr als die Hälfte der deutschen und auch niederländischen Touristen, dass ihr Urlaubsziel eine gute Umweltqualität aufweist. Trotz dieser Erwartungen werden wenig Urlaubspakete gekauft, die den Nachhaltigkeitskriterien entsprechen. Nur jeder 20. Reisende nutzt klimafreundliche Transportmittel, wie Bus und Bahn, oder legt Wert darauf, vor Ort produzierte Produkte zu kaufen (Budeanu, 2007, S. 499-502). Aufgrund der Tatsache, dass der CO₂- Ausstoß von der Distanz des Zielortes und der Verkehrsmittelwahl abhängt, kann der/die Reisende wichtige Entscheidungen treffen. Die Wahl für ein Verkehrsmittel ist nicht nur eine der folgenreichsten Entscheidungen in Bezug auf die Klimabilanz einer Urlaubsreise, sondern gleichzeitig auch eine der Entscheidungen mit der höchsten Inkonsistenz zwischen den Absichten und dem tatsächlichen Verhalten der Reisenden (Rein & Strasdas, 2015, S. 183). Die sogenannten Opportunitätskosten stellen einen deutlichen Nachteil dar. Bei Verzicht auf den Flug fallen diese in Form von großem Zeitaufwand an. Das kann mitentscheidend dafür sein, dass die LOHAS an dieser Stelle kein durchgängig umweltfreundliches Verhalten zeigen (Rein & Strasdas, 2015, S. 184).

Es gibt viele Argumente sich für den Klimaschutz einzusetzen. Viele Menschen nehmen die Vorteile einer klimaschonenden Reise auf die Umwelt wahr, denn nur wer die Natur wertschätzt, zeigt damit ein Verständnis für die Wichtigkeit für unsere Zukunft und unsere Nachkommen.

6.2 Vorteile einer klimafreundlichen Reise

In diesem Abschnitt sollen die Wichtigkeit und die Vorteile einer klimafreundlichen Reise aufgezeigt werden.

Eine Zunahme an klimaschonenden Reisen ist von großem Vorteil für den Tourismus, denn wenn der Tourismus „richtig“ ausgeführt wird, kann dieser die Flora und Fauna der Naturschutzgebiete schonen und das Wohlergehen der Einheimischen steigern (Stecker, 2016, S. 300). Dieser Punkt ist sehr wichtig, denn der Tourismus ist wie bereits erwähnt auf eine intakte Natur angewiesen. Die Tourismusbranche hat durch das Schützen der natürlichen Umwelt die Möglichkeit einen wichtigen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten (Strasdas, 2017, S. 110).

Auch ein ökonomischer Nutzen durch den Tourismus für die ansässige Bevölkerung sollte gefördert werden, sodass eine langfristig tragfähige Tourismusentwicklung garantiert werden kann. Dabei ist das Schaffen von lokalen Arbeitsplätzen und die Unterstützung regionaler Unternehmen wichtig (Stecker, 2016, S. 300). Das Ziel ist der individuelle und allgemeine Wohlstand der lokalen Bevölkerung und die Stärkung wirtschaftsschwacher Regionen durch den regionalen Tourismus (Boron, Peters & Noack, 2005).

Zudem gibt es positive soziale Aspekte, denn eine langfristig tragfähige Tourismusentwicklung fördert die Solidarität der Urlaubsgemeinden und trägt zu der Erhaltung der vorherrschenden Kultur bei. Dies verbessert die Lebensqualität der Bevölkerung vor Ort (Stecker, 2016, S. 300). Indem das die regionale Wertschöpfung gestärkt wird, kann das erwirtschaftete Geld dem Gastgeberland und der einheimischen Bevölkerung zugutekommen (Rein, 2017, S. 222). Wer nachhaltigkeitsorientiert reist, d.h mit sanften Fortbewegungsmitteln, reduziert schädliche Emissionen und hilft, dem fortschreitenden Klimawandel entgegenzuwirken.

6.2.1 Fazit

Der/Die Reisende hat durch seine/ihre Konsumententscheidungen großen Einfluss auf das Gastland. Wer sich für den Kauf einheimischer Produkte, wie in der Gegend hergestellte Nahrungsmittel und Dienstleistungen sowie wie die Nutzung der lokalen Verkehrsmittel entscheidet, trägt zum Erhalt einer eigenständigen Wirtschaft bei und schafft Anerkennung des Gastlandes. Dabei sollte die Tourismusbranche sowie VerbraucherInnen mehr Verantwortung übernehmen. Tourismusunternehmen sollten für mehr Transparenz sorgen, indem negative Auswirkungen eines Reiseangebots erkennbar gemacht und die positiv wirkenden Reiseprodukte

integriert werden. Der/Die Reisende kann verantwortlich handeln, indem er/sie auf ihren ökologischen Fußabdruck achtet und das Reiseverhalten hinterfragt.

6.3 Kollektive Maßnahmen gegen den Klimawandel

Ausgehend von der genannten Problematik der Klimaerwärmung werden nun die individuellen, die kollektiven und die politischen Gegenmaßnahmen beschrieben. Obwohl der Schwerpunkt dieser Arbeit auf den individuellen Lösungen beruht, werden zum besseren Verständnis auch kollektive Maßnahmen zum Klimaschutz dargestellt. Es ist unumstritten, dass die Problematik des Klimawandels Lösungsansätze mehrerer verantwortlichen Ebenen, wie der Politik, Wirtschaft und der Gesellschaft benötigt. Diese müssen zusammenarbeiten und Lösungsansätze entwickeln, die einerseits wirkungsvoll und andererseits durchsetzbar sind.

Deutschland hat sich im Zuge des Klima- und Energiepaketes der europäischen Union für den Zeitraum 2013 bis 2020 zusammen mit den EU-Mitgliedsstaaten das Ziel gesetzt, die Treibhausgase im Vergleich zu 1990 um bis zu 20 Prozent zu reduzieren. Angesichts der Mobilität will Deutschland für den Umbau der Mobilität in Schiene und ÖPNV investieren. Bis 2030 sollen Bund und Deutsche Bahn 86 Milliarden Euro in die Modernisierung des Streckennetzes investieren, wovon auch der Güterverkehr profitieren soll. Für den Ausbau des ÖPNV erhöht Deutschland den Bundesanteil und ab 2025 soll dieser sich auf zwei Milliarden Euro jährlich verdoppeln. Mit diesen Maßnahmen soll der Klimaschutz, die Luftreinhaltung und die Lebensqualität in den Städten gestärkt werden (Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort, 2020). Demnach wird nicht nur europaweit an der Klimapolitik gearbeitet, sondern die Maßnahmen auch auf die einzelnen Länder verteilt.

Ergebnisse des Kapitels „Klimakompensationen“ bestätigen, dass Tourismusunternehmen, wie zum Beispiel Fluggesellschaften, sehr unwahrscheinlich zielführende umweltfreundliche Maßnahmen in Eigeninitiative ergreifen werden. Es könnte sogar dazu kommen, dass sie sich diesen widersetzen, wenn es keine kurzfristigen finanziellen Gewinne bringt (Khanra, Dhir, Kaur, Mäntymäki, 2020, S.8). Bisher gibt es nur wenige Bemühungen der Tourismusbranche, um die politisch festgelegten Klimaziele zu erreichen. Aus diesem Grund wäre die Teuerung der Flugtickets und die Einführung einer globalen Steuer auf die Flugtickets oder Kerosin sinnvoll. Außerdem sollte es zu einer Reduzierung des Flugverkehrs, insbesondere der Inlandsflüge kommen (Khanra, Dhir, Kaur, Mäntymäki, 2020, S.8). Jedoch wurde bisher auf das Fliegen weder eine Kerosinsteuer, Öko-Steuer oder Mehrwertsteuer gelegt und auch eine Emis-

sionsabgabe ist bisher noch nicht eingeführt worden. Anders sieht es bei den Zügen, U-Bahnen oder Bussen aus. Durch Einführung einer Öko-Steuer würde das Bundesfinanzamt jährlich etwa fünf Milliarden Euro generieren. Diese finanziellen Mittel sollten direkt in den Umwelt- und Klimaschutz fließen, damit die Umwelt geschont werden kann (Staud & Reimer, 2007, S. 187).

6.3.1 Fazit

Im Tourismus kommt es bereits zu Investitionen, um sich dem Klimawandel anzupassen. Anpassungsmaßnahmen erhöhen die Attraktivität einer Tourismusregion, wobei der Schutz der Umwelt oftmals vergessen wird. Außerdem kommt es oft vor, dass diese Maßnahmen den Klimaschutzziele widersprechen. In Ski- Gebieten kommt es oft zum Einsatz von Schneekanonen und in warmen Regionen wird die Klimaanlage verstärkt verwendet (Strasdas & Zepfenfeld, 2016, S.128-129). Deutschland ist ein beliebtes Urlaubsland, weshalb es wichtig ist, dass die betroffenen Regionen, z.B. Küstenregionen und die Alpenregionen, sich an die Auswirkungen des Klimawandels anpassen aber auch versuchen Treibhausgase zu reduzieren. Damit das möglich ist, muss die Bevölkerung zu der Thematik des klimafreundlichen Tourismus aufgeklärt werden. Die Wirksamkeit dieser Maßnahmen ist bisher umstritten. Deshalb haben manche Menschen das Gefühl, dass sie ihren bisherigen Lebensstil selbst umgestalten und einen Teil zum Umweltschutz beizutragen.

7. Eine klimafreundliche Urlaubsreise

Die praktische Umsetzung von einer möglichst klimafreundlichen Reise kann auf verschiedenste Weise erfolgen. Möglichkeiten zur nachhaltigen Gestaltung einer Reise können nur unter Betrachtung der Umweltaspekte entlang der touristischen Leistungskette gefunden werden: Vorbereitung, An- und Abreise, Reiseziel, Unterkunft und Verpflegung sowie Mobilität und Aktivitäten vor Ort (Rein & Strasdas, 2015, S. 17). Eine möglichst klimafreundliche Reise beginnt bereits mit der Vorbereitung.

Im weiteren Verlauf werden die Teilaspekte, die bei der klimafreundlichen Reiseplanung analysiert werden sollten, vorgestellt. Die Hinweise sollen dem Reisenden aufzeigen, wo er bestmögliche Beratung und Hilfestellung zur Planung der klimafreundlichen Reise finden kann. Als Hilfestellung werden praktikable Alternativen für eine klimafreundliche Reise aufgezeigt, sodass das Ziel der Nachhaltigkeit- die Wertschöpfung der Tourismusregion gefördert werden kann.

7.1 Vorbereitung

Erste Probleme zeigen sich bereits bei der Planung einer Reise. Einerseits ist vielen das Konzept des klimafreundlichen Tourismus unbekannt, andererseits wird der Informationsprozess von vielen als sehr aufwendig empfunden. Eine gut umgesetzte klimafreundliche Reise erfordert oftmals Geduld und Anstrengungen. Damit diese Reise umgesetzt werden kann, muss die Informationsbeschaffung umfassend sein und die Planung gut durchdacht und strukturiert werden (Augsbach, 2020, S. 5). Denn nicht nur der Wunsch, sondern die wohlüberlegte Realisierung einer klimabewussten Reise leistet einen relevanten Beitrag zum Klimaschutz. Hierbei ist es notwendig, Informationen zu sammeln und sich mit dem Thema der Klimafreundlichkeit zu beschäftigen. Dazu sind qualitative hochwertige Informationsinstrumente von großer Bedeutung, um die Auswirkungen und Folgen des Verhaltens auf die Umwelt verstehen zu können (Laimer, 2020, S. 8). Dabei können diverse Webseiten, Reiseführer oder auch Internetblogs helfen, klimafreundliche Entscheidungen zu treffen und eine passende Reisedestination sowie Unterkunft auszuwählen.

Im nächsten Kapitel soll die Naturfreunde Internationale vorgestellt werden, um relevante Informationen und Projekte zum klimafreundlichen Reisen darzustellen.

7.2 Naturfreunde Internationale

Eine der weltweit größten und bekanntesten Nichtregierungsorganisation ist die Naturfreunde Internationale. Sie ist der Dachverband der Naturfreunde Bewegung und hat mehr als 500.000 Mitglieder in 45 Mitglieds- bzw. Partnerorganisationen. Zu den Zielen, welche die Naturfreunde Internationale verfolgt, gehört die Verwirklichung einer zukunftsfähigen Entwicklung von Natur und Gesellschaft. Im Mittelpunkt steht eine ökologische, soziale und kulturelle Ent-

wicklung des Tourismus. Die Marke „respect“ beschäftigt sich mit den Bereichen der Informationen und Aufklärung von Reisenden, EntscheidungsträgerInnen der Tourismusbranche und der Politik. Darüber hinaus werden Bildungseinheiten und Know-how-Transfer für Lehrende und Studierende angeboten (Naturfreunde Internationale, o.J.).

