Nachhaltige Urlaubsreisen:
Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung

Grundlagenstudie auf Basis von Daten der Reiseanalyse 2019

Dirk Schmücker, Ulf Sonntag und Wolfgang Günther

NIT
NEW INSIGHTS FOR TOURISM

Dieses Vorhaben wurde aus Ressortforschungsmitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit kofinanziert (FKZ UM18165020).
Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autoren.

Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und nukleare Sicherheit

Nachhaltige Urlaubsreisen:
Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung

Grundlagenstudie auf Basis von Daten der Reiseanalyse 2019

Dirk Schmücker, Ulf Sonntag, Wolfgang Günther

NIT Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH
Fleethörn 23
D – 24103 Kiel
www.nit-kiel.de

Autoren: Dirk Schmücker, Ulf Sonntag, Wolfgang Günther
Mitarbeit: Jonas Hinrichs
Redaktion: Bente Grimm

September 2019
(Rev. 74-10-12-19-12-42-DS)

Inhaltsverzeichnis

TABELLENVERZEICHNIS ... 3
ABBILDUNGSVERZEICHNIS ... 4
ZUSAMMENFASSUNG ... 5
SUMMARY ... 11
1 EINFÜHRUNG ... 17
1.1 Anforderungen an Indikatoren ... 17
1.2 Indikatoren für Verhalten und Einstellungen ... 18
1.3 Indikatoren für Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen ... 18
1.4 Datengrundlage: Reiseanalyse ... 20
2 ERGEBNISSE ... 22
2.1 Entfernungen ... 22
2.1.1 Erhebungsfrage ... 23
2.1.2 Ergebnisse 2018/19 ... 23
2.1.3 Ergebnisse nach weiteren Reisemerkmalen ... 25
2.1.4 Ergebnisse nach Personenmerkmalen ... 25
2.1.5 Zeitliche Entwicklung ... 26
2.1.6 Urlaubsverkehrsleistung im Vergleich zu anderen Mobilitätsformen ... 29
2.1.7 Exkurs: Umweltaspekte bei der Verkehrsmittelwahl ... 30
2.1.8 Fazit ... 33
2.2 Reisedauer ... 33
2.2.1 Erhebungsfrage ... 34
2.2.2 Ergebnisse 2018/19 ... 34
2.2.3 Ergebnis nach weiteren Reisemerkmalen ... 36
2.2.4 Ergebnisse nach Personenmerkmalen ... 37
2.2.5 Zeitliche Entwicklung ... 38
2.2.6 Fazit ... 40
2.3 CO_2-Kompensation ... 41
2.3.1 Erhebungsfrage ... 41
2.3.2 Ergebnis-Überblick ... 42
2.3.3 Ergebnis nach Reisemerkmalen ... 43
2.3.4 Ergebnis nach Personenmerkmalen ... 44
2.3.5 Eckdaten für Geschäftsreisen ... 44
2.3.6 Fazit ... 45
2.4 Umweltzeichen ... 45
2.4.1 Erhebungsfrage ... 45
2.4.2 Ergebnis-Überblick ... 46
2.4.3 Ergebnis nach Reisemerkmalen ... 47
2.4.4 Ergebnis nach Personenmerkmalen ... 48
2.4.5 Eckdaten für Geschäftsreisen ... 48
2.4.6 Fazit ... 49
2.5 Nachhaltigkeitsrelevanz ... 49
2.5.1 Erhebungsfrage ... 49

2.5.2 Ergebnis-Überblick ... 50
2.5.3 Ergebnis nach Reisemerkmalen ... 51
2.5.4 Ergebnis nach Personenmerkmalen ... 55
2.5.5 Zeitliche Entwicklung ... 56
2.5.6 Eckdaten für Geschäftsreisen ... 57
2.5.7 Fazit ... 58
2.6 Einstellung zu nachhaltigen Urlaubsreisen ... 58
2.6.1 Erhebungsfrage ... 58
2.6.2 Ergebnis-Überblick ... 60
2.6.3 Ergebnis nach Personenmerkmalen ... 60
2.6.4 Zeitliche Entwicklung ... 61
2.6.5 Einstellung und Verhalten ... 62
2.6.6 Fazit ... 64
3 FAZIT UND AUSBLICK ... 65
4 REFERENZEN ... 70
5 ANHANG: DISTANZBERECHNUNGSMETHODE ... 73
5.1 Referenzdaten ... 73
5.1.1 Heimatort ... 73
5.1.2 Zielort ... 73
5.2 Distanzberechnung ... 73
5.2.1 Großkreisdistanz ... 73
5.2.2 Verkehrsmittelkorrektur ... 74
6 ANHANG: ANMERKUNGEN ZUR EMPIRIE ... 75
6.1 Fehlertoleranztabelle für die RA face-to-face ... 75
6.2 Erhebungsfragen in der Reiseanalyse 2019 ... 76
6.2.1 In der RA *online* ... 76
6.2.2 In der RA *face-to-face* ... 77
6.2.3 Gruppenzusammenfassungen ... 79

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Indikatoren für Nachhaltige Urlaubsreisen (Überblick) 6
Tabelle 2: Nachhaltigkeitsindikatoren bei Urlaubsreisen 19
Tabelle 3: Datengrundlagen für diesen Bericht (Personen) 20
Tabelle 4: Datengrundlagen für diesen Bericht (Reisen) 21
Tabelle 5: Durchschnittliche Emissionen einzelner Verkehrsmittel im Personenverkehr 23
Tabelle 6: Entfernungen (Anreise), nach Verkehrsmittel 2018/19 24
Tabelle 7: Entfernungen nach Reisemerkmalen 25
Tabelle 8: Entfernungen nach Personenmerkmalen 26
Tabelle 9: Verkehrsleistung nach Destination, Gesamt und mit dem Flugzeug 28
Tabelle 10: Verkehrsleistung nach Verkehrsträgern und bei Urlaubsreisen, 2011 und 2017 30
Tabelle 11: Umweltaspekte bei der Verkehrsmittelwahl, Haupturlaubsreisen 2018 32
Tabelle 12: Kriterien bei der Verkehrsmittelwahl, Haupturlaubsreisen 2018 32
Tabelle 13: Reisedauer, nach Unterkunftsart 2018/19 35
Tabelle 14: Aufenthaltsdauer nach weiteren Reisemerkmalen 36
Tabelle 15: Aufenthaltsdauer nach Personenmerkmalen 37
Tabelle 16: CO_2-Kompensation, Überblick 42
Tabelle 17: CO_2-Kompensation nach Reisemerkmalen 43
Tabelle 18: CO_2-Kompensation nach Personenmerkmalen 44
Tabelle 19: CO_2-Kompensation bei Geschäftsreisen 45
Tabelle 20: Umweltzeichen, Überblick 46
Tabelle 21: Umweltzeichen nach Reisemerkmalen 47
Tabelle 22: Umweltzeichen nach Personenmerkmalen 48
Tabelle 23: Umweltzeichen bei Geschäftsreisen 49
Tabelle 24: Nachhaltigkeitsrelevanz, Überblick 51
Tabelle 25: Nachhaltigkeitsrelevanz nach Reisemerkmalen (Top 1) 52
Tabelle 26: Nachhaltigkeitsrelevanz nach Reisemerkmalen (Top 2) 53
Tabelle 27: Nachhaltigkeitsrelevanz nach Personenmerkmalen (Top 1) 55
Tabelle 28: Nachhaltigkeitsrelevanz nach Personenmerkmalen (Top 2) 56
Tabelle 29: Nachhaltigkeitsrelevanz bei Haupturlaubsreisen 2013 und 2018 57
Tabelle 30: Nachhaltigkeitsrelevanz bei Geschäftsreisen 57
Tabelle 31: Einstellungen zu nachhaltigen Urlaubsreisen 60
Tabelle 32: Einstellungen zur Nachhaltigkeit nach Personenmerkmalen 61
Tabelle 33: Nachhaltigkeitseinstellung und Reiseverhalten 63
Tabelle 34: Nachhaltigkeitseinstellung und Reiseindikatoren 63
Tabelle 35: Indikatoren für Nachhaltige Urlaubsreisen, Kurzurlaubsreisen und Übernachtungsgeschäftsreisen 66
Tabelle 36: Korrekturfaktoren für Verkehrsmittel 74

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Nachhaltige Urlaubsreise – Akzeptanz und Relevanz 9
Abbildung 2: Reisen und Distanzen, 2018/2019 24
Abbildung 3: Distanzen bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, 2002-2018 27
Abbildung 4: Distanzen bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, 2002-2018 28
Abbildung 5: Distanzen bei Urlaubsreisen, 2002-2018, nach Einkommensgruppen 29
Abbildung 6: Urlaubs-Flugreisen in den letzten zwölf Monaten, 5/2012-5/2019 31
Abbildung 7: Reisen und Reisedauern, 2018/19 35
Abbildung 8: Reisedauer (Mio. Reisetage), 2002/2011-2018 38
Abbildung 9: Reisedauer bei Urlaubsreisen nach Unterkunft, 2002-2018 39
Abbildung 10: Anzahl Reisen nach Reisedauer, 2002/2011-2018 40
Abbildung 11: Reisedistanz pro Reisetag, 2002/2011-2018 41
Abbildung 12: Positive Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen, 2013-2019 62
Abbildung 13: Nachhaltige Urlaubsreise – Akzeptanz und Relevanz 68

Zusammenfassung

Die nachhaltigere Gestaltung von Urlaubsreisen ist seit Langem Gegenstand der angewandten Tourismus-Forschung und der politischen Diskussion. Gleichzeitig wurden in der Praxis umfangreiche Anstrengungen unternommen, Tourismusanbieter zu einem nachhaltigeren Angebotsverhalten zu bewegen und diese Bemühungen zu zertifizieren. Diese Studie ergänzt die akademische, politische und anbieterorientierte Perspektive um Nachfragedaten. Sie untersucht die tatsächliche Nachhaltigkeitsorientierung und das Konsumverhalten von Urlaubern. Dazu werden nachhaltigkeitsorientierte Verhaltensmerkmale und Einstellungen in Bezug auf Urlaubsreisen – getrennt nach Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer und Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tage Dauer – auf Basis aktueller bevölkerungsrepräsentativer Befragungen in Deutschland dokumentiert.

Hierbei verwenden wir fünf Indikatoren für jede Urlaubsreise ab einer Übernachtung:

1. Zurückgelegte Entfernungen (Verkehrsleistung) im Modal Split
2. Reisetage nach Unterkunftstyp
3. Nutzung von CO_2-Kompensation
4. Nutzung von Angeboten mit Umweltzeichen oder Nachhaltigkeitskennzeichnung
5. Relevanz von Nachhaltigkeitsüberlegungen bei der Reisegestaltung (*harte* und *weiche* Relevanz)

Außerdem wird als sechster Indikator die Einstellung zu nachhaltigem Reisen in der Bevölkerung insgesamt herangezogen.

Die Daten für diese Indikatoren wurden in der Reiseanalyse 2019 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen erhoben: Zu den Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer in der RA *face-to-face* (Januar 2019) und zu den Kurzurlaubsreisen in der RA *online* (November 2018 und Mai 2019). Ergänzend werden Eckdaten zu Geschäftsreisen mit Übernachtung aus der RA *Business* 2019 berichtet.

Ergebnisse

Reisedistanz und Reisetage

Bei den zentralen umweltrelevanten Leistungsdaten, nämlich zurückgelegte Distanzen und Reisetage, gibt es unterschiedliche Entwicklungen: Während die Distanzen in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen sind, stagniert die Zahl der Reisetage. Bei beiden Indikatoren tragen die langen Urlaubsreisen rund drei Viertel und die Kurzurlaubsreisen rund ein Viertel zum Gesamtvolumen bei.

Das Wachstum bei den Reisedistanzen ist ganz überwiegend auf Flugreisen, und hier besonders auf Reisen zu außereuropäischen Zielen, zurückzuführen. In der Folge dieser Entwicklung (stark steigende Anreisedistanzen bei nur moderat steigender Zahl der Reisetage) steigt auch die Zahl der Anreisekilometer, die für einen potenziell in der Destination wertschöpfenden Reisetag erforderlich sind.

CO_2-Kompensation, Umweltzeichen, Relevanz der Nachhaltigkeit bei der Planung

Nur ein recht geringer Teil der Reisenden berichtet über eine nachhaltigkeitsrelevante Reiseentscheidung. Eine CO_2-Kompensation wird für 6% der Kurzurlaubsreisen und 2% der längeren Urlaubsreisen berichtet, die Buchung eines Angebotes mit Umweltzeichen oder einer anderen Nachhaltigkeitskennzeichnung für 8% bzw. 6% der Reisen. Für 8% der Kurzurlaubsreisen und 4% der längeren Urlaubsreisen berichten die Reisenden, dass Nachhaltigkeitsüberlegungen „ausschlaggebend" bei der Entscheidung waren, für weitere jeweils 23% war Nachhaltigkeit ein Aspekt unter mehreren.

Alle drei Indikatoren verzeichneten zwischen November 2018 und Mai 2019 leichte Zuwächse, die möglicherweise auf die breite öffentliche Diskussion von Nachhaltigkeitsfragen, etwa im Umfeld der Europawahlen am 26. Mai 2019, zurückzuführen sind.

Einstellung zu nachhaltigen Urlaubsreisen in der Bevölkerung

Eine positive Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen kann inzwischen bei mehr als der Hälfte der Bevölkerung konstatiert werden: 56% der Bevölkerung finden ökologische oder sozial Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen wichtig, wobei der soziale Aspekt etwas mehr Zustimmung erfährt als der Umweltaspekt. In den letzten Jahren ist die positive Einstellung im Trend leicht gewachsen.

Tabelle 1: Indikatoren für Nachhaltige Urlaubsreisen (Überblick)

	2003	2008	2013	2018/19
Distanz, einfache Strecke, Mrd. km				
bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer	93,6	99,4	112,7	121,6
davon per Flugzeug	*63,2*	*69,9*	*82,0*	*91,6*
bei Kurzurlaubsreisen	-	-	29,0	40,0
davon per Flugzeug				*10,8*
Reisetage, Mio.				
bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer	846	801	878	875
bei Kurzurlaubsreisen	-	-	235	269
CO_2-Kompensation				
bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer	-	-	-	2%
bei Kurzurlaubsreisen	-	-	-	6%
Umweltzeichen				
bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer	-	-	-	6%
bei Kurzurlaubsreisen	-	-	-	8%
Nachhaltigkeit war ausschlaggebend				
bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer	-	-	-	4%
bei Kurzurlaubsreisen	-	-	-	8%
Nachhaltigkeit war ein Aspekt unter mehreren				
bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer	-	-	-	23%
bei Kurzurlaubsreisen	-	-	-	23%
Positive Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen				
Bevölkerung insgesamt	-	-	51%	56%

Die Tabelle 1 zeigt die Indikatoren im Überblick und, sofern vorhanden, in der zeitlichen Entwicklung.

Ob und wie sich diese Entwicklung fortsetzt, lässt sich nur mit zukünftigen Wiederholungsmessungen (*Monitoring*) ermitteln. Es bietet sich an, die jetzt begonnenen Zeitreihen fortzuschreiben, um so die Eckwerte nachhaltigen Urlaubsreiseverhaltens systematisch zu tracken.

Fazit und Ausblick

Die im Rahmen der Reiseanalyse erhobenen und in diesem Bericht vorgestellten Daten zeigen ein aktuelles Bild zur Relevanz von Nachhaltigkeit in der Urlaubs-Nachfrage in Deutschland.

Ernüchternde Ergebnisse

Die Ergebnisse sind einigermaßen ernüchternd. Der Anteil der Flugurlaubsreisen, bei denen eine CO_2-Kompensation bewusst getätigt wurde, liegt bei deutlich unter 10% (bei längeren Urlaubsreisen sogar nur bei 2%). In puncto Nachhaltigkeit ausgezeichnete Unterkünfte oder Veranstalter werden bei 6-8% der Urlaubsreisen bewusst ausgewählt und für 4-8% der Urlaubsreisen geben die Touristen an, dass Nachhaltigkeit bei der Entscheidung ein ausschlaggebendes Argument war.

Außerdem ist in den vergangenen Jahren die für Urlaubsreisen zurückgelegte Distanz deutlich gewachsen – und zwar fast ausschließlich für Flugreisen, und hier überwiegend für Fernreisen außerhalb Europas (auch das Mittelmeer hat zugelegt, aber längst nicht im gleichen Umfang). Dafür waren die Besserverdiener verantwortlich, während Menschen mit geringem Einkommen heute sogar weniger Kilometer zurücklegen als noch vor 10-15 Jahren. Gleichzeitig hat sich die Zahl der insgesamt verbrachten Reisetage kaum erhöht. Gerade mit der Zeit vor Ort sind aber in den Destinationen Wertschöpfungschancen verbunden. Um diese Wertschöpfung zu generieren, wird heute deutlich mehr Mobilität produziert als in der Vergangenheit.

Während also die harten Verhaltensmerkmale ein recht wenig nachhaltiges Bild der deutschen Urlaubsnachfrage zeichnen, ist die Einstellung der Bevölkerung gegenüber Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen deutlich positiver, bei leicht steigender Tendenz in den vergangenen Jahren. Deutlich mehr als die Hälfte der Befragten findet Nachhaltigkeitsüberlegungen beim Urlaub wichtig. Es entsteht eine recht große Lücke zwischen Einstellung und Verhalten. Wenn aber Verbraucher in nennenswertem Umfang Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen gut finden (also eine positive Einstellung dazu entwickelt haben), ohne es in Konsum umzusetzen, dann kann diese positive Einstellung eher als *Akzeptanz* denn als *Präferenz* für nachhaltiges Reisen interpretiert werden.

Woher kommt die Lücke?

Es ist keineswegs ungewöhnlich, dass positive Einstellung nicht eins zu eins in das zur Einstellung passende Verhalten umgesetzt wird. Speziell für Urlaubsreisen lassen sich einige Ansatzpunkte für Erklärungsmuster identifizieren:

- Urlaubsreisen sind aller Regel hedonistisch geprägte Freizeitprodukte mit Ausnahmecharakter und könnten zu einer Art selbst erteilter Ausnahmegenehmigung von der ansonsten geübten Nachhaltigkeitsdisziplin führen.
- Urlaubsreisen sind typischerweise High-Involvement-Produkte, bei denen Risiko, Freude und symbolischer Wert im Vordergrund stehen, aber nicht Vernunftargumente. Im Allgemeinen macht man nicht eine Urlaubsreise, *weil* man sich nachhaltig und umweltorientiert verhalten will, sondern *obwohl* man sich nachhaltig und umweltorientiert verhalten will. Dem steht das geringe oder bestenfalls mittlere Involvement mit Nachhaltigkeitsaspekten diametral gegenüber.
- Der unmittelbare Nutzen, den die Auswahl der nachhaltigeren Alternative (über einen günstigeren Preis hinaus) stiften könnte, besteht entweder aus einem sozialen Nutzen (Prestige), einem Genussnutzen (bessere Qualität nachhaltiger Produkte) oder einer Selbstbestätigung durch das Gefühl, etwas Richtiges getan zu haben, eine Art Konsumvariante des *warm glow of giving* (Andreoni, 1990) (Andreoni, 1990) (Andreoni, 1990). Dem stehen aber eine große Zahl unter Umständen konkurrierender Motivlagen mit entsprechenden Nutzenerwarten gegenüber. Beispielsweise kann der Prestigenutzen für den Einen durch Nachhaltigkeit, für den Anderen durch Exotik und für den Dritten durch eine möglichst teure Reise erreicht werden.
- Dem erwarteten Nutzen stehen zudem unter Umständen höhere Kosten gegenüber. Dies können höhere Preise sein, aber auch Opportunitätskosten z. B. durch Abstriche bei den Urlaubswünschen (ich möchte gern nach Musterstadt, dort gibt es aber keine umweltzertifizierte Unterkunft, also buche ich in Musterhausen) oder höheren Aufwand in der Reiseorganisation (weil es schwierig ist, die passenden Angebote zu finden).

Insgesamt scheint heute der Netto-Nutzen aus nachhaltigerem Verhalten nicht auszureichen, um die beschriebene Lücke zwischen Einstellung und Verhalten zu schließen. Für die erste und zweite These spricht vor allem, dass bei langen Urlaubsreisen die Verhaltensindikatoren deutlich geringer ausgeprägt sind als bei kurzen Urlaubsreisen oder Geschäftsreisen. Je höher das Involvement und der „Ausnahmecharakter" des Konsums, desto eher scheint die positive Nachhaltigkeitseinstellung von anderen Aspekten überlagert zu werden: Konsumenten erlauben sich in dieser Situation etwas, was gegen ihre Einstellung spricht.

Preise erhöhen?

Es scheint ein gut verankertes Stereotyp zu geben, dass Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen zu höherer Qualität und zu höheren Preisen führt. Konfrontiert man Probanden mit Ökolabels, steigt die Wahrnehmung des Preises signifikant.

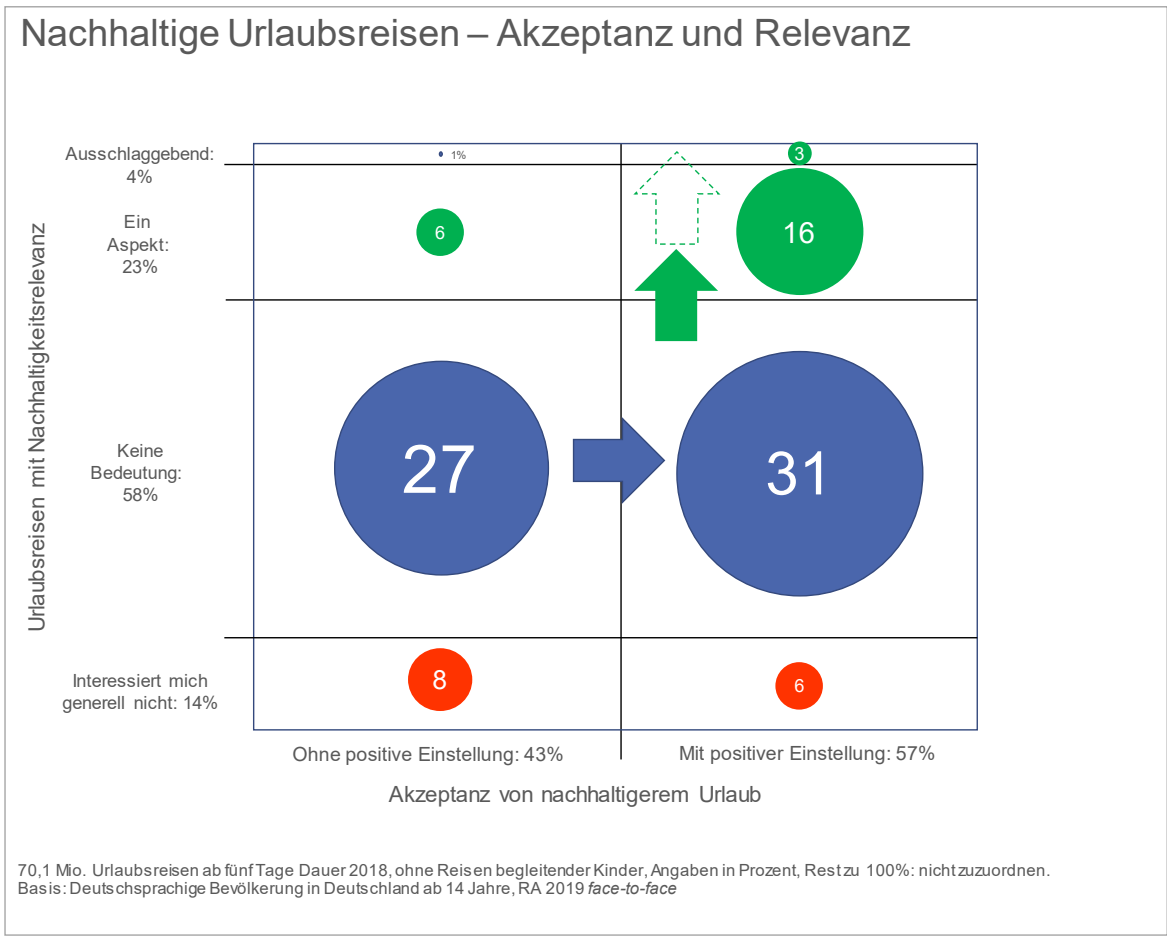
Ein Ausweg aus diesem Dilemma wäre es, Preis und Nachhaltigkeitsqualität nicht als Trade-Offs zu betrachten („mehr Nachhaltigkeit bedeutet höhere Preise“); denn bei geringer Zahlungsbereitschaft unter Low-Involvement-Bedingungen ist die Idee, man könne von Konsumenten mehr Geld für eine wenig nutzenstiftende Leistung verlangen, kaum zielführend.

In der Konsequenz würde das bedeuten, entweder den Nutzen der nachhaltigeren Alternative relativ zur weniger nachhaltigen Alternative zu erhöhen oder deren Preise relativ zu verringern. Die relative Veränderung kann natürlich auch durch eine Verschlechterung der weniger nachhaltigen Alternative geschehen, etwa durch die Verteuerung der weniger nachhaltigen (umwelt- und sozialschädlichen) Urlaubsreisen durch Lenkungsabgaben. Eine solche Wirkung kann beispielsweise durch eine ausreichend hohe CO_2-Bepreisung im Verkehrssektor erwartet werden.

Einstellungen ändern

Betrachtet man allein die Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, so ergeben sich insgesamt acht Segmente unterschiedlicher Größe (Abbildung 1).

Abbildung 1: Nachhaltige Urlaubsreise – Akzeptanz und Relevanz



Auf der horizontalen Achse ist die Einstellung als Indikator für Akzeptanz von nachhaltigeren Urlaubsreisen in zwei Gruppen abgetragen. Auf der vertikalen Achse ist es die konkrete Nachhaltigkeitsrelevanz. Ziel einer nachhaltigkeitsorientierten Tourismuspolitik müsste es sein, möglichst viele Reisen „von unten nach oben" zu bewegen.

Man sieht recht deutlich, dass in der Gruppe mit positiver Einstellung die Chance auf die Berücksichtigung von Nachhaltigkeit bei der konkreten Reise größer ist als in der Gegengruppe. Das heißt: Investition in Einstellungsänderung kann sich lohnen. Je mehr Menschen bzw. deren Reisen von der linken auf die rechte Seite wandern (blauer Pfeil), desto größer ist die Chance, dass sie sich von dort aus nach oben, in Richtung nachhaltigerer Reisegestaltung bewegen (grüner Pfeil).

Diese Einstellungsveränderung reicht aber nicht aus. Man sieht, dass es substanziell viele Reisen gibt, bei denen zwar eine positive Einstellung vorliegt, Nachhaltigkeit aber im konkreten Fall (noch) keine Rolle spielt. Das betrifft mit 31% fast ein Drittel der Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer. Mögliche Gründe dafür könnten z. B. ein mangelndes touristisches Angebot, mangelnde Informationen über nachhaltige Angebote oder auch mangelnde Anreize für bzw. ein zu geringer Nutzwert bei der Wahl eines nachhaltigen Angebots sein.

Ausblick: Monitoring nötig?

Mit dem hier vorgelegten Bericht stehen aktuelle Daten zur Relevanz von Nachhaltigkeit in der Urlaubs-Nachfrage in Deutschland zur Verfügung. Für einige Parameter (Reisedistanzen, Reisetage, Einstellungen) sind Zeitreihen zumindest über einige Jahre verfügbar. Andere Parameter (CO_2-Kompensation, Nutzung von ausgezeichneten Angeboten, Nachhaltigkeitsrelevanz) liegen als Erstmessung vor.

