

Online-Panel Q3/19

Nachhaltigkeit im Betrieb

Worum geht's?

- Zum Aufbau eines am Bedarf des mittelständischen Tourismusgewerbes ausgerichteten Informationsangebotes führt das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes quartalsweise Onlinebefragungen mit touristischen Unternehmen und Organisationen durch.
- Um die Aktivitäten des Kompetenzzentrums bedarfsgerecht zu gestalten, wird ein differenziertes Meinungsbild der deutschen Tourismuswirtschaft eingeholt
- Die Befragungsinhalte orientieren sich somit an den Aufgaben des Kompetenzzentrums sowie an den Bedarfen der Branche
- Themen:
 - „Mediennutzung im Tourismus“
 - „Innovationsförderung“
 - „Veränderungen im Tourismus“
 - „Tourismus 2030“
 - „Auf dem Weg zur nationalen Tourismusstrategie“
 - Overtourism in deutschen Destinationen

Jetzt mitmachen
beim
Markt- und
Trend-Radar



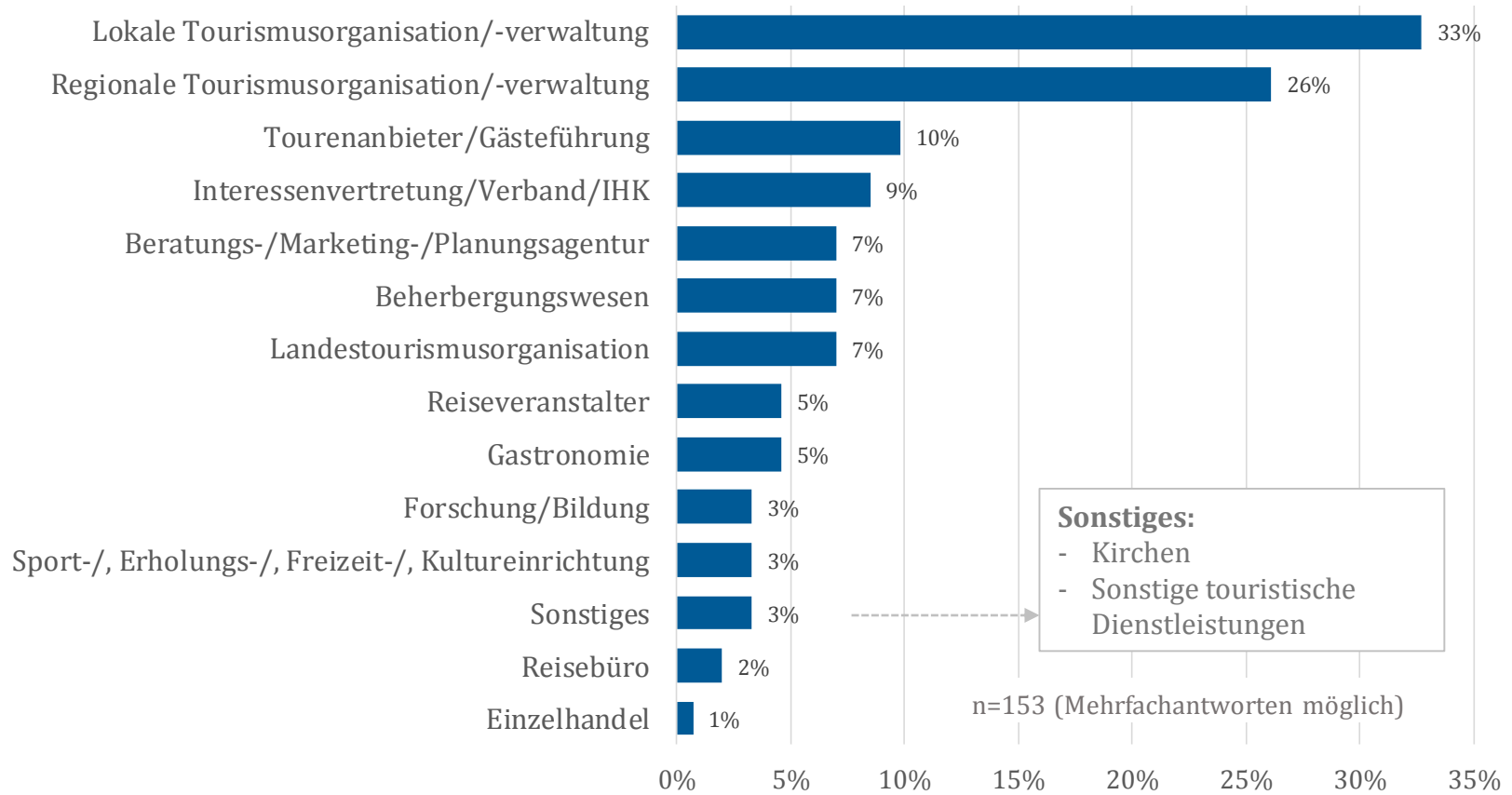
Weitere Informationen unter: www.kompetenzzentrum-tourismus.de/wissen/online-panel

Datenbasis – Online-Panel Q3/19

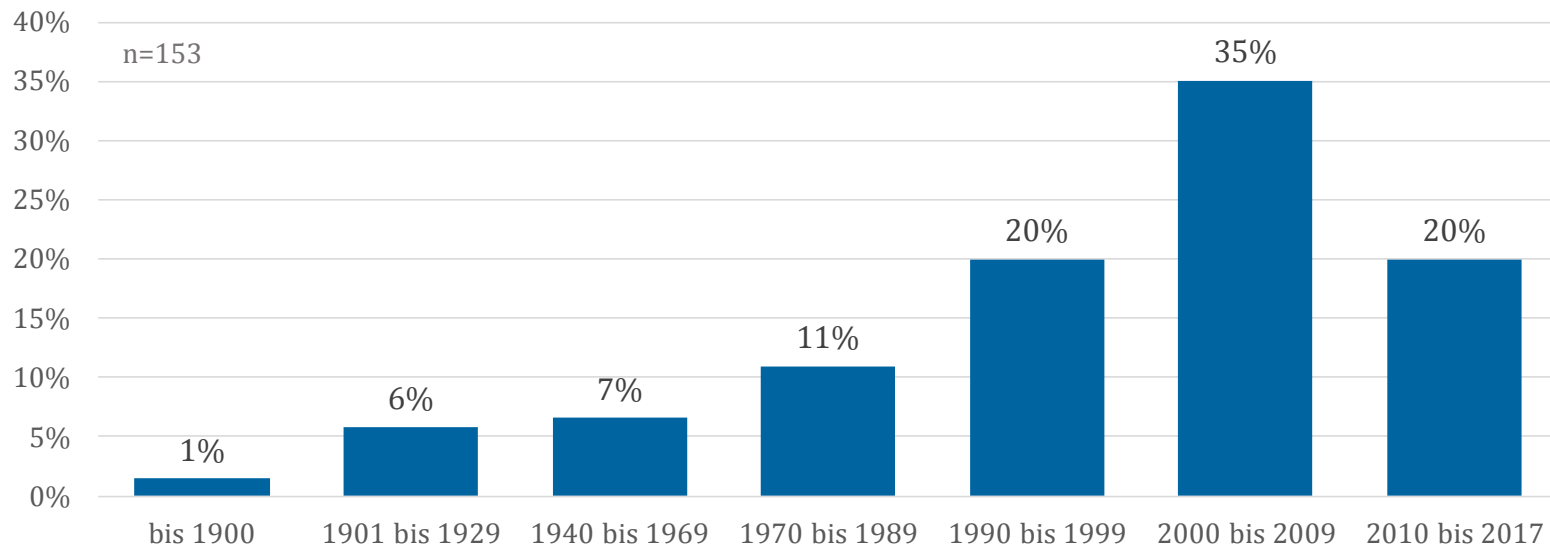
Onlinepanel – Datenbasis Q3/2019 zum Thema Nachhaltigkeit im Betrieb