7.2.1 Projekte der Naturfreunde Internationale

Eines der Projekte der Naturfreunde Internationale sind die **Natura Trails**. Dabei können die Naturschätze Europas entdeckt und erlebt werden. Als europäische Marke steht Natura Trails für umweltverträgliche Freizeitaktivitäten. Natura Trails sind überwiegend mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar und fördern einen bewussten Umgang mit der Natur (Naturfreunde Internationale, o.J.).

Ein weiteres Projekt der Naturfreunde Internationale (NFI) ist die Erklärung einer ökologisch wertvollen **europäischen Region zur Landschaft des Jahres**. Diese Auszeichnung gilt als bekanntes Markenzeichen der Naturfreunde. Inzwischen werden die Landschaften des Jahres von der Öffentlichkeit als mustergültige und naturnahe Tourismusregionen angesehen. Diese Regionen können mit einer erhöhten Anzahl von Besuchern rechnen. Durch die Auszeichnung der Landschaft des Jahres kommt es zu einem verstärkten Bewusstsein für die Vielfalt der Regionen Europas. Im Jahr 2012 erhielt das Projekt "Landschaft des Jahres" den Ulysses-Innovationspreis der Welttourismusorganisation (Naturfreunde Internationale, o.J.).

Zusätzlich zu den Projekten verfügt Naturfreunde Internationale über **eine Internetseite tourism_LOG**. Diese Plattform kann unter dem Namen- respect aufgerufen werden und bietet den Menschen die Möglichkeit sich über gesellschaftliche, ökologische und ökonomische Auswirkungen des Tourismus, kritisch auseinander zu setzen. Der Schwerpunkt besteht in einem respektvollen Umgang mit Menschen, Natur & Land sowie dem Blick „hinter die Kulissen“. Der Blog ermöglicht den Menschen eine umfassendere Auseinandersetzung mit dem Thema klimafreundlichem und nachhaltigem Reisen. Menschen aus der ganzen Welt können diskutieren, da es keine geografischen Grenzen gibt (Naturfreunde Internationale, o.J.).

Ein weiterer sehr positiver Aspekt der Naturfreunde Internationale ist das Vorhandensein von Erklärvideos, welche die komplexen Zusammenhänge und Hintergründe aktueller Umweltthemen einfach erklären. Diese Videos erklären die komplexen Themen der Klimagerechtigkeit in nur 5 Minuten und geben zusätzlich Tipps und Hilfestellungen für die praktische Umsetzung einer klimafreundlichen Reise. Auch ein Vergleich verschiedener Verkehrsmittel und Alternativen zu Flugreisen werden thematisiert. Das Ziel ist es, dem Reisenden die klimafreundliche

Planung der Urlaubsreise zu erleichtern und praktisch umsetzbare Tipps darzustellen. All diese Videos sind in drei verschiedene Sprachen (Deutsch, Englisch und Französisch) auffindbar (Naturfreunde Internationale, o.J.).

Fazit:

Es wird erneut deutlich, dass die Beschaffung von Informationen zum klimafreundlichen Reisen eine der wichtigsten Voraussetzungen darstellt. Besonders aus ökologischen und ethischen Gründen soll jeder Reisende Wert auf die Informationsbeschaffung über das Urlaubsland legen und diese kritisch hinterfragen (Raemy, 2018). Zur optimalen Vorbereitung auf eine Reise helfen Tipps, Videos, Blogs und Schulungen. Es ist sehr ermutigend, zu sehen, dass Organisation, wie die Naturfreunde Internationale, sich inzwischen mit dem Umweltschutz auseinandersetzen. Andererseits ist es für die Konsumentenseite zunehmend schwerer, die Unternehmen, welche tatsächlichen Umweltschutz betreiben, von den Unternehmen, welche sich nur ein grünes Mäntelchen umhängen, zu unterscheiden. Aus diesem Grund soll die Thematik der Gütesiegel im nächsten Kapitel erläutert werden.

8. Gütesiegel als Form der Kommunikation

Aufgrund der Informationsüberlastung benötigen die Menschen eindeutige Zeichen und Signale (Katz, 2002, S. 199). Aus diesem Grund verwenden viele Unternehmen, Labels, Zertifizierungen oder Gütesiegel für Kommunikationszwecke. Öko-Labels beeinflussen die Entscheidungsfindung der KundInnen und dienen als Leitlinien, sodass sich KundInnen aber auch Unternehmen nach diesen richten können. Mithilfe von Informationen und Standards, für die diese Gütesiegel stehen, kann ein Dialog zwischen den KundInnen und dem Unternehmen entstehen. Jedoch darf dieser Vertrauensvorschuss sowohl seitens des Unternehmens als auch seitens der KundInnen nicht missbraucht werden. Das Verfahren wird von einer unabhängigen Institution überprüft. Ein Kriterienkatalog sowie eine transparente Darstellung der Zertifizierungskriterien dienen als Voraussetzung, um missbräuchlichem Verhalten entgegenzutreten. In den deutschsprachigen Ländern erfüllt beispielsweise das Zertifikat „CSR-tourism certified“ der gemeinnützigen Zertifizierungsgesellschaft TourCert diese Gütekriterien.

Des Öfteren wird eine Vielzahl von unterschiedlichen Labels (z.B. Öko-Labels) kritisiert und Siegel haben keine Aussagekraft oder werden als „Fake“ enttarnt. Dadurch kommt es zu einer großen, und nicht vollständig geschlossenen Lücke zwischen Umweltwahrnehmung und Reaktion auf Umweltschutz (Katz, 2002, S. 199-210). Der/Die KonsumentIn kann kaum noch

echte Nachhaltigkeitsmaßnahmen von Grünmalerei unterscheiden, und somit wird die Kaufentscheidung stark beeinflusst.

8.1 Gefahr Greenwashing

Besonders in der Tourismusindustrie, welche zum Klimawandel beiträgt, kann Greenwashing und unterlassene Umweltmaßnahmen beträchtliche Auswirkungen verursachen. Greenwashing bedeutet, dass Unternehmen ihre umweltschädlichen Produkte als nachhaltig bewerben, um ihr Image aufzubessern.

Das eigentliche Ziel die Natur und das Klima zu schützen, wird von grünwaschenden Unternehmen nicht angestrebt. Als Folge leiden nicht erst nachfolgende Generationen unter den Auswirkungen des aktuellen Greenwashings, sondern bereits die Menschen heute, die aufgrund des Klimawandels und den daraus folgenden Verlust der biologischen Vielfalt leiden (Myclimate, 2014).

Beim Greenwashing werden die negativen Seiten des Unternehmens und des Produkts verschwiegen, und die wenigen tatsächlichen oder gar nur vermeintlich positiven Eigenschaften dominant, dargestellt. Es ist allerdings nicht alles Greenwashing, was heute von den Unternehmen als ökologisch und nachhaltig angeboten wird. Man muss Greenwashing von echter Nachhaltigkeit abgrenzen und erkennen, ob es sich tatsächlich um ein umweltfreundliches Produkt handelt, oder man von der Marketingabteilung des Unternehmens in die Irre geführt wird.

Fluggesellschaften werben oftmals mit dem „klimaneutralen Fliegen“, indem sie Umweltprojekte unterstützen. Dieses Marketing kommt beispielsweise bei der Zielgruppe der LOHAS und auch bei den „Fridays-for-Future“-AnhängerInnen sehr gut an, da diese somit „ohne schlechtes Gewissen“ fliegen können (Umwelt Dialog, 2019). Hierbei kommt es Greenwashing, denn es wird deutlich, dass viele Fluggesellschaften nicht selbst für die von ihnen verursachten Umweltschäden aufkommen. Sie übergeben die Verantwortung an ihre KundInnen. Sie motivieren die KundInnen mit dem Appell an das Gewissen, zu zusätzlichen Zahlungen. Ihre eigenen finanziellen Mittel nutzen sie zumeist nur dann für den Klimaschutz, wenn diese sich mit staatlichen Unterstützungszahlungen kompensieren oder verbinden lassen (Müller, 2007, S. 2f).

Darüber hinaus werben Fluggesellschaften oftmals mit verwirrenden und unvollständigen Aussagen für eine vermeintlich umweltfreundliche Fortbewegungsart. Sie zeigen einen Vergleich zwischen dem Verbrauch pro Reisegast und Reisekilometer in einem Flugzeug mit dem eines Reisenden in einem PKW. Verheimlicht wird dabei der Schaden, den die Jets in der Ozonschicht verursachen (Staud, 2009, S. 28). Zusätzlich wird verschwiegen, dass bei dem Flug gefährliche Stoffe wie zum Beispiel Stickoxide, Rußpartikel oder Wasserdampf ausgestoßen werden. Auch hierbei handelt es sich um ein weiteres Beispiel von Greenwashing.

EasyJet, eine bekannte Fluggesellschaft betonte, dass ihre Flugzeuge weniger Schadstoffe pro Passagier ausstoßen als die der Konkurrenz. Dies ist der Fall, da die neueren Flugzeuge engere Sitzreihen enthalten, was für mehr Passagiere pro Flug sorgt (Staud, 2009, S. 29).

Außerdem kommt es des Öfteren zu Diskussionen, umweltfreundliches Kerosin aus Pflanzen herzustellen, ohne fossilen Brennstoff. Dieser soll besonders umweltfreundlich und ressourcenschützend sein. Dabei wurden jedoch die Nachteile verschwiegen, denn durch den Anbau dieser Pflanzen werden in Entwicklungsländern, in denen diese Pflanze gezüchtet wird, sehr viele Felder besetzt und in Anspruch genommen, sodass dieser Platz nicht mehr für den Nahrungsmittelanbau genutzt werden kann. Dies führt zu schwerwiegenden Problemen bei der Versorgung der Bevölkerung. Zusammenfassend wird hier also die Problematik des Anbaus von Öko-Nutzpflanzen in Monokultur und die damit einhergehende Vernichtung von Ackerflächen für die Nahrungsmittelherstellung, bewusst verschwiegen (Focus Online, 2019).

Unternehmen betreiben Greenwashing, um eine Gewinnmaximierung zu erreichen. Denn erst durch das grüne Image ist ein Unternehmen, im Zeitalter der LOHAS-Bewegung und der gesteigerten Nachfrage nach nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen, wettbewerbsfähig. LOHAS berücksichtigen Öko-Labels bei der Kaufentscheidung und versuchen, persönliche Vorlieben und Einstellungen beim Kauf von Produkten/Dienstleistungen zu unterstützen. Dies ist nur möglich, wenn Gütesiegel einfach vergleichbar sind und zu einer besseren Aufklärung und Transparenz führen (Haenraets et al. 2012, S. 158).

Resümierend bleibt festzuhalten, dass nur durch weitere Forschung, Aufklärung und staatlicher Regulierung dem Greenwashing entgegengetreten werden kann. Sollten diese Schritte nicht erfolgen, wird es zu keinem Umdenken bei den Unternehmen kommen und somit zu keiner positiven Veränderung im Klima- und Umweltschutz.

Was die Feststellungen konkret für die Urlaubsplanung bedeuten, wird im folgenden Kapitel erörtert.

8.2 Klimafreundliche Reisedestination und Unterkunft

Menschen haben das natürliche Bedürfnis, zu reisen und dabei neue Erfahrungen sammeln zu können. Dieses Bedürfnis der persönlichen Weiterentwicklung wird auch in der Zukunft von großer Wichtigkeit sein, wobei jedes Verhalten, das TouristInnen während ihres Urlaubsaufenthalts an den Tag legen, unterschiedliche Konsequenzen hat (Budeanu, 2007, S. 500). Umso wichtiger ist es also, dass TouristInnen sich rücksichtsvoll gegenüber der Umwelt und der ortsabhängigen Kultur verhalten. Die praktische Umsetzung von nachhaltigem Reisen kann auf verschiedenste Weise erfolgen. Möglichkeiten zur nachhaltigen Gestaltung einer Reise können nur unter Betrachtung der Nachhaltigkeitsaspekte entlang der touristischen Leistungskette gefunden werden: Vorbereitung, An- und Abreise, Reiseziel, Unterkunft und Verpflegung sowie Mobilität und Aktivitäten vor Ort (Rein & Strasdas, 2015, S. 179). Auch die Tourismusbranche schließt einen klimafreundlich gestalteten Urlaub nicht aus. Damit eine solche Reise umgesetzt werden kann, müssen Informationen beschaffen und aufbereitet werden. Schon bei der Planung des Aufenthalts kann der/die TouristIn sich für eine lokale und klimafreundliche Unterkunft entscheiden (Gössling et al. 2020, S. 87). Ein Kriterium für die Wahl der Unterkunft ist die Entscheidung lokale und einheimische Betriebe, statt internationale Hotelketten auszuwählen. Diese Entscheidung kommt den Ortsansässigen zugute, da es zu einer Verbesserung der lokalen Wertschöpfung beiträgt (Großmann, o.J.).