Um die Entwicklung der Nachfrage über die Zeit zu beobachten, sind nun methodische und inhaltliche Folgemessungen notwendig. Nur so kann verlässlich gemessen werden, ob sich die Urlaubsreisen-Nachfrage in eine mehr oder weniger nachhaltige Richtung bewegt.

Selbstverständlich bewirkt die Messung allein noch keine Verhaltensänderung. Sie liefert aber den politischen und gesellschaftlichen Entscheidern ein Werkzeug, um die aggregierte Wirksamkeit von Maßnahmen, die ein nachhaltigeres Reisen unterstützen sollen, im Bevölkerungsmaßstab zu prüfen. Aus Sicht der Autoren ist ein solcher Kompass essentiell, um effektive und effiziente Maßnahmen gezielt marktgerecht entwickeln und überprüfen zu können.

© 2019 NIT

Summary

Making holiday travel more sustainable has long been the subject of applied tourism research and political debate. At the same time, extensive efforts have been made in practice to encourage tourism providers to adopt more sustainable supply behaviours and to have these efforts certified. This study adds data about demand to the academic, political, and provider-oriented perspectives. It examines the focus on sustainability and the consumer behaviours of holidaymakers themselves. To this end, sustainability-oriented behavioural characteristics and attitudes with regard to holiday trips – broken down into trips of five days or longer and short breaks of two to four days – are documented on the basis of current surveys representative of the German population.

We use five indicators for each trip from one overnight stay:

1. Distance travelled (transport performance) in modal split
2. Number of days away by accommodation type
3. Use of carbon offset
4. Use of offers with eco-labels or sustainability labels
5. Relevance of sustainability considerations when making travel arrangements (hard and soft relevance)

The sixth indicator is the attitude towards sustainable travel among the population as a whole.

The data for these indicators were collected as part of the Reiseanalyse survey 2019 of the Research Association for Holiday and Travel: Holidays of five days or more in the face-to-face survey (January 2019) and short breaks in the online survey (November 2018 and May 2019). In addition, key data on business trips with overnight stays from the Business survey 2019 are referred to.

Results

Travel distance and number of days away

Differentiated developments can be observed in the central environmental performance data, namely distances travelled and number of days away: While distances have increased significantly in recent years, the number of days away has stagnated. For both indicators, long holiday trips account for around three quarters and short breaks for around one quarter of the total volume of trips.

The greater travel distances are mainly attributable to air travel, and in particular to travel to non-European destinations. As a result of this development (sharply rising travel distances with number of days away only moderately increasing), the number of travel kilometres required for a potentially value-adding day of travel at the destination is also increasing.

Carbon offsetting, eco-labels, relevance of sustainability in planning

Only quite a small percentage of travellers talk about sustainability-relevant travel decisions. Carbon offsetting is mentioned in reference to 6% of short breaks and 2% of longer holidays, and eco-labels or other sustainability labels are involved in 8% and 6% of bookings, respectively. Sustainability considerations were a 'decisive' factor in decision-making in 8% of short breaks and 4% of longer holidays, and sustainability was one aspect among many in 23% of cases.

All three indicators recorded slight increases between November 2018 and May 2019, possibly due to the public debate over sustainability issues, such as in the context of the European elections on 26 May 2019.

Attitude towards sustainable holiday travel among the public

More than half of the population now have a positive attitude towards sustainable holiday travel: 56% of the public believe that ecological or social sustainability is important when going on holiday, with the social aspect gaining a little more approval than the environmental aspect. There is been a trend towards a more positive attitude in recent years.

Table 1: Indicators for sustainable holiday travel (overview)

	2003	2008	2013	2018/19
Distance, one way, in billions of km				
Holidays of five days or more	93.6	99.4	112.7	121.6
of which by air	*63.2*	*69.9*	*82.0*	*91.6*
Short breaks	-	-	29.0	40.0
of which by air				*10.8*
Days of travel, in millions				
Holidays of five days or more	846	801	878	875
Short breaks	-	-	235	269
Carbon offsetting				
Holidays of five days or more	-	-	-	2%
Short breaks	-	-	-	6%
Eco-labels				
Holidays of five days or more	-	-	-	6%
Short breaks	-	-	-	8%
Sustainability was decisive				
Holidays of five days or more	-	-	-	4%
Short breaks	-	-	-	8%
Sustainability was one aspect among many				
Holidays of five days or more	-	-	-	23%
Short breaks	-	-	-	23%
Positive attitude towards sustainability in holiday travel				
Total population	-	-	51%	56%

Table 1 shows an overview of the indicators and, where available, their development over time.

Whether and how this development will continue can only be determined through future repeat measurements (*monitoring*). It would make sense to continue to update the time series in order to systematically track the benchmark figures for sustainable holiday travel behaviours.

Conclusion and outlook

The data collected as part of the Reiseanalyse survey and presented in this report provide an up-to-date picture of the relevance of sustainability in holiday demand in Germany.

Sobering results

The results are somewhat sobering. The proportion of flight holidays for which consumers deliberately offset their carbon footprint is well below 10% (and in the case of longer holidays only 2%). Tourists deliberately select accommodations or tour operators marked as sustainable in only 6–8% of holidays and sustainability was a decisive factor in the selection of a holiday in 4–8% of trips.

Moreover, in recent years the distance travelled to a holiday destination has increased significantly – almost exclusively for air travel, and here predominantly for long-distance travel outside Europe (Mediterranean holidays have also increased, but by no means to the same extent). This is down to higher-income earners, while people on low incomes in fact cover fewer kilometres today than they did 10–15 years ago. At the same time, the total number of days away has hardly increased at all. However, it is precisely the time spent at the destination that is associated with opportunities for value creation. Significantly more mobility is produced today than in the past in order to generate this added value.

This means that while hard behavioural characteristics paint a rather unsustainable picture of holiday demand in Germany, the population's attitude towards sustainability in holiday travel is much more positive, showing a slight upward trend in recent years. Significantly more than half of people surveyed consider sustainability considerations important when it comes to holidays. There is currently quite a gap between attitude and behaviour. However, if a considerable number of consumers think that sustainability in holiday travel is a good thing (i.e. they have developed a positive attitude towards it) without this translating it to consumption, then this positive attitude should be interpreted as *acceptance of* rather than *preference for* sustainable travel.

© 2019 NIT

Where does the gap come from?

It is by no means unusual for positive attitudes not to translate into attitudinal behaviour one-to-one. For holiday travel in particular, a number of possible explanatory models can be identified:

- As a rule, holidays are hedonistic leisure products that are exceptional in character, which can lead to people granting themselves an exemption, as it were, from their usual disciplined sustainability behaviour.
- Holidays are typically high-involvement products that focus on risk, fun, and symbolic value, rather than on arguments that appeal to reason. Generally speaking, people do not go on holiday *in order to* act in a sustainable and eco-friendly way, but rather *despite* wanting to act in a sustainable and eco-friendly way. This is diametrically opposed to the low or at best medium-level involvement with sustainability aspects.
- The immediate benefit that choosing the more sustainable alternative could bring (above and beyond a more favourable price) is either the social benefit (prestige), the enjoyment benefit (better quality of sustainable products), and self-affirmation through the feeling of having done the right thing – the consumer equivalent, one could say, of the *warm glow of giving* (Andreoni, 1990)(Andreoni, 1990) (Andreoni, 1990). This is up against a large number of possibly competing motives and the corresponding expected benefits. For example, for some the prestige benefit comes from sustainability, for others from exotic travel destinations, and for others still from buying expensive holidays.
- What is more, the expected benefit often goes hand in hand with higher costs. This may be higher prices, but also opportunity costs, such as making compromises (I would like to go to Sample Town, but there is no eco-certified accommodation there, so I will book a holiday in Sampleville) or more efforts when it comes to organisation (because it is difficult to find the right offers).

Overall, the net benefits derived from more sustainable behaviours do not seem sufficient today to close the above-mentioned gap between attitude and behaviour. The main argument in favour of the first and second hypotheses is that behavioural indicators are much less pronounced for long holidays than for short breaks or business trips. The higher the involvement and the exceptional nature of the consumption, the more likely it is that the positive sustainability attitude is overshadowed by other aspects: in such cases, consumers allow themselves something that runs counter to their attitude.

Increasing prices?

There seems to be a well-established stereotype that, in the case of holidays, sustainability means higher quality and higher prices. If respondents are shown eco-labels, prices are believed to be higher.

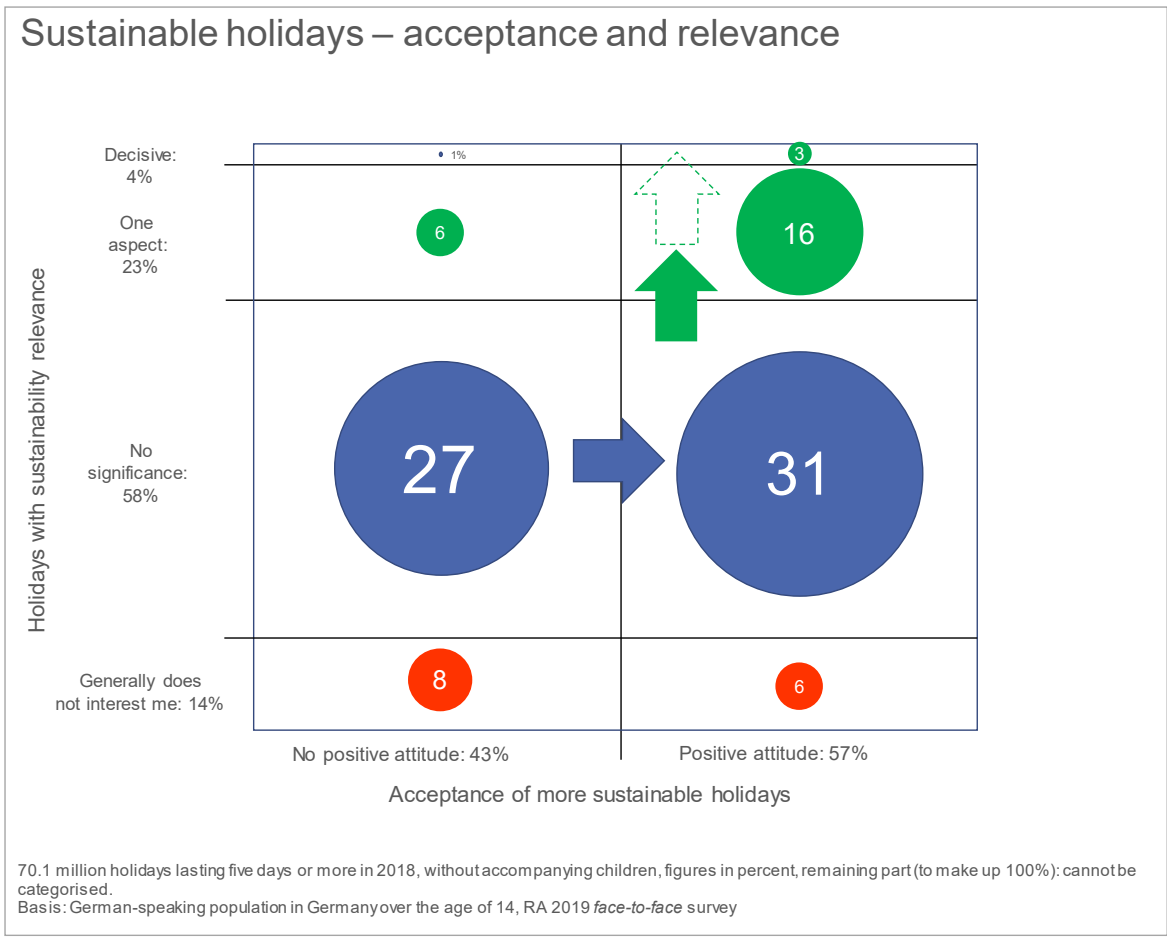
One way out of this dilemma would be not to view price and sustainability quality as trade-offs ('more sustainability means higher prices'); because with a low willingness to pay under low-involvement conditions, the idea that consumers can be asked to pay more for a less value-adding service does not seem like a constructive way forward.

It would mean either increasing the benefits of more sustainable alternatives relative to less sustainable alternatives or reducing their prices relatively speaking. The relative change can, of course, also take place via a worsening of less sustainable alternatives, for example by less sustainable (environmentally and socially harmful) holidays becoming more expensive due to incentive taxes. Such an effect can be expected in the transport sector, namely with sufficiently high carbon pricing.

Changing attitudes

If we consider holidays of five days more, there are a total of eight segments of different sizes (Figure 1).

Figure 1: Sustainable holiday – acceptance and relevance



On the horizontal axis, attitude as an indicator of acceptance of more sustainable holidays comes in two groups. The vertical axis represents the concrete sustainability relevance. The aim of a sustainability-oriented tourism policy would have to be to move as many trips as possible from the bottom to the top.

One can see quite clearly that the group with a positive attitude has a greater likelihood of considering sustainability for the concrete trip than the other group. This means that investing in attitude change can be worthwhile. The more people or their trips move from left to right (blue arrow), the greater the likelihood that they also move in an upward direction towards more sustainable travel arrangements (green arrow).

However, this change in attitude is not enough. You can see that there are many trips for which there is a positive attitude but where sustainability in specific cases does not (yet) play a role. At 31%, this is true for one third of holidays of five days or more. Possible reasons for this may include a lack of tourism offerings, not enough information about sustainable offerings, or a lack of incentives for or the insufficient utility of a sustainable offering.

Outlook: Is monitoring necessary?

The report presented here provides current data on the relevance of sustainability in holiday demand in Germany. Time series are available, a least of a few years, for some parameters (travel distances, number of days away, attitudes). First measurements are available for other parameters (carbon offsetting, use of award-winning offerings, sustainability relevance).

To be able to observe the development of demand over time, we now need methodical and substantive follow-up measurements. This is the only way to reliably gauge whether holiday demand is moving in a more or less sustainable direction.

Measurements alone do not change behaviour, of course. However, they do provide political and social decision-makers with a tool to test the aggregated effectiveness of measures designed to promote more sustainable travel on a population-wide scale. The authors believe that such a compass is crucial for being able to develop and test effective and efficient measures in a targeted way and in line with market requirements.

© 2019 NIT

1 Einführung

Bisherige Untersuchungen beschreiben für den deutschen Urlaubsreisemarkt hohes und steigendes Interesse an Nachhaltigkeitsthemen. Das hohe geäußerte Interesse belegen Zustimmungsraten von 50-60% der Bevölkerung für das Statement „würde meine Urlaubsreise gerne nachhaltig gestalten“ (Günther et al., 2014, S. 8; Kreilkamp et al., 2017, S. 21). Aktuelle Forschungsarbeiten, etwa im Rahmen von Green Travel Transformation oder FINDUS, zeigen ein hohes Interesse bei gleichzeitig sehr geringer Wahrnehmung von nachhaltigkeitsorientierten Produkteigenschaften bei der Reisebuchung (Kreilkamp et al., 2017; Schmücker et al., 2018; Kuhn, 2017). Viele Verbraucher sehen die Verantwortung bei sich selbst, handeln aber nicht entsprechend (Günther et al., 2014).

Was die tatsächliche Nachfrage nach nachhaltigen Reisen angeht, fehlen aber bislang konkrete Daten. Es fehlt einerseits eine klare Abgrenzung, was denn die „nachhaltigere Alternative“ ist, und es fehlen andererseits konkrete Marktzahlen, die die Entwicklung des Segmentes zeigen. Damit unterscheidet sich der Tourismus von anderen Konsumbereichen: Die Zahl der abgesetzten Kühlschränke nach Energieverbrauchskennzeichnungen ist ebenso bekannt wie der Flottenverbrauch je Automobilhersteller. Eine nachhaltigkeitsorientierte Marktbeobachtung für Urlaubsreisen hingegen fehlt bislang. Mit diesem Bericht wollen wir beginnen, die Informationslücke zu schließen.

1.1 Anforderungen an Indikatoren

Derzeit gibt es keinen einheitlichen Maßstab für die Nachfrage nach nachhaltigem Urlaub im deutschen Markt. Es gibt zahlreiche Einzelwerte, Branchenberichte oder Querschnittsnachfrageuntersuchungen, die sich aber kaum zu einem aussagefähigen Kennwert, wo man im Hinblick auf die Nachfrage nach nachhaltigem Urlaub steht, verdichten lassen.

Ein solcher Maßstab ist aber für die oben angesprochene Diskussion unbedingt notwendig. Momentan wissen wir nämlich nicht, wie groß die Nachfrage nach „nachhaltigem“ Urlaub in Deutschland ist und wie sie sich über die Zeit entwickelt. Steigt die Nachfrage? Wenn ja, wie schnell? Oder steigt tatsächlich nur der Anteil der Menschen mit positiver Einstellung zum nachhaltigen Tourismus, ohne dass sich im Markt etwas bewegt?

Das derzeit laufende Projekt „Weiterentwicklung des nachhaltigen Tourismus: Identifizierung von Synergieeffekten zur Stärkung der Kooperation mit und zwischen wichtigen Akteuren“ (HNEE und andere, Laufzeit bis 06/2020) hat unter anderem das Ziel, umfassende Indikatoren für die Nachhaltigkeitsperformance (etwa über eine TSA) zu erarbeiten.

Der in dieser Studie verfolgte nachfrageorientierte Ansatz ist geeignet, die Indikatoren zur Nachhaltigkeitsperformance zu ergänzen und zu komplettieren.

Wir sind bei diesem Vorschlag von folgenden Überlegungen ausgegangen:

- Der Indikatorensatz soll einen Zeitvergleich für wesentliche Aspekte der nachhaltigen Urlaubsreisegestaltung abdecken und wenige aussagekräftige Kennziffern (*key performance indicators*, KPI) liefern.

- Der Indikatorensatz soll Mobilität als wesentliches Element der Nachhaltigkeitswirkung berücksichtigen (Gössling et al., 2017; Groß / Grimm, 2018), aber sich nicht darauf beschränken, sondern weitere tourismusspezifische Aspekte umfassen.

- Der Indikatorensatz soll nicht allumfassend, sondern pragmatisch und handhabbar sein und sich damit in andere Entwicklungen (s.o.) eingliedern lassen.

- Der Indikatorensatz soll forschungsökonomisch erhebbar und möglichst schnell verfügbar sein, und nicht erst in ein paar Jahren.

1.2 Indikatoren für Verhalten und Einstellungen

Die Indikatoren können dabei auf zwei grundsätzlich verschiedene Aspekte der Nachfragerseite abzielen.

Zum einen sind dies Indikatoren, die faktisches Verhalten abbilden, das sich im Prinzip objektiv nachvollziehen ließe. Dazu gehören etwa das genutzte Verkehrsmittel oder die Unterkunftsart oder die gewählte Destination bei einer Reise. Diese Verhaltensaspekte sind relativ zuverlässig zu erheben. Selbstverständlich sind aber auch hier Verzerrungen nicht ausgeschlossen. Diese können auf Ebene der Stichproben entstehen, z. B. durch systematische Ausfälle, Interviewer-Versagen oder Paneleffekte, aber auch auf der Ebene der Fragen und Antworten, z. B. durch fehlende oder falsche Auskünfte der Befragten auf Grund von Wissens- und Erinnerungslücken, Missverständnissen oder Antworttendenzen (Bogner / Landrock, 2015; Buckley, 2019; Juvan / Dolnicar, 2016).

Zum anderen handelt es sich um Indikatoren, die Einstellungen, geäußerte Präferenzen, Meinungen oder Absichten abbilden. Diese Indikatoren sind einer objektiven Betrachtung nicht zugänglich und bilden die subjektive Disposition des oder der Befragten ab. Dazu gehört etwa die Frage nach der Wichtigkeit von Nachhaltigkeit bei einer bestimmten Reise. Auch hier sind die gleichen Verzerrungen wie oben zu gewärtigen, es fehlt aber der äußere (objektive) Maßstab, der auch nur im Prinzip eine objektive Nachvollziehbarkeit ermöglichen würde.

1.3 Indikatoren für Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen

Wir haben für diese Studie fünf Nachhaltigkeitsindikatoren entwickelt und ausgewählt. Ein sechster Indikator (Einstellung) wird ergänzend berichtet. Diese Indikatoren sind nicht allumfassend. Sie decken nicht alle Facetten von Nachhaltigkeit ab und beschreiben nicht alle Reisen oder alle Teile von Reisen gleichermaßen. Sie beschränken sich auf wesentliche Aspekte.

Dafür sind sie aber in den relevanten Facetten aussagekräftig („große Linien"), pragmatisch, und für ein Monitoring gut geeignet, denn die Datenquelle Reiseanalyse erlaubt schon heute

für einige Indikatoren rückblickende Betrachtungen und kann für die Zukunft ein stabiles Gerüst für ein Monitoring gewährleisten.

Tabelle 2: Nachhaltigkeitsindikatoren bei Urlaubsreisen

Indikator	Beschreibung	Nachhaltigkeitsrelevanz
1. Entfernungen	Anreisedistanzen für alle Urlaubsreisen	Mobilität bei der An- und Abreise ist ein wesentlicher Produzent von Treibhausgasemissionen und deshalb unmittelbar umweltrelevant.
2. Reisedauer	Reisetage bei allen Urlaubsreisen	Der Aufenthalt als Funktion der Reisedauer ist einerseits ein potenzieller Verursacher von Treibhausgasemissionen, andererseits regelmäßig unmittelbar in der Destination wertschöpfend. Generell werden lange Reisen unter Nachhaltigkeitsaspekten positiver betrachtet als kürzere Reisen: Ermittelt wird deshalb auch die für die Produktion der Treibhausgase relevante Reisedauer.
3. CO_2-Kompensation	Anteil der Urlaubsreisen mit dem Reisenden bewusster CO_2-Kompensation	Unmittelbare Wirkung auf die Treibhausgasemissionen
4. Umweltzeichen	Anteil der Urlaubsreisen mit dem Reisenden bewussten Angeboten, die ein Umweltzeichen oder eine andere Nachhaltigkeitskennzeichnung tragen	Tendenziell bessere Nachhaltigkeitsperformance ausgezeichneter Angebote
5. Nachhaltigkeitsrelevanz	Einschätzung des Reisenden bezüglich der Nachhaltigkeitsrelevanz für jede Urlaubsreise, skaliert	Nachhaltigkeit kann auch anders umgesetzt werden als durch CO_2-Kompensation oder Umweltzeichen, z. B. durch Veränderung der Zielgebiets- oder Verkehrsmittelwahl, Nutzung von Angeboten ohne Zertifizierung, aber mit positivem Nachhaltigkeitsbeitrag (z. B. Kontakt zu Einheimischen, Nutzung von regionalen Produkten).
6. Einstellung zu Nachhaltigkeit	Einstellung der Personen zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen, skaliert	Weicher Indikator zur weitergehenden Marktsegmentierung

Quelle: Eigene Darstellung

1.4 Datengrundlage: Reiseanalyse

Daten für die hier untersuchten Indikatoren wurden in der Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen erhoben. In der Reiseanalyse werden Daten über das Urlaubsreiseverhalten und die urlaubsbezogenen Wünsche und Präferenzen der Bevölkerung in Deutschland anhand von Repräsentativstichproben erhoben.

Die Reiseanalyse wird seit 1971 jährlich durchgeführt. Inzwischen werden neben den knapp 8.000 persönlichen Interviews im Januar weitere 5.000 Interviews in zwei Wellen im Mai und November online erhoben. Die Reiseanalyse ist eine Beteiligungsuntersuchung, in der viele Bezieher sich die Kosten einer qualitativ höchstwertigen und umfassenden empirischen Untersuchung teilen (Lohmann et al., 2017).

Das NIT betreut die Reiseanalyse seit Anfang der 1990er Jahre wissenschaftlich und operationell. Wichtige Vorgängeruntersuchungen zu dem hier dargestellten Untersuchungsansatz basierten ebenfalls auf den Daten der Reiseanalyse (Günther et al., 2014; Günther / Lohmann, 2008; Frick et al., 2014).

Für die hier berichteten Indikatoren wurden die Daten zu den Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer in der RA *face-to-face* (Januar 2019) und zu den Kurzurlaubsreisen in der RA *online* (November 2018 und Mai 2019) erhoben (Tabelle 3). Die RA *face-to-face* beschreibt eine Grundgesamtheit von 70,5 Mio. Personen ab 14 Jahre, die RA *online* eine Grundgesamtheit von 63,0 Mio. Personen im Alter von 14 bis 75 Jahre (die Differenz von 7,5 Mio. sind die Personen im Alter von 76 Jahren und älter).

Tabelle 3: Datengrundlagen für diesen Bericht (Personen)

Erhebungswelle	Erhebungszeitraum	Stichprobe	Grundgesamtheit
RA 2019 *face-to-face*	Januar/Februar 2019	7.733 persönliche Interviews	70,5 Mio. deutschsprachige Personen ab 14 Jahre in Privathaushalten in Deutschland
RA *online* 11/18	November 2018	2.530 Online-Interviews	63,0 Mio. deutschsprachige Personen von 14 bis75 Jahre in Privathaushalten in Deutschland
RA *online* 05/19	Mai 2019	2.527 Online Interviews	63,0 Mio. deutschsprachige Personen von 14 bis75 Jahre in Privathaushalten in Deutschland

Quelle: Eigene Darstellung

Die Befragten berichten in den Interviews über ihre Urlaubsreisen der vergangenen zwölf Monate (RA *face-to-face*) bzw. die Kurzurlaubsreisen der vergangenen sechs Monate (RA *online*). Hat eine Befragungsperson mehr als drei Kurzurlaubsreisen in den letzten sechs Monaten unternommen, werden die Detailangaben nur für die ersten drei Kurzurlaubsreisen erhoben. Das Volumengerüst enthält 70,1 Mio. Urlaubsreisen 2018 und 83,9 Mio. Kurzurlaubsreisen 2018/19 (Tabelle 4).

Tabelle 4: Datengrundlagen für diesen Bericht (Reisen)

Erhebungswelle	Reisen	Berichtszeitraum	Fallzahl	Projektion
RA 2019 *face-to-face*	Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer	Jan-Dez 2018	7.689	70,1 Mio.
RA *online* 11/18	Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer	Mai-Okt 2018	1.849	46,1 Mio.
RA *online* 05/19	Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer	Nov-Apr 2019	1.518	37,9 Mio.

Quelle: Eigene Darstellung

Für einige Indikatoren gibt es aktuelle Korrespondenzwerte für Geschäftsreisen aus der RA *Business* 2019. Die RA *Business* ist ein Forschungsprojekt Instituts für Management und Tourismus der der Fachhochschule Westküste, des NIT und der FUR. In der RA *Business* wurden in einem zweistufigen Befragungsprogramm mehr als 1.000 Übernachtungsgeschäftsreisende in Deutschland befragt. Dabei wurden für jede berichtete Geschäftsreise auch die CO2-Kompensation, die Nutzung von Umweltzeichen und die Nachhaltigkeitsrelevanz erhoben. Die Fragestellung war identisch zu den Erhebungsfragen der RA *face-to-face* und RA *online*, so dass sich eine gute Vergleichbarkeit ergibt.