- Valide Fälle: 153
- Befragungszeitraum: 12.07. – 16.08.2019

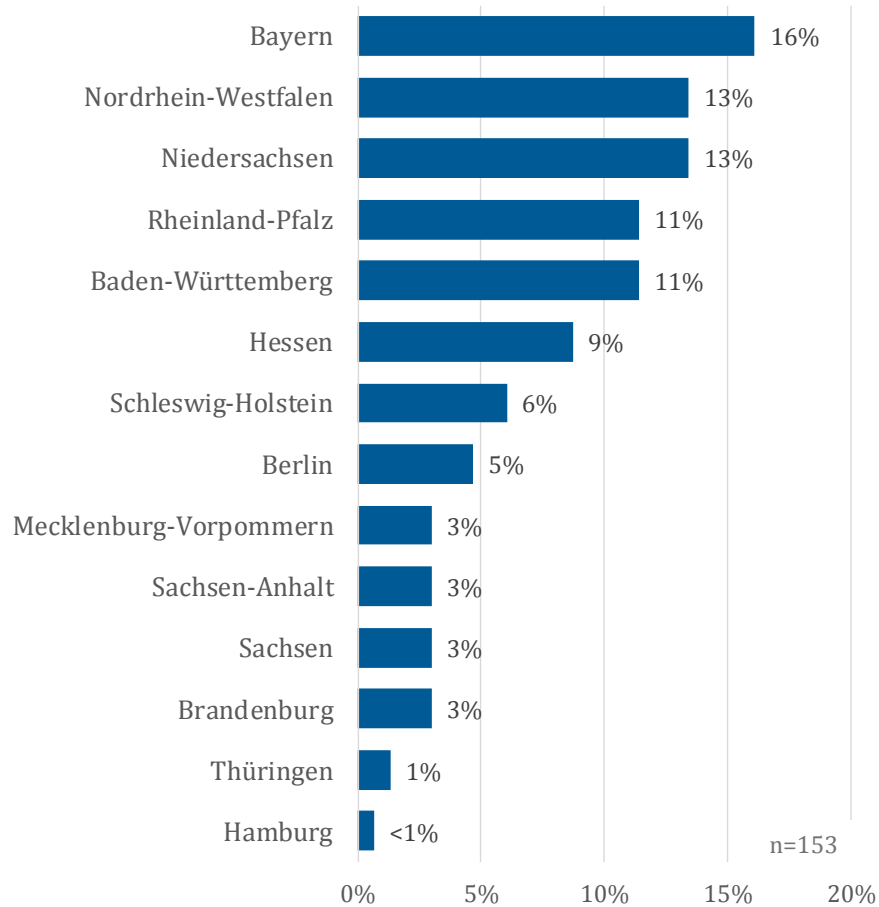
Vertretene Branchen



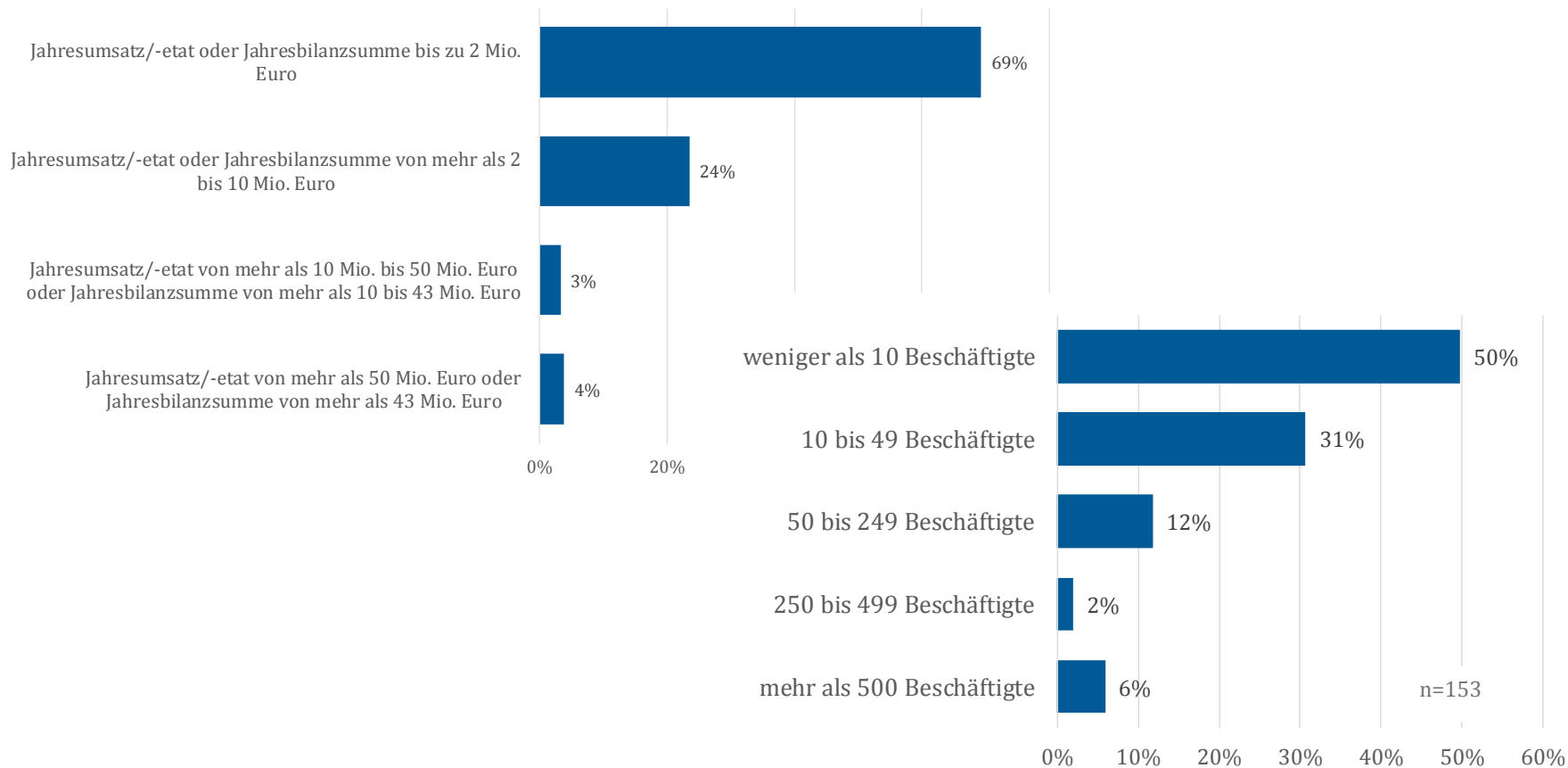
Gründungsjahr der Betriebe



Geschäftssitz der Betriebe



Größe der Betriebe



Anzahl der Geschäftsstandorte

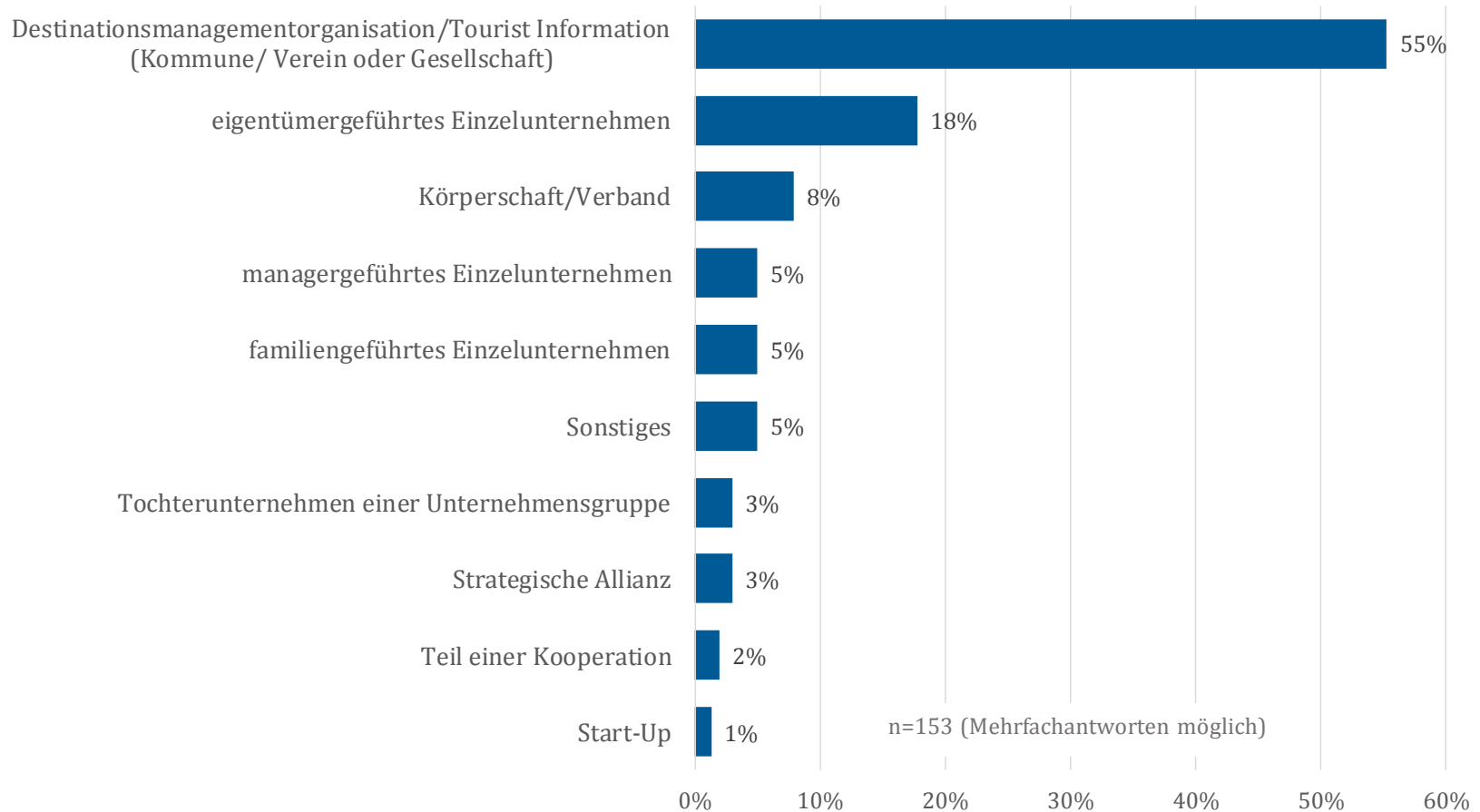
■ Inland

- 82% der Betriebe haben einen Geschäftsstandort im Inland
- 9% der Betriebe haben zwei Geschäftsstandorte im Inland
- 9% der Betriebe haben mehr als zwei Geschäftsstandorte im Inland