Im Folgenden werden einige klimafreundliche Anbieter vorgestellt, um die Auswahl der Destination und der Unterkunft zu erleichtern.

Die Webseite www.umweltzeichen-hotels.at bietet eine Hilfestellung bei der Auswahl einer klimafreundlich zertifizierten Unterkunft. Gütesiegel bestätigen die Erfüllung der Nachhaltigkeitskriterien und allein in Österreich wurden mehr als 340 Tourismusbetriebe mit dem „**Österreichischen Umweltzeichen**“ ausgezeichnet (Mohr, 2021). Die Webseite von umweltzeichen-hotels.at kann dem Reisenden Orientierung bieten, ein Hotel zu finden, welches nachhaltigkeitsorientierte Kriterien erfüllt, wie beispielsweise das Angebot einer klimafreundlichen Hin- und Rückreise, die Schonung der Ressourcen im Unternehmen selbst und die Berücksichtigung von Saisonalität und Regionalität (Klimafreundlich Reisen, 2020). Statt der klassischen Beherbergungsform stellen auch alternative Beherbergungsformen eine Möglichkeit dar, klimafreundlich zu nächtigen. Einige Beispiele sind Backpacker-Lodges, Naturfreundehäuser, Campingplätze, Couchsurfing, Sleep- Green, Biohotels, Klimahotels und Blaue Schwalbe (Herrmann, 2016, S. 241-256).

Eine Hilfestellung für die Wahl der Reisedestination ist Alpine Perlen, denn zusammen mit der Wahl einer klimafreundlichen Unterkunft kann der Reisende einen wichtigen Beitrag zur Klimaschutz leisten. Dazu soll Alpine Perlen im nachstehenden Kapitel ausführlicher dargestellt werden.

8.2.1 Alpine Perlen

Eine Auswahl klimafreundlicher Reisedestination bietet zum Beispiel die „Alpine Perlen – Dachmarke“ an. Die Alpine Pearls sind 23 auf sanften Tourismus setzende Feriendestinationen verteilt über den Alpenbogen über Deutschland, Österreich, Italien, Slowenien und der Schweiz. Der Leitspruch „Sanfter Tourismus mit Mobilitätsgarantie“ wird auf drei Ebenen umgesetzt. Die Reiseziele sind leicht mit dem Zug oder dem Fernbus zu erreichen. Hotels und Tourismusinfo unterstützen Urlaub ohne Auto mit aktuellen Informationen. Der Abholdienst vom Bahnhof oder der Haltestelle ins Hotel wird von den Alpine-Pearls-Gastgebern organisiert. Die Ferienanlagen ermöglichen die Erreichbarkeit aller interessanten Ausflugsziele, wie beispielsweise Bergbahnen, Sehenswürdigkeiten oder Restaurants (Brandauer, 2018). Außerdem werden verschiedene Aktivitäten, wie z.B. Wandern, Radfahren, Nordic Walking und Museumsbesuche angeboten, welche keine CO₂-Emissionen ausstoßen. Durch die Wahl einer klimafreundlichen Aktivität wird auf klimaschädigende Elemente im Bereich des Reisens verzichtet. Auch Tourismusbetreiber können zusätzliche Emissionen einsparen, wenn sie regionale Produkte für das Hotel beschaffen. Es kommt zu einer kurzen Lieferdistanz und einer positiven Auswirkung auf die regionale Wirtschaft. Außerdem müssen alle Mitgliedsorte entsprechende Qualitätsanforderungen einhalten, wie einen autofreien Stadtkern und öffentliche Mobilitätsmöglichkeiten (Brandauer, 2018). Auch beim Projekt „Transdanube.Pearls“ wird eine volle Mobilitätsgarantie ohne eigenes Auto angestrebt. Dabei kann Carsharing-Angebote zurückgegriffen werden, wenn öffentlich schlecht angebundene Orte besucht werden. Auch bei der Wahl der Destination spielt die Informationsbeschaffung und Planung der Reise eine essenzielle Rolle.

Es wird deutlich, dass das Konzept von Alpine Pearls dem Reisenden die Vorteile (z.B. entspannte Anreisemöglichkeit, Flexibilität beim Aufenthalt vor Ort, interessante Angebotspakete, Rundumbetreuung etc. eines Aufenthaltes vermittelt. Doch auch andere Regionen, wie die ostfriesische Insel Juist kann als besonders klimafreundlich eingestuft werden. Sie ist weltweit die erste klimaverträgliche Insel und soll im nächsten Abschnitt vorgestellt werden.

8.2.2 Insel Juist

Auch die ostfriesische Insel Juist ist als Paradebeispiel anzuführen. Auf der autofreien Insel wird nahezu der gesamte Transport mit dem Pferdefuhrwerk erledigt. Nicht nur BesucherInnen und AnwohnerInnen, sondern auch Nahrungsmittel, Einrichtungsgegenstände und Baumaterial werden durch Pferde transportiert. Nur die Ärzteschaft, das Deutsche Rote Kreuz und die Berufsfeuerwehr verfügen über Elektroautos auf Juist. Auch die Post ist berechtigt, Elektrofahrzeuge für den Transport zu verwenden. Der Abfall wird mit Pferdefuhrwerken transportiert und die Polizei ist mit dem Fahrrad unterwegs (Goerges & Vodde, 2017). Juist ist seit 2006 klimaneutral und ist eine Partnerinsel des KUNTIKUM-Forschungsprojekts der Lüneburger Universität. Das Ziel dieses Projektes war es, Maßnahmen zu entwickeln, um die Klimaneutralität zu erreichen. Zu Beginn wurde ein CO₂-Fußabdruck der Insel erstellt und die Ergebnisse verdeutlichten einen Energieverbrauch von insgesamt 19 590 Tonnen CO₂ im Jahr. Laut Analyse waren 90 % auf den Tourismus zurückzuführen. Jeder Gastaufenthalt verursachte 145 kg Kohlenstoffdioxid-Emissionen. Die deutsche Nachhaltigkeitsinitiative der Tourismuswirtschaft „Futouris“, unterstützt Juist seit 2010 Maßnahmen zu entwickeln, um klimaneutral zu werden. Das Ziel ist die Klimaneutralität der Insel bis 2030.

Dieses Ziel der Klimaneutralität kann nicht von heute auf morgen geschehen und wird deswegen schrittweise durch eine Reduktion der CO₂-Emissionen durchgeführt. Dabei soll der Energieverbrauch reduziert und die Energieeffizienz gesteigert werden. Außerdem soll die Stromversorgung auf erneuerbare Energiequellen umgestellt werden. Für unvermeidbare Emissionen werden Klimaschutzzertifikate gekauft und dadurch Windenergieprojekte in China unterstützt (Goerges & Vodde, 2017).

Die Insel Juist bezieht schon seit 2008 Ökostrom vom Energiedienstleister EWE aus Oldenburg kostenfreie Energieberatungen. Diese wurden angeboten, um zu zeigen, dass der Umstieg auf Ökostrom sich sowohl für den Klimaschutz als auch für das eigene Unternehmen finanziell lukrativ auswirken kann. Des Weiteren ist das Meerwasser-Erlebnisbad durch Solarenergie beheizt und gehört somit zur klimafreundlichen Attraktion. Auch die Straßenbeleuchtung der Insel funktioniert mit verbrauchsärmerer LED-Technik. Geforscht wird im Bereich der Solar- und Wasserstofffähre, denn auch hier könnte bei einer Umsetzung zukünftig viel CO₂ eingespart werden (Augsbach, 2020, S. 5).

Zusammenfassend wird deutlich, dass es Destinationen gibt, die einen klimafreundlichen Urlaubsaufenthalt unterstützen. Damit dies möglich ist müssen verschiedene DienstleisterInnen

zusammenarbeiten und in direktem Austausch mit dem jeweiligen Aufenthaltsort stehen. Wichtig dabei sind die DienstleistungsträgerInnen der Unterbringungs- und Gastronomieeinrichtungen, Angebotsschaffende, wie Reiseagenturen, Verkehrsunternehmen Transportunternehmen, aber auch Anbieter von Freizeitangeboten, welche bei der Gestaltung der Freizeit weiterhelfen (Augsbach, 2020, S. 6).

9. Die Wahl des Reiseveranstalters

Wer klimafreundlich reisen will, stößt bei herkömmlichen Reiseanbietern nicht unbedingt auf unerschöpfliche Informationen. Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung sind in der Reisebranche zum Thema geworden, doch gibt es noch deutliches Verbesserungspotenzial (fair unterwegs, 2019). Daher sollen im Folgenden einige Empfehlungen und Hilfestellungen für die Planung einer klimafreundlichen Reise genannt werden. Da es kein allgemeingültiges Beurteilungsschema für die Nachhaltigkeitskriterien bei Reiseunternehmen gibt, unterliegt diese Analyse meinen subjektiven Empfindungen und Beobachtungen. Die nachfolgende Betrachtung dient nur der Darstellung der aktuellen Situation und enthält keinerlei Wertung.

Um Konsumenten die mühsame Suche nach verträglichen Reiseprodukten zu erleichtern und somit den klimafreundlichen Tourismus zu fördern, haben sich über 100 Veranstalter zum Netzwerk **forum anders reisen** verbunden. Ein Qualitätsmerkmal dieses Netzwerks ist der strenge Kriterien-Katalog, der bei jedem Reiseprodukt eingehalten werden muss. Der Fokus liegt dabei auf klimafreundlichen Fortbewegungsmitteln, umfassenden Reise-Informationen, kleinen Reisegruppen, langfristigen Verträgen bei fairer Bezahlung mit den Veranstaltern vor Ort, Unterstützung lokaler Produkte und die Nutzung örtlicher Hotels bei Verpflegung mit regionalen Lebensmitteln. Folgende Fragen können bei der Auswahl eines Reiseveranstalters helfen: Welche Firmenphilosophie hat das Unternehmen? Welche Maßnahmen werden getroffen, um eine möglichst hohe Wertschöpfung im Reiseland zu generieren? Werden lokale Projekte vor Ort unterstützt? (fair unterwegs, 2019).

Für die Planung eines klimafreundlichen Urlaubs können die Datenbanken von **Eco-Tour** und die **Ecotourism Society** mit weltweiten Angeboten weiterhelfen. Des Weiteren wird Weltweitwandern als Paradebeispiel unter den umweltfreundlichen Reiseanbietern genannt (Weltweitwandern, 2019). Resümierend bleibt festzuhalten, dass es viele Datenbanken zur Hilfestellung einer klimafreundlichen Reise gibt. Eine Zertifizierung kann für den Erfolg eines Hotels

und Tourismusregion entscheidend sein. Im nächsten Kapitel soll „Weltweitwandern“ als Beispiel für ein nachhaltig orientiertes Unternehmen vorgestellt werden.

9.1 Weltweitwandern

Ein Beispiel für ein klimafreundliches Reiseunternehmen stellt **Weltweitwandern** dar, dessen Leitbild „Gehen & Erleben mit Werten“ wichtige Schlüsselaussagen des Unternehmens kommunizieren. Dabei steht das Gehen im Mittelpunkt eines Wander-Reiseangebotes und auch die Natureindrücke, Kulturen, Begegnungen mit Menschen, lokales Essen, Genuss und Erholung auf geistiger und körperlicher Ebene werden besonders ausgeprägt nach außen kommuniziert. Der Fokus der Reisen liegt auf die Nachhaltigkeit und soll einen positiven Beitrag für die sanfte Entwicklung der Reiseziele auswirken. Auf einen gegenseitigen Respekt sowie eine persönliche und vertrauensvolle Beziehung mit Mitarbeitern und Partnern vor Ort wird Wert gelegt und soll Qualität, Sicherheit und besondere Reiseerlebnisse garantieren. Mithilfe der Umsetzung dieser Werte entsteht ein stimmiges Leitbild, das als Unternehmensziel sämtliche Mitarbeiter motivieren und eine grundsätzliche Richtung vorgeben soll. Innerhalb dieses Rahmens werden verschiedene Handlungen getätigt, die respektvoll im Umgang mit der Umwelt stattfinden (Weltweitwandern, 2020).