© 2019 NIT

2 Ergebnisse

In den folgenden sechs Kapiteln werden die sechs Indikatoren nacheinander dargestellt. Die Darstellung beginnt mit der Entfernung (Verkehrsleistung) in Mrd. Kilometern und der Aufenthaltsdauer in Mio. Tagen. Für diese Werte liegen sowohl aktuelle Daten als auch Zeitreihendaten vor.

Danach folgen die erstmals 2018/19 erhobenen Verhaltensdaten zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen: Nachhaltigkeitsrelevanz (fünfstufige Zustimmungsskala), CO_2-Kompensation und Nachhaltigkeitskennzeichnung (jeweils ja, nein, weiß nicht).

Zuletzt wird das relative „weiche" Maß der Einstellung zur Nachhaltigkeit dargestellt. Dieses bezieht sich nicht auf Reisen, sondern auf Personen, eine begrenzte Zeitreihe ist verfügbar.

2.1 Entfernungen

Die Bedeutung des Transportes insbesondere für die Umweltwirkung von Urlaubsreisen, und darin vor allem die Klimawirkung des Flugverkehrs, sind weitgehend unbestritten.

Die spezifischen CO_2-Emissionen werden, in einer Zusammenstellung verschiedener internationaler Quellen, mit 1,1 g CO_2/Personenkilometer für die Bahn (bei Nutzung elektrisch betriebener Hochgeschwindigkeitszüge), 4,4 g CO_2/Personenkilometer für Autos und 9,9 bis 18,3 g CO_2/Personenkilometer für das Flugzeug angegeben; Kreuzfahrten werden mit 169 kg CO_2/Tag berechnet (Gössling et al., 2017, S. 598).

Betrachtet man die Treibhausgase insgesamt (und nicht nur die CO_2-Emissionen), so ändern sich die absoluten Werte, aber nicht die Reihenfolge der Verkehrsmittel im Hinblick auf ihre Emissionen: Bus und Bahn erreichen die geringsten Emissionen, gefolgt vom Pkw und das Flugzeug bildet das Schlusslicht (Tabelle 5).

Diese Emissionswerte sind allerdings für den Urlaubsreiseverkehr nicht ohne Weiteres übertragbar. So beträgt zum Beispiel die durchschnittliche Anzahl von Reisenden bei Pkw-Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer 3,3 – die vom Umweltbundesamt angesetzte durchschnittliche Auslastung von 1,5 Personen/Pkw dürfte bei Urlaubsreisen also deutlich übertroffen werden. Bei der Berechnung der Treibhausgasemissionen für den Flugverkehr sind unter anderem die Zahl der Starts und die Flughöhe relevant – diese können bei Urlaubsreisen durchaus systematisch anders ausfallen als im Passagierflugverkehr insgesamt (der auch nennenswerte Anteile von Geschäftsreisen und sonstigen Privatreisen umfasst).

Die Frage nach der aktuellen Verkehrsleistung im Modal Split bei Urlaubsreisen und seine Entwicklung über die Zeit ist also von besonderer Relevanz für die touristische Nachhaltigkeitsdiskussion.

Nach unserer Kenntnis werden diese Daten für Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen hier zum ersten Mal systematisch diskutiert.

Tabelle 5: Durchschnittliche Emissionen einzelner Verkehrsmittel im Personenverkehr

Verkehrsmittel	Treibhausgase (g/Pkm)	Auslastung	Anmerkungen
Flugzeug	201	82%	Unter Berücksichtigung aller klimawirksamen Effekte des Flugverkehrs (Emission Weighting Factor=2)
Pkw	139	1,5 Pers./Pkw	
Linienbus	75	21%	Als Hauptanreiseverkehrsmittel bei Urlaubsreisen nur von untergeordneter Bedeutung
Straßen-, Stadt- und U-Bahn	64	19%	
Eisenbahn, Nahverkehr	60	27%	
Eisenbahn, Fernverkehr	36	56%	Durchschnittlicher Strommix in Deutschland, ggf. abweichend von Unternehmensangaben
Reisebus	32	60%	Gelegenheitsverkehr und Fernlinienbusse kombiniert

Bezugsjahr 2017. Eigene Darstellung nach: TREMOD 5.82, Umweltbundesamt 13.11.2018, www.umweltbundesamt.de/themen/verkehr-laerm/emissionsdaten#verkehrsmittelvergleich_personenverkehr, abgerufen am 6.8.2019, Angaben in Gramm CO_2-Äquivalent je Personenkilometer, Treibhausgase=CO_2, CH_4 und N_2O

2.1.1 Erhebungsfrage

Für diesen Indikator wurde keine spezielle Erhebungsfrage gestellt. Die Distanzen wurden vielmehr aus der Angabe des Reiseziels anhand von Kartenvorlagen bzw. Listen und des Wohnortes der Befragten ermittelt. Der genaue Rechenweg ist im Anhang (Abschnitt 5) dargestellt.

2.1.2 Ergebnisse 2018/19

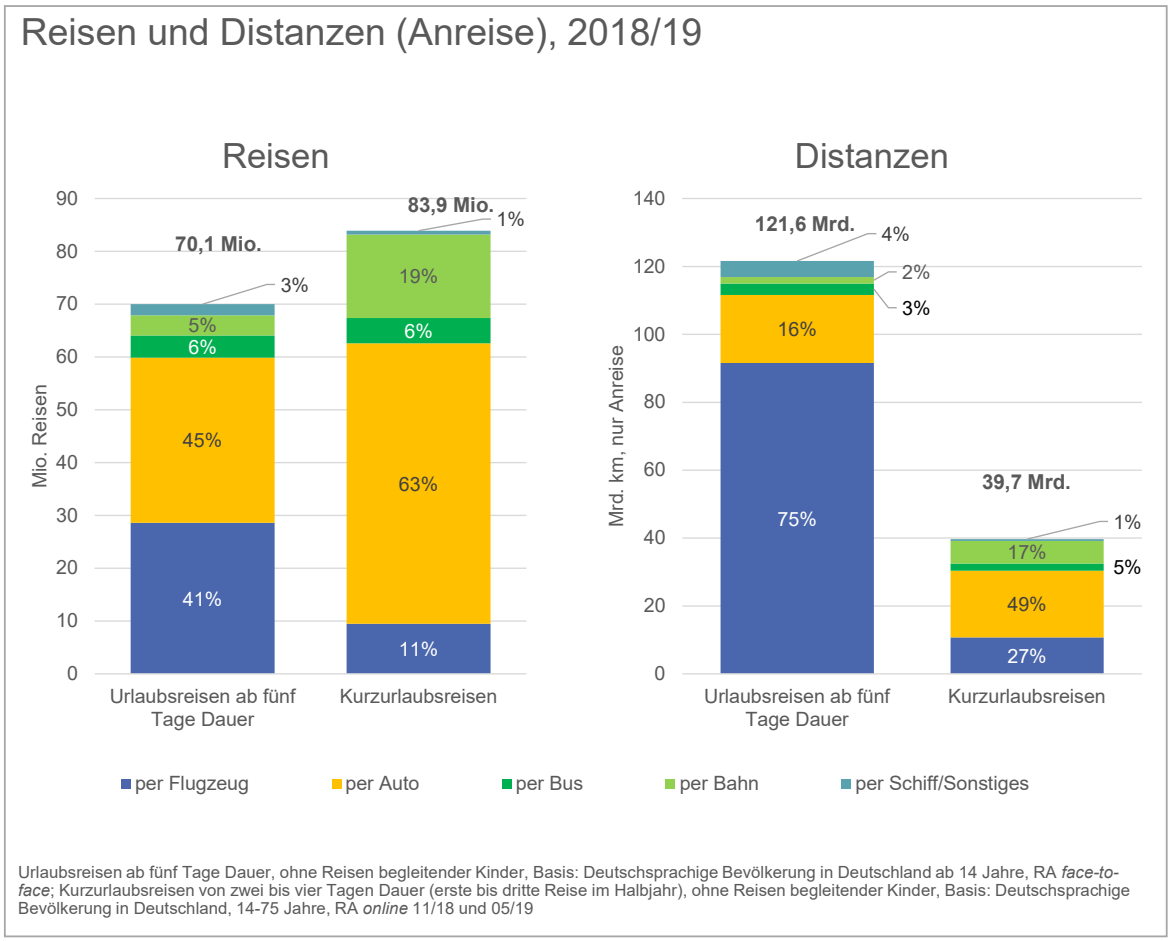
Für die 70,1 Mio. Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer des Jahres 2018 wurden allein für die Anreise 121,6 Mrd. Personenkilometer zurückgelegt (Tabelle 6). Das entspricht im Mittel einer Distanz von gut 1.700 Kilometer. In diesem Wert sind die Distanzen für die Rückreise ebenso wenig enthalten wie vor Ort zurückgelegte Entfernungen. Ebenso fehlen die Reisen der begleitenden Kinder bis 13 Jahre.

Bei den 83,9 Mio. Kurzurlaubsreisen fielen 39,7 Mrd. Personenkilometer an, das sind im Mittel gut 470 Kilometer. Obwohl die Kurzreisen 54% aller Reisen ausmachen, entfallen nur 25% der Verkehrsleistung auf die Kurzurlaubsreisen.

Während bei den Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer das Flugzeug die Verkehrsleistung dominiert (75% der Verkehrsleistung bei 41% aller Reisen), ist es bei den Kurzurlaubsreisen das Auto (49% der Verkehrsleistung bei 63% der Reisen).

Bus und vor allem Bahn spielen bei Kurzurlaubsreisen eine deutlich wichtigere Rolle als bei den längeren Urlaubsreisen. Die Bahn produziert bei Kurzurlaubsreisen rund 19% der Reisen und 17% der Verkehrsleistung, bei längeren Urlaubsreisen sind es hingegen nur 5% der Reisen und 2% der Verkehrsleistung.

Abbildung 2: Reisen und Distanzen, 2018/2019



Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA *online* 11/18 und 05/19

Tabelle 6: Entfernungen (Anreise), nach Verkehrsmittel 2018/19

	Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018		Kurzurlaubsreisen Mai 2018-Apr 2019	
	Mio. Reisen	Anreisedistanz, Mrd. km	Mio. Reisen	Anreisedistanz, Mrd. km
Alle Reisen	70,1	121,6	83,9	39,7
davon				
per Flugzeug	28,6	91,6	9,5	10,8
per Auto	31,3	20,0	53,1	19,6
per Bus/Bahn	8,0	5,3	20,6	8,8
Darin: Per Bus	4,2	3,4	4,8	2,1
Darin: Per Bahn	3,8	1,9	15,8	6,7
per Schiff/Sonstiges	2,1	4,7	0,7	0,5

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA *online* 11/18 und 05/19

2.1.3 Ergebnisse nach weiteren Reisemerkmalen

Während die Verkehrsleistung bei Kurzurlaubsreisen ungefähr zu gleichen Teilen auf Inlands- und Auslandsreisen entfällt, dominieren bei den längeren Urlaubsreisen die Auslandsziele: Sie machen etwa 94% der Verkehrsleistung aus. Besonders prägnant sind die Fernreisen, die zwar nur 8% der Reisen, aber 40% der Verkehrsleistung ausmachen. Pauschal- und Bausteinreisen sind, wegen des höheren Auslandsanteils, bei den längeren Urlaubsreisen relevanter (60% der Verkehrsleistung) als bei den Kurzurlaubsreisen (19%).

Tabelle 7: Entfernungen nach Reisemerkmalen

Entfernungen in Mrd. km, nur Anreise	**Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018**		**Kurzurlaubsreisen Mai 2018-Apr 2019**	
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689		83,9 Mio. Reisen, n=3.367	
	Mio. Reisen	Anreisedistanz, Mrd. km	Mio. Reisen	Anreisedistanz, Mrd. km
Alle Reisen	**70,1**	**121,6**	**83,9**	**39,7**
Reiseziel				
Deutschland	18,9	7,2	61,2	20,5
Ausland	51,1	114,4	22,7	19,2
Darin: Mittelmeerraum	25,8	46,3	-	
Darin: Restl. Europa	19,7	19,2	-	
Darin: Fernreisen	5,7	48,9	-	
Unterkunft				
Hotellerie	36,9	79,4	50,0	25,0
Selbstverpflegung	26,1	31,9	29,0	12,6
Camping	4,9	4,4	3,5	1,2
Schiff, Sonstiges	2,1	6,0	1,4	0,9
Darin: Kreuzfahrtschiff	1,5	4,9	-	
Darin: Sonstiges	0,6	1,0	-	
Organisation				
Pauschal/Baustein	30,3	72,6	14,1	7,6
Individuell	31,6	42,5	54,5	25,9
Nicht vorgebucht	8,1	6,5	15,3	6,2

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA 11/2018 und 5/2019 *online*

2.1.4 Ergebnisse nach Personenmerkmalen

Die höchste Einkommensgruppe (EUR 4.000 und mehr) repräsentiert rund 20% der Bevölkerung ab 14 Jahre, führt aber 26% der längeren und 32% der Kurzurlaubsreisen durch und produziert dabei 34% bzw. 36% der Verkehrsleistung (Tabelle 8). Im Vergleich dazu ist die Einkommensgruppe bis EUR 2.499 für 36% bzw. 31% der Reisen und 29% bzw. 31% der Verkehrsleistung verantwortlich, bildet aber fast die Hälfte (46%) der Bevölkerung.

Tabelle 8: Entfernungen nach Personenmerkmalen

Entfernungen in Mrd. km, nur Anreise	Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018		Kurzurlaubsreisen Mai 2018-Apr 2019	
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689		83,9 Mio. Reisen, n=3.367	
	Mio. Reisen	Anreisedistanz, Mrd. km	Mio. Reisen	Anreisedistanz, Mrd. km
Alle Reisen	**70,1**	**121,6**	**83,9**	**39,7**
Altersgruppen				
14-29 Jahre	14,7	28,5	21,4	10,7
30-59 Jahre	35,2	65,1	45,6	21,9
60 Jahre und älter	20,1	28,0	17,0	7,0
Haushaltsnettoeinkommen				
Bis EUR 2.499	25,1	34,8	26,9	12,3
EUR 2.500-3.999	26,6	45,0	30,0	13,1
EUR 4.000 und mehr	18,3	41,9	27,0	14,3
Wohnort				
West, ≥ 50.000 Einwohner	23,4	42,9	28,3	13,8
West, < 50.000 Einwohner	32,0	55,0	38,7	17,6
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,8	12,7	8,8	5,3
Ost, < 50.000 Einwohner	7,8	11,0	8,1	3,0
Haushalts-Struktur				
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	13,1	18,0	15,5	6,9
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,0	103,6	68,4	32,8

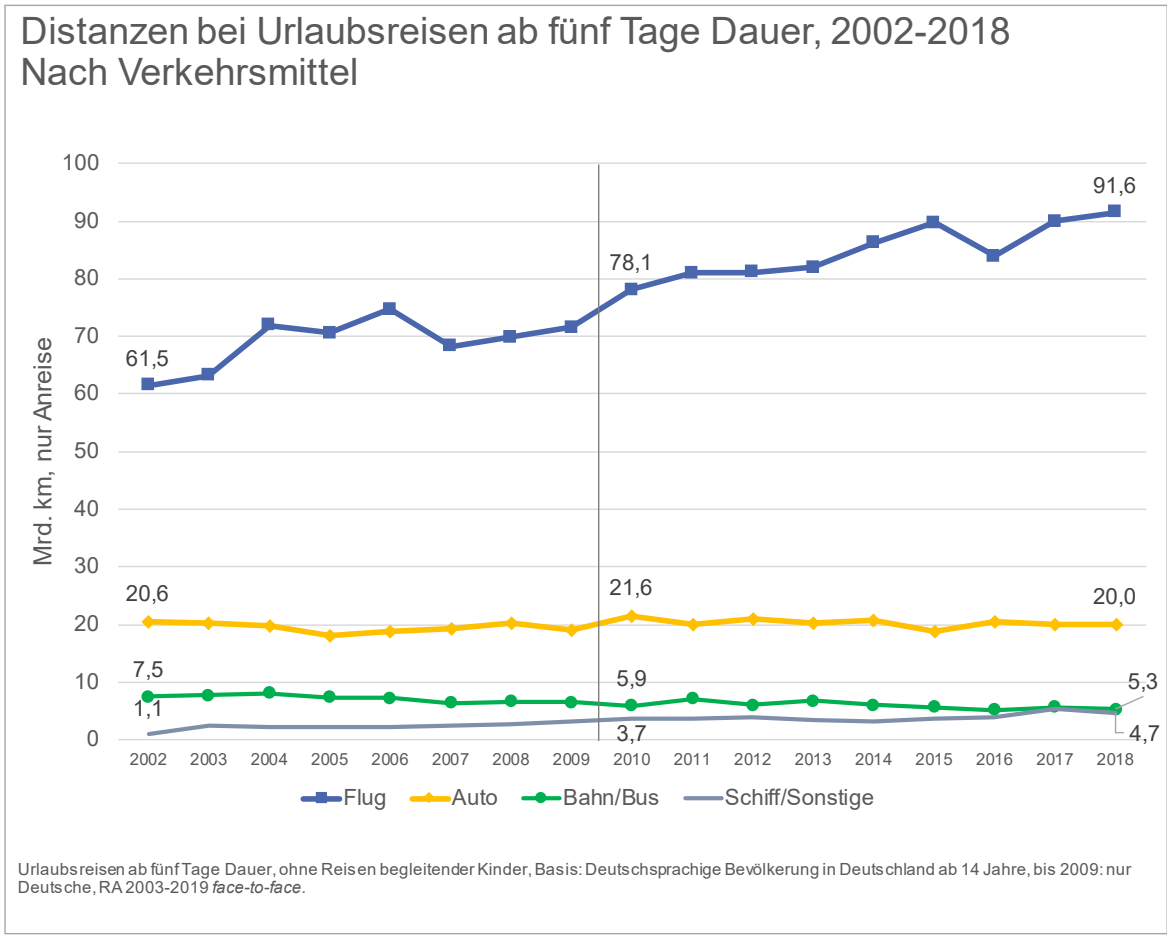
Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA 11/2018 und 5/2019 *online.* Einkommensklassen in der RA *online* sind um EUR 1 verschoben.

2.1.5 Zeitliche Entwicklung

Für die Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer können die Anreise-Distanzen für den Zeitraum 2002 bis 2018 beschrieben werden.

Da mehr als drei Viertel der Distanzen (78%) bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer anfallen, konzentrieren wir uns bei der weiteren Betrachtung auf diese Reisen. Die gesamte Verkehrsleistung ist von 2002 (90,7 Mrd. km Anreisedistanz) bis 2018 (121,6 Mrd. km Anreisedistanz) um 30,9 Mrd. km (+34% in 16 Jahren) gewachsen. Allerdings sind ab 2010 auch die deutschsprachigen Ausländer in der Stichprobe enthalten, die über ihre Urlaubsreisen berichten (Reisen in das Heimatland sind dann enthalten, wenn sie von den Befragten als Urlaubsreise wahrgenommen werden). Betrachtet man nur den Zeitraum ab 2010, so wuchs die Verkehrsleistung von 109,3 Mrd. km auf 121,6 km, das entspricht einem Zuwachs von 12,3 Mrd. km (+11%) in acht Jahren.

Abbildung 3: Distanzen bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, 2002-2018



Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, bis 2009: nur Deutsche, RA 2003-2019 *face-to-face*.

Im *Modal Split* wird deutlich, dass der Zuwachs der Verkehrsleistung bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer seit 2002 fast ausschließlich auf die Zunahme des Flugverkehrs zurückzuführen ist. Während die Verkehrsleistung mit dem Auto und mit Bahn und Bus rückläufig war, ist die Verkehrsleistung mit dem Flugzeug seit 2002 um rund 30,1 Mrd. km (bei veränderter Basis) und seit 2010 um rund 13,5 Mrd. km (bei identischer Basis) gewachsen.

Betrachtet man die Verkehrsleistung nach Zielgebieten, so wird deutlich, dass insbesondere die Bedeutung der Fernreisen massiv zugenommen hat. Die gesamte Verkehrsleistungszunahme seit 2010 (+12,3 Mrd. km) ist überwiegend den Fernreisen zuzurechnen (+10,7 Mrd. km). Der ganze überwiegende Teil dieses Zuwachses (+10,0 Mrd. km) entfällt auf das Flugzeug.

Das Mittelmeer (+1,1 Mrd. km) und das restliche Europa (+1,9 Mrd. km) haben weit weniger zu der Verkehrsleistungszunahme beigetragen, allerdings ist auch hier die Zunahme praktisch ausschließlich auf das Flugzeug zurückzuführen. Bei Urlaubsreisen innerhalb Deutschlands ist die Verkehrsleistung sogar leicht gesunken, das Flugzeug spielt hier nur eine untergeordnete Rolle.

Abbildung 4: Distanzen bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, 2002-2018

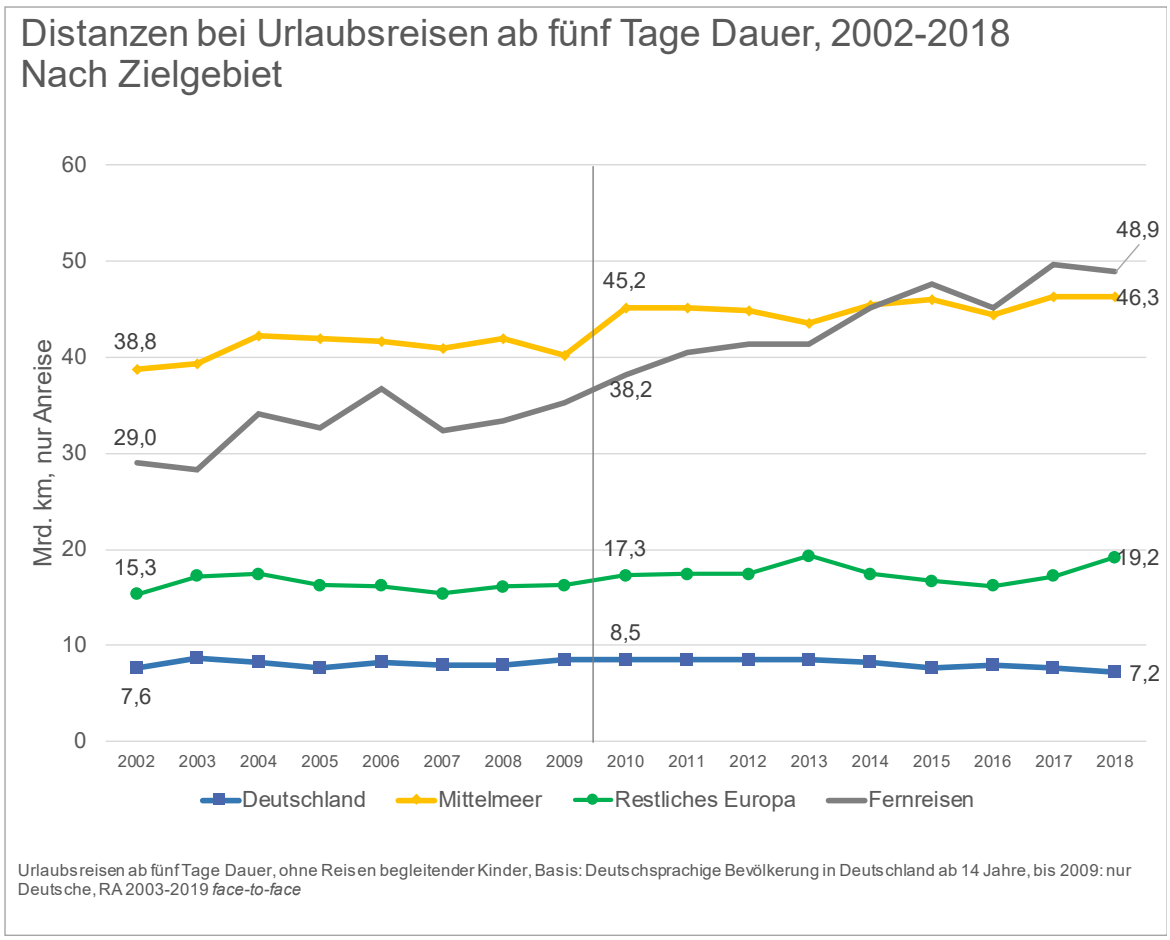


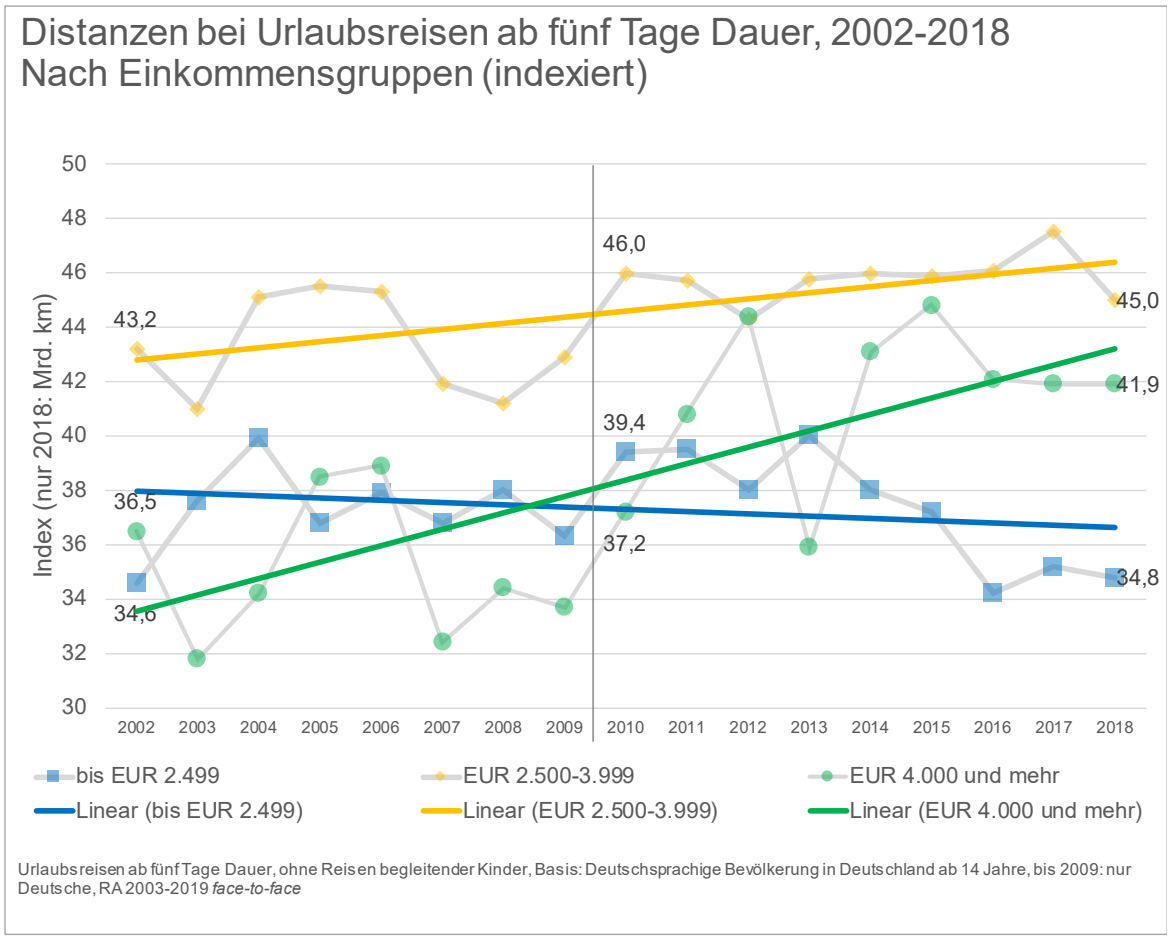
Tabelle 9: Verkehrsleistung nach Destination, Gesamt und mit dem Flugzeug

Mrd. km, einfache Strecke	2002	2010	2018	2002-2018	2010-2018
Insgesamt	90,7	109,3	121,6	+ 30,9	+ 12,3
Darin: Mit dem Flugzeug	*61,5*	*78,1*	*91,6*	*+ 30,1*	*+ 13,5*
Fernreisen	29,0	38,2	48,9	+ 20,3	+ 10,7
Darin: Mit dem Flugzeug	*28,2*	*35,8*	*45,8*	*+ 17,6*	*+ 10,0*
Mittelmeerreisen	38,8	45,2	46,3	+ 7,5	+ 1,1
Darin: Mit dem Flugzeug	*30,3*	*37,2*	*38,9*	*+ 8,6*	*+ 1,7*
Restliches Europa	15,3	17,3	19,2	+ 3,9	+ 1,9
Darin: Mit dem Flugzeug	*3,1*	*4,9*	*6,8*	*+ 3,7*	*+ 1,9*
Deutschland	7,6	8,5	7,2	- 0,4	- 1,3
Darin: Mit dem Flugzeug	*< 0,1*	*0,1*	*< 0,1*	*±0,0*	*- 0,1*

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, bis 2009: nur Deutsche, RA 2003-2019 *face-to-face*

Betrachtet man die Einkommensverhältnisse der Urlaubsreisenden, so ist das Bild weniger drastisch, gleichwohl mit einem eindeutigen Trend: Die höchsten Einkommensgruppen tragen am meisten zum Verkehrsleistungswachstum bei, die mittleren Einkommensgruppen nur moderat und bei den unteren Einkommensgruppen ist die Verkehrsleistung sogar zurückgegangen. Bei der Interpretation dieser Daten ist zu beachten: Nur für das Jahr 2018 sind die angegebenen Werte tatsächlich Kilometerangaben. Für die zurückliegenden Jahre wurde eine Anteilskorrektur vorgenommen, die die sich inflationsbedingt verändernden Einkommensverhältnisse berücksichtigt (z. B. waren im Januar 2003 74% der Befragten in der Einkommensgruppe unter EUR 2.500, im Januar 2011 waren es noch 60%, im Januar 2019 nur mehr 46%). Diese sich verändernde Basis wurde in der Abbildung berücksichtigt, was dazu führt, dass die dargestellten Werte nur mehr indiziert sind und sich nicht auf die oben dargestellten Werte summieren lassen.