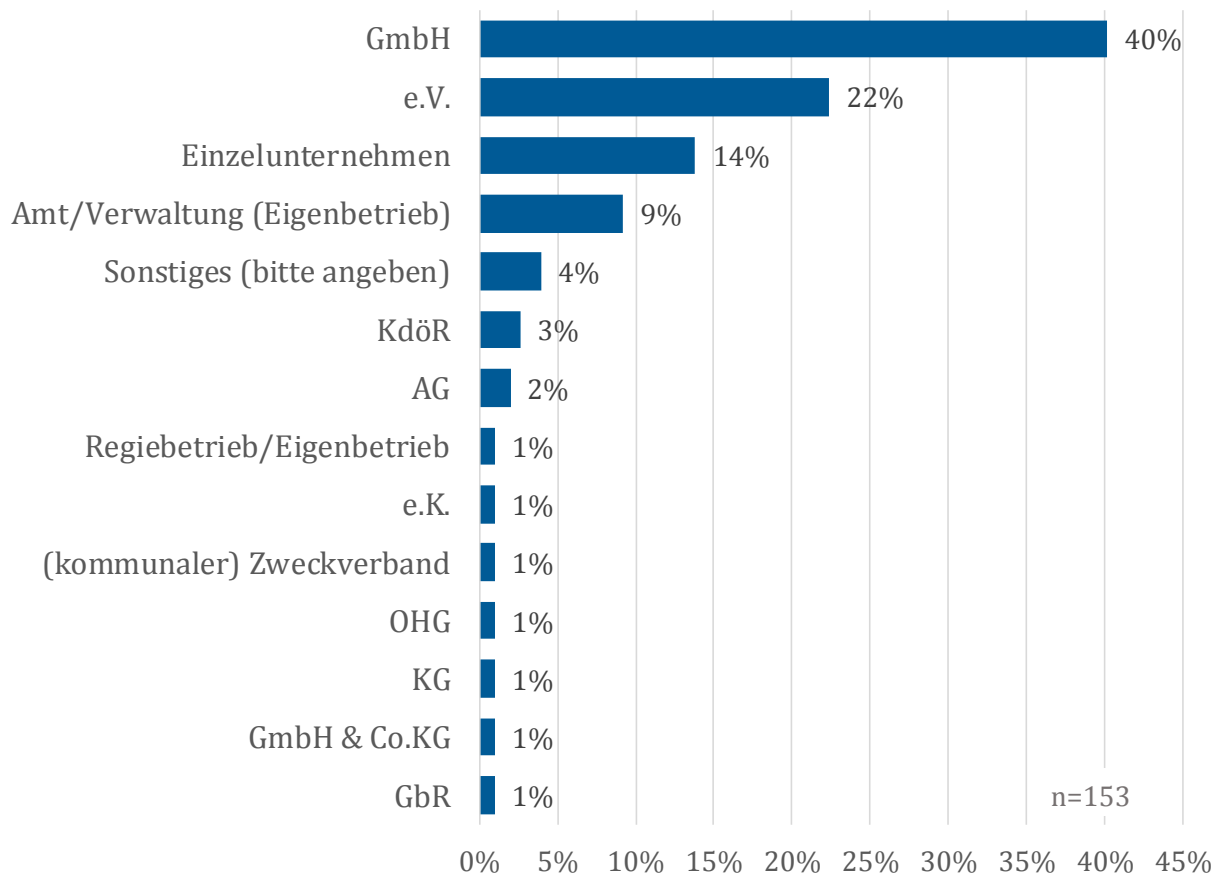
■ Ausland

- 90% der Betriebe haben keinen Geschäftsstandort im Ausland
- 10% haben mindestens einen Geschäftsstandort im Ausland