Im Jahr 2009 erhielt Weltweitwandern als damals erster und einziger österreichischer Reiseveranstalter das CSR-Siegel für nachhaltiges Reisen. Damit wurden in diesem Jahr weltweit nur 15 Veranstalter ausgezeichnet. Im Jahr 2011 ließ sich das Unternehmen rezertifizieren. Das Siegel garantiert einen Beitrag zu sozialen, umweltbezogenen und wirtschaftlichen Belangen, die über die gesetzlichen Vorschriften hinausgehen. Damit sollen die Nachhaltigkeitsleistungen von Reiseveranstaltern messbar und für den Kunden transparent gemacht werden. Gemessen werden beispielsweise CO₂-Belastungen pro Reisegast und Tag, Stromverbrauch des Veranstalters oder der Anteil des Reisepreises an der lokalen Wertschöpfung in der Urlaubsregion. Auch die Einhaltung von Arbeitsstandards bei den Leistungsträgern und der Einbezug lokaler Gemeinschaften sind Faktoren die Berücksichtigung finden. Die Rezertifizierung des Gütesiegels findet alle drei Jahre statt und soll eine ständige Verbesserung und Weiterentwicklung der Reiseangebote gewährleisten (Weltweitwandern, o.J.). Weltweitwandern stellt demnach ein adäquates Repräsentationsunternehmen dar, das ein stimmiges Leitbild entwickelt hat und danach „lebt“. Das Erscheinungsbild des Unternehmens sowie die CSR-Zertifizierung sprechen in diesem Falle für sich und erzeugen den Eindruck einer gut implementierten Vision. Gerade durch die Zertifizierung hat sich das Unternehmen als einzigartig

positioniert und stellt für die entsprechende Zielgruppe (welche unter anderem auch stark aus LOHAS bestehen dürfte) sicherlich einen beliebten Reiseveranstalter dar.

Damit Reisende einen möglichst klimafreundlichen und nachhaltigen Reiseveranstalter finden können, sollte dieser, seine Reisen nach den drei Prinzipien der Nachhaltigkeit ausrichten und ein Nachhaltigkeitszertifikat besitzen. Genannte Beispiele sind das Forum Anders Reisen und TourCert (CSR - Corporate Social Responsibility Zertifizierung). Verantwortungsvolle Unternehmen verfügen außerdem über einen Reiseethik-Kodex und informieren die Kunden mit Umwelt- und Verhaltenstipps. Zusammenfassend wird deutlich, dass zahlreiche Destinationen und Tourismusbetriebe sich bemühen, klimafreundlich und nachhaltig zu handeln. Allerdings ist nachhaltige Entwicklung kein statischer Zustand, sondern eine dauerhafte, um nicht zu sagen lebenslange Anstrengung (UNEP & UNWTO 2005, S. 12). Angesichts der Langfristigkeit erscheint es sinnvoller, anstatt vom nachhaltigen Tourismus, den es so gar nicht gibt, von der Entwicklung eines zukunftsfähigen Tourismus zu sprechen. Nachhaltige Tourismusedwicklung ist jedoch ein langfristiger Prozess, in dem ein Tourismusunternehmen oder ein Reiseziel seine Produkte und deren Produktion so nachhaltig wie möglich gestaltet. Der Idealzustand wird allerdings nie erreicht, sondern es wird versucht, das gesamte Unternehmen oder die gesamte Destination kontinuierlich im Hinblick auf die Nachhaltigkeit zu entwickeln. Außerdem sei anzumerken, dass eine langfristige Planung, besonders aus der politischen Perspektive, unrealistisch ist. Allein die Einbeziehung sämtlicher Stakeholder-Interessen ist außerordentlich problematisch. Umso schwieriger erscheint es, die potenziellen Bedürfnisse der kommenden Gäste und Einwohner zu ermitteln. Somit kommt stets die Frage auf, um wie viele Jahre es tatsächlich handelt, wenn von einer Langzeitplanung gesprochen wird (Miller, 2001, S. 356).

Was diese Erkenntnisse nun für die Erstellung der Kriterien einer klimafreundlichen Urlaubsreise bedeuten, wird im nächsten Teil der Arbeit diskutiert.

10. Diskussion

Klimawandel und Tourismus

Das Kapitel „Entwicklung des Tourismus“ verdeutlicht, dass Etablierung von Billigfluggesellschaften, technologische Fortschritte sowie eine gute Vernetzung zu einer Expansion des Tourismussektors beitragen. Diese kontinuierliche Entwicklung des Tourismus bietet nicht nur

zahlreiche Gelegenheiten, sondern ist häufig auch eine direkte Folge von Umweltverschmutzung und Klimawandel. Ergebnisse des Kapitels 4 „Klimawandel“ bestätigen, dass der weltweite Tourismus für 8-10% der Treibhausgasemissionen verantwortlich ist. Dabei werden drei Viertel der Emissionen durch den Transport verursacht. Vor allem der Flugverkehr ist besonders klimaschädlich und trägt 2,8% der globalen CO₂-Emissionen bei (Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft, o.J.). Auf Platz zwei folgt der Autoverkehr.

Eine Maßnahme dieser Entwicklung entgegenzusteuern, stellt der Bahn- und Busverkehr dar, welche erheblich niedrigere CO₂-Emissionen produzieren und somit zu erheblichen Einsparungen an CO₂-Emissionen beitragen (Dorsch, 2016, S. 48-51). Laut Angaben der ÖBB (2020, S. 2) zählt die Bahn mit einem CO₂-Ausstoß von acht Gramm pro Personenkilometer zu den umweltverträglichsten Fortbewegungsmitteln. Zum Vergleich, hat ein Flugzeug einen 51-mal so hohen CO₂-Ausstoß und ein PKW einen 27-mal so hohen CO₂-Ausstoß. Dies zeigt, dass eine klimafreundliche Entwicklung des Tourismus mit reduzierten CO₂-Emissionen nur möglich ist, wenn die Mobilität der Reisenden umweltfreundlicher wird.

Vielen Menschen sind die Auswirkungen des Reisens mit dem Flugzeug und der PKW bewusst. Trotz Verständnisses für die Umwelt- und Gesundheitsbelastungen reist die Mehrheit mit dem Flugzeug oder dem PKW. Im Vergleich dazu sind klimafreundliche Alternativen, wie beispielsweise Bahn oder Bus, von einer rückläufigen Tendenz betroffen. Als mögliche Begründungen für die seltene Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel werden in der Literatur das Überangebot an Billigfluglinien sowie teuren Preise für Bahnfahrkarten genannt. Zur Untersuchung der Einflussfaktoren auf die Verkehrsmittelwahl findet sich in der Literatur bereits ein umfangreiches Angebot an Studien. Diese belegen, dass der Fahrpreis, Reisedauern und die Fahrzeit zu den wesentlichsten Einflussfaktoren zählen.

Zusätzlich gehört freies Reisen für viele Menschen in Europa zur Normalität. Das Ziel des klimaschonenden Reisens versetzt insbesondere nachhaltig lebende Menschen in ein Dilemma. In unserer Globalisierungskultur bewirken Kommunikations- und Mobilitätsmuster meistens, über das Internet, eine Ausprägung hochmobiler Lebensstile und ein globales Netzwerk. Trotz Klimabewusstsein ist es daher unrealistisch, dass die Begierde nach Reisen zurückgeht und das Pflegen sozialer Kontakte aus Klimaschutzgründen virtualisiert wird. Dadurch kommt es zu einem Konflikt zwischen dem Wunsch frei und kostengünstig die Welt zu bereisen und dem Belangen klimafreundlich zu handeln.

Aus diesem Grund nehmen Preis, Komfort und Reisedauer eine entscheidende Komponente bei der Entscheidung für oder gegen den Zug ein, weshalb die Bahnanbieter in diesem Kontext Lösungsansätze erarbeiten müssen. Andernfalls wird es kaum möglich sein langfristig

eine Verlagerung der Kurzstreckenflügen auf die Bahn zu erreichen sowie die neuen KundInnen zu akquirieren.

Gefahr des Greenwashings

Im Zuge dieser Forschungsarbeit konnte festgestellt werden, dass gerade in der Tourismus und Flugindustrie, welche besonders umwelt- und klimaschädigend ist, aufgrund der hohen Schadstoffemissionen durch Flugzeuge, oftmals Greenwashing betrieben wird. Einige Beispiele (Kapitel 5.2 Kompensationszahlungen) zeigten, dass das Marketing im Tourismus und insbesondere bei Fluggesellschaften besonders auf ein grünes Image ausgerichtet ist. Es wird beispielsweise mit CO₂-Kompensationen geworben, um sich als klimaneutral darzustellen. Für die KonsumentInnen ist es daher schwer, die Unternehmen, welche tatsächlichen Umweltschutz betreiben, von den Unternehmen, welche sich nur ein grünes Mäntelchen umhängen, zu unterscheiden. Die Konsequenzen sind zum einen negative Auswirkungen auf die Umwelt, da keine echten Umweltschutzmaßnahmen getroffen werden und auch keine staatliche Regulierung vorgesehen ist. Zum anderen hat es Auswirkungen auf die Tourismusbranche, da konkurrierende Unternehmen motiviert werden, es gleich zu tun oder wirtschaftliche Schäden davontragen, wenn sie es nicht gleich tun. Außerdem bewirkt Greenwashing Verunsicherung und Verwirrung der KonsumentInnen. Es wird deutlich, dass Greenwashing in verschiedenen Bereichen auftritt und weitreichende Folgen verursacht.

Maßnahmen gegen den Klimawandel und Greenwashing

Im Kapitel 5 „Maßnahmen gegen den Klimawandel“ wurden Lösungen, wie zum Beispiel die Erhöhung der Preise für Flugreisen diskutiert. Es ist nicht damit gerechnet worden, dass die Unternehmen selbstständig wirkungsvolle Umweltmaßnahmen ergreifen und somit zum Erhalt der Ressourcen, der Umwelt und des Klimas beitragen. Die freiwilligen Bemühungen der TouristInnen reichen nicht aus, weshalb eine staatliche Regulierung ein möglicher Lösungsansatz wäre. Darüber hinaus ist eine Reduzierung des Flugverkehrs und eine Öko-, Kerosin oder Mehrwertsteuer von Nöten.

Um der Problematik des Greenwashing entgegenzuwirken, können einheitliche und vor allem internationale Kennzeichnung (Label) von wahrhaft nachhaltigen Unternehmen für mehr Gewissheit der KonsumentInnen sorgen. Beispielsweise die Einführung eines CO₂-Fußabdruck-Systems ist eine transparente Produktkennzeichnung, welche den CO₂-Ausstoß einer Reise pro Person, pro Tag berechnet und bei den zu buchenden Reisen angegeben werden muss. Hierbei können die Touristen und Touristinnen vergleichen, welche Reise und welche Art der

Reise wieviel CO₂ verursacht. Somit erhalten sie eine klare Information und können eine Entscheidung treffen, welche ihrem Gewissen entspricht. Jedoch sind diese Maßnahmen mit viel Aufwand, Bürokratie und finanziellen Belastungen verbunden, was die Umsetzung erschwert.

Nichtsdestotrotz gibt es jene reisefreudige, aber klimabewusste KundInnen, welche kommerzielle Tourismusangebote ablehnen. In den letzten Jahren kam es verstärkt zu weltweiten Klimaprotesten, oftmals von der Initiative „Fridays for Future“ organisiert. Das Ziel dieser Bewegung ist es, für eine Änderung der klimapolitischen Situation zu kämpfen. Es wird deutlich, dass viele Menschen bereit sind, sich für mehr Klima- und Umweltschutz zu engagieren.

