

PRESSEMITTEILUNG

Nr. 20 vom 19. Mai 2022

Nachhaltige Entscheidungen im Tourismus fördern

Urlaub in einer sterbenden Welt? Um das zu verhindern muss auch der Tourismus nachhaltiger werden. Wie die Akzeptanz für entsprechende Angebote verbessert werden kann, hat das Forschungsprojekt ESKINAT untersucht.

Der Klimawandel und die steigende Vulnerabilität gegenüber globalen Pandemien haben das traditionelle Geschäftsmodell des Tourismus in die Krise gestürzt. Teile der Branche reagieren bereits: Das Angebot für nachhaltigen Tourismus hat in den vergangenen Jahren zugenommen. Gebucht werden diese Urlaube aber noch zu selten.

Wie die Akzeptanz nachhaltiger Tourismusangebote im Internet gesteigert werden kann, damit hat sich das Forschungsprojekt ESKINAT, unter Beteiligung der Hochschule Ravensburg-Weingarten und der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde gemeinsam mit dem Partnerunternehmen *outdooractive* aus Immenstadt, auseinandergesetzt. Gefördert wurde das Projekt mit rund 50.000 Euro über die LIFT-Wissen Fördermaßnahme des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz. Die Resultate liegen jetzt vor.

Nachhaltige Angebote sichtbar machen

„Für viele Menschen spielt Nachhaltigkeit auch in der Wahl ihres Urlaubs eine Rolle“, sagt Dr. Wolfram Höpken. „In der Realität gibt es aber eine Lücke zwischen dieser Einstellung und dem letztlichen Konsumverhalten.“ Höpken ist Professor für Wirtschaftsinformatik an der RWU und war an ESKINAT beteiligt. Das Akronym steht für „- Entwicklung eines Strategiekonzepts zur Verbesserung der Verfügbarkeit glaubwürdiger Informationen über nachhaltige Angebote im Tourismus“.

Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der RWU beforschten, wie sich Sichtbarkeit und Akzeptanz nachhaltiger touristischer Angebote auf Online-Plattformen steigern lassen. Dabei ging es beispielsweise um die Effizienz gestalterischer Hervorhebungen auf den Websites, wie Nachhaltigkeits-Labels oder besonders auffallende Icons auf Online-Landkarten. 1000 Befragungen wurden durchgeführt und mit qualitativen Probandentests ergänzt.

„Dabei haben wir beispielsweise herausgefunden, dass die Menschen vor allem offiziellen Nachhaltigkeitssiegeln ihr Vertrauen schenken. Individuelle Erfahrungen und Einschätzungen, etwa in Form von Nutzerbewertungen, spielen nur eine untergeordnete Rolle“, fasst Höpken eine Erkenntnis der Studie zusammen. Eine mögliche Erklärung: Nachhaltigkeit ist vielschichtig und komplex. Daher werde in Frage gestellt, ob die anderen Nutzerinnen und Nutzer die Nachhaltigkeit des Angebots tatsächlich beurteilen könnten, so Höpken.

Michael Pfeiffer

Volontär Öffentlichkeitsarbeit und
Wissenschaftskommunikation

Gebäude H / Raum 107
+49 751 501-9620
michael.pfeiffer@rwu.de



Postfach / P.O. Box 3022
88261 Weingarten
Germany



Doggenriedstraße
88250 Weingarten
Germany



info@rwu.de
www.rwu.de

„Menschen müssen in die Lage versetzt werden, mit dieser Komplexität umzugehen“, sagt Höpken. Dazu gelte es etwa, die Vielfalt der Nachhaltigkeit darzustellen. Denn die erschöpft sich nicht in der Reduktion von Emissionen oder dem Besuch eines Bio-Restaurants. Nachhaltigkeit umfasst auch Fragen der sozialen Gerechtigkeit. Um die Urlaubsziele und -arten auf entsprechende Angebote reduzieren zu können, prüfte die Studie auch die Akzeptanz entsprechender Filter. Von den Probanden wurde das gut angenommen.

Krise als Chance

Die Corona-Pandemie kann als Gelegenheit zur Neugestaltung des Bestehenden gesehen werden. „Build-back-better“ wird dieser Gedanke genannt; frei übersetzt: Der Tourismus soll wiederaufgebaut werden, aber bei der Gelegenheit gleich nachhaltiger. „Transparenz ist dabei besonders wichtig“, sagt Höpken. „Will man, dass die Entscheidungen zugunsten der Nachhaltigkeit gefällt werden, muss man diese Komplexität reduzieren, indem man sie erfassbar macht.“

Text: Michael Pfeiffer



Bildunterschrift: Auf Handtuchföhlung: Massentourismus ist ein echter Stresstest, für den Menschen und erst recht für die Umwelt.

Foto: Pierre-Laurend Durantin/Pixabay

Michael Pfeiffer
Volontär Öffentlichkeitsarbeit und
Wissenschaftskommunikation

Gebäude H / Raum 107
+49 751 501-9620
michael.pfeiffer@rwu.de



Postfach / P.O. Box 3022
88261 Weingarten
Germany



Doggenriedstraße
88250 Weingarten
Germany



info@rwu.de
www.rwu.de