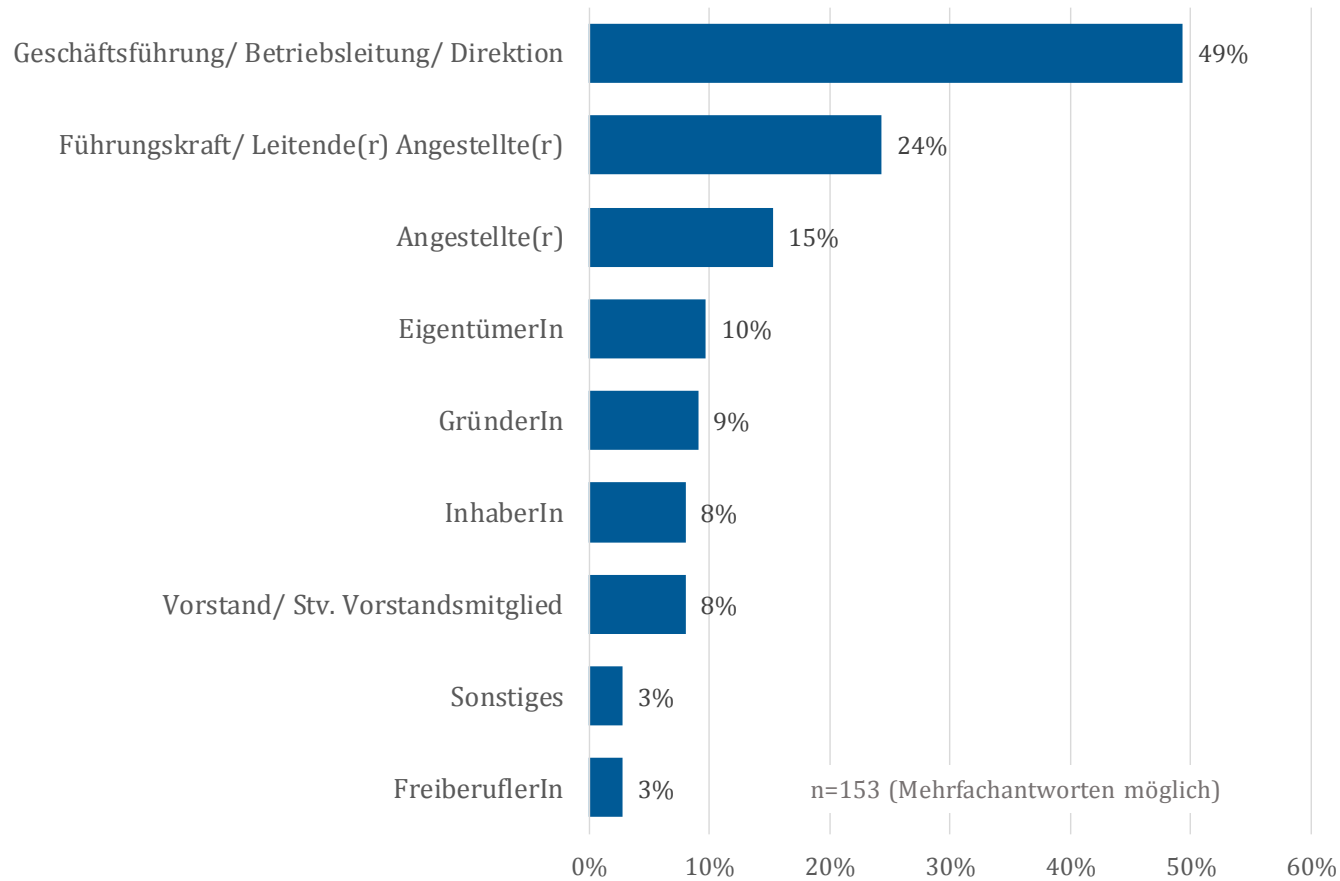
Betriebsform



Rechtsform der Betriebe



Position der Befragten im Betrieb



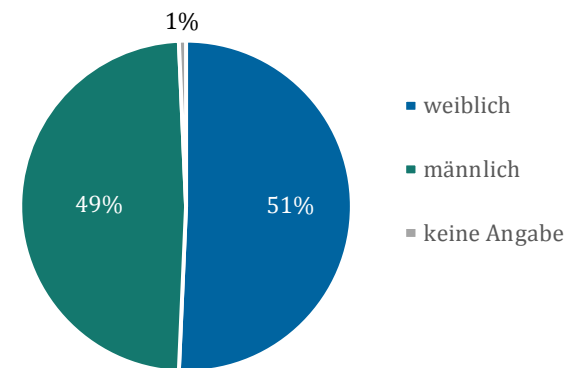
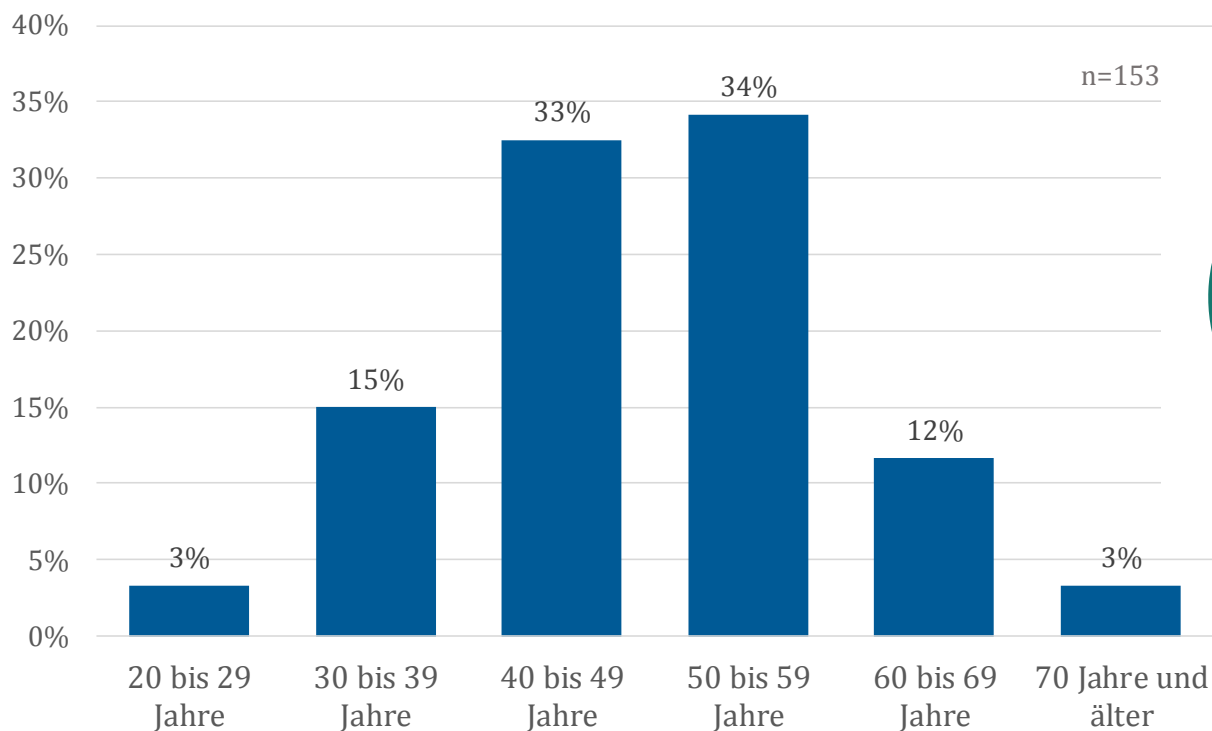
Aufgabenbereiche der Befragten

