



Reisen Sie nachhaltig?

Nachhaltigkeit in der Tourismusbranche: Was ist genau darunter zu verstehen? Was bedeutet der Faktor für die Reisenden selbst? Diese Fragen untersucht eine empirische Studie der Hochschule Luzern im Hinblick auf das World Tourism Forum Lucerne 2011 im April. Sie stützt sich dabei auf eine Internetbefragung von über 6000 Touristen in acht Ländern. Die Erkenntnisse:

1. Touristen haben ein sehr ausgeglichenes Bild der Nachhaltigkeit: Sie betrachten ökologische, soziale und ökonomische Aspekte als ausschlaggebend für nachhaltiges Reisen. Faktoren, die Bezug auf die Region nehmen und bei

denen lokale Produkte, die örtliche Bevölkerung oder deren Kultur im Vordergrund stehen, werden als besonders nachhaltig eingestuft.

2. Die An- und Abreise zur Feriendestination hat mit Abstand den grössten Einfluss auf die Umwelt: Je nach Quelle ist sie zwischen 60 und 95 Prozent der Umweltbelastung einer Reise. Trotzdem genießt eine CO₂-Kompensation weniger Zustimmung als andere Faktoren.

3. Unabhängig von den persönlichen Prioritäten beim Reisen kommen Wetter/Klima und dem Preis beim Buchungsentscheid die grösste Bedeutung zu. Nach-

haltigkeit steht an zweitletzter Stelle der acht Kriterien.

4. Für Tourismusveranstalter, welche die Nachhaltigkeit stärker in den Vordergrund stellen möchten, besteht ein Potenzial von 22 Prozent von Kunden, die bei ihrem Buchungsentscheid die Nachhaltigkeit unter den ersten drei Entscheidungsfaktoren nennen. Je nach Land und Typologie des Kunden ergibt sich ein Segment zwischen 18 und 26 Prozent.

Ein zweiter Teil der Studie wird der Frage nachgehen, wie weit Touristen tatsächlich bereit sind, nachhaltige Angebote zu buchen und auch mehr zu bezahlen. (pd)