Abbildung 5: Distanzen bei Urlaubsreisen, 2002-2018, nach Einkommensgruppen



Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, bis 2009: nur Deutsche, RA 2003-2019 *face-to-face*

2.1.6 Urlaubsverkehrsleistung im Vergleich zu anderen Mobilitätsformen

Zum Schluss können die Verkehrsleistungen bei Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen denen der gesamten Verkehrsleistung im Personenverkehr gegenübergestellt werden. Dabei ist zu

beachten, dass die Personenverkehrsleistung in Deutschland nach anderen Methoden berechnet wird als die Reisedistanzen bei Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen auf Basis der Reiseanalyse. So wird in der Verkehrsleistung insgesamt nur der Verkehr in Deutschland gezählt, beim Flugverkehr nur die über Deutschland geflogenen Kilometer mit Berührung eines Hauptverkehrsflughafens (Eschwege / Heidrich-Riske, 2009).

Tabelle 10 zeigt, dass die Verkehrsleistung im Personenverkehr *in* Deutschland von 2011 bis 2017 um 5,7% gestiegen ist. Bei den Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen *in und aus* Deutschland betrug das Wachstum im gleichen Zeitraum 8,3%, betrachtet man nur die längeren Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, sind es 8,1%.

Während bei der Gesamtmobilität *in* Deutschland sowohl der Motorisierte Individualverkehr (MIV) als auch Luftverkehr und Schienenfernverkehr Zuwächse verzeichneten, ist das Wachstum der Verkehrsleistung bei Urlaubsreisen *in und aus* Deutschland fast ausschließlich auf das Flugzeug zurückzuführen, während andere Verkehrsmittel konstante (Auto) oder deutlich rückläufige Distanzen (Bahn) verzeichnen.

Tabelle 10: Verkehrsleistung nach Verkehrsträgern und bei Urlaubsreisen, 2011 und 2017

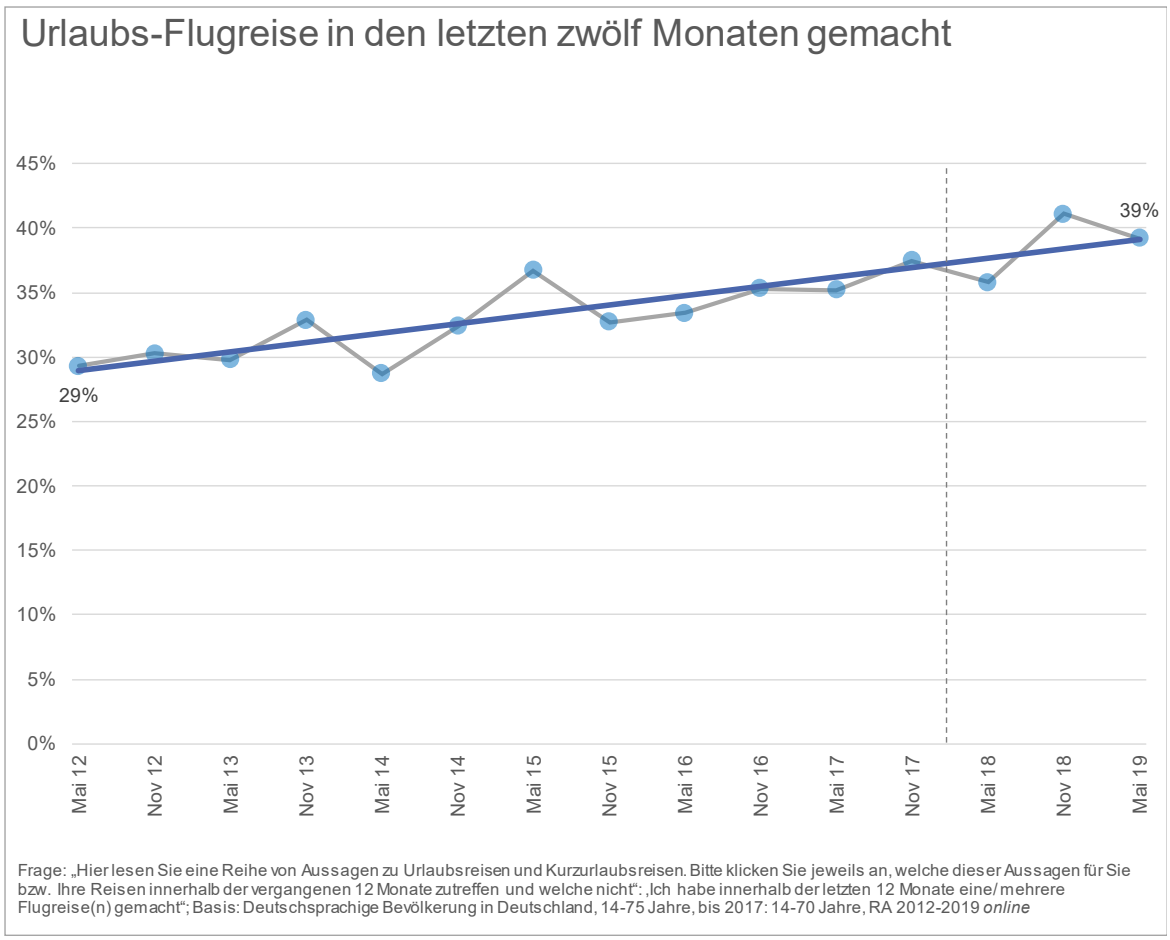
In Deutschland insgesamt				**bei Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen**			
	2011	**2017**	**Veränd.**		**2011**	**2017**	**Veränd.**
Verkehrsleistung Personenverkehr	1.131,0	1.195,1	+5,7%	Distanzen, An- und Abreise	283,4	307,0	+8,3%
In Deutschland insgesamt				**bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer**			
Verkehrsleistung Personenverkehr	1.131,0	1.195,1	+5,7%	Distanzen, Anreise	111,8	120,9	+8,1%
Luftverkehr	55,2	67,5	+22,3%	Per Flugzeug	80,9	89,9	+11,1%
MIV	912,4	950,4	+4,2%	Per Auto	20,1	20,0	-0,5%
Schienenfernverkehr	35,5	40,4	+13,8%	Per Bahn	2,2	2,0	-9,1%

Daten für Deutschland insgesamt: Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (Hrsg.): Verkehr in Zahlen 2018/2019, Flensburg: KBA, 2018, S. 219. NB: Enthalten sind nur die Verkehrsleistungen in resp. über Deutschland. „Als Flugkilometer werden alle über Deutschland geflogenen Kilometer gezählt, die auf Basis der Großkreisentfernung ermittelt werden." (Stat. Bundesamt, Fachserie 8, Reihe 6.2, 2018, S. 7)

2.1.7 Exkurs: Umweltaspekte bei der Verkehrsmittelwahl

In der RA 2019 wurde auch untersucht, welche Faktoren die Verkehrsmittelwahl beeinflussen. Die Frage nach den Gründen der Verkehrsmittelwahl scheint insbesondere vor dem Hintergrund der stark wachsenden Bedeutung von Flugreisen in der Urlaubs- und Kurzurlaubsmobilität von Bedeutung. Neben der Verkehrsleistung im Flugverkehr ist nämlich auch die Zahl der Personen, die Urlaubs-Flugreisen unternehmen, deutlich am Wachsen, allein in den sieben Jahren vom Mai 2012 bis Mai 2019 stieg der Anteil der Bevölkerung von 29% auf 39%.

Abbildung 6: Urlaubs-Flugreisen in den letzten zwölf Monaten, 5/2012-5/2019



Frage: „Hier lesen Sie eine Reihe von Aussagen zu Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen. Bitte klicken Sie jeweils an, welche dieser Aussagen für Sie bzw. Ihre Reisen innerhalb der vergangenen 12 Monate zutreffen und welche nicht": ‚Ich habe innerhalb der letzten 12 Monate eine/mehrere Flugreise(n) gemacht"; Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, bis 2017: 14-70 Jahre, RA 2012-2019 *online*

In der RA 2019 *face-to-face* gaben die Befragten für zehn Antwortoptionen jeweils an, ob diese Option bei der Verkehrsmittelwahl „am wichtigsten" oder „auch noch wichtig" war oder ob diese Option „keine Rolle gespielt" hat. Tabelle 11 zeigt zunächst die Ergebnisse für die Antwortoption „Umweltaspekte/ Nachhaltigkeit (z. B. geringer CO_2-Ausstoß)". Bei rund 2% der Haupturlaubsreisen war dieser Aspekt „am wichtigsten", bei weiteren 21% „auch noch wichtig". 49% der Befragten geben an, das habe keine Rolle gespielt, und 28% haben auf das Item überhaupt nicht reagiert.

In Tabelle 12 sind die Ergebnisse der Antwort „am wichtigsten" für alle Kriterien bei den Haupturlaubsreisen des Jahres 2018, gentrennt nach Hauptverkehrsmitteln, dargestellt. Es wird deutlich, dass „Umweltaspekte/Nachhaltigkeit (z. B. geringer CO_2-Ausstoß)" die mit Abstand geringsten Zustimmungsraten erhält (noch weniger als die Option „Nichts davon"). Lediglich bei der Bahn finden sich für diese Antwortoptionen leicht erhöhte Werte, aber auch für Bahnreisende ist der günstige Preis mehr als zehnmal häufiger das wichtigste Argument als die Umweltaspekte.

Tabelle 11: Umweltaspekte bei der Verkehrsmittelwahl, Haupturlaubsreisen 2018

Umweltaspekte/ Nachhaltigkeit (z. B. geringer CO_2-Ausstoß)	**Alle Haupturlaubsreisen 2018**	**per Flugzeug**	**per Auto**	**per Bus**	**per Bahn**	**per Schiff, Sonstiges**
Basis (Mio.)	**55,0**	**24,2**	**23,3**	**3,3**	**2,7**	**1,6**
Am wichtigsten	2%	1%	2%	2%	4%	2%
Auch noch wichtig	21%	18%	24%	20%	19%	22%
Hat keine Rolle gespielt	49%	52%	46%	52%	47%	43%
Nichts davon/Keine Angabe	28%	29%	28%	27%	29%	33%

Basis: Urlaubsreisende (mindestens eine Urlaubsreise ab fünf Tagen Dauer) in der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre. RA 2019 *face-to-face*, n=6.041, 55,0 Mio.

Tabelle 12: Kriterien bei der Verkehrsmittelwahl, Haupturlaubsreisen 2018

„am wichtigsten“	**Alle Reisen**	**per Flugzeug**	**per Auto**	**Per Bus**	**per Bahn**	**per Schiff, Sonstiges**
Basis (Mio.)	**55,0**	**24,2**	**23,3**	**3,3**	**2,7**	**1,6**
Günstiger Preis	29%	28%	27%	40%	52%	11%
Reibungslose Anreise von Tür zu Tür	24%	18%	32%	27%	13%	22%
Zeitsparende Anreise	17%	23%	13%	12%	11%	14%
Flexibilität in der Zeitplanung	15%	11%	22%	8%	10%	12%
Mobilität in der Urlaubsregion	15%	7%	25%	8%	5%	13%
Problemloser Gepäcktransport	14%	11%	15%	21%	11%	16%
Komfort	13%	16%	10%	10%	10%	20%
Wenig Umstiege	12%	14%	9%	19%	19%	10%
Geringe Wartezeit	7%	8%	6%	9%	8%	6%
Umweltaspekte/ Nachhaltigkeit (z. B. geringer CO_2-Ausstoß)	2%	1%	2%	2%	4%	2%
Nichts davon	5%	6%	4%	6%	5%	13%
Keine Angabe	5%	5%	5%	3%	6%	8%

Frage 19a: “Welcher dieser Aspekte war bei Ihrer Entscheidung für das Verkehrsmittel zur An- und Abreise bei Ihrer Haupturlaubsreise nach … am wichtigsten?“ Basis: Urlaubsreisende (mindestens eine Urlaubsreise ab fünf Tagen Dauer) in der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre. RA 2019 *face-to-face*, n=6.041, 55,0 Mio.

2.1.8 Fazit

Während umweltfreundliche Verkehrsmittel (Bahn und Bus) nur einen geringen Anteil bei Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen erreichen, entfällt die größte Zahl der Reisen auf das Auto, während der größte Anteil der Verkehrsleistung auf das Flugzeug entfällt. Das Wachstum der Verkehrsleistung bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer ist praktisch ausschließlich der An- und Abreise mit dem Flugzeug zuzurechnen. Verantwortlich für das Wachstum der Flugreiseverkehrsleistung sind vor allem die Fernreisen, Mittelmeer- und Europareisen leisten einen kleineren Beitrag.

Der Zuwachs der Verkehrsleistung wird vor allem von den höheren Einkommensgruppen getragen, während die unteren Einkommensgruppen eher rückläufige Verkehrsleistungen aufweisen.

Das Ranking der verkehrsmittelbezogenen Verkehrsleistung (Flugzeug an erster Stelle, gefolgt von Auto und erst dann Bus und Bahn) entspricht auch dem Ranking der Emissionen: Das Flugzeug produziert nicht nur die höchste Verkehrsleistung bei Urlaubsreisen, sondern auch die höchsten Emissionen pro Personenkilometer.

Die Wahl des Anreiseverkehrsmittels ist häufig unmittelbar mit der Destinationswahl verknüpf: Bei Fernreisen und auch bei Mittelmeerreisen ist häufig das Flugzeug die einzig sinnvolle Option und alternative Anreiseverkehrsmittel (z. B. per Bahn, Bus oder Segelschiff) sind nur theoretisch verfügbar. In vielen Fällen ist daher ein Wechsel des Verkehrsmittels (sprich: ein Verzicht auf den Flug) mit einer veränderten Destinationswahl verbunden.

Das betrifft aber nicht alle Reisen. So wäre gerade im erdgebundenen Bereich der Wechsel vom Auto auf Bahn oder Bus durchaus möglich. Allerdings gibt es aus Sicht der Konsumenten gute Gründe für das Auto, zu den drei wichtigsten gehören die „reibungslose Anreise von Tür zu Tür“, die „Flexibilität in der Zeitplanung“ und die „Mobilität in der Urlaubsregion“.

2.2 Reisedauer

Anders als bei der Diskussion der Verkehrsleistung (Abschnitt 2.1) ist bei der Betrachtung der Reisedauer keineswegs klar, ob aus Nachhaltigkeitssicht eher längere oder eher kürzere Aufenthaltsdauern wünschenswert sind.

Einerseits kann man argumentieren, dass die Nutzung von Unterkünften Ressourcen verbraucht. Das betrifft zum einen die Potenzialressourcen (Land, Baumaterial und den Bau selbst inklusive der Erschließung), zum anderen die unmittelbar verbrauchsbezogenen Ressourcen (Wasser, Elektrizität, Heizung, Nahrungsmittel, Reinigung etc.) während des Aufenthaltes. Der Ressourcenverbrauch hängt ab vom Komfortniveau (und damit auch von der angebotenen Fläche pro Gast, den angebotenen und genutzten Einrichtungen wie Schwimmbädern, Wellnessflächen oder Golfplätzen) und der spezifischen Energienutzung (etwa aus regenerativen Quellen). Die verbrauchsabhängigen Ressourcen müssen allerdings den während des Aufenthaltes zu Hause eingesparten Ressourcen gegenübergestellt werden. Der Aufenthalt außerhalb der eigenen Wohnung kann verbrauchsbezogen sowohl zu höheren Ressourcennutzungen führen (wenn im Vergleich zur Wohnung ein höheres Komfortniveau oder ein ineffizienterer Energiemix gewählt wird), aber auch zu niedrigeren Ressourcennutzungen (wenn die Ressourcennutzung zu Hause höher wäre als unterwegs).

Außerdem wird argumentiert, dass eine kürzere Reisedauer zu weniger nachhaltigen sozialen und ökonomischen Effekten führen kann, etwa indem in kürzerer Zeit mehr „must see"-Attraktionen besichtigt werden (García-Palomares et al., 2015) oder pro Gast ein geringerer Umsatz resultiert (Barros / Machado, 2010; Aguilóa et al., 2017). Außerdem führe eine kürzere Aufenthaltsdauer pro Reise zu höheren Ressourcennutzung für die An- und Abreise (Gössling et al., 2018). Deshalb kann generell eine längere Aufenthaltsdauer bei weniger Reisen als die nachhaltigere Alternative im Vergleich zu vielen kürzeren und dafür zahlreicheren Reisen verstanden werden.

2.2.1 Erhebungsfrage

Die Erhebungsfrage bezieht sich auf die gesamte Reisedauer inklusive des An- und Abreisetages. Die Intervieweranweisung in der RA *face-to-face* bzw. die Antwortbox in der RA *online* machen klar, dass es um Tage (und nicht Nächte oder eine andere Einheit) geht.

Erhebungsfragen Aufenthaltsdauer

RA *face-to-face*: Wie lange hat diese Reise gedauert?
[Intervieweranweisung: Anzahl der Tage eintragen]

RA *online*: Wie lange hat Ihre Kurzurlaubsreise nach [Ziel] im [Monat] gedauert?
[Ziel und Monat werden aus der vorhergehenden Abfrage eingeblendet]

Die Zahl der Übernachtungen ist demzufolge pro Reise um den Wert 1 kleiner als die Reisedauer in Tagen. So führt eine Kurzurlaubsreise von drei Tagen zu zwei Übernachtungen, eine Urlaubsreise von 15 Tagen zu 14 Übernachtungen. In den folgenden Darstellungen wurde einheitlich die Zahl der Reisetage inklusive des An- und Abreisetages ausgewiesen.

2.2.2 Ergebnisse 2018/19

Bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer wurden 2018 875,1 Mio. Reisetage verbracht, davon 425 Mio. (49%) in der Hotellerie[1]. Bei den Kurzurlaubsreisen entfallen sogar 56% der insgesamt 268,7 Mio. Reisetage auf die Hotellerie.

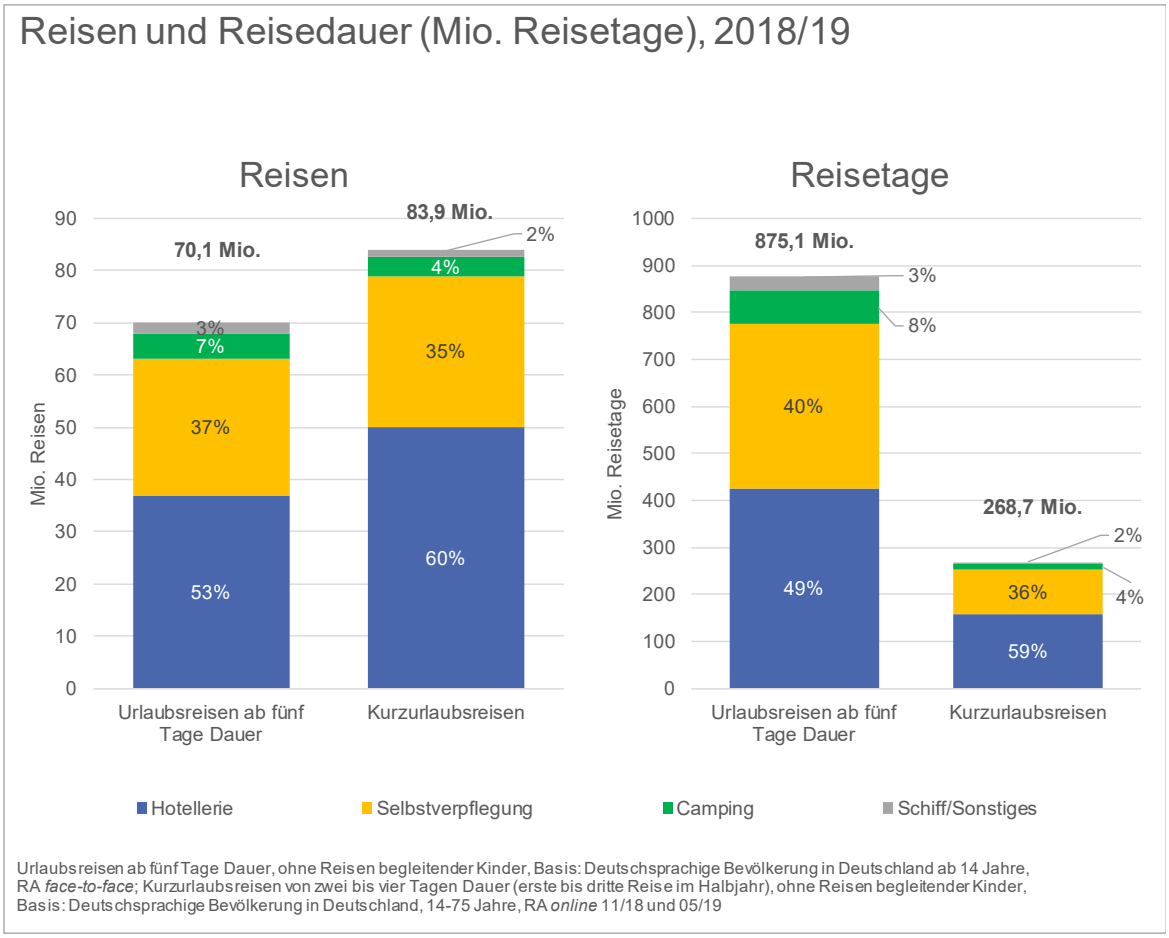
Naturgemäß sind die Kurzurlaubsreisen nur zu relativ geringem Anteil an der Gesamtsumme der Reisetage beteiligt: So entfallen 77% der Reisetage auf längere Urlaubsreisen und nur 23% auf die knapp 84 Mio. Kurzurlaubsreisen.

Sowohl bei den Kurzurlaubsreisen als auch bei den längeren Urlaubsreisen erzielen Selbstverpflegungsangebote etwas geringere Reisedauern als die Hotellerie (349,8 Mio. und 95,7 Mio.

[1] zur Definition der Gruppen siehe Abschnitt 6.2.3

Tage). Camping trägt nur mit recht geringen Anteilen zur Gesamtzeit bei, bei den langen Urlaubsreisen mit 8% (71,9 Mio. Tage), bei den Kurzurlaubsreisen mit 4% (11,1 Mio. Tage).

Abbildung 7: Reisen und Reisedauern, 2018/19



Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA *online* 11/18 und 05/19

Tabelle 13: Reisedauer, nach Unterkunftsart 2018/19

	Urlaubsreisen 2018		**Kurzurlaubsreisen 2018/19**	
	Anzahl Reisen, Mio.	Reisedauer, Mio. Tage	**Anzahl Reisen, Mio.**	**Reisedauer, Mio. Tage**
Alle Reisen	70,1	875,1	83,9	268,7
davon				
Hotellerie	36,9	425,4	50,0	157,7
Selbstverpflegung	26,1	349,8	29,0	95,7
Camping	4,9	71,9	3,5	11,1
Schiff/Sonstiges	2,1	27,9	1,4	4,3

Aufenthaltstage beinhalten den An- und Abreisetag. Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA *online* 11/18 und 05/19

2.2.3 Ergebnis nach weiteren Reisemerkmalen

Innerdeutsche Reisen produzierten 384,7 Mio. Reisetage, die sich zu etwa gleichen Teilen auf lange Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen verteilen (Tabelle 14). Bei den Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer sind die Auslandsreisen mit mehr als 680 Mio. Reisetagen dominierend, mehr als die Hälfte davon entfällt auf Reisen in den Mittelmeerraum.

Tabelle 14: Aufenthaltsdauer nach weiteren Reisemerkmalen

Aufenthaltsdauer, Mio. Tage	**Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018**		**Kurzurlaubsreisen Mai 2018-Apr 2019**	
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689		83,9 Mio. Reisen, n=3.367	
	Mio. Reisen	Mio. Tage	Mio. Reisen	Mio. Tage
Alle Reisen	**70,1**	**875,1**	**83,9**	**268,7**
Reiseziel				
Deutschland	18,9	192,7	61,2	192,0
Ausland	51,1	682,4	22,7	76,7
Darin: Mittelmeerraum	25,8	342,2	-	
Darin: Restl. Europa	19,7	232,8	-	
Darin: Fernreisen	5,7	107,4	-	
Verkehrsmittel				
Flugzeug	28,6	396,2	9,6	33,1
Auto	31,3	372,7	53,1	168,6
Bahn/Bus	8,0	80,8	20,6	64,7
Schiff, Sonstiges	2,1	25,4	0,7	2,4
Organisation				
Pauschal/Baustein	30,3	357,7	14,1	45,9
Individuell	31,6	403,0	54,5	175,2
Nicht vorgebucht	8,1	114,4	15,3	47,7

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA 11/2018 und 5/2019 *online*

2.2.4 Ergebnisse nach Personenmerkmalen

Der Anteil der Reisetage in der höchsten Einkommensgruppe, die ein Fünftel der Bevölkerung ausmacht, beträgt 27% (Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer) bzw. 33% (Kurzurlaubsreisen). Das entspricht in etwa den Verhältnissen, die schon bei den Reisedistanzen auftraten, allerdings etwas weniger pointiert.