☞ Angabe von 3,6 Aufgabenbereichen

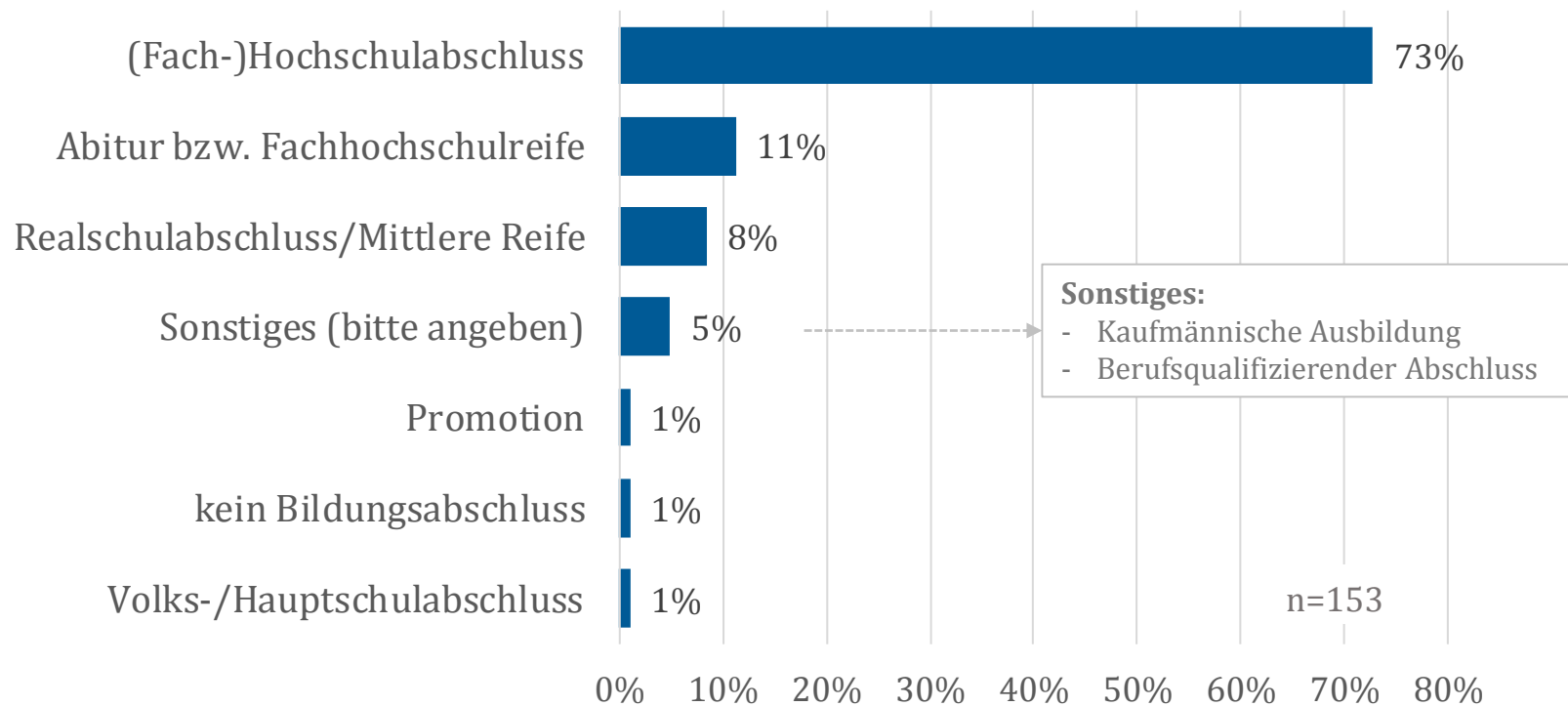


Alter und Geschlecht der Befragten

̄ = 49 Jahre



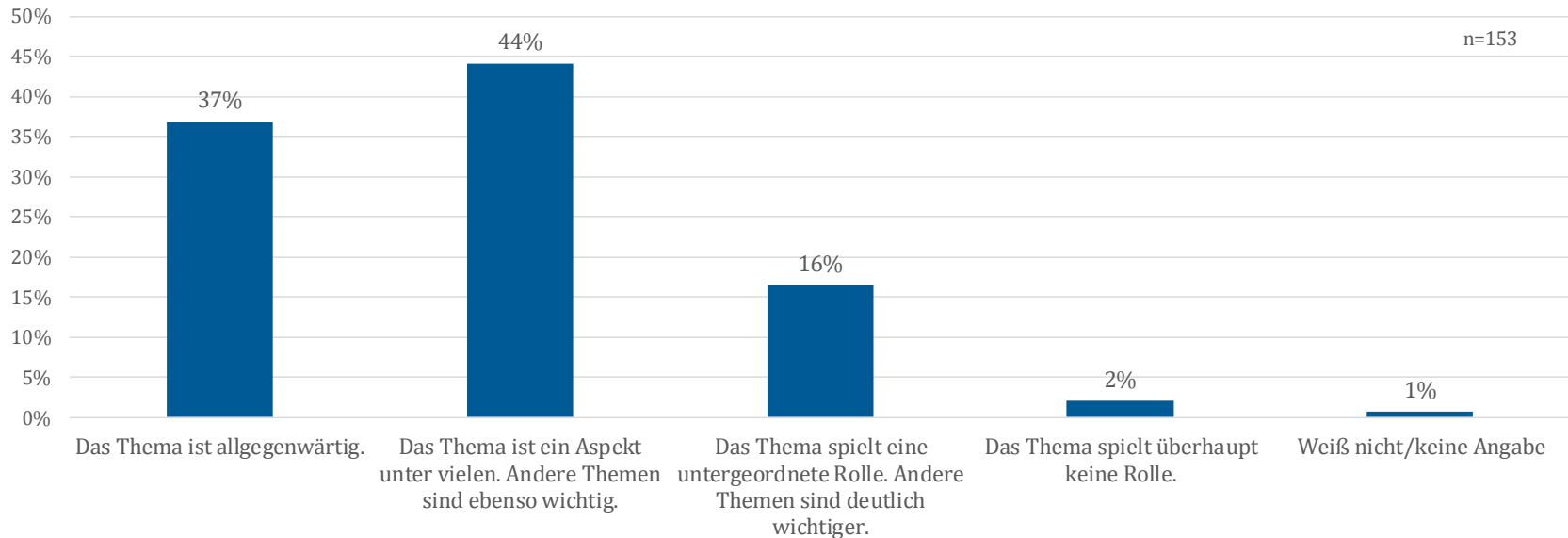
Höchster Bildungsabschluss der Befragten



Häufigkeiten – Online-Panel Q3/19