Besorgniserregend, ist, die Situation, dass das Thema "Klimafreundlichkeit auf Reisen" bei vielen Menschen oft noch Wissensdefizite aufweist. Aus diesem Grund zeigt das Kapitel 7.1 „Vorbereitung“, vertrauenswürdige Internetseiten, wie beispielsweise des Forum Anders Reisen oder Eco-Tour und auch Ecotourism Society auf. Mithilfe der Informationen des Forum Anders Reisen könnten Menschen in ihren Gewohnheiten beeinflusst werden. Wichtig ist, den Menschen zu zeigen, dass klimafreundliches Handeln für sie selbst Vorteile und Einflüsse auf ein gutes Leben mit sich bringen kann – nämlich ein Gewinn an Komfort bei geringen Zeiteinbußen, gesunde Lebensmittel, lebenswerte Städte usw. (Kapitel 6.2). Zusammenfassend kann mithilfe von Bildung ein Lern- und Anpassungsprozess entstehen, welcher im besten Fall zu Ressourcensparsamkeit, Veränderung und Umorientierung führt. Dies soll beim Reisen für eine kritische Achtsamkeit sorgen, welche zum Beispiel zu Flugscham führen kann. Aufgrund der Flugscham überlegen mehr Menschen, ob es wirklich notwendig ist zu fliegen, mit dem Auto zu fahren, oder ob diese Reise nicht auch mit einem Zug angetreten werden könnte.

Die Rolle der Reisenden gegen den Klimawandel

Mithilfe einer nachhaltigen Bildung kann der/die Reisende selbst den entscheidenden Sprung in Richtung klimaneutralem Tourismus machen, indem er/sie sich bei der Planung, Fortbewegung, der Suche nach einer Unterkunft und der Aktivitäten vor Ort für eine umweltschonende Option entscheidet. Es ist nicht klar, ob der individuelle Mensch eine Schlüsselfigur für den Wandel zu einer niedrig-ausstoßenden CO₂-Gesellschaft spielt. Jedoch besteht ein weit verbreiteter Konsens über die Tatsache, dass Individuen ihr Verhalten und Verbrauchergewohnheiten hinterfragen und ändern sollten, um das Problem des Klimawandels angehen zu können. Im Kapitel „Grüne Touristen“ wurde erkannt, dass klimaschonende Individuen nicht auf das Reisen verzichten, sondern vielmehr versuchen, die Reise so klimafreundlich wie möglich zu gestalten, um die Belastung auf die Umwelt zu verringern. Außerdem ist ihnen bei der Gestaltung des Alltags und auch bei der Planung der Urlaubsreise die Nachhaltigkeit wichtig.

Natürlich muss hierbei betont werden, dass es sich bei dieser Personengruppe um eine Nischengruppe handelt und viele Personen, wenig Bereitschaft dafür aufbringen, ihre Alltagsgewohnheiten umzustellen, da sie keinen persönlichen Vorteil sehen und eine Veränderung mit Stress verbunden ist. Es kommt meist nur dann zu einer Veränderung des Verhaltens, wenn es für den Menschen interessant wirkt und ihnen die Lust daran versprochen wird. Dieses Erkenntnis gilt auch für ein klimafreundliches Urlaubsverhalten.

Klimafreundliches Reisen, wenn richtig umgesetzt bedeutet nicht, zuhause zu bleiben oder nur im Inland Urlaub zu machen. Dies wäre zwar gut für die Klimabilanz, ist jedoch keine nachhaltige Lösung. Das Ziel ist es nachhaltig zu reisen, um einen positiven Einfluss des Tourismus zu fördern, sodass eine regionale Wertschöpfung und eine gesellschaftliche Stärkung der einheimischen Bevölkerung unterstützt werden können. Somit kann klimaschonendes Reisen, wie auch bereits im 6. Kapitel „klimafreundlich Reisen“ dargestellt, langfristig positive Auswirkungen auf die Tourismusregion erzielen. Der klimafreundliche Tourismus verknüpft den nachhaltigen Tourismus mit einem geringen Ausstoß von Treibhausgasen.

Das bedeutet, wenn klimafreundlich gereist wird, es zu positiven Auswirkungen auf wirtschaftlicher, ökologischer und soziokultureller Ebene kommt.

Kriterien für eine klimafreundliche Urlaubsreise

Anhand der Kriterien, die im Kapitel 7 „eine klimafreundliche Reise“ besprochen wurden, können KonsumentInnen Reiseangebote beurteilen. Der Fokus liegt dabei auf klimafreundlichen Fortbewegungsmitteln, umfassenden Reise-Informationen, kleinen Reisegruppen, langfristigen Verträgen bei fairer Bezahlung mit den Veranstaltern vor Ort, Unterstützung lokaler Produkte und der Nutzung örtlicher Hotels bei Verpflegung mit regionalen Lebensmitteln. Folgende Fragen können bei der Auswahl eines Reiseveranstalters helfen: Welche Firmenphilosophie hat das Unternehmen? Welche Maßnahmen werden getroffen, um eine möglichst hohe Wertschöpfung im Reiseland zu generieren? Werden lokale Projekte vor Ort unterstützt? (fair unterwegs, 2019).

Abschließend sei angemerkt, dass die Tipps und Empfehlungen für klimafreundliches Reisen kein Wundermittel gegen die Folgen des Klimawandels sind. Das angestrebte Ziel dieser Arbeit war ein stärkeres Verantwortungsbewusstsein bei KonsumentInnen zu erreichen und die Umsetzung der Kriterien zur Selbstverständlichkeit werden zu lassen. Dieses Bewusstsein für Klimaschutz fehlt besonders in der kommerziellen Reisebranche. Nichtsdestotrotz besteht Hoffnung mit jedem Reisenden, der sich für das Thema interessiert und sensibilisiert

wird. Die Empfehlungen sollen den Reisenden dabei helfen, eine klimafreundliche und möglichst nachhaltige Urlaubsreise zu gestalten.

Die bisher gewonnenen Erkenntnisse der vorherigen Kapitel sollen nun dazu beitragen, die aufgestellten Hypothesen zu belegen bzw. zu widerlegen und die zentrale Forschungsfrage: **Wie können verantwortungsvolle Kund/innen möglichst klimaschonend reisen?** beantworten zu können.

11. Schlussfolgerungen

11.1 Beantwortung der Unterfragen

Unterfrage 1: *Welchen Einfluss hat der Tourismus auf den Klimawandel?*

Antwort: Ergebnisse bestätigen, dass der Tourismus, besonders der Sektor der Flugindustrie und Hotellerie, ökologische Auswirkungen mit sich bringen. Aufgrund des enormen Energie- und Treibstoffverbrauch kommt es zu einer Belastung der Ökosysteme. Das Flugzeug und das Auto sind die beliebtesten Reisemittel, wohingegen die klimafreundlichen Verkehrsmittel wie der Zug, Bus und das Fahrrad werden weniger häufig verwendet werden. Besonders die hohen CO₂-Emissionen und der stetig zunehmende Bedarf an fossilen Energien in touristischen Unternehmen belasten das Klima. Es wird deutlich, dass sowohl (Wahl des Verkehrsmittels, häufigere Kurzreisen) als auch Dienstleistungsunternehmen, direkt zum globalen Klimawandel beitragen. Daraus entstehen Probleme, wie Verlust von Biodiversität, Wetterextreme, Wasserknappheit und weiteres.

Unterthese: Der Tourismus hat aufgrund seines hohen Energieverbrauchs und den damit verbundenen hohen Emissionsausstoß negative Auswirkungen auf die Umwelt. Er belastet die Ökosysteme und ist mitverantwortlich für den Klimawandel.

Ergebnis: Aufgrund der gewonnenen Erkenntnisse, kann die These 1 bestätigt werden.

Unterfrage 2: *Wie kann die An- und Abreise zu touristischen Orten möglichst klimafreundlich durchgeführt werden und welche Verkehrsmittel gelten als klimafreundlich?*

Antwort: Die Ergebnisse des Kapitels „Zug und Busreisen“ bestätigen, dass der Zug und der Bus besonders für die Reisen innerhalb Deutschlands und auch Europa gut geeignet ist und eine klimafreundliche Alternative zum Flugverkehr darstellen. Auch Busse sind dank eines wachsenden Netzwerks von beispielsweise Flixbus für große Städte Europas eine günstige und klimafreundliche Variante zu Kurzstreckenflüge. Für Fernreisen ist der Zug und Bus deutlich zeitaufwendiger, jedoch eine ökologisch sinnvolle Alternative zum Zubringerflug. Die Nutzung von sanften Verkehrsmitteln soll bei jeder Reise im Mittelpunkt stehen, denn nur so wird die Umwelt geschont und öffentliche Verkehrsnetze in den Tourismusregionen ausgebaut und unterstützt.

Unterthese: Innerhalb Deutschlands, sowie in Europa, stellen die Bahn und der Bus gute Möglichkeiten dar, die Urlaubsdestination so klimafreundlich wie möglich und in einem angemessenen Zeitrahmen zu erreichen.

Ergebnis: Auch dieser These kann zugestimmt werden.

Unterfrage 3: *Wo können verantwortungsvolle Kund/innen Orientierung und Handlungsleitlinien zum klimafreundlichen Reisen finden?*

Antwort: Informationen über das klimafreundliche Reisen können Kund/innen auf der Internetseite der **Naturfreunde Internationale (NFI)** finden. Außerdem bietet die Naturfreunde Internationale Bildungs- und Aufklärungsprogramme für Reisende, Schulen und auch Reiseveranstalter sowie, Projekte und Online- Erklärvideos zum klimafreundlichen Reisen an. Darüber hinaus gibt es einen **Internetblog tourism_LOG**, welcher die Möglichkeit kritischer Auseinandersetzung mit den sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Konsequenzen des Reiseverkehrs anbietet. Der Blog ermöglicht den Menschen eine umfassendere Auseinandersetzung mit dem Thema des klimafreundlichen und nachhaltigen Reisens.

Um Konsumenten die mühsame Suche nach verträglichen Reiseprodukten zu erleichtern und somit den klimafreundlichen Tourismus zu fördern, haben sich über 100 Veranstalter zum Netzwerk **forum anders reisen** verbunden. Außerdem können die Datenbanken von **Eco-Tour** und die **Ecotourism Society** mit weltweiten Angeboten weiterhelfen. Des Weiteren wird als Weltweitwandern als Paradebeispiel unter den umweltfreundlichen Reiseanbietern genannt. Um einen möglichst klimafreundlichen und nachhaltig orientierten Reiseveranstalter zu finden, sollte dieser, seine Reisen möglichst nach den drei Säulen der Nachhaltigkeit ausrichten und im besten Fall ein Nachhaltigkeitszertifikat besitzen. Genannte Beispiele sind das **Forum Anders Reisen, TourCert (CSR - Corporate Social Responsibility Zertifizierung) und das Österreichische Umweltzeichen.**

Die Website www.umweltzeichen-hotels.at erleichtert die Auswahl einer möglichst klimafreundlichen Unterkunft. Der/die Reisende findet auf der Webseite eine Auswahl verschiedener Unterkünfte, die klimaschonend und ein Umweltzeichen aufweisen. Umweltzeichen, wie das österreichische Umweltzeichen, helfen dem/der Reisenden eine Unterkunft zu finden, die Kriterien wie eine klimaneutralen Hin- und Rückreise, die Einsparungen von Ressourcen und die Berücksichtigung von jahreszeitlichen sowie regionalen Produkten umsetzt. Außerdem werden alternative, klimafreundliche Beherbergungsformen vorgestellt, wie Naturfreundehäuser, Couchsurfing, Green Hotels, Blaue Schwalbe, Sleep- Green, Campingplätze und mehr (Hermann, 2016, S.241-256).

Unterthese: Es gibt zahlreiche Internetseiten von Organisationen und Reisevermittlern, sowie von den Reisedestinationen selbst, die Empfehlungen für klimafreundliches Reisen geben und mit einem Umweltgütesiegel gekennzeichnet sind.

Ergebnis: Mithilfe der verschiedenen Kapitel wurde versucht, eine Auswahl verschiedener Internetseiten, Organisationen und Reisevermittler zu vermitteln. Auch hier kann die These bestätigt werden, da zahlreiche Internetseiten und Reisevermittler, eine klimafreundliche Reise und Tipps anbieten.

Unterfrage 4: *Welche Maßnahmen helfen, den CO₂-Ausstoß einer Reise möglichst gering zu halten?*

Antwort: Der Tourismussektor, insbesondere die Touristische Mobilität trägt zum Klimawandel bei. Um eine Änderung zu bewirken, sind freiwillige Maßnahmen, wie Klimakompensationen nicht ausreichend. Ergebnisse dieser Arbeit zeigen, dass ein Zusammenwirken der Politik und der einzelnen Menschen unabdingbar ist, um klimafreundlichen Tourismus zu fördern. Außerdem sind klare Strategien zur Reduktion der klimaschädlichen Treibhausemissionen notwendig. Beispiele könnten der Aufbau eines klimaschonenden öffentlichen Liniennetzes und auch die Reduzierung der Ticketpreise für klimafreundliche Transportformen darstellen. Die Angebote für eine klimabewusste Hin- und Rückreise, die Fortbewegung vor Ort sowie das ökologische Handeln sollen einen hohen Stellenwert erhalten. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Politik eine außerordentlich hohe Verantwortung bei der Verwirklichung eines klimafreundlichen Tourismus trägt, da dieses Ziel nur durch umfassende Maßnahmen realisiert werden kann. Klimafreundliche KonsumentInnen können durch die weltweiten Klimaproteste, (z.B. Fridays for Future Bewegung), zu einem Umdenken beitragen und das allgemeine Reiseverhalten beeinflussen.