Tabelle 15: Aufenthaltsdauer nach Personenmerkmalen

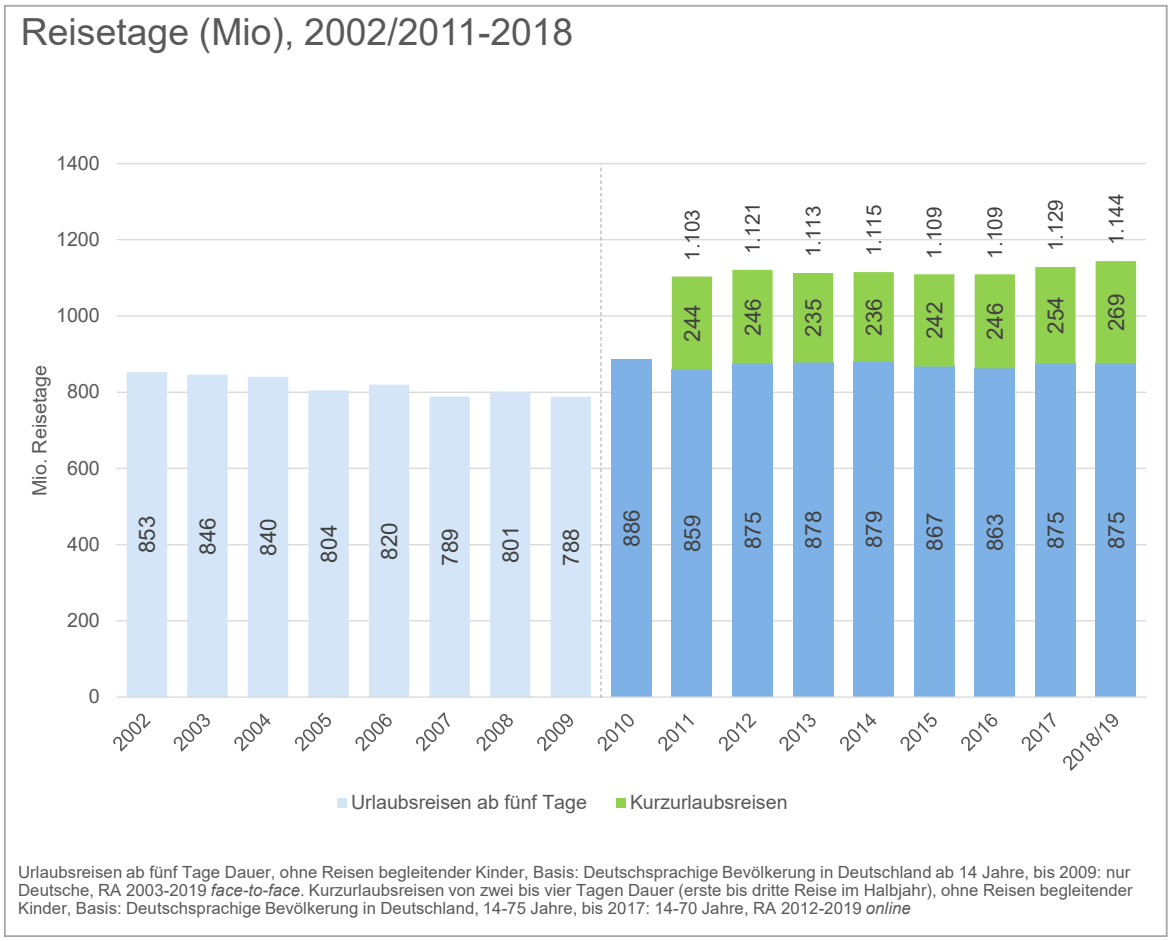
	Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018		**Kurzurlaubsreisen Mai 2018-Apr 2019**	
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689		83,9 Mio. Reisen, n=3.367	
	Mio. Reisen	Mio. Tage	Mio. Reisen	Mio. Tage
Alle Reisen	**70,1**	**875,1**	**83,9**	**268,7**
Altersgruppen				
14-29 Jahre	14,7	181,3	21,4	66,2
30-59 Jahre	35,2	439,5	45,6	146,5
60 Jahre und älter	20,1	254,3	17,0	56,0
Haushaltsnettoeinkommen				
Bis EUR 2.499	25,1	302,0	26,9	85,0
EUR 2.500-3.999	26,6	339,8	30,0	95,7
EUR 4.000 und mehr	18,3	233,3	27,0	88,1
Wohnort				
West, ≥ 50.000 Einwohner	23,4	316,5	28,3	90,4
West, < 50.000 Einwohner	32,0	386,3	38,7	123,7
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,8	86,8	8,8	28,5
Ost, < 50.000 Einwohner	7,8	85,4	8,1	26,1
Haushalts-Struktur				
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	13,1	163,3	15,5	49,6
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,0	711,8	68,4	219,2

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA 11/2018 und 5/2019 *online.* Einkommensklassen in der RA *online* sind um EUR 1 verschoben.

2.2.5 Zeitliche Entwicklung

Die Zahl der Reisetage bei Urlaubsreisen hat sich in den vergangenen Jahren nicht deutlich verändert. Bei den Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer schwankt die Zahl seit 2011 zwischen 860 und 880 Millionen Reisetagen, bei den Kurzurlaubsreisen ist, wegen des gestiegenen Reisevolumens, eine leichte Erhöhung von etwas über 240 Mio. (2011) auf jetzt um die 270 Mio. Reisetage zu verzeichnen.

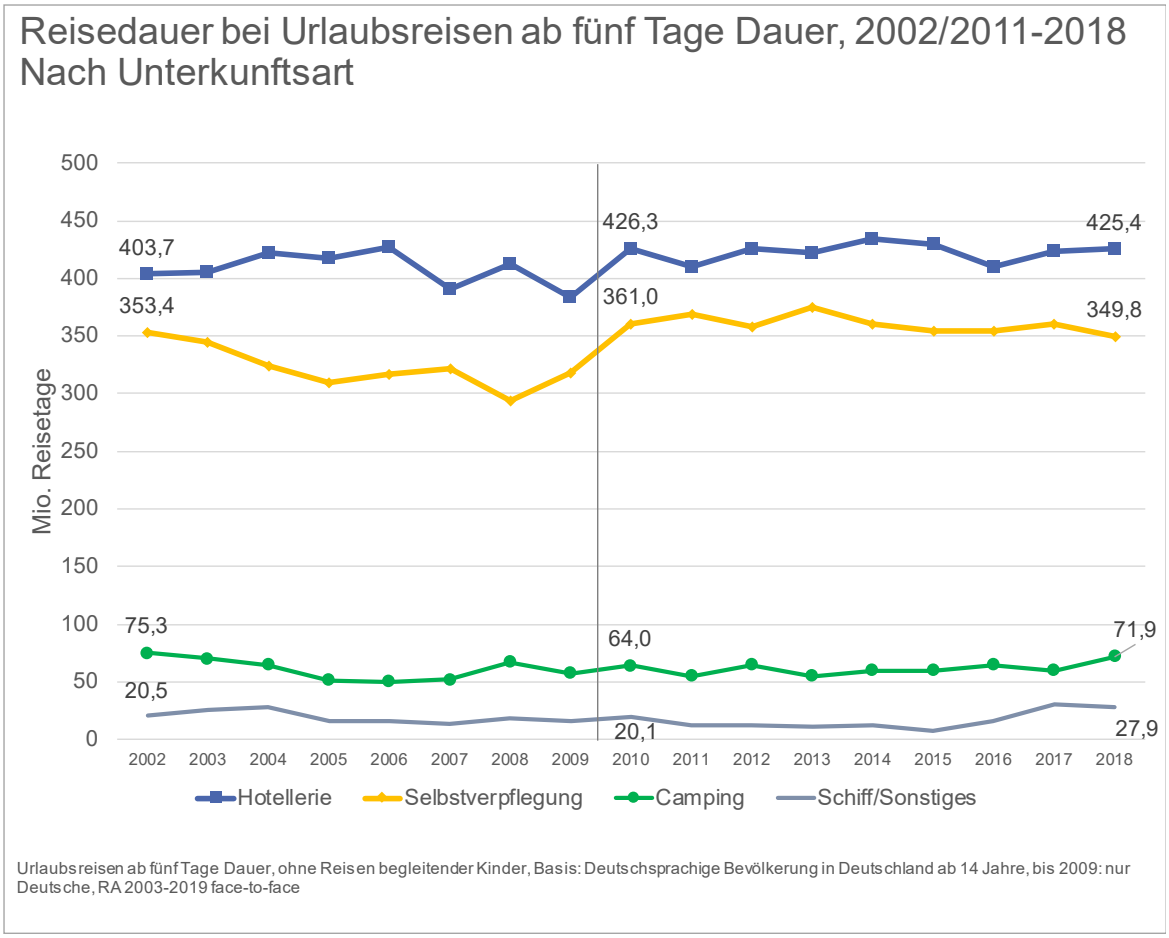
Abbildung 8: Reisedauer (Mio. Reisetage), 2002/2011-2018



Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, bis 2009: nur Deutsche, RA 2003-2019 *face-to-face*. Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, bis 2017: 14-70 Jahre, RA 2012-2019 *online*

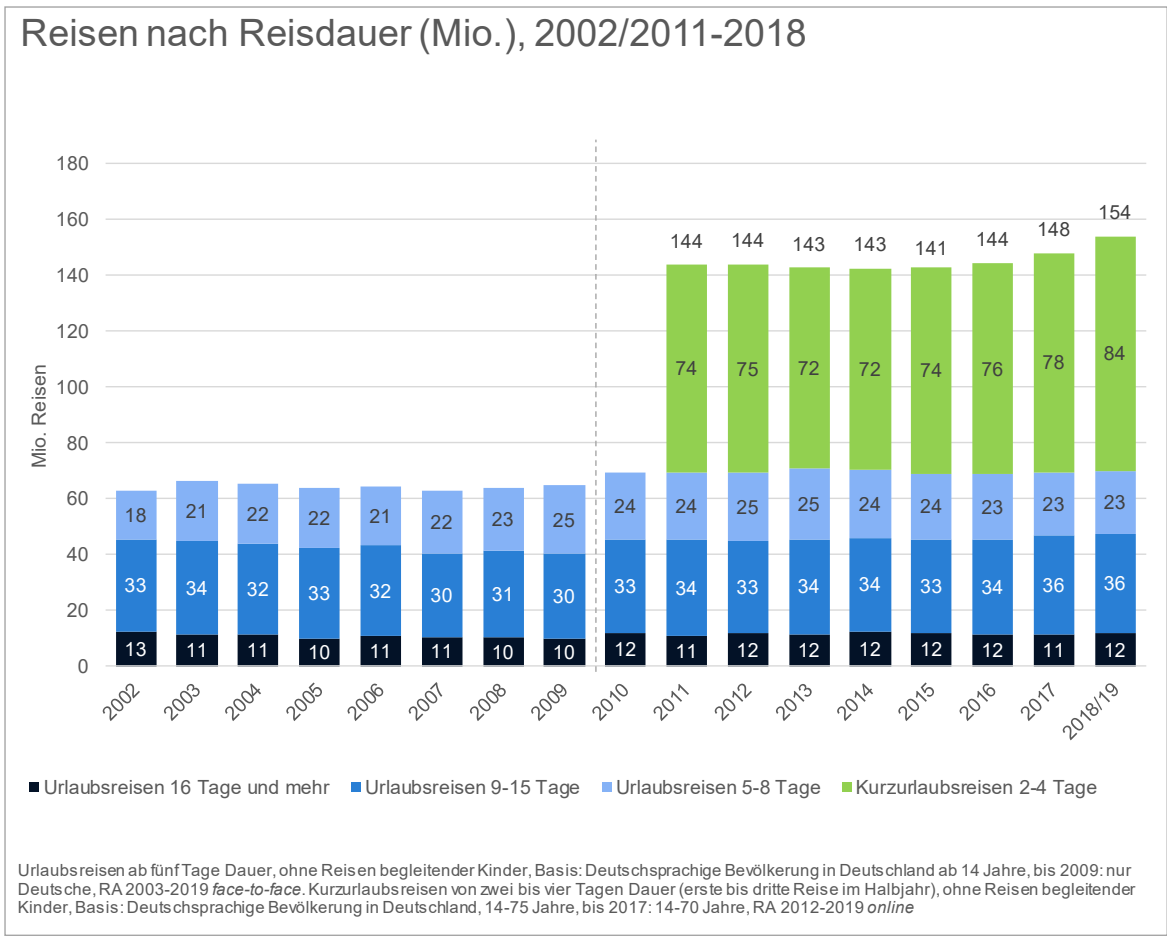
Die Verteilung der Reisedauer nach Unterkunftsart hat sich seit 2002 nicht verändert. Weiterhin werden Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer zu einem Großteil in Hotels verbracht (425,4 Mio. Reisetage 2018). Während die Aufenthaltstage in der Kategorie Selbstverpflegung seit 2010 um knapp 11 Mio. zurückging, stieg die Reisedauer beim Camping (+7,9 Mio.) und in der Kategorie Schiff/Sonstiges um 7,8 Mio. Tage.

Abbildung 9: Reisedauer bei Urlaubsreisen nach Unterkunft, 2002-2018



Da die Länge der Reisen eine Rolle für die Nachhaltigkeit spielt (siehe Einführung), haben wir die Anzahl der Reisen auch nach ihrer Dauer analysiert. Grundsätzlich gilt: Je länger die Reisen, desto geringer ist der relative Beitrag von An- und Abreise zur Gesamtwirkung. Mit anderen Worten: Viele kurze Reisen sind tendenziell und bei vergleichbarer Destinations- und Verkehrsmittelwahl umweltschädlicher als wenige lange Reisen. Im Verlauf der letzten Jahre war ein Anstieg der Zahl der Kurzurlaubsreisen zu verzeichnen, während sehr lange Urlaubsreisen (16 Tage und mehr) kein Wachstum mehr verzeichnen konnten.

Abbildung 10: Anzahl Reisen nach Reisedauer, 2002/2011-2018



Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, bis 2009: nur Deutsche, RA 2003-2019 *face-to-face*. Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, bis 2017: 14-70 Jahre, RA 2012-2019 *online*

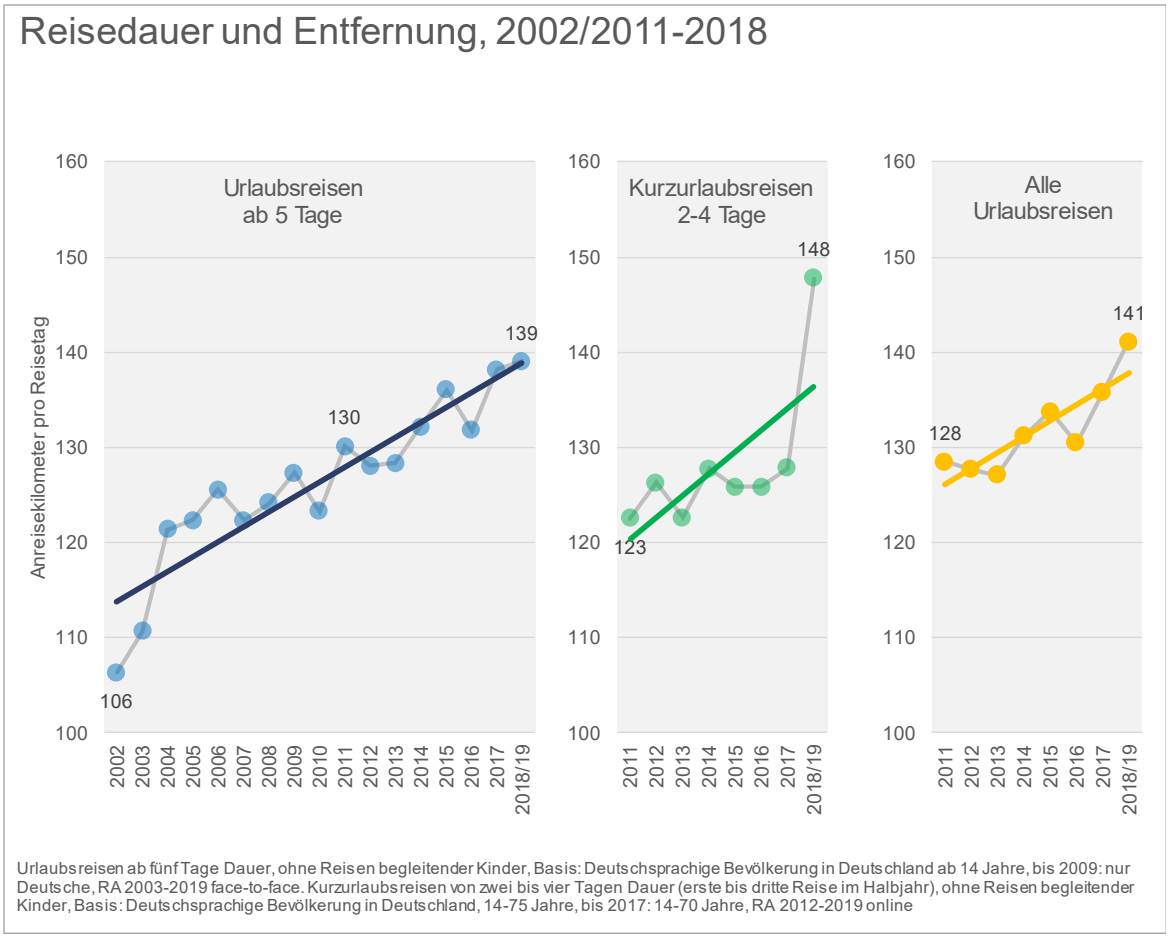
2.2.6 Fazit

Die Daten zur Reisedauer sehen auf den ersten Blick unspektakulär aus: Insgesamt wenig Veränderung, lediglich bei den Kurzurlaubsreisen gibt es einen Zuwachs des Reisevolumens und der Anzahl der Reisetage. Ob diese Entwicklung unter Nachhaltigkeitsaspekten gut oder schlecht ist, lässt sich isoliert kaum betrachten.

Bezieht man allerdings die Verkehrsleistung in die Argumentation ein, so zeigt sich, dass der Transportaufwand (siehe Abschnitt 2.1) in Relation zum Aufenthalt gestiegen ist. Mit anderen Worten: Um heute die gleiche Zahl an potenziell wertschöpfenden Reise- und Aufenthaltstagen zu generieren, wird ein deutlich höherer Transportaufwand generiert.

So wurden 2011 insgesamt 141,7 Mrd. Anreisekilometer für 1.103 Mio. Reisetage zurückgelegt, das entspricht rund 128 Anreisekilometer pro Reisetag. 2018/19 waren es 161,3 Mrd. Kilometer für 1.143 Mio. Tage, also 141 Anreisekilometer pro Tag. Noch deutlicher ist die längere Zeitreihe bei den Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer: 2002 wurden pro Reisetag im Durchschnitt 106 Anreisekilometer zurückgelegt, 2018 waren es 139 Anreisekilometer, das ist ein Zuwachs von mehr als 30%.

Abbildung 11: Reisedistanz pro Reisetag, 2002/2011-2018



Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, bis 2009: nur Deutsche, RA 2003-2019 face-to-face. Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, bis 2017: 14-70 Jahre, RA 2012-2019 online

2.3 CO_2-Kompensation

Für die Messung der CO_2-Kompensation haben wir für die Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer (RA *face-to-face*) bzw. für die Kurzurlaubsreisen (RA *online*) erhoben, ob eine CO_2-Kompensation in Anspruch genommen wurde.

2.3.1 Erhebungsfrage

Die Erhebungsfrage nutzt den im Deutschen gängigen Begriff „Kompensation“. Dieser Begriff bzw. das zugehörige Verb (kompensieren) werden von den Marktführern Atmosfair und MyClimate in der Kundenansprache genutzt. Er ist in der populären Onlineenzyklopädie Wikipedia als Lemma „Klimakompensation“ vorhanden[2] und wird vom Verbrauchermagazin „test“ für

[2] de.wikipedia.org/wiki/Klimakompensation, abgerufen am 8.8.20219

den Anbietervergleich genutzt.[3] Die Frage richtet sich zuerst auf An- und Abreise, bezieht dann aber auch den gesamten Aufenthalt mit ein.

Erhebungsfragen CO_2-Kompensation

RA *face-to-face*: Haben Sie bei dieser Urlaubsreise eine CO_2-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt getätigt (z. B. bei Atmosfair, MyClimate)? [Intervieweranweisung: Antwortvorgaben vorlesen! Nur EINE Nennung möglich!]

RA *online*: Haben Sie bei dieser Kurzurlaubsreise nach [Ziel] im [Monat] eine CO_2-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt getätigt (z. B. bei Atmosfair, MyClimate)? [Ziel und Monat werden aus der vorhergehenden Abfrage eingeblendet]

1. Ja
2. Nein
3. Weiß nicht

2.3.2 Ergebnis-Überblick

Bei den Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer wurde für 2% der Reisen eine CO_2-Kompensation angegeben, für 65% wurde die Kompensation aktiv verneint, für 33% gab es die Antwort „weiß nicht“ oder „keine Angabe“ (Tabelle 16).

Bei den Kurzurlaubsreisen ist der Anteil mit CO_2-Kompensation höher, er lag im November 2018 bei 5% und im Mai 2019 bei knapp 8%.

Tabelle 16: CO_2-Kompensation, Überblick

	Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018	**Kurzurlaubsreisen**		
		Mai 2018 – Okt 2018	Nov 2018 – Apr 2019	**Mai 2018-Apr 2019**
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689	46,1 Mio. Reisen, n=1.849	37,9 Mio. Reisen, n=1.518	83,9 Mio. Reisen, n=3.367
1 - ja	2%	5%	8%	6%
2 - nein	65%	83%	80%	82%
3 – weiß nicht	31%	12%	13%	13%
Keine Angabe	2%	-	-	-

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA *online* 11/2018 und 5/2019

[3] www.test.de/CO_2-Kompensation-Diese-Anbieter-tun-am-meisten-fuer-den-Klimaschutz-5282502-0/, abgerufen am 8.8.2019

2.3.3 Ergebnis nach Reisemerkmalen

Bei den Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer bewegt sich der CO_2-Kompensationsanteil auf einem Niveau von 2-3%, egal an welches Reiseziel die Reise führte und egal mit welchem Anreiseverkehrsmittel und in welcher Art von Unterkunft.

Bei den Kurzurlaubsreisen liegen die Nutzung von CO_2-Kompensationsmöglichkeiten für Auslandsreisen (7%) sowie innerdeutsche Reisen (6%) auf ähnlichem Niveau. Es wurden insbesondere Reisen mit dem Flugzeug oder dem Bus und der Bahn kompensiert (je 9%). Die Nutzungsrate bei Pauschalreisen/Bausteine lag mit 17% auf einem höheren Niveau als bei individuell organisierten Reisen (5%).

Tabelle 17: CO_2-Kompensation nach Reisemerkmalen

CO_2-Kompensation: Ja, Anteil in %	**Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018**		**Kurzurlaubsreisen Mai 2018-Apr 2019**	
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689		83,9 Mio. Reisen, n=3.367	
	Mio. Reisen	Anteil %	Mio. Reisen	Anteil %
Reiseziel				
Deutschland	18,9	2	61,2	6
Ausland	51,1	2	22,7	7
Darin: Mittelmeerraum	25,8	2	-	
Darin: Restl. Europa	19,7	2	-	
Darin: Fernreisen	5,7	3	-	
Verkehrsmittel				
Flugzeug	28,6	2	9,6	9
Auto	31,3	2	53,1	5
Bahn/Bus	8,0	2	20,6	9
Schiff, Sonstiges	2,1	2	0,7	0
Unterkunft				
Hotellerie	36,9	2	50,0	7
Selbstverpflegung	26,1	2	29,0	6
Camping	4,9	2	3,5	5
Schiff, Sonstiges	2,1	2	1,4	2
Darin: Kreuzfahrtschiff	1,5	3	-	
Darin: Sonstiges	0,6	0	-	
Organisation				
Pauschal/Baustein	30,3	2	14,1	17
Individuell	31,6	2	54,5	5
Nicht vorgebucht	8,1	2	15,3	1

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA *online* 11/2018 und 5/2019. Prozentangaben sind Zeilenprozent und beziehen sich auf die Basis in der spalte links daneben.

2.3.4 Ergebnis nach Personenmerkmalen

Bei den Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer bewegt sich der CO_2-Kompensationsanteil auf einem Niveau von 1-3%, egal welche Personengruppe man betrachtet.

Bei den Kurzurlaubsreisen liegt die Nutzung von CO_2-Kompensationsmöglichkeiten für bei Reisen der jüngsten Altersgruppe und bei Familien mit Kindern deutlich über dem Durchschnitt.

Tabelle 18: CO_2-Kompensation nach Personenmerkmalen

CO_2-Kompensation: Ja, Anteil in %	**Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018**		**Kurzurlaubsreisen Mai 2018-Apr 2019**	
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689		83,9 Mio. Reisen, n=3.367	
	Mio. Reisen	Anteil %	Mio. Reisen	Anteil %
Altersgruppen				
14-29 Jahre	14,7	1	21,4	12
30-59 Jahre	35,2	2	45,6	5
60 Jahre und älter	20,1	3	17,0	2
Haushaltsnettoeinkommen				
Bis EUR 2.499	25,1	2	26,9	7
EUR 2.500-3.999	26,6	2	30,0	6
EUR 4.000 und mehr	18,3	3	27,0	5
Wohnort				
West, ≥ 50.000 Einwohner	23,4	2	28,3	8
West, < 50.000 Einwohner	32,0	2	38,7	5
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,8	3	8,8	7
Ost, < 50.000 Einwohner	7,8	2	8,1	6
Haushalts-Struktur				
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	13,1	2	15,5	13
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,0	2	68,4	4

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA 11/2018 und 5/2019 *online.* Einkommensklassen in der RA *online* sind um EUR 1 verschoben. Prozentangaben sind Zeilenprozent und beziehen sich auf die Basis in der Spalte links daneben.

2.3.5 Eckdaten für Geschäftsreisen

Aus der aktuellen Welle der RA *Business* (Datenerhebung im Mai und Juli 2019) liegen Vergleichsdaten für die Geschäftsreisen in Deutschland vor. Danach liegt der Anteil der Geschäftsreisen, für die eine CO_2-Kompensation aktiv bejaht wurde, bei 11% (Tabelle 19), also deutlich höher als bei Urlaubsreisen (2%) und Kurzurlaubsreisen (5-8%). Bei Fluggeschäftsreisen wird für 12% der Reisen eine CO_2-Kompensation berichtet. Deutlich erhöhte Anteile werden für Incentivereisen (24%) berichte. Incentivereisen sind motivationsfördernde Reise mit Belohnungscharakter (Eisenstein et al., 2019, S. 223 ff.), sie haben nach den Erhebungen der RA *Business* aber nur einen Marktanteil von 4% an allen Übernachtungsgeschäftsreisen.