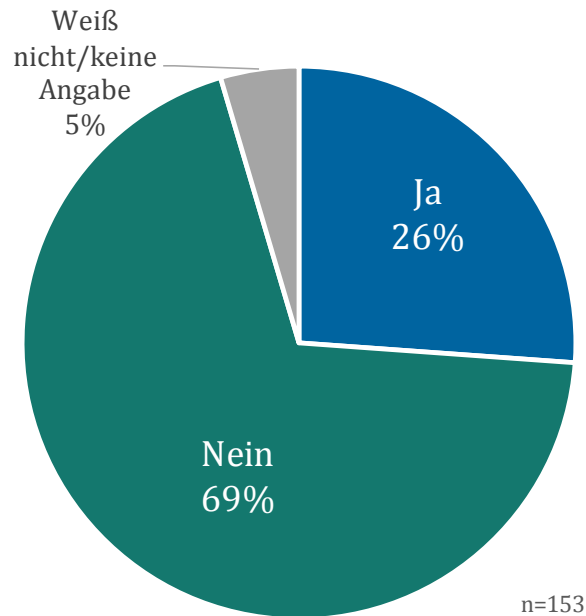
Relevanz von Nachhaltigkeit in Geschäftsprozessen

Wie stark spielt das Thema Nachhaltigkeit bei internen Prozessen in Ihrem Unternehmen eine Rolle?



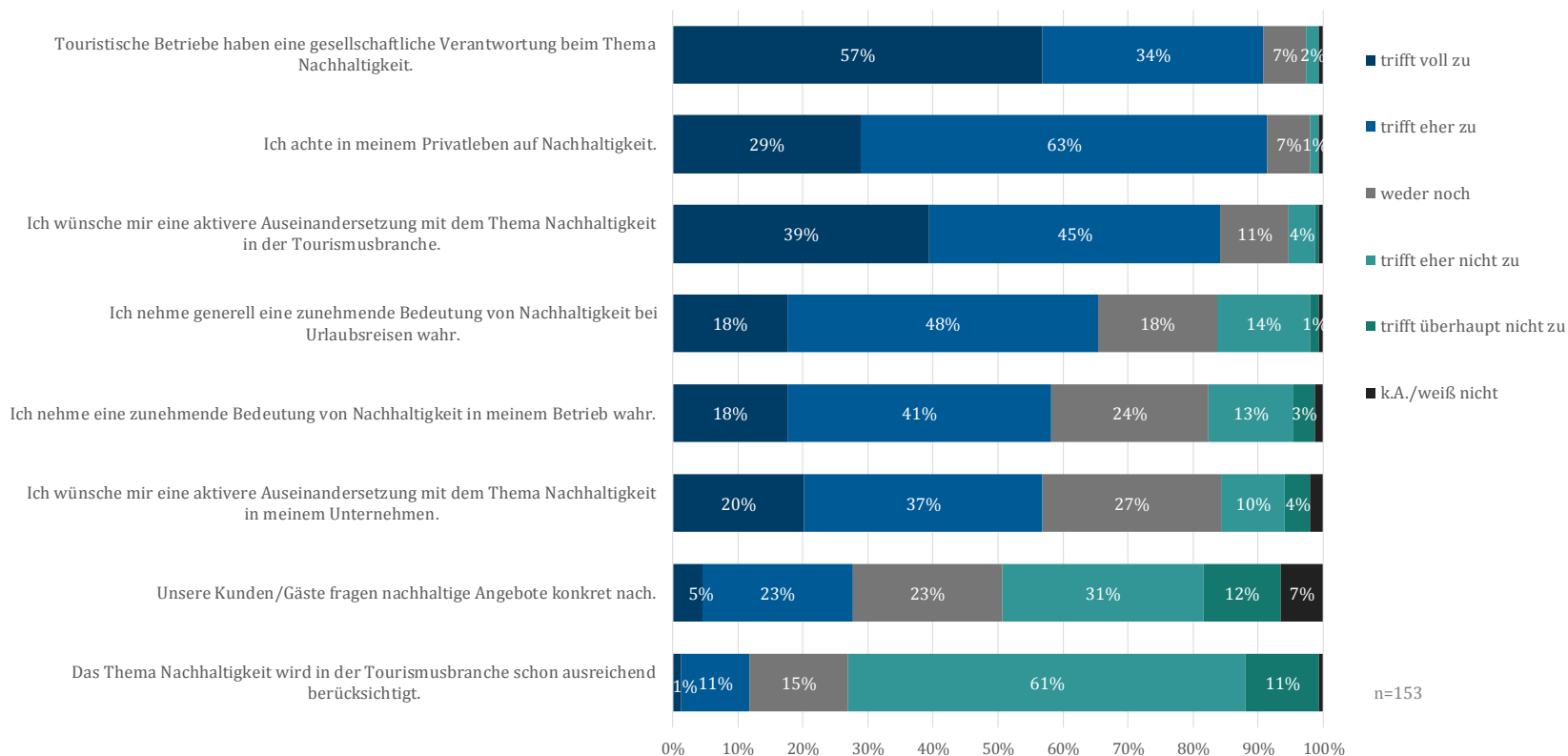
Verankerung von Nachhaltigkeit in der Organisation