Unterthese: Um den CO₂- Ausstoß einer Reise gering zu halten sind wirksame staatliche Rahmenbedingungen, aber auch Änderungen auf der individuellen Ebene nötig.

Ergebnis: Mehrere Ansatzweisen sind erforderlich, darunter eine couragierte politische Vorgehensweise in Form von tiefgreifenden Reformen, um eine klimafreundliche Entwicklung voranzutreiben, aber auch die Konsumenten selbst spielen eine essenzielle Rolle durch ihre Nachfrage nach klimafreundlichen Reisen. Die These kann bestätigt werden.

11.2 Beantwortung der Hauptfrage:

Wie können verantwortungsvolle Kund/innen möglichst klimaschonend reisen?

Antwort: Eine gelungene klimafreundlich orientierte Reise kann mithilfe dieser Tipps umgesetzt werden:

- Informationsbeschaffung sowie eine strukturierte Planung des Urlaubs auf Internetseiten wie Naturfreunde Internationale, Forum Anders Reisen, Ecotour, Ecotourism Society, Weltweitwandern, Alpine Perlen etc.
- Eine Klimafreundliche Mobilität, beispielsweise mit der Bahn, Bus oder dem Fahrrad
- Die Auswahl und Unterstützung lokaler sowie regionaler ProduzentInnen und AnbieterInnen, die den Fokus die auf regionale Herkunft, nachhaltige Entwicklung und höchste Qualität setzen. Regionale, saisonale und Produkte sollten präferiert und Produkte mit einem weiten Transportweg vermieden werden.
- Bei der Entscheidung für eine Unterbringung helfen Umweltsiegel sowie Auszeichnungen, wie das Umweltzeichen Österreich, Alpine Perlen, Tourcert und weitere.
- Bei der Auswahl der Freizeitaktivitäten sollen klimaschonende Aktivitäten gewählt werden, wie beispielsweise Wandern, Radfahren, Museumsbesuche, Theater, Stadtführungen und weiteres.
- Bei der Fortbewegung am Urlaubsort soll auf motorisierte Fahrzeuge verzichtet werden und stattdessen öffentliche Verkehrsmittel, wie Bus, Bahn, Straßenbahn Shuttle-services und besonders das Fahrrad bevorzugt werden.

Die Wahl dieser Kriterien tragen dazu bei, natürliche Ressourcen und die Lebensräume der Tiere und Pflanzen zu schützen. Umweltverschmutzung soll vermieden werden, so dass die Lebensräume, Landschaft und Natur geschont werden.

Hauptthese: Klimaschonende Reisen beinhalten die Nutzung eines CO₂- armen Transportmittels, die Ausübung von ressourcenschonenden Tätigkeiten am Urlaubsort, sowie die Wahl einer klimafreundlich- zertifizierten Unterkunft.

Ergebnis: Die aufgestellte These kann bestätigt werden, da die drei genannten Punkte dieser These für die Umsetzung einer klimafreundlichen Urlaubsreise unabdingbar sind. Darüber hinaus sollen regionale und saisonale Produkte bevorzugt werden.

11.3 Kritische Würdigung der Ergebnisse

Validität der Methode:

Die Ergebnisse dieser Arbeit und die Erstellung der Kriterien für einen klimafreundlichen Urlaubsaufenthalt wurden mithilfe einer Literaturrecherche erstellt. Jedoch war dies aufgrund der Vielzahl von Informationsquellen zum Klimawandel eine Herausforderung. In der Bibliothek der FH JOANNEUM wurde nach Büchern gesucht, jedoch waren viele Quellen nicht aktuell und lagen bis zu 20 Jahre zurück. Es wurde darauf geachtet, Werke ab dem Jahr 2010 aufzugreifen. Da der Begriff der Nachhaltigkeit vermehrt ab den 90er Jahren auftauchte, wurden einige Quellen vor dem Jahr 2010 referiert. Somit wurde das Kriterium, nur aktuelle Literatur zu verwenden nicht durchgängig umgesetzt. Wird die Schnellebigkeit von Wissen bedacht, könnten viele der präsentierten Studienergebnisse bereits überholt sein. Andererseits besteht die Literatur aus vielen Quellen, die die aktuellen Entwicklungen und Maßnahmen zum Klimawandel der letzten Jahre beinhalten.

Das Thema des Klimawandels und des klimafreundlichen Reisens ist sehr umfassend und man könnte nie aufhören darüber zu recherchieren. Im Nachhinein betrachtet, hätten möglicherweise die Suchbegriffe näher eingeschränkt werden müssen um die Fülle an Literatur, welche nicht immer bedeutsam für diese Arbeit war, zu vermeiden. Außerdem kam es aufgrund der unübersichtlichen Breite des Themas, zu Problemen mit den verfügbaren Zeitressourcen. Die Erstellung einer Chronologie war angesichts des enormen Datenbestandes sehr zeitaufwändig, weshalb es kaum möglich war, die Inhalte auf das Wesentliche zu beschränken. Außerdem wurde kein konkretes Planungsverfahren angewandt, d. h., die Relevanz hing in erster Linie von der subjektiven Wertung der Autorin ab. Aufgrund der hohen Relevanz des Themenbereichs, der Forschungslücken in der Fachliteratur und der COVID 19-Pandemie wurde zum Teil auf Internetquellen zurückgegriffen. Im Internet konnten neuere Daten und auch zahlreiche Informationen über Reisedestinationen sowie umweltorientierte Organisationen gefunden werden. Die Arbeit kann grundsätzlich als aussagekräftig beurteilt werden, da die Ergebnisse glaubwürdig und nachvollziehbar sind und sie genau das repräsentieren, was das anfängliche Hauptziel der Arbeit war: Informationen und Hilfestellungen für die Planung und praktische Umsetzung eines möglichst klimafreundlichen Urlaubsaufenthaltes darzustellen. Das Ziel dabei war es, dem/der Reisenden einen Einblick in die Bedeutsamkeit der Klimafreundlichkeit zu ermöglichen. Trotz der Vielschichtigkeit des Themas, wurde es mit Genauigkeit und Sorgfalt erstellt, was Validität zusätzlich bestärkt.

Der/Die LeserIn könnte beim Lesen der Arbeit, den Eindruck gewinnen, dass bestimmte Themen, die in der Arbeit behandelt werden, für die Beantwortung der Forschungsfragen nicht relevant sind und daher zu umfangreich behandelt wurden. In dieser Arbeit wurde jedoch keine empirische Untersuchung der Praxis durchgeführt, weshalb sich alle Resultate auf der Literaturübersicht stützen und deshalb mit Sorgfalt und Genauigkeit bearbeitet wurden. Dies erwies sich als sehr wichtig, um die entsprechenden Erkenntnisse in einem nachvollziehbaren Umfang zu untermauern. Eine zusätzliche empirische Untersuchung der Praxis, z.B. wie ein Fallbeispiel oder Interviews zum klimafreundlichen Reisen, würde die Aussagekraft der Erkenntnisse bekräftigen und somit auch die Glaubhaftigkeit dieser steigern. Aus diesem Grund wären weiterführende Untersuchungen in diesem Gebiet interessant, um die Theorie mit der Realität in Verbindung zu bringen.

Umsetzbarkeit der Ergebnisse

Eine Umsetzbarkeit der Ergebnisse ist – wenn auch in einem beschränkten Rahmen – gegeben. Durch eine eingehende Literaturrecherche wurden wichtige Einblicke in das Thema des Klimawandels und die des klimafreundlichen Reisens generiert. Nichtsdestotrotz bildet diese Arbeit nur ein Fundament, auf welchem der/ die Reisende individuell aufbauen können. Unter anderem wurden Informationen von Internetseiten, Reisedestinationen und Reiseveranstaltern zum Thema des klimafreundlichen Reisens aufgezeigt. Daraufhin wurden Kriterien zum klimafreundlichen Reisen abgeleitet, sodass Reisende anhand dieser Kriterien ihre Urlaubsreise möglichst klimafreundlich gestalten können. Dennoch wird hier keine fertige Lösung präsentiert, es ist von Reisenden zu Reisenden eine unterschiedliche Planung der Reise zu wählen, da verschiedene Reisefaktoren, wie Budget, Reisedestination, Reisedauer und weiteres die Planung der Reise beeinflussen. Ergebnisse der Arbeit bestätigen, dass jeder Reisende seine eigene Reisekultur hat, der man sich bewusst werden sollte. Zur Bewertung der Ergebnisse kann daher generell gesagt werden, dass das Thema des klimafreundlichen und nachhaltigen Reisens kein Fachgebiet ist, bei welchem es „die richtige Lösung“ gibt. Jede/r KonsumentIn sollte sich jedoch im Voraus einer Reise genau informieren, wie klimafreundlich die Reiseangebote wirklich sind und gegebenenfalls zu speziellen, vermeintlichen Umweltmaßnahmen gezielt nachfragen, um Greenwashing entgegenzuwirken. Die kritische Auseinandersetzung mit der Reiseplanung ist essenziell, da Greenwashing starke Folgen auf die Natur hat, denn es werden nur Umweltschutzmaßnahmen vorgetäuscht.

Nichtsdestotrotz wurde für die Bewertung der unterschiedlichen Transportmittel, wie dem Flugzeug, dem Auto, Bus und auch der Bahn, nur die CO₂-Emissionen verglichen. Wer sich mit dem Thema auskennt, wird gemerkt haben, dass die anderen negativen Auswirkungen,

wie Feinstaub oder Stickoxide nicht betrachtet wurden. Dies wurde unterlassen, da die Arbeit sonst zu umfangreich geworden wäre. Die Ergebnisse geben dennoch eine gute Vorstellung davon, welche Verkehrsmittel klimaschädlich und welche dem Klima zuträglich sind.

11.4 Weiterführende Fragestellungen

Im Zuge der Arbeit ließen sich nicht nur die Leitfrage und die zugehörigen Unterfragen beantworten, sondern es ergaben sich noch weitere Fragestellungen, die für die weiterführende Forschung von Bedeutung wären:

- 1. Welche Möglichkeiten zur Aufklärung über klimafreundliches Reisen können genutzt werden, um mehr Reisende zur Umsetzung einer klimafreundlichen Reise anzuregen?*

Öffentlichkeitsarbeit, Vorlesungen und Seminare in Universitäten, auf Fachveranstaltungen und Kongressen können die Verbreitung vom klimafreundlichen Reisen erhöhen und dessen Vorteile und Wichtigkeit bekannt machen. Es könnten Untersuchungen durchgeführt werden, um herauszufinden, welche Art der Informationsvermittlung am wirksamsten wäre

- 2. Wie können die Zugreise und Busreise attraktiver gestaltet und klimafreundliche Alternativen belohnt werden?*

Ergebnisse dieser Arbeit zeigen, dass der Bus und der Zug klimafreundlichere Alternativen zum Flugzeug darstellen und sich immer mehr Menschen für den Klimaschutz einsetzen. Nichtsdestotrotz reist die Mehrheit der Menschen in Deutschland mit dem Auto oder dem Flugzeug in den Urlaub. Demnach wäre es interessant, Gründe und Motivatoren herauszufinden, welche Menschen für eine Wahl Zuges oder Busses motivieren.