Tabelle 19: CO_2-Kompensation bei Geschäftsreisen

CO_2-Kompensation	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2018 – April 2019
Basis	78,5 Mio. Reisen, n=3.419
Ja	11%
Nein	72%
Weiß nicht	18%

Geschäftsreisen mit mindestens einer Übernachtung, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland 14-75 Jahre, RA online 5/2019 und RA Business 7/2019

2.3.6 Fazit

Die bewusste Nutzung von CO_2-Kompensationsmöglichkeiten hat mit 6% der Kurzurlaubsreisen und nur 2% der längeren Urlaubsreisen ein ausgesprochen niedriges Level. Bei Kurzurlaubsreisen mit dem Flugzeug wird eine etwas höhere Nutzungsrate berichtet (9%), aber bei längeren Flug-Urlaubsreisen bleibt es bei 2%. Bei Geschäftsreisen liegt die berichtete Nutzungsrate mit 11% höher als bei Urlaubsreisen.

Deutliche Unterschiede in den Reise- oder Personenmerkmalen lassen sich kaum feststellen. Allerdings scheint es bei pauschal organisierten Kurzurlaubsreisen eine höhere Nutzungsrate zu geben.

Angesichts der Tatsache, dass hochwertige Kompensationsmöglichkeiten schon seit Jahren im Markt etabliert, getestet und mit Qualitätsstandards hinterlegt sind, kann die niedrige Nutzungsrate kaum mit einem fehlenden Angebot begründet werden. Ob die Nutzungsrate bei Integration der Kompensation in die Buchungsstrecke oder bei Opt-out-Modellen deutlich höher liegt, kann aus unseren Daten nicht ermittelt werden.

Kompensationsschemata wurden im Zuge der „Greta-Diskussion“ seit Beginn des Jahres 2019 verstärkt in den Medien diskutiert. Das kann die im Mai 2019 etwas höher ausfallenden Nutzungsraten im Vergleich zu November 2019 beeinflusst haben. Mehr Sicherheit diesbezüglich lässt sich aber nur durch weitere Messungen erreichen.

2.4 Umweltzeichen

2.4.1 Erhebungsfrage

Die Erhebungsfrage zielt auf ein besonderes Umweltzeichen ab. Dieses wird zusätzlich mit dem Begriff „Ökolabel etc.“ illustriert. Im zweiten Satzteil wird alternativ nach einer besonderen Nachhaltigkeitskennzeichnung gefragt. Damit ist zum einen eine semantische Verknüpfung zu Kennzeichnungen, die aus anderen Branchen bekannt sein könnten, gegeben (z. B. das „EU Ecolabel“), zum anderen wird in erster Linie auf Umweltzeichen hingewiesen, ohne das breiter gefasste Nachhaltigkeitskonzept zu vernachlässigen. Die Frage bezieht sich explizit auf Unterkunft oder Reiseveranstalter, weil Umweltzeichen oder Nachhaltigkeits-kennzeichnungen für

den Transportbestandteil der Urlaubsreise wenig verbreitet und für andere Bestandteile (z. B. Freizeitgestaltung) in der Regel nur von untergeordneter Bedeutung sind.

De Antwortoptionen berücksichtigen explizit, dass die Befragungsperson die Antwort nicht weiß. Dafür kann es verschiedene Gründe geben, z. B. dass die Reise zu lange zurückliegt, dass ein evtl. vorhandenes Ökolabel gar nicht wahrgenommen wurde (Schmücker et al., 2018) oder dass die Befragungsperson bei der Entscheidung nicht unmittelbar involviert war.

Erhebungsfrage Umweltzeichen

RA *face-to-face*: Hatten die Unterkunft oder der Reiseveranstalter bei dieser Urlaubsreise ein besonderes Umweltzeichen (Ökolabel, etc.) oder eine besondere Nachhaltigkeitskennzeichnung? [Interviewer*anweisung: Antwortvorgaben vorlesen! Nur EINE Nennung möglich!]

RA *online*: Hatten die Unterkunft oder der Reiseveranstalter bei dieser Kurzurlaubsreise nach [Ziel] im [Monat] ein besonderes Umweltzeichen (Ökolabel, etc.) oder eine besondere Nachhaltigkeitskennzeichnung? [Ziel und Monat werden aus der vorhergehenden Abfrage eingeblendet]

1. Ja
2. Nein
3. Weiß nicht

2.4.2 Ergebnis-Überblick

Bei 6% der längeren Urlaubsreisen und bei 8% der Kurzurlaubsreisen wurden Angebote mit Umweltkennzeichnung genutzt. Interessant ist die Entwicklung bei den Kurzurlaubsreisen, hier stieg der Wert von 7% im November 2018 auf 10% im Mai 2019 an.

Tabelle 20: Umweltzeichen, Überblick

	Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018	**Kurzurlaubsreisen**		
		Mai 2018 – Okt 2018	Nov 2018 – Apr 2019	**Mai 2018- Apr 2019**
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689	46,1 Mio. Reisen, n=1.849	37,9 Mio. Reisen, n=1.518	83,9 Mio. Reisen, n=3.367
1 - ja	6%	7%	10%	8%
2 - nein	56%	61%	61%	61%
3 - weiß nicht	36%	32%	29%	31%
Keine Angabe	2%	-	-	-

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA 11/2018 und 5/2019 *online*

2.4.3 Ergebnis nach Reisemerkmalen

Bezüglich Nutzung von Umweltzeichen erkennen wir bei den Reisemerkmalen bei längeren Urlaubsreisen größere Unterschiede als bei den Kurzurlaubsreisen. Bei den Reisezielen von längeren Urlaubsreisen finden wir den höchsten Wert von Umweltzeichen mit 8% beim „Restl. Europa", den niedrigsten mit 4% bei Mittelmeerreisen. Beim Verkehrsmittel liegt die Spanne der Ergebnisse zwischen 4% bei Flugreisen und 10% bei Reisen mit dem Schiff.

Tabelle 21: Umweltzeichen nach Reisemerkmalen

Umweltzeichen bzw. Nachhaltigkeitskennzeichnung: Ja, Anteil in %	Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018		Kurzurlaubsreisen Mai 2018-Apr 2019	
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689		83,9 Mio. Reisen, n=3.367	
	Mio. Reisen	Anteil %	Mio. Reisen	Anteil %
Reiseziel				
Deutschland	18,9	7	61,2	8
Ausland	51,1	6	22,7	8
Darin: Mittelmeerraum	25,8	4	-	
Darin: Restl. Europa	19,7	8	-	
Darin: Fernreisen	5,7	5	-	
Verkehrsmittel				
Flugzeug	28,6	4	9,6	10
Auto	31,3	8	53,1	7
Bahn/Bus	8,0	5	20,6	10
Schiff, Sonstiges	2,1	10	0,7	7
Unterkunft				
Hotellerie	36,9	6	50,0	9
Selbstverpflegung	26,1	5	29,0	7
Camping	4,9	10	3,5	9
Schiff, Sonstiges	2,1	8	1,4	8
Darin: Kreuzfahrtschiff	1,5	10	-	
Darin: Sonstiges	0,6	2	-	
Organisation				
Pauschal/Baustein	30,3	6	14,1	23
Individuell	31,6	7	54,5	6
Nicht vorgebucht	8,1	4	15,3	2

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA *online* 11/2018 und 5/2019. Prozentangaben sind Zeilenprozent und beziehen sich auf die Basis in der Spalte links daneben.

2.4.4 Ergebnis nach Personenmerkmalen

Hier gibt es recht deutliche Unterschiede zwischen den Personenmerkmalen, aber auch zwischen längeren Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen. Bei längeren Urlaubsreisen ist die Nutzung von Umweltzeichen in der mittleren und älteren Altersgruppe, in den höheren Einkommenskategorien und im Osten überdurchschnittlich. Bei den Kurzurlaubsreisen sind die Werte bei den Jüngeren, in westdeutschen Großstädten und bei Familien mit Kindern überdurchschnittlich.

Tabelle 22: Umweltzeichen nach Personenmerkmalen

Umweltzeichen bzw. Nachhaltigkeitskennzeichnung: Ja, Anteil in %	Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018		Kurzurlaubsreisen Mai 2018-Apr 2019	
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689		83,9 Mio. Reisen, n=3.367	
	Mio. Reisen	Anteil %	Mio. Reisen	Anteil %
Altersgruppen				
14-29 Jahre	14,7	3	21,4	13
30-59 Jahre	35,2	7	45,6	7
60 Jahre und älter	20,1	7	17,0	6
Haushaltsnettoeinkommen				
Bis EUR 2.499	25,1	4	26,9	9
EUR 2.500-3.999	26,6	7	30,0	8
EUR 4.000 und mehr	18,3	7	27,0	9
Wohnort				
West, ≥ 50.000 Einwohner	23,4	5	28,3	11
West, < 50.000 Einwohner	32,0	6	38,7	7
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,8	8	8,8	8
Ost, < 50.000 Einwohner	7,8	7	8,1	8
Haushalts-Struktur				
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	13,1	7	15,5	18
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,0	6	68,4	6

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA 11/2018 und 5/2019 *online.* Einkommensklassen in der RA *online* sind um EUR 1 verschoben. Prozentangaben sind Zeilenprozent und beziehen sich auf die Basis in der Spalte links daneben.

2.4.5 Eckdaten für Geschäftsreisen

Aus der aktuellen Welle der RA *Business* (Datenerhebung im Mai und Juli 2019) liegen Vergleichsdaten für die Geschäftsreisen in Deutschland vor.

Danach liegt der Anteil der Geschäftsreisen, bei denen ein Angebot mit Umweltzeichen oder Nachhaltigkeitslabel genutzt wurde, bei 14% (Tabelle 23), also deutlich höher als bei Urlaubsreisen (6%) und Kurzurlaubsreisen (8%). Bei Incentivereisen wird sogar für fast jede dritte Reise (30%) ein Umweltzeichen oder Nachhaltigkeitslabel aktiv berichtet.

Tabelle 23: Umweltzeichen bei Geschäftsreisen

Umweltzeichen bzw. Nachhaltigkeitskennzeichnung	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2018 – April 2019
Basis	78,5 Mio. Reisen, n=3.419
Ja	14%
Nein	58%
Weiß nicht	28%

Geschäftsreisen mit mindestens einer Übernachtung, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland 14-75 Jahre, RA online 5/2019 und RA Business 7/2019

2.4.6 Fazit

Umwelt- und Nachhaltigkeitskennzeichnungen (Labels) bei Urlaubsreisen treffen erwartungsgemäß nur auf wenig Interesse: Für weniger als 10% der Urlaubsreisen wird eine Buchung so ausgezeichneter Angebote berichtet. Der Anteil derjenigen, die nicht wissen, ob sie so ein Angebot gebucht haben oder nicht (und denen man deshalb ein Desinteresse am Thema unterstellen kann), ist mit über 30% deutlich größer.

Bei Kurzurlaubsreisen ist die berichtete Nutzung etwas höher als bei langen Urlaubsreisen, und bei den Kurzurlaubsreisen fallen vor allem die Pauschal- und Bausteinreisen mit 23% berichteter Nutzung deutlich aus dem Rahmen. Bei den Kurzurlaubsreisen sind auch jüngere Reisende besser ansprechbar, während es bei den Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, auch aufgrund der ohnehin sehr niedrigen Nutzungsraten, kaum demographische oder reisebezogene Unterschiede zu konstatieren gibt. Bei den Geschäftsreisen, die in einer separaten Stichprobe untersucht wurden, liegt der Nutzungsgrad mit 14% höher als bei Urlaubsreisen.

Die bewusste Nutzung von Umweltzeichen und damit die Marktdurchdringung ist trotz der seit Jahren anhaltenden Bemühungen um umweltbezogene Zertifizierungssysteme und der Vielzahl der im Markt vorhandenen Zertifizierungssysteme immer noch als gering zu beurteilen.

2.5 Nachhaltigkeitsrelevanz

Unter Nachhaltigkeitsrelevanz verstehen wir die subjektive Einschätzung des Befragten, welche Rolle Nachhaltigkeitsüberlegungen bei der Urlaubsgestaltung gespielt haben. Diese Frage zielt also weniger auf die Erhebung tatsächlichen Verhaltens ab, ist dafür aber etwas breiter gefasst als die vorhergehenden Fragen zur CO_2-Kompensation und zur Nutzung von Angeboten mit Umweltzeichen.

2.5.1 Erhebungsfrage

Für die Messung der Nachhaltigkeitsrelevanz haben wir für die Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer (RA *face-to-face*) bzw. für die Kurzurlaubsreisen (RA *online*) die Zustimmung der Reisenden zu einer von vier Antwortmöglichkeiten erhoben. Um sicherzustellen, dass die Befragten mit dem Erhebungsbegriff „Nachhaltigkeit“ etwas anfangen können und um ein einheitliches Begriffsverständnis zu erreichen, wurde die Erläuterung „ökologisch verträglich, ressourcenschonend, umweltfreundlich und sozial verträglich“ eingefügt.

Erhebungsfragen Nachhaltigkeitsrelevanz

Nun geht es noch einmal speziell um Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen, d. h. wie ökologisch verträglich, ressourcenschonend, umweltfreundlich und sozial verträglich der Urlaub gestaltet war.

RA *face-to-face*: Wenn Sie einmal an diese Urlaubsreise zurückdenken: Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu? [Interviewweranweisung: Liste 50 vorlegen! Nur EINE Nennung möglich!]

RA *online*: Wenn Sie einmal an diese Kurzurlaubsreise nach [Ziel] im [Monat] zurückdenken: Welche der folgenden Aussagen trifft zu?

1. Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten.
2. Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Gestaltung der Reise.
3. Nachhaltigkeit hatte bei dieser Reise keine Bedeutung.
4. Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht.

Diese Frage ist angelehnt an eine in der RA 2014 gestellte Frage zur Bedeutung der Nachhaltigkeit bei der Haupturlaubsreise 2013 (Günther et al., 2014, S. 59 ff.). Allerdings wurde die Zahl der Antwortmöglichkeiten auf vier reduziert und die Möglichkeit der Mehrfachnennung ausgeschlossen. Die seinerzeit vorhandene Antwortmöglichkeit „Nachhaltigkeit war das zentrale Entscheidungskriterium bei der Auswahl der Reise“ (genannt für 2% aller Haupturlaubsreisen) wurde nicht mehr berücksichtigt.

Außerdem bezieht sich die Frage nunmehr nicht nur auf die Haupturlaubsreise, sondern wurde für alle Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen erhoben.

2.5.2 Ergebnis-Überblick

Für nur 4% der Urlaubsreisen und für 8% der Kurzurlaubsreisen wurde angegeben, dass Nachhaltigkeitsüberlegungen bei der Auswahl zwischen sonst gleichwertigen Angeboten den Ausschlag gegeben haben. Deutlich größer ist der Anteil der Urlaubs- bzw. Kurzurlaubsreisen, bei denen Nachhaltigkeit neben anderen Dingen ein Aspekt der Reiseplanung war (23%).

Tabelle 24: Nachhaltigkeitsrelevanz, Überblick

	Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018	**Kurzurlaubsreisen**		
		Mai 2018 – Okt 2018	Nov 2018 – Apr 2019	**Mai 2018-Apr 2019**
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689	46,1 Mio. Reisen, n=1.849	37,9 Mio. Reisen, n=1.518	83,9 Mio. Reisen, n=3.367
1 -Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten.	4%	7%	8%	8%
2 - Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Gestaltung der Reise.	23%	22%	26%	23%
3 - Nachhaltigkeit hatte bei dieser Reise keine Bedeutung.	58%	59%	57%	58%
4 - Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht	14%	13%	9%	11%
Keine Angabe	2%	-	-	

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA 11/2018 und 5/2019 *online*

2.5.3 Ergebnis nach Reisemerkmalen

Bezüglich der „harten" Relevanz der Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung erkennen wir bei den Reisemerkmalen bei längeren Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen gewisse Unterschiede. Bei den Reisezielen von längeren Urlaubsreisen finden wir den höchsten Wert mit 5% bei Inlandsreisen und Reisen ins „Restliche Europa", den niedrigsten mit 2% bei Fernreisen. Die Betrachtung nach Verkehrsmitteln zeigt, dass der Wert bei Bahn/Bus-Kurzreisen mit 10% vergleichsweise hoch ist.

Bei der Urlaubsgestaltung spielt die „weichere" Relevanzstufe (Nachhaltigkeit war ein Aspekt neben anderen) eine wichtigere Rolle. Unterschiede lassen sich vor allem bei der Verkehrsmittelwahl feststellen: Bei 43% der Kurzurlaubsreisen mit Bahn oder Bus war Nachhaltigkeit ein Aspekt von Mehreren, genauso bei 33% der längeren Auto-Urlaubsreisen. Die Werte bei Reisen mit anderen Verkehrsmitteln liegen teilweise deutlich niedriger. Auch in den Segmenten „Camping" (längere Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen) und bei den pauschal gebuchten Kurzurlaubsreisen finden wir überdurchschnittliche Werte.

Tabelle 25: Nachhaltigkeitsrelevanz nach Reisemerkmalen (Top 1)

„Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten“, Anteil in %	Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018		Kurzurlaubsreisen Mai 2018-Apr 2019	
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689		83,9 Mio. Reisen, n=3.367	
	Mio. Reisen	Anteil %	Mio. Reisen	Anteil %
Reiseziel				
Deutschland	18,9	5	61,2	8
Ausland	51,1	4	22,7	8
Darin: Mittelmeerraum	25,8	3	-	-
Darin: Restliches Europa	19,7	5	-	-
Darin: Fernreisen	5,7	2	-	-
Verkehrsmittel				
Flugzeug	28,6	3	9,6	8
Auto	31,3	5	53,1	7
Bahn/Bus	8,0	4	20,6	10
Schiff, Sonstiges	2,1	2	0,7	2
Unterkunft				
Hotellerie	36,9	4	50,0	8
Selbstverpflegung	26,1	4	29,0	7
Camping	4,9	6	3,5	8
Schiff, Sonstiges	2,1	2	1,4	6
Darin: Kreuzfahrtschiff	1,5	1	-	-
Darin: Sonstiges	0,6	3	-	-
Organisation				
Pauschal/Baustein	30,3	3	14,1	19
Individuell	31,6	4	54,5	6
Nicht vorgebucht	8,1	6	15,3	4

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA *online* 11/2018 und 5/2019. Prozentangaben sind Zeilenprozent und beziehen sich auf die Basis in der Spalte links daneben.

Tabelle 26: Nachhaltigkeitsrelevanz nach Reisemerkmalen (Top 2)

Top 2: Nachhaltigkeit hat Ausschlag gegeben oder war ein Aspekt von mehreren, Anteil in %	Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018		Kurzurlaubsreisen Mai 2018-Apr 2019	
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689		83,9 Mio. Reisen, n=3.367	
	Mio. Reisen	Anteil %	Mio. Reisen	Anteil %
Reiseziel				
Deutschland	18,9	31	61,2	31
Ausland	51,1	25	22,7	31
Darin: Mittelmeerraum	25,8	22	-	
Darin: Restliches Europa	19,7	30	-	
Darin: Fernreisen	5,7	22	-	
Verkehrsmittel				
Flugzeug	28,6	20	9,6	30
Auto	31,3	33	53,1	27
Bahn/Bus	8,0	26	20,6	43
Schiff, Sonstiges	2,1	30	0,7	14
Unterkunft				
Hotellerie	36,9	26	50,0	32
Selbstverpflegung	26,1	26	29,0	29
Camping	4,9	37	3,5	35
Schiff, Sonstiges	2,1	26	1,4	28
Darin: Kreuzfahrtschiff	1,5	24	-	
Darin: Sonstiges	0,6	30	-	
Organisation				
Pauschal/Baustein	30,3	24	14,1	54
Individuell	31,6	30	54,5	29
Nicht vorgebucht	8,1	26	15,3	20

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA 11/2018 und 5/2019 *online*

Große Unterschiede zwischen den Reisezielen

Bei den Reisezielen finden wir große Unterschiede hinsichtlich der Nachhaltigkeitsrelevanz. So finden wir einerseits Ziele, bei denen ein stark überdurchschnittlicher Anteil von Reisenden eine hohe oder sehr hohe Nachhaltigkeitsrelevanz (Top 2) äußert. Beispiele sind Österreich (38% der Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer), Mittelitalien (38%), Mecklenburg-Vorpommern (39%) oder Reiseziele in Skandinavien (48%, in Schweden, bei geringer Fallzahl, sogar 64%).

Am anderen Ende der Skala finden wir Länder wie die Türkei (14%), Ägypten (12%) oder die USA (8%)

Spanien nimmt insgesamt nur eine mittlere Position ein (21% der Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer), und insbesondere die Baleareninseln weisen noch niedrigere Werte auf (Mallorca 16%, Formentera/Menorca/Ibiza 13%)

Deutschland liegt mit insgesamt 31% etwas über dem Durchschnitt. Unter den deutschen Bundesländern liegt Mecklenburg-Vorpommern an der Spitze (39%), gefolgt von Schleswig-Holstein (34%), Niedersachsen (32%) und Bayern (30%).

© 2019 NIT

2.5.4 Ergebnis nach Personenmerkmalen

Überdurchschnittliche „harte“ Relevanzraten (Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben) findet man bei Kurzurlaubsreisen der 14- bis 29-Jährigen sowie in Haushalten mit Kindern (je 13%). Bei den längeren Urlaubsreisen fallen die Reisen aus östlichen Wohnorten mit weniger als 50.000 Einwohnern positiv auf (10%).

Blickt man auf die „weiche“ Relevanzstufe finden wir generell höhere Werte. Die höchsten Werte gibt es auch hier bei den Kurzreisen in der jüngsten Altersgruppe und von Haushalten mit Kind (42% und 40%).

Tabelle 27: Nachhaltigkeitsrelevanz nach Personenmerkmalen (Top 1)

„Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten“, Anteil in %	**Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018**		**Kurzurlaubsreisen Mai 2018-Apr 2019**	
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689		83,9 Mio. Reisen, n=3.367	
	Mio. Reisen	Anteil %	Mio. Reisen	Anteil %
Altersgruppen				
14-29 Jahre	14,7	3	21,4	13
30-59 Jahre	35,2	4	45,6	7
60 Jahre und älter	20,1	5	17,0	3
Haushaltsnettoeinkommen				
Bis EUR 2.499	25,1	5	26,9	9
EUR 2.500-3.999	26,6	4	30,0	7
EUR 4.000 und mehr	18,3	3	27,0	9
Wohnort				
West, ≥ 50.000 Einwohner	23,4	3	28,3	9
West, < 50.000 Einwohner	32,0	3	38,7	7
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,8	5	8,8	10
Ost, < 50.000 Einwohner	7,8	10	8,1	7
Haushalts-Struktur				
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	13,1	3	15,5	13
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,0	4	68,4	7

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA *online* 11/2018 und 5/2019. Einkommensklassen in der RA *online* sind um EUR 1 verschoben. Prozentangaben sind Zeilenprozent und beziehen sich auf die Basis in der Spalte links daneben.

Tabelle 28: Nachhaltigkeitsrelevanz nach Personenmerkmalen (Top 2)

Top 2: Nachhaltigkeit hat Ausschlag gegeben oder war ein Aspekt von mehreren, Anteil in %	Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018		Kurzurlaubsreisen Mai 2018-Apr 2019	
Basis	70,1 Mio. Reisen, n=7.689		83,9 Mio. Reisen, n=3.367	
	Mio. Reisen	Anteil %	Mio. Reisen	Anteil %
Altersgruppen				
14-29 Jahre	14,7	23	21,4	42
30-59 Jahre	35,2	27	45,6	30
60 Jahre und älter	20,1	30	17,0	22
Haushaltsnettoeinkommen				
Bis EUR 2.499	25,1	25	26,9	36
EUR 2.500-3.999	26,6	28	30,0	30
EUR 4.000 und mehr	18,3	28	27,0	28
Wohnort				
West, ≥ 50.000 Einwohner	23,4	26	28,3	34
West, < 50.000 Einwohner	32,0	27	38,7	29
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,8	24	8,8	33
Ost, < 50.000 Einwohner	7,8	29	8,1	31
Haushalts-Struktur				
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	13,1	30	15,5	40
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,0	26	68,4	29

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise im Halbjahr), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14-75 Jahre, RA 11/2018 und 5/2019 *online.* Einkommensklassen in der RA *online* sind um EUR 1 verschoben.

2.5.5 Zeitliche Entwicklung

Vergleicht man die Daten für Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer von 2019 mit denen von 2014, so ist die geänderte Erhebungsfrage zu berücksichtigen: War in der RA 2019 nur eine Antwort aus vier Antwortvorgaben möglich, gab es in der RA 2014 die Möglichkeit, mehrere Antworten aus insgesamt zehn Antwortvorgaben zu wählen (Günther et al., 2014, S. 59). Nimmt man aus Vergleichbarkeitsgründen nur die vier in Tabelle 29 aufgeführten Kategorien, so summieren sich diese auf 73%.

Gleichwohl gibt es einige bemerkenswerte Entwicklungen. So sind die Kategorien 2 (Nachhaltigkeit war ein Aspekt unter mehreren) und 3 (Nachhaltigkeit spielte bei dieser Reise keine Rolle) erwartungsgemäß gestiegen. Keine Veränderung gab es aber in den Topkategorien. Vor allem aber ist der Anteil derjenigen, die sich überhaupt nicht für Nachhaltigkeit bei Reisen interessieren, von 31% auf 15% zurückgegangen.

Der in diesen Daten für den Zeitraum von fünf Jahren zu sehende Einstellungswandel beschreibt also vor allem eine Abkehr von negativen Einstellungen zu Nachhaltigkeit („spielt keine Rolle“) und weniger eine Hinwendung zu positiven Einstellungen („war entscheidend“).

Tabelle 29: Nachhaltigkeitsrelevanz bei Haupturlaubsreisen 2013 und 2018

	Haupturlaubsreisen ab fünf Tage Dauer		
	Jan-Dez 2013	Jan-Dez 2018	**Veränderung (Prozentpunkte)**
Basis	54,8 Mio. Reisen, n=6.070	55,0 Mio. Reisen, n=6.041	
1 -Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten.	4% (a)	4%	± 0
2 - Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Gestaltung der Reise.	11%	23%	+ 12
3 - Nachhaltigkeit hatte bei dieser Reise keine Bedeutung.	26%	58%	+ 32
4 - Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht	31%	14%	- 16
Keine Angabe	1%	2%	+ 1
Summe	73%	100%	+ 27

(a) inkl. „Nachhaltigkeit war das zentrale Entscheidungskriterium bei der Auswahl der Reise“
Haupturlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2014 und 2019 *face-to-face*;

2.5.6 Eckdaten für Geschäftsreisen

Aus der aktuellen Welle der RA *Business* (Datenerhebung im Mai und Juli 2019) liegen Vergleichsdaten für die Geschäftsreisen in Deutschland vor. Danach ist der Anteil der Geschäftsreisen, bei denen einen entscheidende Bedeutung von Nachhaltigkeitsaspekten berichtet wird, mit 12% um ein Vielfaches größer als bei Urlaubsreisen (4%) und Kurzurlaubsreisen (8%). Der Anteil der zweiten Antwortkategorie liegt mit 25% etwa auf dem gleichen Niveau wie bei Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen (Tabelle 30**Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**).