Gibt es in Ihrem Betrieb einen eigenen Aufgaben-/Funktionsbereich für das Thema Nachhaltigkeit (z.B. einen Nachhaltigkeitsmanager, -beauftragten)?



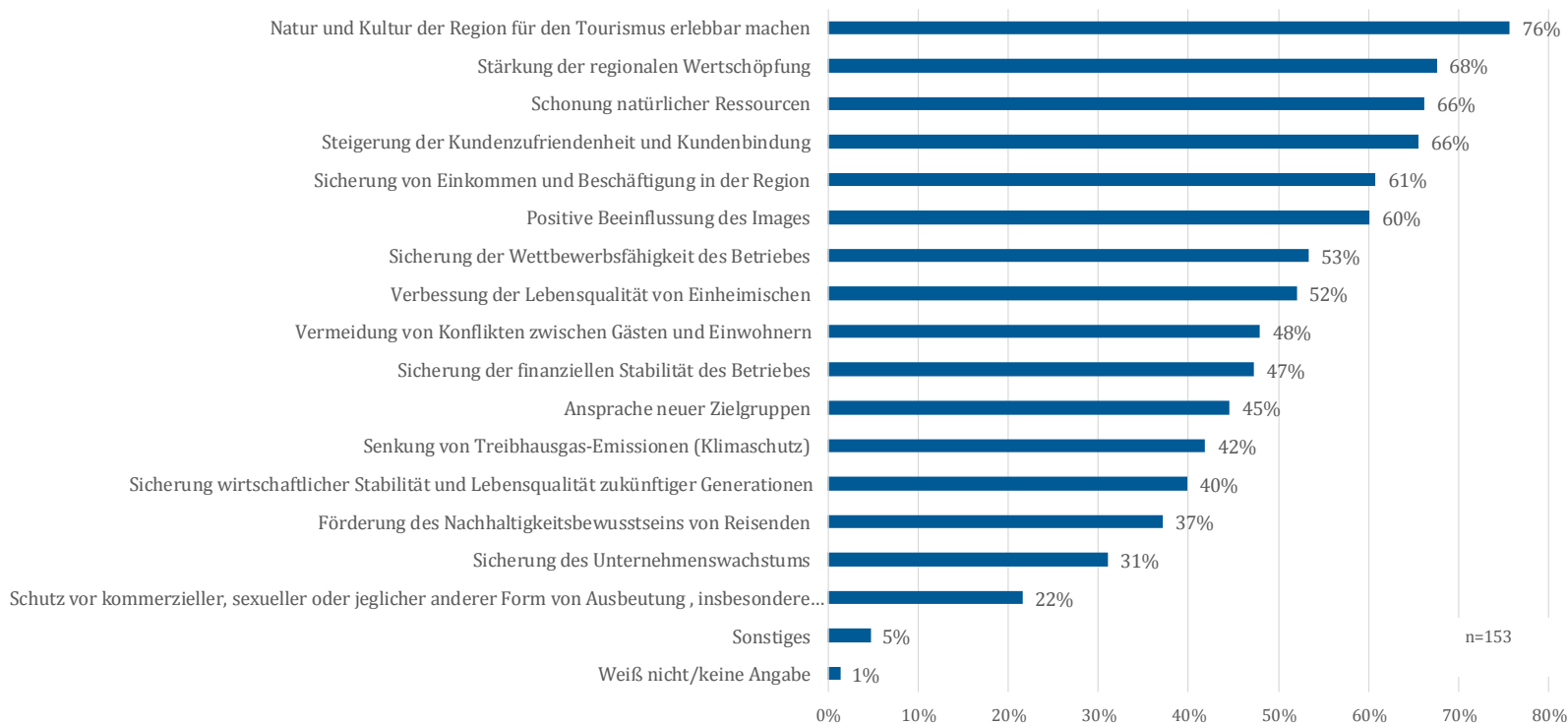
Beurteilung von Aussagen zum Thema Nachhaltigkeit im Tourismus

Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen zum nachhaltigen Tourismus?



Ziele im Bereich Nachhaltigkeit

Welche Ziele im Bereich Nachhaltigkeit verfolgt Ihr Betrieb?
(Mehrfachantworten möglich)