- 3. Mithilfe welcher Maßnahmen kann Klimafreundlichkeit im Urlaub gefördert werden?*

Der/die Reisende selbst, aber auch die Politik, Wirtschaft, darunter ReiseanbieterInnen können Maßnahmen zum Klimaschutz im Tourismus entwickeln und umsetzen. Um besonders viele Menschen für das Thema der Nachhaltigkeit und Klimaschutz zu sensibilisieren, muss es zu einer verstärkten Wissensvermittlung kommen. Einige Möglichkeiten wären Vorträge in Universitäten und Schulen, Podcasts und Social Media Veröffentlichungen, Schulungen der

MitarbeiterInnen in der Reisebranche, sodass möglichst viel Wissen weitergegeben wird. Besonders umstrittene Pauschal- und All-inclusive Reisen sollten neugestaltet werden und ihren Fokus auf Klimafreundlichkeit legen. Die sorgfältige Zusammenstellung einer Reise, beginnend mit der An- und Abreise, Unterkunft bis hin zu der Freizeitgestaltung kann einen wichtigen Beitrag zur Klimaschonung leisten. Daher wäre auch eine umfassende Forschung zu den Möglichkeiten der ReiseveranstalterInnen einen klimafreundlichen Tourismus zu fördern, interessant. Die derzeitige Pandemie kann zu einem Wandel zu klimafreundlichem Tourismus dienen. Viele Tourismusbetriebe mussten schließen und haben die Möglichkeit zur Wiedereröffnung ein nachhaltiges Geschäftsmodell umzusetzen.

Eine weitere offene Forschungsfrage im Zusammenhang der behandelten Thematik wäre:

4. *Wie wird „klimafreundliches Reisen“ von den unterschiedlichen Generationen aufgefasst und praktiziert?*

Die vorliegende Arbeit fokussiert sich nicht spezifisch auf eine bestimmte Generation. Daher wäre es interessant die Thematik der Klimafreundlichkeit generationsspezifisch zu veranschaulichen. Dies könnte mit einem Interview von Reisenden verschiedener Generationen erforscht werden und das Verhalten im Urlaub parallel analysiert werden. Die Erstellung von Kategorien und die Durchführung von Interviews kann helfen, herauszufinden, worauf die unterschiedlichen Generationengruppen während ihren Reisen Wert legen. Außerdem könnte herausgefunden werden, wie wichtig ihnen die Klimafreundlichkeit ist und ob sie diese auch im Urlaub umsetzen. Die Ergebnisse der verschiedenen Generationen können verglichen werden.

Im abschließenden Kapitel werden einige Handlungsempfehlungen für die Praxis angeführt.

11.5 Handlungsempfehlungen und Ausblick

Aus den theoretischen Erkenntnissen lässt sich in erster Linie eine Empfehlung zur Sensibilisierung für den Klimawandel und der Wichtigkeit möglichst klimafreundlich zu reisen ableiten gemacht werden. Die Arbeit beinhaltet zahlreiche Hilfestellungen für Personen, welche auf der Suche nach klimafreundlichen Empfehlungen und Angeboten sind. Es gibt zahlreiche Internetseiten auf denen Tipps zum klimafreundlichen Reisen zu finden sind. Die verschiedenen Möglichkeiten zur Planung eines klimafreundlichen Urlaubes können von unterschiedlichen

Generationen und besonders von Familien durchgeführt werden, da eine Vielzahl von Reise-destinationen und Reiseanbieter sowie generelle Informationen aufgezeigt werden, um klimaschonend zu reisen. Außerdem soll die Zielgruppe der grünen Touristen, neue Inspirationen zur Thematik einholen können. Zielgruppenspezifische Dienstleistungen im klimafreundlichen Tourismus sind von großer Bedeutung, sodass die Reisebüros, die klimaschonende Reisen anbieten, das Spektrum an Zug- und Busreisen erhöhen.

Um den Zug als Verkehrsmittel im europäischen Raum zu fördern, ist eine Kooperation sämtlicher Bahnunternehmen notwendig. Wie bereits erläutert, ist die Bahn eine wesentlich nachhaltigere Alternative zum Flugverkehr. Die Politik hat einen großen Einfluss, nachhaltige Mobilitätsangebote zu fördern, um eine deutliche Reduzierung der Umweltbelastung zu erreichen. Ergebnisse bestätigen, dass Motive für die Wahl für oder gegen die Fahrt mit der Bahn, der Preis, Komfort und die Zeit darstellen. Daher ist es wichtig, neue sowie direkte Verbindungen auszubauen und zu bewerben. Außerdem sollte Zugfahren günstiger werden, um bestehende Zugreisende zu halten und die Bereitschaft neuer Kundschaft für Zugreisen zu steigern. Als Fazit kann festgehalten werden, dass Spar- und Kurzstreckenangebote im Mittelpunkt des Marketings für die Zielgruppe stehen sollen. Darüber hinaus könnte über eine Ausweitung des Kontingents für Sparschiene-Tickets für junge Erwachsene nachgedacht werden.

Quellenverzeichnis

- Aguiar-Quintana, T., Moreno-Gil, S. & Picazo-Peral, P. (2016). How could traditional travel agencies improve their competitiveness and survive? A qualitative study in Spain. *Tourism Management Perspectives* (20), 98-108. Doi: 10.1016/j.tmp.2016.07.011. Download vom 15. Juni von <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973616300757?via%3Dihub>
- Atmosfair. (o.J.a). Download vom 13. August 2021 von https://www.atmosfair.de/de/?gclid=EAIaIQobChMIODji4_q6AIVmuJ3Ch3bfAwYEAAYASAAEgIoOvD_BwE
- Atmosfair. (o.J.b). *Tipps zum klimafreundlichen Reisen*. Download vom 13. August 2021 von https://www.atmosfair.de/de/gruenreisen/klimafreundlich_reisen/
- Augsbach, G. (2020). Tourismus und Nachhaltigkeit. *Essentials*. Wiesbaden: Springer Gabler. Doi: 10.1007/978-3-658-31084-4_3. Download vom 23. Juli 2021 von https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-31084-4_3
- Becken, S., Friedl, H. A., Stantic, B, Connolly, R. & Chen, J. (2021). Climate crisis and flying: social media analysis traces the rise of "flightshame". *Journal of Sustainable Tourism* 29:9, 1450-1469. doi.org/10.1080/09669582.2020.1851699
- Blunden, J., Arndt, D.S. & Hartfield, G. (2018). State of the climate in 2017. *Bulletin of the American Meteorological Society*, 99 (8), 143-173. doi: 10.1175/2018BAMSStateoftheClimate.1
- BMU. (2019). *Nationales Programm für nachhaltigen Konsum: Gesellschaftlicher Wandel durch einen nachhaltigen Lebensstil*. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit. Berlin.
- Boron, B., Peters, J. & Noack, M. (2005). *Ökologische, soziokulturelle und ökonomische Einflüsse des Tourismus auf den Kulturraum der Samen*. München: GRIN Verlag. Download vom 20. September 2021 von <https://www.grin.com/document/49928>
- Bruhn, M. & Hadwich, K. (2004): Bedeutung der Qualität bei touristischen Dienstleistungen. In: Weiermair, Klaus & Pikkemaat, Birgit (Hrsg): *Qualitätszeichen im Tourismus. Vermarktung und Wahrnehmung von Leistungen*. Berlin, S. 5-19
- Budeanu, A. (2007). Sustainable tourist behaviour. *International Journal of Consumer Studies* 31:5, 499-508. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2007.00606.x>
- Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort. (2020a). *Der Klimawandel und seine Folgen*, Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort. Download vom 20. October 2021. Download vom 20 Juli 2021 von https://www.oesterreich.gv.at/themen/bauen_wohnen_und_umwelt/klimaschutz/Seite.1000200.html#Oesterreich
- Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft. (o.J.). *Analyse der Klimaschutzinstrumente im Luftverkehr zur CO2-Reduktion*. Download vom 03. Oktober 2021 von <https://www.bdl.aero/de/publikation/analyse-der-klimaschutzinstrumenteim-luftverkehr-zur-co2-reduktion/>

- Bunz, M. & Mücke, H.-G. (2017). Klimawandel – physische und psychische Folgen. *Bundesgesundheitsblatt* 60, 632-639. Doi: 10.1007/s00103-017-2548-3. Download vom 15. Mai 2021 von <https://link.springer.com/article/10.1007/s00103-017-2548-3>
- Climate Service Center. (2020). *Wiki Bildungsserver: 2-Grad-Ziel*, Climate Service Center. Download vom 03. Oktober 2021 von <https://wiki.bildungsserver.de/klimawandel/index.php/2-Grad-Ziel>
- Colakoglu, E. & Mil, Z. (2011). Effect of climate changes on tourism. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 1(3), 234-271. Download vom 20. Juni 2021 von <http://www.ijceas.com/index.php/ijceas/article/view/40>
- Diekmann, A. (2018). *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen* (rororo, Rowohlts Enzyklopädie, Originalausgabe, vollständig überarbeitete und erweiterte Neuauflage, 12. Auflage). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- European Commission. (2017). *Special Eurobarometer 457 "Coach Services" Report*. doi:10.2832/81053.
- European Commission. (o.J.). *Ursachen und Folgen des Klimawandels*. Download vom 20. Juni 2021 von https://ec.europa.eu/clima/change/causes_de
- European Parliament. (2017). *Research for TRAN Committee - Passenger night trains in Europe: the end of the line?* Brüssel: European Parliament.
- Falk, M. & Hagsten, E. (2019). Ways of the green tourist in Europe. *Journal of Cleaner Production*, 225, 1033–1043. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.001>
- Flick, U. (2019). *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung* (rororo Rowohlts Enzyklopädie, Bd. 55694, 9. Auflage, Originalausgabe). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Focus Online (2019); *Fliegen soll umweltfreundlicher werden: So gut sind die Kerosin Alternativen*. Download vom 21. Juni 2021, von https://www.focus.de/perspektiven/fliegen-soll-umweltfreundlicher-werden-so-gut-sinddie-kerosinalternativen_id_11025515.html
- Fraunhofer ISI. (2017). Schlussbericht *"Entwicklung eines attraktiven europäischen Nachtzugsystems und Potenziale für den Nachtzugverkehr von, nach und innerhalb Deutschlands"*. Karlsruhe: Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur.
- Freyer, Walter & Dreyer, Axel (2004): Qualitätszeichen im Tourismus. Begriffe und Typen. In: Weiermair, Klaus & Pikkemaat, Birgit (Hrsg): *Qualitätszeichen im Tourismus. Vermarktung und Wahrnehmung von Leistungen*. Berlin
- Fridays for Future Austria. (2020). *7 Grundsätze von Fridays For Future Austria*. Fridays for Future Austria. Download vom 21. Juni 2021, von <https://fridaysforfuture.at/ueber-uns>
- Friedl, H. A. (2020). *Pandemics – Threat or even indispensable for Sustainable Tourism? A Systemic Approach to re-conceptualize the Meaning of the "Corona Virus" for the Resilience of the Global Tourism System*. <https://orcid.org/0000-0002-7667-3688>
- Geim, A. (2019). *Umweltschutz to go – kostengünstig, gesund, alltagserleichternd!*. Nordestedt: BoD – Books on Demand.

- Goerges, T., & Vodde, T. (2017). *Von Insel Juist Töwerland*. Download vom 13. August 2021 von <https://www.juist.de/>
- Gross, M. (2018). Global tourism's growing footprint. *Current Biology*, 28(17), R963-R965. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2018.08.049>
- Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global Environmental Change*, 12(4), 283–302. [https://doi.org/10.1016/S0959-3780\(02\)00044-4](https://doi.org/10.1016/S0959-3780(02)00044-4)
- Gössling, S. (2013). National emissions from tourism: An overlooked policy challenge? *Energy Policy*, 59, 433–442. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2013.03.058>
- Gössling, S., Humpe, A. & Bausch, T. (2020). Does 'flight shame' affect social norms? Changing perspectives on the desirability of air travel in Germany. *Journal of Cleaner Production*, 266, 122015. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122015>
- Großmann, J. (o.J.). Sanfter Tourismus. *Mit diesen Tipps reisen Sie nachhaltiger*. Download vom 05. November 2021 von <https://www.geo.de/reisen/reisewissen/123-rtkl-sanfter-tourismus-mit-diesen-tipps-reisen-sie-nachhaltiger>
- Hafner, H. (1998). *Profitabilität durch Kundenzufriedenheit: Tourismusmarketing*. Manz Verlag Schulbuch GmbH.
- Haller, S. (2012). *Dienstleistungsmanagement – Grundlagen-Konzepte - Instrumente*. 5. Auflage, Wiesbaden
- Herrmann, F. (2016). *FAIRreisen. Das Handbuch für alle, die umweltbewusst unterwegs sein wollen* (3. Auflage). München: oekom.
- Huth, T. (2020). Fridays For Future - Die Veränderung unserer Gesellschaftsstrukturen durch Kommunikations- und Handlungsmacht. In J. Rommerskirchen (Hrsg.), *Die neue Macht der Konsumenten. Aus ökonomischer, soziologischer, psychologischer und philosophischer Sicht* (1. Auflage 2020, S. 137–145). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH; Springer Gabler.
- Khanra, S., Dhir, A., Kaur, P., Mäntymäki, M. (2020); *Bibliometric analysis and literature review of ecotourism: Toward sustainable development; Tourism Management Perspectives*
- Klimafreundlich Reisen*. (2020). Download vom 21. Juli 2021 von <https://www.klimaaktiv.at/haushalte/mobilitaet/nachhaltigreisen.html>
- Kozak, N. & Kozak, M. (2015). *Tourism Development*. Cambridge: Scholars Publishing
- Köberl, J., Pretenthaler, F., Nabernegg, S., Schinko, T., Themeßl, M., Wolf, A., Kriechbaum, M. & Pech, M. (2014). *Auswirkungen des Klimawandels auf die Nüchternungen von Touristen in Österreich*. Climate Change Centre Austria.
- Laimer, P. (2020). *Tourismus-Entwicklung nach der Krise*. Download vom 21. August 2021 von https://www.nf-int.org/sites/default/files/2020-05/Tourismusentwicklungnach-der-Krise_Peter_Laimer.pdf
- Lenzen, M., Sun, Y-Y., Faturay, F., Ting, Y-P., Geschke, A. & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8, 522-528. doi: 10.1038/s41558-018-0141-x.