Tabelle 30: Nachhaltigkeitsrelevanz bei Geschäftsreisen

Nachhaltigkeitsrelevanz bei Geschäftsreisen	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2018 – April 2019
Basis	78,5 Mio. Reisen, n=3.419
1 - Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten.	12%
2 - Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Gestaltung der Reise.	25%
3 - Nachhaltigkeit hatte bei dieser Reise keine Bedeutung.	41%
4 - Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht	17%
Keine Angabe	6%

Geschäftsreisen mit mindestens einer Übernachtung, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland 14-75 Jahre, RA 5/2019 online und RA Business 7/2019

Zwischen den Geschäftsreisearten gibt es kaum Unterschiede, allerdings wird für Incentivereisen mit 20% ein höherer Anteil von Nachhaltigkeit als ausschlaggebendem Kriterium berichtet. Bei Reisen mit Bus und Bahn wird häufiger berichtet, dass Nachhaltigkeit den Ausschlag gegeben hat (16%) oder mitentscheidend war (34%) und weniger häufig, dass bei dieser Reise Nachhaltigkeit keine Rolle spielte (30%).

2.5.7 Fazit

Der Anteil der „harten" Nachhaltigkeitsrelevanz (Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben) ist mit 8% der Kurzurlaubsreisen und 4% der längeren Urlaubsreisen etwa auf dem Niveau der Nutzungsraten von Umweltzeichen und CO_2-Kompensation. Bei Geschäftsreisen liegt der Wert mit 12% wiederum höher als bei Urlaubsreisen.

Bezieht man die etwas „weichere" Relevanzstufe (Nachhaltigkeit war ein Aspekt neben anderen) mit ein, so kommen noch einmal 23% der Urlaubsreisen hinzu.

Vor allem bei Kurzurlaubsreisen, für die Bahn oder Bus gewählt wurden, finden wir deutlich höhere Relevanzraten. Wiederum bei Kurzurlaubsreisen berichten auch jüngere Reisende bzw. Reisende mit Kindern im Haushalt deutlich häufiger über eine ausschlaggebende Rolle von Nachhaltigkeit bei der Reise.

Im zeitlichen Verlauf seit 2013 hat die Kategorie „Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht" an Bedeutung verloren, ohne dass sich bei der konkreten Reise viel verändert hätte. Einstellungswandel beschreibt also vor allem eine Abkehr von negativen Einstellungen zu Nachhaltigkeit („spielt keine Rolle") und weniger eine Hinwendung zu positiven Einstellungen („war entscheidend").

2.6 Einstellung zu nachhaltigen Urlaubsreisen

Einstellungen beschreiben, wie jemand (z. B. ein Tourist) etwas (z. B. Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen) beurteilt. „Einstellungen regeln die Bereitschaft, auf den Gegenstand der Einstellung mit Zu oder Abwendung zu reagieren" (Felser, 2007, S. 317).

Einstellungen sind also per se subjektiv und nicht objektivierbar. Während es grundsätzlich möglich ist, in Befragungen erhobene Verhaltensmerkmale zu überprüfen (war die Person tatsächlich im Urlaub?), gelingt dies bei Einstellungsfragen nicht. Wir beschreiben die Einstellungen hier auf Basis von Personen, nicht, wie bei den anderen fünf Indikatoren, auf Basis von Reisen.

2.6.1 Erhebungsfrage

Die Einstellungsfrage in der RA *face-to-face* umfasst mehrere Aspekte (2019 insgesamt sieben Items), von denen wir in diesem Bericht nur zwei ausgewählte darstellen. Die Frage richtet sich auf Urlaubsreisen im Allgemeinen (nicht auf eine spezielle Reise, z. B. die Haupturlaubsreise).

Die Antwortmöglichkeiten sind in einer fünfstufigen pseudonumerischen Skala mit verbalisierten Endpunkten abgebildet.

Erhebungsfrage Einstellungen

Wenn Sie einmal ganz allgemein an Urlaubsreisen denken – unabhängig von einem konkreten Reiseziel: Auf welche Weise gestalten Sie am liebsten Ihre Urlaubsreisen? Auf dieser Liste stehen einige Aussagen und Meinungen zur Gestaltung von Urlaubsreisen.

Bitte sagen Sie mir, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zutreffen. Dabei bedeutet die „1"=„trifft voll und ganz zu" und die „5"=„trifft ganz und gar nicht zu".

Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

1. Mein Urlaub soll so preiswert wie möglich sein.
2. In meinem Urlaub habe ich es am liebsten richtig luxuriös, das darf dann auch Geld kosten.
3. In meinem Urlaub möchte ich gute Qualität zu einem fairen Preis.
4. Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.
5. Mein Urlaub soll möglichst sozial verträglich sein (d. h. faire Arbeitsbedingungen fürs Personal und Respektieren der einheimischen Bevölkerung).
6. Gutes regionales Essen und Trinken sind für mich wichtig bei der Entscheidung für ein Reiseziel.
7. Ich mache meinen Urlaub gerne in ursprünglichen Dörfern.

© 2019 NIT

2.6.2 Ergebnis-Überblick

Die Einstellungen zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen lassen sich anhand des fünffach gestuften Erhebungsinventars und der zwei relevanten Items detailliert analysieren.

Die Tabelle 31 stellt zunächst die Ergebnisse für alle fünf Stufen und beide Items dar. Wie schon in der Vergangenheit, findet die soziale Komponente von Nachhaltigkeit etwas mehr Zustimmung als die ökologische Komponente. die TOP2-Werte (Skalenwerte 1 und 2) betragen51% und 42%.

Tabelle 31: Einstellungen zu nachhaltigen Urlaubsreisen

	Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.	Mein Urlaub soll möglichst sozial-verträglich sein (d.h. faire Arbeitsbedingungen fürs Personal und Respektieren der einheimischen Bevölkerung).
1 trifft voll und ganz zu	15%	21%
2	27%	30%
3	40%	35%
4	11%	7%
5 trifft ganz und gar nicht zu	7%	5%
keine Angabe	1%	1%
TOP 2	42%	51%

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, 70,5 Mio., n=7.733, Angaben in Prozent; RA 2019 *face-to-face*

Kombiniert man die beiden Aspekte, soziale und ökologische Nachhaltigkeit, so ergibt sich ein *Nettowert* von 56%, bezogen auf die TOP 2: 56% der Bevölkerung äußern gegenüber ökologischen *oder* sozialen Aspekten positive Zustimmung (Skalenwert 1 oder 2). Diese Gruppe bezeichnen wir im Weiteren als Personen *mit* positiver Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen.

37% der Bevölkerung äußern gegenüber beiden Aspekten, ökologische *und* soziale Nachhaltigkeit, eine positive Einstellung. 44% äußern gegenüber keinem der beiden Aspekte, *weder* zur ökologischen *noch* zur sozialen Nachhaltigkeit, eine positive Einstellung. Diese letzte Gruppe bezeichnen wir im Weiteren als Personen *ohne* positive Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen.

Lassen wir diejenigen, die in den vergangenen zwölf Monaten keine Urlaubsreise gemacht haben, außer Betracht, so erhöht sich der Anteil derjenigen mit positiver Einstellung leicht von 56% (Bevölkerung ab 14 Jahre) auf 57% (Urlaubs- oder Kurzurlaubsreise in den letzten zwölf Monaten gemacht).

2.6.3 Ergebnis nach Personenmerkmalen

Der Anteil von Personen *mit* positiver Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen nimmt mit dem Alter leicht zu, von 49% in der jüngsten Altersgruppe auf 60% in der ältesten. Einkommen, Herkunft und Kindern im Haushalt haben keinen Einfluss auf die Nachhaltigkeitseinstellung bei Urlaubsreisen.

Tabelle 32: Einstellungen zur Nachhaltigkeit nach Personenmerkmalen

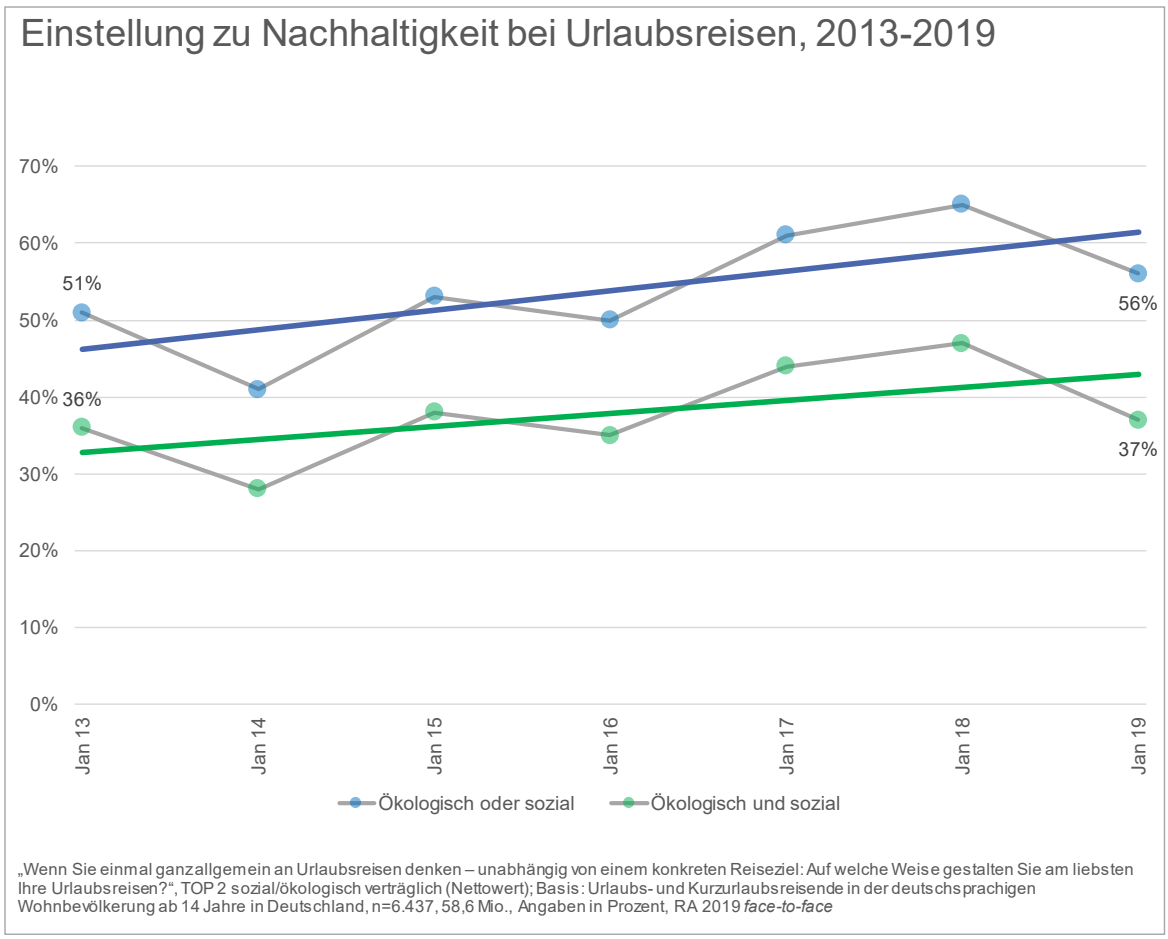
Anteil in %	Personen mit positiver Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen
Alle Befragten	**56**
Altersgruppen	
14-29 Jahre	49
30-59 Jahre	56
60 Jahre und älter	60
Haushaltsnettoeinkommen	
Bis EUR 2.499	54
EUR 2.500-3.999	58
EUR 4.000 und mehr	56
Wohnort	
West, ≥ 50.000 Einwohner	57
West, < 50.000 Einwohner	53
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	59
Ost, < 50.000 Einwohner	59
Haushalts-Struktur	
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	52
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	56

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, 70,5 Mio. Personen, n=7.733, RA 2019 *face-to-face*

2.6.4 Zeitliche Entwicklung

Egal, ob man auf die positiven Zustimmungswerte für ökologische *oder* soziale Aspekten bei der Urlaubsreise oder auf die positiven Zustimmungswerte für ökologische *und* soziale Nachhaltigkeit schaut, erkennen wir eine leichte, aber kontinuierliche Zunahme im Zeitverlauf (Abbildung 12). In beiden Fällen schwanken die Werte um den linearen Trend.

Abbildung 12: Positive Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen, 2013-2019



„Wenn Sie einmal ganz allgemein an Urlaubsreisen denken – unabhängig von einem konkreten Reiseziel: Auf welche Weise gestalten Sie am liebsten Ihre Urlaubsreisen?", TOP 2 sozial/ökologisch verträglich (Nettowert); Basis: Urlaubs- und Kurzurlaubsreisende in der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland, n=6.437, 58,6 Mio., Angaben in Prozent, RA 2019 *face-to-face*

2.6.5 Einstellung und Verhalten

Die Frage, ob eine positive Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen zu einer nachhaltigeren Reisegestaltung führt, lässt sich mit den vorliegenden Daten beantworten.

Wir betrachten dazu Personen mit positiver Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen (39,2 Mio., 56% der Bevölkerung). Das sind Personen, die entweder bei der sozialen oder ökologischen Dimension einen der Top 2-Werte angegeben haben. Die Gegengruppe sind dann die 31,3 Mio. Personen, für die das nicht zutrifft.

Tabelle 33 zeigt, dass die Personengruppen sich weder im Hinblick auf die Reiseintensität (Urlaubsreise gemacht), die Zahl der Urlaubsreisen, die Zahl der Aufenthaltstage oder die Anreisedistanz (insgesamt und per Flugzeug) nennenswert unterscheiden: Stets entfallen 56-57% auf die Personengruppe mit positiver Einstellung. Im Fall von Urlaubsreisen führt eine positive Nachhaltigkeits-Einstellung also nicht zu weniger Konsum (aber auch nicht zu mehr Konsum).

Tabelle 33: Nachhaltigkeitseinstellung und Reiseverhalten

	Bevölkerung ab 14 Jahre insgesamt	Personen mit positiver Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen	Personen ohne positive Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen
Basis	n=7.733	n=4.302	n=3.431
Mio. Personen	70,5	39,2	31,3
in %	100	56	44
Mio. Urlaubsreisende	55,0	31,4	23,6
in %	100	57	43
Mio. Urlaubsreisen	70,1	40,2	30,3
in %	100	57	43
Mio. Aufenthaltstage	875,1	497,4	377,7
in %	100	57	43
Mrd. km Anreise	121,6	68,7	52,9
in %	100	56	44
davon per Flugzeug	91,6	51,9	39,6
in %	100	57	43

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre und deren Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, RA 2019 *face-to-face*

Die Art der Reisegestaltung unterscheidet sich aber durchaus zwischen den beiden Gruppen. Die Gruppe mit positiver Nachhaltigkeitseinstellung berichtet häufiger über durchgeführte CO_2-Kompensation, über die Auswahl von Reiseprodukten mit Umweltzeichen und über eine höhere Nachhaltigkeitsrelevanz bei ihren Urlaubsreisen (Tabelle 34).

Tabelle 34: Nachhaltigkeitseinstellung und Reiseindikatoren

Anteil in %	Alle Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer Jan-Dez 2018	Von Personen mit positiver Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen	Von Personen ohne positive Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen
Basis	70,1 Mio. Reisen n=7.689	40,2 Mio. Reisen n=4.409	29,9 Mio. n=3.280
Nachhaltigkeitsrelevanz Top 1: Hat den Ausschlag gegeben	4	6	2
Nachhaltigkeitsrelevanz Top 2: Ausschlag gegeben oder war ein Aspekt von mehreren	27	35	16
CO_2-Kompensation: Ja	2	3	1
Umweltzeichen bzw. Nachhaltigkeitskennzeichnung: Ja	6	9	2

Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, RA 2019 *face-to-face*

2.6.6 Fazit

Die positive Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen kann inzwischen bei mehr als der Hälfte der Bevölkerung konstatiert werden: 56% der Bevölkerung finden ökologische oder soziale Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen wichtig, wobei der soziale Aspekt etwas mehr Zustimmung erfährt als der Umweltaspekt. Bei älteren Personen mit höherem Einkommen ist die Zustimmung etwas höher als im Durchschnitt der Bevölkerung. In den letzten Jahren ist die positive Einstellung im Trend leicht gewachsen.

Personen mit positiver Nachhaltigkeitseinstellung reisen weder mehr noch weniger als Personen ohne diese positive Einstellung. Sie produzieren pro Person weder mehr noch weniger Urlaubsreisen, Kilometer oder Aufenthaltstage.

Allerdings haben sie eine deutlich höhere Tendenz, Nachhaltigkeitsüberlegungen bei der konkreten Reise als relevant einzustufen, sie kompensieren häufiger und nutzen häufiger Angebote mit Ökolabel – oder zumindest erinnern sie sich besser daran.

Wenn man also nachhaltigere Reiseangebote im Markt fördern will, dann erhöht eine positive Einstellung die Chance, dass solche Angebote auch tatsächlich genutzt werden.

Gleichwohl bleibt eine erhebliche Lücke zwischen Einstellung und Verhalten (Attitude-Behaviour-Gap). Während die Einstellungswerte bei mehr als 50% rangieren, liegen konkrete Nutzungswerte je nach Perspektive bei weniger als 30% (weiche Nachhaltigkeitsrelevanz) oder bei deutlich unter 10% (harte Nachhaltigkeitsrelevanz, CO_2-Kompensation, Umweltzeichen).

3 Fazit und Ausblick

Die Nachhaltigkeitsdiskussion beschäftigt die Tourismusbranche schon seit Jahrzehnten, und seit einiger Zeit mit wachsender Intensität. „Overtourism“ und „Flugscham“ sind Begriffe, die in den vergangenen Monaten auch in den Massenmedien Verwendung gefunden haben.

Die im Rahmen der Reiseanalyse erhobenen und in diesem Bericht vorgestellten Daten zeigen ein aktuelles Bild der Relevanz von Nachhaltigkeit in der Urlaubs-Nachfrage in Deutschland.

Ernüchternde Ergebnisse

Die Ergebnisse sind einigermaßen ernüchternd. Der Anteil der Flugurlaubsreisen, bei denen eine CO_2-Kompensation bewusst getätigt wurde, liegt bei deutlich unter 10% (bei längeren Urlaubsreisen sogar nur bei 2%). In puncto Nachhaltigkeit ausgezeichnete Unterkünfte oder Veranstalter werden bei 6-8% der Urlaubsreisen bewusst ausgewählt und für 4-8% der Urlaubsreisen geben die Touristen an, dass Nachhaltigkeit bei der Entscheidung ein ausschlaggebendes Argument war.

Außerdem ist in den vergangenen Jahren die für Urlaubsreisen zurückgelegte Distanz deutlich gewachsen – und zwar fast ausschließlich für Flugreisen, und hier überwiegend für Fernreisen außerhalb Europas (auch das Mittelmeer hat zugelegt, aber längst nicht im gleichen Umfang). Dafür waren die Besserverdiener verantwortlich, während Menschen mit geringem Einkommen heute sogar weniger Kilometer zurücklegen als noch vor 10-15 Jahren. Gleichzeitig hat sich die Zahl der insgesamt verbrachten Reisetage kaum erhöht. Gerade mit der Zeit vor Ort sind aber in den Destinationen Wertschöpfungschancen verbunden. Um diese Wertschöpfung zu generieren, wird heute deutlich mehr Mobilität produziert als in der Vergangenheit.

Während also die harten Verhaltensmerkmale ein recht wenig nachhaltiges Bild der deutschen Urlaubsnachfrage zeichnen, ist die Einstellung der Bevölkerung gegenüber Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen deutlich positiver, bei leicht steigender Tendenz in den vergangenen Jahren. Deutlich mehr als die Hälfte der Befragten findet Nachhaltigkeitsüberlegungen beim Urlaub wichtig. Es entsteht eine recht große Lücke zwischen Einstellung und Verhalten. Wenn aber Verbraucher in nennenswertem Umfang Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen gut finden (also eine positive Einstellung dazu entwickelt haben), ohne es in Konsum umzusetzen, dann kann diese positive Einstellung eher als Akzeptanz denn als Präferenz für nachhaltiges Reisen interpretiert werden.

Woher kommt die Lücke?

Die Annahme, dass eine bestimmte Einstellung zu einem bestimmten Verhalten führt, hat ihre Grundlage in der *Theory of Planned Behavior* (Ajzen / Driver, 1992; Ajzen, 1991; Ajzen / Fishbein, 1977). Die Theorie wurde inzwischen aber regelmäßig nicht bestätigt, sowohl im Allgemeinen (Auger / Devinney, 2007; Caruana et al., 2016; Davies et al., 2012; Hibbert et al., 2013; Shaw et al., 2016) als auch für die Nachfrage nach touristischen Leistungen (Juvan / Dolnicar, 2017; Juvan / Dolnicar, 2014; Weaver, 2008; Wehrli et al., 2014). Es ist also keineswegs ungewöhnlich, dass positive Einstellung nicht eins zu eins in das zur Einstellung passende Verhalten umgesetzt wird.

Speziell für Urlaubsreisen lassen sich einige Ansatzpunkte für Erklärungsmuster identifizieren:

- Urlaubsreisen sind aller Regel hedonistisch geprägte Freizeitprodukte mit Ausnahmecharakter und könnten zu einer Art selbst erteilter Ausnahmegenehmigung von der ansonsten geübten Nachhaltigkeitsdisziplin führen.
- Urlaubsreisen sind typischerweise High-Involvement-Produkte, bei denen Risiko, Freude und symbolischer Wert im Vordergrund stehen, aber nicht Vernunftargumente. Im Allgemeinen macht man nicht eine Urlaubsreise, *weil* man sich nachhaltig und umweltorientiert verhalten will, sondern *obwohl* man sich nachhaltig und umweltorientiert verhalten will. Dem steht das geringe oder bestenfalls mittlere Involvement mit Nachhaltigkeitsaspekten diametral gegenüber (Schmücker et al., 2017; Schmücker / Günther, 2018).
- Der unmittelbare Nutzen, den die Auswahl der nachhaltigeren Alternative (über einen günstigeren Preis hinaus) stiften könnte, besteht entweder aus einem sozialen Nutzen (Prestige), einem Genussnutzen (bessere Qualität nachhaltiger Produkte) oder einer Selbstbestätigung durch das Gefühl, etwas Richtiges getan zu haben, eine Art Konsumvariante des *warm glow of giving* (Andreoni, 1990). Dem stehen aber eine große Zahl unter Umständen konkurrierender Motivlagen mit entsprechenden Nutzenerwarten gegenüber (Günther et al., 2014). Beispielsweise kann der Prestigenutzen für den Einen durch Nachhaltigkeit, für den Anderen durch Exotik und für den Dritten durch eine möglichst teure Reise erreicht werden.

Insgesamt scheint heute der Nutzen aus nachhaltigerem Verhalten nicht auszureichen, um die beschriebene Lücke zwischen Einstellung und Verhalten zu schließen.

Tabelle 35: Indikatoren für Nachhaltige Urlaubsreisen, Kurzurlaubsreisen und Übernachtungsgeschäftsreisen

	2018/19
CO_2**-Kompensation**	
bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer	2%
bei Kurzurlaubsreisen	6%
bei Übernachtungsgeschäftsreisen	11%
Umweltzeichen	
bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer	6%
bei Kurzurlaubsreisen	8%
bei Übernachtungsgeschäftsreisen	14%
Nachhaltigkeit war ausschlaggebend	
bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer	4%
bei Kurzurlaubsreisen	8%
bei Übernachtungsgeschäftsreisen	12%
Nachhaltigkeit war ein Aspekt unter mehreren	
bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer	23%
bei Kurzurlaubsreisen	23%
bei Übernachtungsgeschäftsreisen	25%

Man kann unterstellen, dass bei langen Urlaubsreisen das Involvement generell höher sein wird als bei kurzen Urlaubsreisen oder gar bei Geschäftsreisen (Schmücker, 2007). Und wir

finden bei allen Indikatoren die geringsten Ausprägungen bei den langen Urlaubsreisen (mit hohem Involvement), die höchsten Ausprägungen bei den Geschäftsreisen mit tendenziell geringem Involvement (Tabelle 35). Das spricht für die erste und zweite These (hedonismusgeprägter Ausnahmecharakter des High-Involvement-Produktes Urlaubsreise): Je höher das Involvement und der „Ausnahmecharakter" des Konsums, desto eher scheint die positive Nachhaltigkeitseinstellung von anderen Aspekten überlagert zu werden: Konsumenten erlauben sich in diese Situation etwas, was gegen ihre Einstellung spricht.

Preise erhöhen?

Aus unserer Sicht wurde insbesondere das Preisargument bisher kaum kritisch hinterfragt. Wie selbstverständlich scheinen Nachfrager, Forscher und Politik davon auszugehen, dass die nachhaltigere Alternative für den Verbraucher höhere Kosten nach sich ziehen muss. Es scheint ein gut verankertes Stereotyp zu geben, dass Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen zu höherer Qualität und zu höheren Preisen führt (Kreilkamp et al., 2017, S. 25). Konfrontiert man Probanden mit Ökolabels, steigt die Wahrnehmung des Preises signifikant (Schmücker et al., 2018).

Selbst wenn dem eine objektiv andere Realität gegenüberstünde, würde dies das Stereotyp auf Seiten der Verbraucher kaum angreifen. Das Stereotyp scheint im Übrigen auch Forschende zu treffen, denn es wird wohl häufiger über „Zahlungsbereitschaft" als über „Belohnung für den Konsum nachhaltiger Produkte" geforscht (Günther et al., 2014; Wehrli et al., 2011), und die Forschung der Umweltökonomik zur Zahlungsbereitschaft bei Umweltgütern hat eine lange und ausführliche Tradition (Clawson / Knetsch, 1966; Hotelling, 1947).

Ein Ausweg aus diesem Dilemma wäre es, Preis und Nachhaltigkeitsqualität nicht als Trade-Offs zu betrachten („mehr Nachhaltigkeit bedeutet höhere Preise"); denn bei geringer Zahlungsbereitschaft unter Low-Involvement-Bedingungen ist die Idee, man könne von Konsumenten mehr Geld für eine wenig nutzenstiftende Leistung verlangen, kaum zielführend.

In der Konsequenz würde das bedeuten, entweder den Nutzen der nachhaltigeren Alternative relativ zur weniger nachhaltigen Alternative zu erhöhen oder deren Preise relativ zu verringern. Die relative Veränderung kann natürlich auch durch Verschlechterung der weniger nachhaltigen Alternative geschehen, z. B. durch die Verteuerung der weniger nachhaltigen (umwelt- und sozialschädlichen) Urlaubsreisen durch Lenkungsabgaben.

Einstellungen ändern

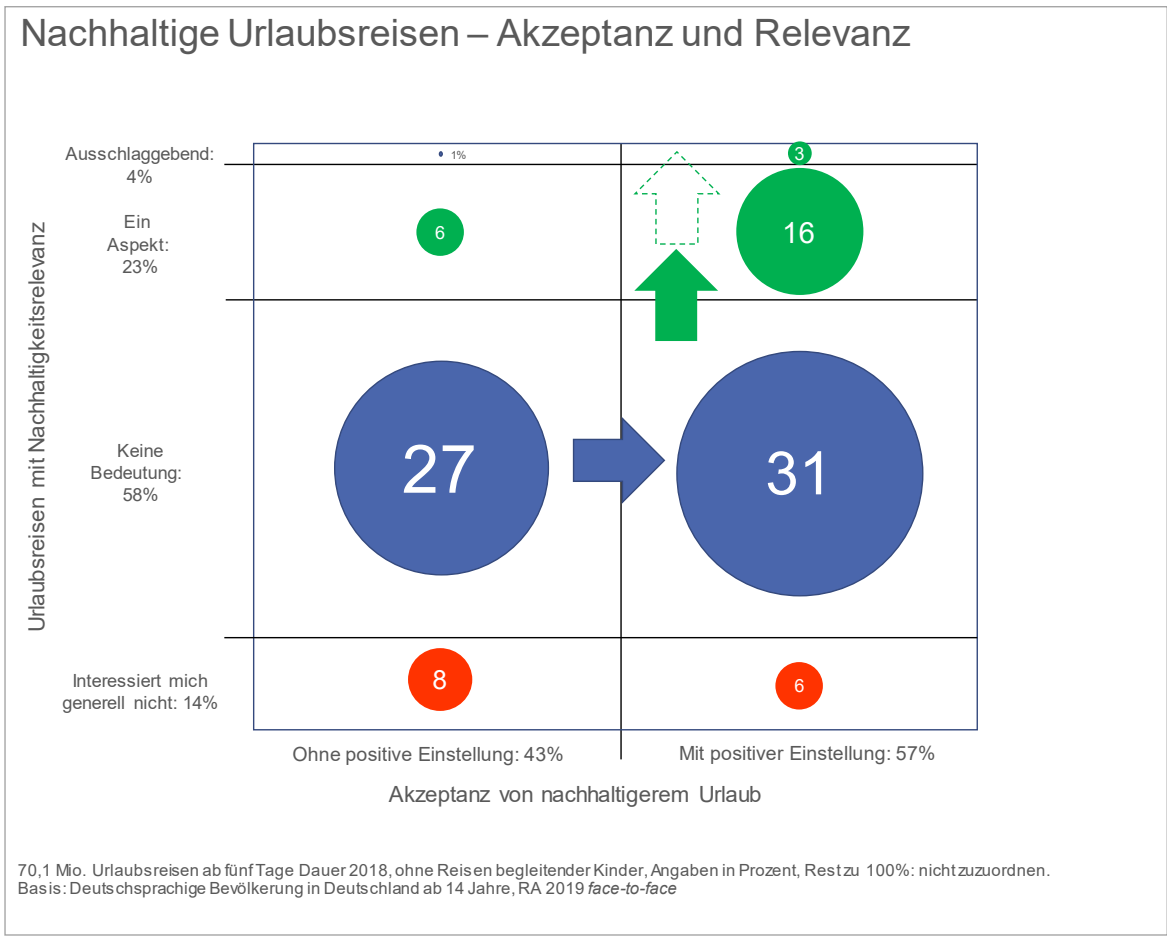
Betrachtet man allein die Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, so ergeben sich insgesamt acht Segmente unterschiedlicher Größe. Auf der horizontalen Achse ist die Einstellung als Indikator für Akzeptanz von nachhaltigeren Urlaubsreisen in zwei Gruppen abgetragen. Auf der vertikalen Achse ist es die konkrete Nachhaltigkeitsrelevanz. Ziel einer nachhaltigkeitsorientierten Tourismuspolitik müsste es sein, möglichst viele Reisen „von unten nach oben" zu bewegen.

Man sieht recht deutlich, dass in der Gruppe mit positiver Einstellung die Chance auf die Berücksichtigung von Nachhaltigkeit bei der konkreten Reise größer ist als in der Gegengruppe.

Das heißt: Investition in Einstellungsänderung kann sich lohnen. Je mehr Menschen bzw. deren Reisen von der linken auf die rechte Seite wandern (blauer Pfeil), desto größer ist die Chance, dass sie sich von dort aus nach oben, in Richtung nachhaltigerer Reisegestaltung bewegen (grüner Pfeil).

Diese Einstellungsveränderung reicht aber nicht aus. Man sieht, dass es substanziell viele Reisen gibt, bei denen zwar eine positive Einstellung vorliegt, Nachhaltigkeit aber im konkreten Fall keine Rolle spielt. Das betrifft mit 31% fast ein Drittel der Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer. Mögliche Gründe dafür könnten z. B. ein mangelndes touristisches Angebot, mangelnde Informationen über nachhaltige Angebote oder auch mangelnde Anreize für bzw. ein zu geringer Nutzwert bei der Wahl eines nachhaltigen Angebots sein.

Abbildung 13: Nachhaltige Urlaubsreise – Akzeptanz und Relevanz



Ausblick: Monitoring nötig?

Mit dem hier vorgelegten Bericht stehen erstmals einigermaßen vollständige Daten zur nachhaltigen Urlaubs-Nachfrage in Deutschland zur Verfügung. Für einige Parameter (Reisedistanzen, Reisetage, Einstellungen) sind Zeitreihen zumindest über einige Jahre verfügbar. Andere Parameter (CO_2-Kompensation, Nutzung von ausgezeichneten Angeboten, Nachhaltigkeitsrelevanz) liegen nun als Erstmessung vor.

Um die Entwicklung der Nachfrage über die Zeit zu beobachten, sind jedenfalls methodisch und inhaltliche Folgemessungen notwendig. Nur so kann verlässlich gemessen werden, ob sich die Urlaubsreisen-Nachfrage in eine mehr oder weniger nachhaltige Richtung bewegt.

Selbstverständlich bewirkt die Messung allein noch keine Verhaltensänderung. Sie liefert aber den politischen und gesellschaftlichen Entscheidern ein Werkzeug, um die aggregierte Wirksamkeit von Maßnahmen, die ein nachhaltigeres Reisen unterstützen sollen, im Bevölkerungsmaßstab zu prüfen. Aus Sicht der Autoren ist kaum vorstellbar, wie ohne diese Rückmeldung aus dem Markt Maßnahmen gezielt entwickelt und überprüft werden können.

© 2019 NIT

4 Referenzen

Aguilóa, E. / Rosselló, J. / Vila, M. (2017): Length of stay and daily tourist expenditure: A joint analysis. In: Tourism Management Perspectives, Bd. 21, Jan 2017-2017, S. 10–17. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.10.008>.

Ajzen, I. (1991): The Theory of Planned Behavior. In: Organizational Behavior and Human Decision Processes, Bd. 50, 2-1991, S. 179–211. <https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T>.

Ajzen, I. / Driver, B. L. (1992): Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice. In: Journal of Leisure Research, Bd. 24, 3-1992, S. 207–224.

Ajzen, I. / Fishbein, M. (1977): Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. In: Psychological Bulletin, Bd. 84, 5-1977, S. 888–918. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.84.5.888>.

Andreoni, J. (1990): Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving. In: The Economic Journal, Bd. 100, 401-1990, S. 464. <https://doi.org/10.2307/2234133>.

Auger, P. / Devinney, T. M. (2007): Do What Consumers Say Matter? The Misalignment of Preferences with Unconstrained Ethical Intentions. In: Journal of Business Ethics, Bd. 76, 4-2007, S. 361–383. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9287-y>.

Barros, C. P. / Machado, L. P. (2010): The length of stay in tourism. In: Annals of Tourism Research, Bd. 37, 3-2010, S. 692–706. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.005>.

Bogner, K. / Landrock, U. (2015): Antworttendenzen in standardisierten Umfragen (SDM Survey Guidelines). Mannheim: 2015. <https://doi.org/10.15465/sdm-sg_016>.

Buckley, R. (2019): Measuring Sustainability of Individual Tourist Behavior. In: Journal of Travel Research, Bd. 58, 4-2019, S. 709–710. <https://doi.org/10.1177/0047287518765694>.

Caruana, R. / Carrington, M. J. / Chatzidakis, A. (2016): "Beyond the Attitude-Behaviour Gap: Novel Perspectives in Consumer Ethics": Introduction to the Thematic Symposium. In: Journal of Business Ethics, Bd. 136, 2-2016, S. 215–218. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2444-9>.

Clawson, M. / Knetsch, J. L. (1966): Economics of Outdoor Recreation. Nick Hanley / W. Douglass Shaw / Robert E. Wright [Hrsg.]. The Johns Hopkins Press for Resources for the future, 1966. <https://doi.org/10.4337/9781781950319>.

Davies, I. A. / Lee, Z. / Ahonkhai, I. (2012): Do Consumers Care About Ethical-Luxury? In: Journal of Business Ethics, Bd. 106, 1-2012, S. 37–51. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1071-y>.

Eisenstein, B. / Reif, J. / Schmücker, D. / Krüger, M. / Weis, R. (2019): Geschäftsreisen: Merkmale, Anlässe, Effekte. Konstanz: UVK, 2019.

Eschwege, A. von / Heidrich-Riske, H. (2009): Entwicklung eines Algorithmus zur Berechnung der im deutschen Luftraum zurückgelegten Flugkilometer in der Luftverkehrsstatistik. In: Methoden-Verfahren-Entwicklungen: Nachrichten aus dem Statistischen Bundesamt, Ausgabe 2/2009. Wiesbaden: Stat. Bundesamt, 2009, S. 11–18.

Felser, G. (2007): Werbe- und Konsumentenpsychologie. 3. Aufl. Berlin, Heidelberg: Springer, 2007.

Frick, R. / Belart, B. / Schmied, M. / Grimm, B. / Schmücker, D. (2014): Langstreckenmobilität - Aktuelle Trends und Perspektiven. Bern/Kiel: 2014.

García-Palomares, J. C. / Guti, J. / Mínguez, C. (2015): Identification of tourist hot spots based on social networks : A comparative analysis of European metropolises using photo-sharing services and GIS. Bd. 63, 2015, S. 408–417. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2015.08.002>.

Gössling, S. / Lohmann, M. / Grimm, B. / Scott, D. (2017): Leisure travel distribution patterns of Germans: Insights for climate policy. In: Case Studies on Transport Policy, Bd. 5, 4-2017, S. 596–603. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2017.10.001>.

Gössling, S. / Scott, D. / Hall, C. M. (2018): Global trends in length of stay: implications for destination management and climate change. In: Journal of Sustainable Tourism, Bd. 26, 12-2018, S. 2087–2101. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1529771>.

Gross, S. / Grimm, B. (2018): Sustainable mode of transport choices at the destination – public transport at German destinations. In: Tourism Review, 2018, S. TR-11-2017-0177. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2017-0177>.

Günther, W. / Grimm, B. / Koch, A. / Lohmann, M. / Schmücker, D. (2014): Nachfrage für Nachhaltigen Tourismus. Kiel: 2014. <https://doi.org/0.13140/RG.2.2.21079.78246>.

Günther, W. / Lohmann, M. (2008): Klimaschutz und Reiseverhalten. Kiel: 2008.

Hibbert, J. F. / Dickinson, J. E. / Gössling, S. / Curtin, S. (2013): Identity and tourism mobility: an exploration of the attitude–behaviour gap. In: Journal of Sustainable Tourism, Bd. 21, 7-2013, S. 999–1016. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.826232>.

Hotelling, H. (1947): Letter of June 18, 1947, to Newton B. Drury. In: Washington D.C.: Land and Recreational Planning Division, National Park Service., 1947.

Juvan, E. / Dolnicar, S. (2014): Can tourists easily choose a low carbon footprint vacation ? In: Journal of Sustainable Tourism, Bd. 22, 2-2014, S. 175–194. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.826230>.

Juvan, E. / Dolnicar, S. (2017): Drivers of pro-environmental tourist behaviours are not universal. In: Journal of Cleaner Production, Bd. 166, 2017, S. 879–890.

Juvan, E. / Dolnicar, S. (2016): Measuring environmentally sustainable tourist behaviour. In: Annals of Tourism Research, Bd. 59, 2016, S. 30–44. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.03.006>.

Kreilkamp, E. / Krampitz, J. / Maas-Deipenbrock, R. M. (2017): Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Wunsch und Wirklichkeit Green Travel Transformation - Endkundenbefragung 2017. Lüneburg: 2017.

Kuhn, F. (2017): Visual attention towards sustainability information on touristic online booking channels: Examining the relationship between cognitive dispositions and eye movements, Wageningen University, 2017.

Lohmann, M. / Sonntag, U. / Wagner, P. (2017): Die Reiseanalyse – Instrument für forschung und Marketingplanung. In: Eisenstein, B. [Hrsg.]: Marktforschung für Destinationen. Berlin: ESV, 2017, S. 193–206.

Schmücker, D. (2007): Touristische Informationsprozesse: Theoretische Grundlagen und empirische Ergebnisse zu Einflussfaktoren und Inhalten des Informationsverhaltens von Urlaubsreisenden, Lüneburg Univ., 2007.

Schmücker, D. / Günther, W. (2018): Preferences for sustainability information in holiday travel – Results from discrete choice experiments (FINDUS 4). Kiel: 2018. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35848.93448>.

Schmücker, D. / Günther, W. / Kuhn, F. / Weiß, B. / Horster, E. (2018): Finden von Nachhaltigkeitsinformationen bei Urlaubsreisen (FINDUS) - Finding Sustainability Information for Holiday Travel. BfN-Skript. Bonn-Bad Godesberg: BfN Bundesamt für Naturschutz, 2018. <https://doi.org/10.19217/skr505>.

Schmücker, D. / Kuhn, F. / Günther, W. (2017): Acquiring sustainability information in holiday travel – Results from IDM and IDW experiments (FINDUS 2). Kiel: 2017. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34246.47682>.

Shaw, D. / McMaster, R. / Newholm, T. (2016): Care and Commitment in Ethical Consumption: An Exploration of the 'Attitude–Behaviour Gap'. In: Journal of Business Ethics, Bd. 136, 2-2016, S. 251–265. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2442-y>.

Weaver, D. B. (2008): Reflections on Sustainable Tourism and Paradigm Change. In: Gössling, S. / Hall, C. M. / Weaver, D. B. [Hrsg.]: Sustainable Tourism Futures: Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations. Abingdon: Routledge, 2008, S. 33–42.

Wehrli, R. / Priskin, J. / Schaffner, D. / Schwarz, J. / Stettler, J. (2014): Do sustainability-experienced travellers prefer a more rational communication of the sustainability of a tourism product? In: WIT Transactions on Ecology and the Environment, Bd. 187, 2014, S. 3–14. <https://doi.org/10.2495/ST140011>.

Wehrli, R. / Schwarz, J. / Stettler, J. (2011): Are Tourists Willing to Pay More for Sustainable Tourism? - A Choice Experiment in Switzerland. Luzern: 2011.

5 Anhang: Distanzberechnungsmethode

Die Distanzberechnung mit den Daten der Reiseanalyse (vgl. Abschnitt 2.1) folgt einer eigenen Methodik, die im Folgenden erläutert wird.

5.1 Referenzdaten

5.1.1 Heimatort

Verwendet wurden die bevölkerungsgewichteten Schwerpunkte der deutschen Bun-desländer. Die Schwerpunktberechnung erfolgt nach einem vom Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) empfohlenen Verfahren und wurde bereits in anderen Projekten angewendet. Dazu werden die Koordinaten der Gemeindemittelpunkte mit der Bevölkerungszahl gewichtet und dann das gewogene arithmetische Mittel für das Bundesland bestimmt

5.1.2 Zielort

Für die Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer (Quelle: RA *face-to-face*) wurde für jedes in der RA-Landkarte codierte Zielgebiet eine Geokoordinate festgelegt. Der dreiteilige RA-Landkartensatz enthält 69 Zielgebiete in Deutschland, 50 Ziele in Europa und 33 Ziele außerhalb Europas, insgesamt also 152 Zielgebiete. Bei der Festlegung der Koordinaten wurden bekannte oder naheliegende touristische Angebots- und Nachfrageverteilungen (z. B. Küstenlinien in nordafrikanischen Ländern) berücksichtigt.

Für die Kurzurlaubsreisen (Quelle: RA *online*) wurde ebenfalls für jedes Ziel eine Geokoordinate nach dem gleichen Verfahren festgelegt. Die Kurzreiseziele sind entweder als Stadt (19 in Deutschland, 17 in europäischen Ländern) oder als (Bundes-) Land kodiert (16 deutsche Bundesländer und 16 europäische Länder). Für die Zielgebiets-Kategorie „Sonstiges Land im Ausland“ wurden verkehrsmittelscharfe langjährige Durchschnittswerte aus der RA *face-to-face* für alle sonstigen Länder für Reisedauern von fünf bis acht Tagen ermittelt (Flug: 2.700 km, Auto: 1.100 km, Bahn/Bus: 1.300 km, Schiff, Sonstiges: 2.400 km).

5.2 Distanzberechnung

5.2.1 Großkreisdistanz

Die Großkreisdistanzberechnung benutzt die Koordinaten als Radiant. Jede der vier Koordinaten einer Heimat-Ziel-Beziehung muss daher zunächst in Radianten umgerechnet werden.

$$K(rad) = \frac{K(Dez) \cdot \pi}{180}$$

K(rad)=Koordinate als Radiant
K(Dez)=Koordinate in Dezimalwerten, N und O positiv, W und S negativ

Anschließend wird die Großkreisdistanz in Kilometern berechnet.

$$D = r \cdot \arccos\left(\sin(LAT_H) \cdot \sin(LAT_Z) + \cos(LAT_H) \cdot \cos(LAT_Z) \cdot \cos(LON_Z - LON_H)\right)$$

D=Distanz (Großkreis)
r=Erdradius, hier 6.378 Kilometer
H=Heimatkoordinate, Z=Zielkoordinate

5.2.2 Verkehrsmittelkorrektur

Da die erdgebundenen Verkehrsmittel nicht der kürzesten Großkreisdistanz folgen können, sind Korrekturen erforderlich. Diese wurden seit 2011 in verschiedenen Projekten erarbeitet und zuletzt 2019 anhand von 171 innerdeutschen städtischen Entfernungsmatrizen validiert.

Daraus wurden die in Tabelle 36 dargestellten Korrekturfaktoren ermittelt.

Tabelle 36: Korrekturfaktoren für Verkehrsmittel

Großkreisdistanz	Transportmittel Flugzeug	alle anderen Transportmittel
bis 300 Kilometer	1,0	1,5
301 bis 500 Kilometer	1,0	1,3
501 bis 1.100 Kilometer	1,0	1,2
mehr als 1.100 Kilometer	1,0	1,0

6 Anhang: Anmerkungen zur Empirie

6.1 Fehlertoleranztabelle für die RA face-to-face

Lesebeispiel: Eine Stichprobe vom Umfang **n=8.000** liefert einen Anteil von **75,0%** Urlaubsreisenden. Aus der Tabelle entnimmt man die Fehlergrenzen **± 1,1 Prozentpunkte**. Mit einer Sicherheit von 90% liegt dann der wahre Anteil in der Grundgesamtheit bei 75,0% ± 1,1 Prozentpunkte, d. h. zwischen 73,9% und 76,1%.

	p									
n	5% 95%	10% 90%	15% 85%	20% 80%	**25%** **75%**	30% 70%	35% 65%	40% 60%	45% 55%	50%
100	(5,0)	(7,0)	8,3	9,3	10,1	10,7	11,1	11,4	11,6	11,6
200	3,6	4,9	5,9	6,6	7,1	7,5	7,8	8,1	8,2	8,2
300	2,9	4,0	4,8	5,4	5,8	6,2	6,4	6,6	6,7	6,7
400	2,5	3,5	4,2	4,7	5,0	5,3	5,5	5,7	5,8	5,8
500	2,3	3,1	3,7	4,2	4,5	4,8	5,0	5,1	5,2	5,2
600	2,1	2,9	3,4	3,8	4,1	4,4	4,5	4,7	4,7	4,7
700	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,2	4,3	4,4	4,4
800	1,8	2,5	2,9	3,3	3,6	3,8	3,9	4,0	4,1	4,1
900	1,7	2,3	2,8	3,1	3,4	3,6	3,7	3,8	3,9	3,9
1.000	1,6	2,2	2,6	2,9	3,2	3,4	3,5	3,6	3,7	3,7
1.100	1,5	2,1	2,5	2,8	3,0	3,2	3,3	3,4	3,5	3,5
1.200	1,5	2,0	2,4	2,7	2,9	3,1	3,2	3,3	3,3	3,4
1.300	1,4	1,9	2,3	2,6	2,8	3,0	3,1	3,2	3,2	3,2
1.400	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,0	3,1	3,1
1.500	1,3	1,8	2,1	2,4	2,6	2,8	2,9	2,9	3,0	3,0
1.600	1,3	1,7	2,1	2,3	2,5	2,7	2,8	2,8	2,9	2,9
1.700	1,2	1,7	2,0	2,3	2,4	2,6	2,7	2,8	2,8	2,8
1.800	1,2	1,6	2,0	2,2	2,4	2,5	2,6	2,7	2,7	2,7
1.900	1,2	1,6	1,9	2,1	2,3	2,4	2,5	2,6	2,7	2,7
2.000	1,1	1,6	1,9	2,1	2,3	2,4	2,5	2,5	2,6	2,6
2.500	1,0	1,4	1,7	1,9	2,0	2,1	2,2	2,3	2,3	2,3
3.000	0,9	1,3	1,5	1,7	1,8	1,9	2,0	2,1	2,1	2,1
4.000	0,8	1,1	1,3	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8	1,8	1,8
6.000	0,7	0,9	1,1	1,2	1,3	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5
8.000	0,6	0,8	0,9	1,0	**1,1**	1,2	1,2	1,3	1,3	1,3
10.000	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2
15.000	0,4	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
20.000	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8

Fehlergrenzen:

$$P = p \pm t \times \sqrt{\frac{2 \times p \times (100 - p)}{n}}$$

P=Anteil des Merkmals in der Grundgesamtheit (in %)
p=Stichprobenanteil des Merkmals (in %)
n=Stichprobenumfang
t=Sicherheitsgrad (1,64 für Sicherheitsniveau 90%)

Ein „Designfaktor“ von 2 ist berücksichtigt, eine Korrektur des Auswahlsatzes ist wegen der sehr großen Grundgesamtheit nicht berücksichtigt.

6.2 Erhebungsfragen in der Reiseanalyse 2019

6.2.1 In der RA *online*

Erhebung für die erste, zweite und dritte Kurzurlaubsreise der vergangenen sechs Monate.

Frage 1

Nun geht es speziell um Nachhaltigkeit bei Kurzurlaubsreisen, d. h. wie ökologisch verträglich, ressourcenschonend, umweltfreundlich und sozial verträglich der Urlaub gestaltet war.

Wenn Sie einmal an diese Kurzurlaubsreise nach [Ziel] im [Monat] zurückdenken: Welche der folgenden Aussagen trifft zu?

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort aus.

1. Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten
2. Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Gestaltung der Reise
3. Nachhaltigkeit hatte bei dieser Reise keine Bedeutung
4. Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht

Frage 2

Hatten die Unterkunft oder der Reiseveranstalter bei dieser Kurzurlaubsreise nach [Ziel] im [Monat] ein besonderes Umweltzeichen (Ökolabel, etc.) oder eine besondere Nachhaltigkeitskennzeichnung?

1. Ja
2. Nein
3. Weiß nicht

Frage 3

Haben Sie bei dieser Kurzurlaubsreise nach [Ziel] im [Monat] eine CO_2-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt getätigt (z. B. bei Atmosfair, MyClimate)?

1. Ja
2. Nein
3. Weiß nicht

6.2.2 In der RA *face-to-face*

Erhebung für jede Urlaubsreise ab fünf Tage Dauer im Rahmen des Jahresschemas

Frage 5O

Nun geht es noch einmal speziell um Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen, d. h. wie ökologisch verträglich, ressourcenschonend, umweltfreundlich und sozial verträglich der Urlaub gestaltet war.

Wenn Sie einmal an diese Urlaubsreise zurückdenken: Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu?

[Intervieweranweisung: Liste 5O vorlegen! Nur EINE Nennung möglich!]

1. Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten.
2. Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Gestaltung der Reise.
3. Nachhaltigkeit hatte bei dieser Reise keine Bedeutung.
4. Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht.

Frage 5P

Hatten die Unterkunft oder der Reiseveranstalter bei dieser Urlaubsreise ein besonderes Umweltzeichen (Ökolabel, etc.) oder eine besondere Nachhaltigkeitskennzeichnung?

[Intervieweranweisung: Antwortvorgaben vorlesen! Nur EINE Nennung möglich!]

1. Ja
2. Nein
3. Weiß nicht

Frage 5R

Haben Sie bei dieser Urlaubsreise eine CO_2-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt getätigt (z. B. bei Atmosfair, MyClimate)?

[Intervieweranweisung: Antwortvorgaben vorlesen! Nur EINE Nennung möglich!]

1. Ja
2. Nein
3. Weiß nicht

Frage 14

Wenn Sie einmal ganz allgemein an Urlaubsreisen denken – unabhängig von einem konkreten Reiseziel: Auf welche Weise gestalten Sie am liebsten Ihre Urlaubsreisen? Auf dieser Liste stehen einige Aussagen und Meinungen zur Gestaltung von Urlaubsreisen.

Bitte sagen Sie mir, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zutreffen. Dabei bedeutet die „1"=„trifft voll und ganz zu" und die „5"=„trifft ganz und gar nicht zu".

Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

- Mein Urlaub soll so preiswert wie möglich sein.
- In meinem Urlaub habe ich es am liebsten richtig luxuriös, das darf dann auch Geld kosten.
- In meinem Urlaub möchte ich gute Qualität zu einem fairen Preis.
- Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.
- Mein Urlaub soll möglichst sozial verträglich sein (d. h. faire Arbeitsbedingungen fürs Personal und Respektieren der einheimischen Bevölkerung).
- Gutes regionales Essen und Trinken sind für mich wichtig bei der Entscheidung für ein Reiseziel.
- Ich mache meinen Urlaub gerne in ursprünglichen Dörfern.

6.2.3 Gruppenzusammenfassungen

	Statement/Antwortoption in der RA *face-to-face*	Statement/Antwortoption in der RA *online*
Ziele		
Deutschland	*nach Landkarte*	Deutsche Sädte oder Deutschland
Ausland	*nach Landkarte*	(Außer- Europäische Städte, (Außer-) Europäisches Land
Verkehrsmittel		
Flugzeug	Flugzeug	Flugzeug
Auto	Pkw, Pkw mit Wohnwagen, Wohnmobil/Kleinbus	Pkw, Pkw mit Wohnwagen/Caravan, Wohnmobil/Motorcaravan/Kleinbus
Bahn/Bus	Bahn, Bus	Reisebus, Fernlinienbus/Linienbus, Bahn
Schiff, Sonstiges	Schiff, Sonstiges	Schiff, Sonstiges
Unterkunft		
Hotellerie	Hotel, Gasthof, Pension, Jugendherberge/Hostel	Hotel/Motel, Gasthof, Pension, Jugendherberge/Hostel, Ferienpark/Center Parc
Selbstverpflegung	Ferienwohnung-gemietet, Ferienwohnung-Eigentum, Ferienhaus-gemietet, Ferienhaus-Eigentum, Privatzimmer, Verwandte/Bekannte	Privatzimmer, Ferienwohnung/-haus (gemietet), Ferienwohnung/-haus: Eigentum bzw. von Verwandten/Bekannten zur Verfügung gestellt, Verwandte/Bekannte
Camping	Camping im Zelt, Wohnwagen, Wohnmobil	Camping (Zelt), Camping (Wohnwagen/Wohnmobil)
Schiff, Sonstiges	Kreuzfahrtschiff auf See, Flusskreuzfahrtschiff, Sonstiges	Kreuzfahrtschiff (inkl. Flusskreuzfahrtschiff), Sonstiges
Organisation		
Pauschal/Baustein	Pauschalreise, Baustein-Modulreise	Pauschalreise, Baustein-/Modulreise
Individuell	NICHT Nichts vorher gebucht UND NICHT Pauschalreise UND NICHT Baustein-/Modulreise UND NICHT keine Angabe	NICHT Nichts vorher gebucht UND NICHT Pauschalreise UND NICHT Baustein-/Modulreise
Nicht vorgebucht	Nichts vorher gebucht	Nichts vorher gebucht