- Lu, J.-L. & Wang, C.-Y. (2018). Investigating the impacts of air travellers' environmental knowledge on attitudes toward carbon offsetting and willingness to mitigate the environmental impacts of aviation. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 59, (96-107). doi.org/10.1016/j.trd.2017.12.024
- Marshall, N., Marshall, P., Abdulla, A., Roupshael, A. & Ali, A. (2009). Preparing for Climate Change in the Red Sea. Recognising early impacts through perceptions of dive tourists and dive operators in Egypt. *Current Issues in Tourism*, 14, (507-518). Doi: 10.1080/13683500.2010.512075. Download vom 13. Mai 2021 von https://www.researchgate.net/publication/230757145_Preparing_for_climate_change
- Marx, A. (2017). *Klimaanpassung in Forschung und Politik*. Leipzig: Springer Spektrum
- Mayrhofer, S. & Zellmann, P. (2013). Einschränkungen des Lebensstandards. In welchen Bereichen Einsparungen am schwersten fallen. *Forschungstelegram - IFT Institut für Freizeit- und Tourismusforschung*.
- McDonald, S., Oates, C., Thyne, M., Timmies, A. & Carlile, C. (2015). Flying in the face of environmental concern: why green consumers continue to fly. *Journal of Marketing Management*, S. 1503-1528.
- Miller, G., (2001). *The development of indicators for sustainable tourism. Results of a Delphi survey of tourism researchers. In: Tourism Management. Vol. 22(4). S. 351-362.*
- Mohr, M. (2021). *Statistiken zum Thema nachhaltiger Tourismus in Österreich*. Download vom 18. August 2021 von https://de.statista.com/themen/4164/nachhaltiger-tourismus-in-oesterreich/#dossierSummary__chapter3
- Mundt, J. W. (2001). *Einführung in den Tourismus* (2., erg. Aufl.). München: Oldenbourg.
- Mundt, J. (2013). *Tourismus*. (4. Aufl.). München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.
- MyClimate. (2020). *Was sind sinnvolle Maßnahmen und Lösungen gegen den Klimawandel?* Download vom 21. Juni 2021, von <https://www.myclimate.org/de/informieren/faq/faq-detail/detail/News/was-sind-sinnvolle-massnahmen-und-loesungen-gegen-den-klimawandel/>
- Nachrichten Oberösterreich. (2018). *Tourismus verursacht acht Prozent des Treibhausgas-Ausstoßes*. OÖ Nachrichten. Download vom 19. August 2021 von <https://www.nachrichten.at/panorama/weltspiegel/Tourismus-verursacht-acht-Prozent-des-Treibhausgas-Ausstosses;art17,2891110>
- Nachrichten Oberösterreich. (2019). *Mit Sonnenkraft, Bäumen, alternativer Mobilität zur klimaneutralen Stadt*. Download vom 19. August 2021 von https://www.nachrichten.at/oberoesterreich/salzkammergut/mit-sonnenkraft-baeumenalternativermobilitaetzurklimaneutralenstadt;art71,3165626recognising_its_early_impacts_through_the_perceptions_of_dive_tourists_and_dive_operators_in_the_Egyptian_Red_Sea
- Naturfreunde Internationale. (o.J.) *Nachhaltiger Tourismus*. Download vom 19. August 2021 von <https://www.nf-int.org/themen/nachhaltiger-tourismus>
- ÖBB Presse. (2020). *ÖBB Zahlen Daten Fakten (2019/2020)*. Wien: ÖBB.

- ÖBB Geschäftsbericht. (2019). *Geschäftsbericht 2019*: ÖBB-Holding AG. Wien: ÖBB.
- Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung. (2020). *Tourismusanalyse Sommersaison 2020 und Ausblick Wintersaison 2020/21*. Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung.
- Österreich Werbung. (2020). *Nächtigungsstatistik Oktober und Sommersaison 2020 (Hochrechnung)*. Österreich Werbung. <https://www.austriatourism.com/tourismusforschung/studien-undberichte/naechtigungsstatistik-oktober-und-sommersaison-2020-hochrechnung/>
- Pallinger, J. (2020). Corona und Klima: Platzt bald der Traum vom ewig billigen Fliegen? *Der Standard*. Download vom 26. Mai 2021 von <https://www.derstandard.at/story/2000121127864/corona-und-klima-platztbald-der-traum-vom-ewig-billigen>
- Peeters, P. & Eijgelaar, E. (2014). Tourism's climate mitigation dilemma: Flying between rich and poor countries. *Tourism Management*, 40 (2014), 15 – 26. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2013.05.001>
- Pröbstl-Haider, U., Lund-Durlacher, D., Olefs, M. & Pretenthaler, F. (2021). *Tourismus und Klimawandel*. Berlin: Springer Verlag
- Rahmstorf, S. & Schellnhuber, H. J. (2012). *Der Klimawandel. Diagnose, Prognose, Therapie*. (7. Aufl.). München: C.H. Beck.
- Reichmann, M. (2019). *Wiki Klimawandel*. Download vom 21. August 2021 von <http://wiki.bildungsserver.de/klimawandel/index.php/Wintertourismus>
- Rein, H. (2017). Herausforderungen im Nachhaltiger Tourismus. In Rein, H. & Strasdas, W. (Hg.). *Nachhaltiger Tourismus: Einführung*. München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Schanes, K., Giljum, S. & Hertwich, E. (2016). Low carbon lifestyles: A framework to structure consumption strategies and options to reduce carbon footprints. *Journal of Cleaner Production*, 139, 1033–1043. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.08.154>
- Schmidbauer, J. (2020). Reisefreudigkeit der Österreicher auf Rekordniveau. *Mein Bezirk*. Download vom 17. Mai 2021 von https://www.meinbezirk.at/wieden/creisen/reisefreudigkeit-der-oesterreicher-auf-rekordniveau_a3870780
- Statista. (2017). *Nachhaltiges Reisen 2017*. Download vom 21. August 2021, von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/680372/umfrage/umfrage-zurnichtnutzung-von-flugzeugen-aus-gruenden-der-nachhaltigkeit>
- Statista. (2019). *Kohlendioxid - Pro-Kopf-Emissionen nach Ländern weltweit 2017*, Statista. Download vom 13. August von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/167877/umfrage/coemissionen-nach-laendern-je-einwohner>
- Statistik Austria. (2020). *Tourismus in Zahlen 2019*. Statistik Austria
- Stecker, B. (2016). Tourismus. In Ott, K., Dierks, J. & Voget-Kleschin, L. (HG.), *Handbuch Umweltethik*. (S. 297-304). Stuttgart: J.B. Metzler Verlag

- Strasdas, W. (2017). Herausforderungen an den nachhaltigen Tourismus. In Rein, H. & Strasdas, W. (Hg.), *Nachhaltiger Tourismus: Einführung*. München: UVK Verlagsgesellschaft mbH
- Strasdas, W. & Zeppenfeld, R. (2016). *Tourismus und Klimawandel in Mitteleuropa*. Wiesbaden: Springer Fachmedien
- The Gold Standard. (2019). *Frequently asked Questions*. Download vom 21. August 2021, von <https://www.goldstandard.org/resources/faqs>
- Tipps zum klimafreundlichen Reisen (2021). Download vom 15. September 2021 von https://www.atmosfair.de/de/gruenreisen/klimafreundlich_reisen/
- Staud, T., Reimer, N. (2007). *Wir Klimaretter - So ist die Wende noch zu schaffen*. In Kiepenheuer & Witsch; Köln
- Strasdas, W. (2017). Herausforderungen an den nachhaltigen Tourismus. In Rein, H. & Strasdas, W. (Hg.), *Nachhaltiger Tourismus: Einführung*. München: UVK Verlagsgesellschaft mbH
- Strasdas, W. & Zeppenfeld, R. (Hg.). (2016). *Tourismus und Klimawandel in Mitteleuropa. Wissenschaft trifft Praxis – Ergebnisse der Potsdamer Konferenz 2014*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Süddeutsche Zeitung. (2020). Download vom 03.01.2022 von <https://www.sueddeutsche.de/reise/nachtzug-nachtzuege-nightjet-bahn-1.5141265>
- Tietz, B., Köhler, R., & Zentes, J. (Hrsg.). (1995). *Handwörterbuch des Marketing* (Bd. 4). Schäffer-Poeschel.
- UBA - Umweltbundesamt. (2019). *Freiwillige CO²-Kompensation*. Download vom 15. August 2021 von <https://www.umweltbundesamt.de/themen/freiwillige-co2-kompensation>
- UNEP United Nations Environment Programme & UNWTO United Nations World Tourism Organization (2005). *Making Tourism more sustainable. A Guide for Policy Makers*. Paris & Madrid: UNEP & UNWTO.
- UNFCCC. (o.J.). *What is the clean development mechanism?* Download vom 15. August 2021 von <https://cdm.unfccc.int/about/index.html>
- UNWTO World Tourism Organization. (2019). *International Tourism Highlights*. doi: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
- UNWTO World Tourism Organization and International Transport Forum. (2019), *Transport-related CO₂ Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results*, doi: <https://doi.org/10.18111/9789284416660>.
- Umweltbundesamt Österreich. (2020). *Klimawandel & Klimaschutz*. Download vom 19. September 2021 von <https://www.umweltbundesamt.at/umweltsituation/klima/klimawandel/>
- Umweltdialog. (2019). *Greenwashing, Flugscham und CO₂-Kompensation im Check*. Download vom 21. August 2021 von <https://www.umweltdialog.de/de/umwelt/klimawandel/2019/Greenwashing-Flug-schamund-CO2-Kompensation-im-Check.php>

- United Nations. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press
- UNWTO, UNEP & WMO. (2008). *Climate change and tourism: Responding to Global Challenges*. doi: <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284412341>
- U.S. Global Change Research Program. (2020). *Climate Change - Impacts on Society, United States Global Change Research Program*. Zugriff am 17.03.2021. Verfügbar unter <https://www.globalchange.gov/climatechange/impacts-society>
- Weiermair, K. & Pikkemaat, B. (2004). *Qualitätszeichen im Tourismus – Vermarktung und Wahrnehmung von Leistungen*. Berlin
- Weltweitwandern. (o.J.). *Unser Leitbild: Gehen & Erleben mit Werten*. Download vom 16. Juni 2021, von <http://www.weltweitwandern.at/leitbild?parent=ueberuns>
- Wizz Air Nachhaltigkeitsbericht. (2020). *Wizz Air Holdings PLC - Annual Report and Accounts 2020*. Download vom 21. August 2021, von https://wizzair.com/static/docs/default-source/downloadable-documents/corporate-website-transfer-documents/annual-reports/wizz-air-holdings-plc-annual-report-and-ac-counts-2020_v3_fd38d396.pdf
- ZDF (Hrsg.). (2020). *Grüne Versprechen - Wie Verbraucher getäuscht werden*. Download vom 21. August 2021, von <https://www.zdf.de/dokumentation/zdfinfo-doku/gruene-versprechen-wie-verbrauchergetaeuscht-werden-102.html> Film
- Zimmermann, F.M. (2016). *Was ist Nachhaltigkeit – eine Perspektivenfrage? Nachhaltigkeit wofür? Von Chancen und Herausforderungen für eine nachhaltige Zukunft*. Berlin, Heidelberg: Springer Spektrum. S. 1-24.