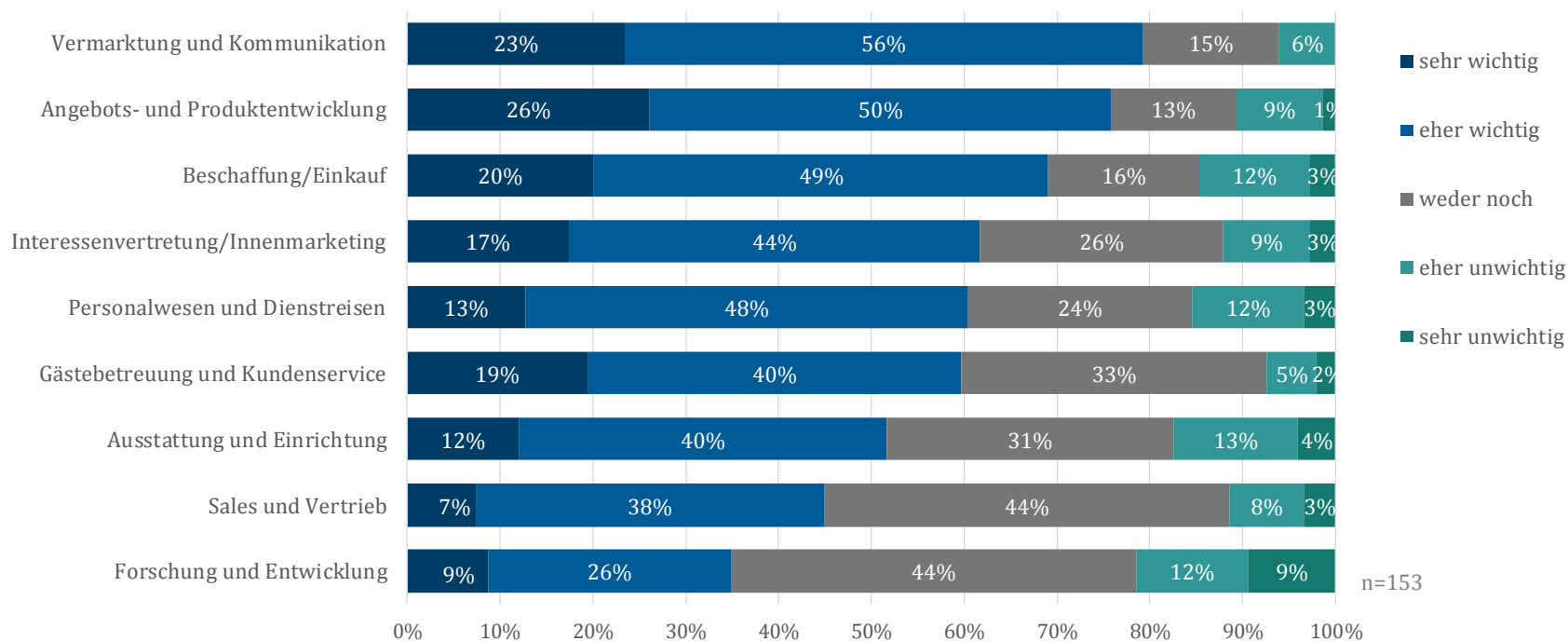


Bedeutung von Nachhaltigkeit im Unternehmen

- Hinsichtlich der ökologischen Nachhaltigkeit herrscht ein weitgehend einheitliches Verständnis. Die Vorstellungen der ökonomischen und sozialen Dimension haben unterschiedliche Schwerpunkte, die sich ergänzen.
- Nachhaltigkeit hat einen hohen Stellenwert in touristischen Unternehmen, 37% der Betriebe geben an, dass das Thema allgegenwärtig ist. Für 44% ist das Thema ebenso wichtig wie andere Themen.
- In 26% der Betriebe ist das Thema organisatorisch verankert.
- Nahezu allen Befragten ist die gesellschaftliche Verantwortung bewusst. Sie wünschen sich eine aktivere Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit in der Tourismusbranche. 72% sind der Meinung, dass es bisher nicht ausreichend berücksichtigt wird.
- Es werden vordergründig Ziele im Bereich Nachhaltigkeit verfolgt, die auf die Region und den Gast ausgerichtet sind, Ziele der im Bereich der betrieblichen Nachhaltigkeit stehen weniger im Fokus.

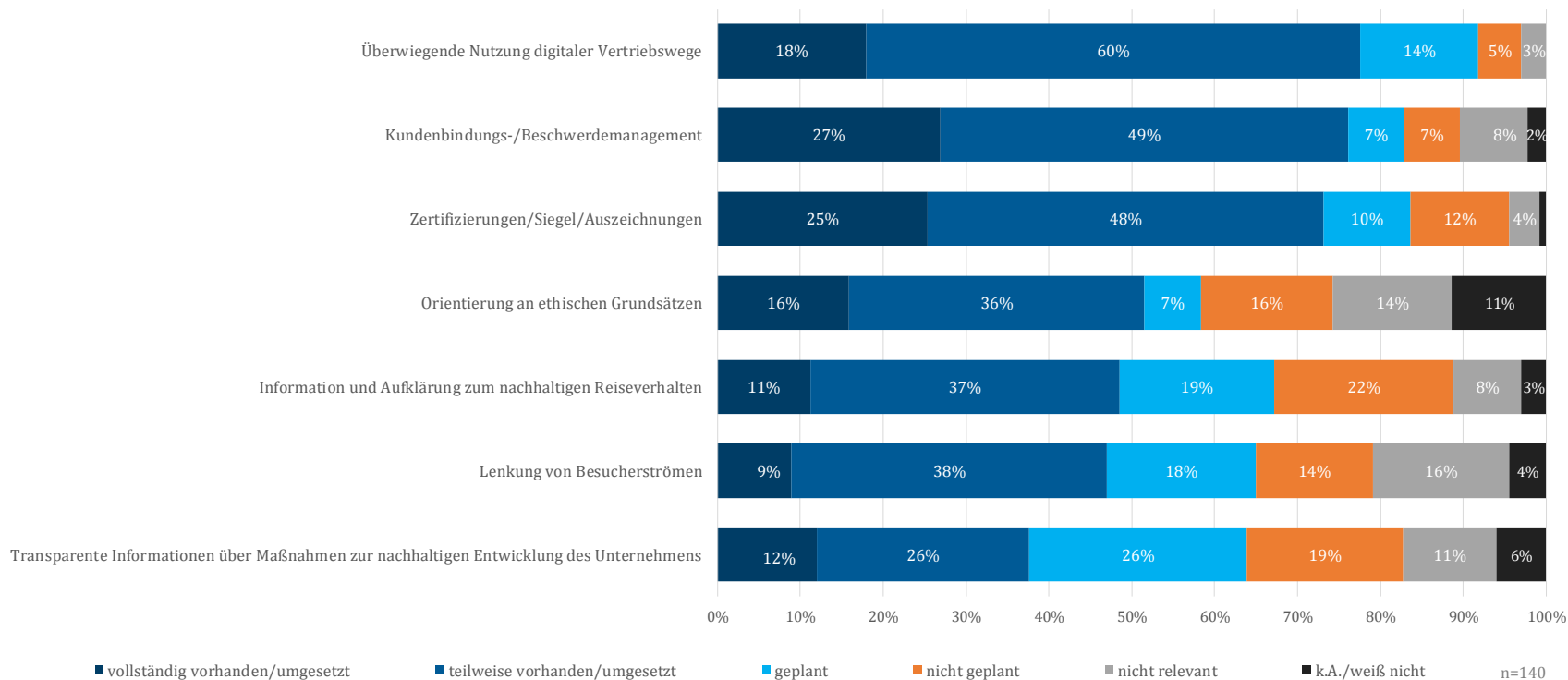
Nachhaltigkeit in Geschäftsprozessen

In welchen der folgenden Bereiche Ihres Betriebes spielt Nachhaltigkeit eine Rolle?



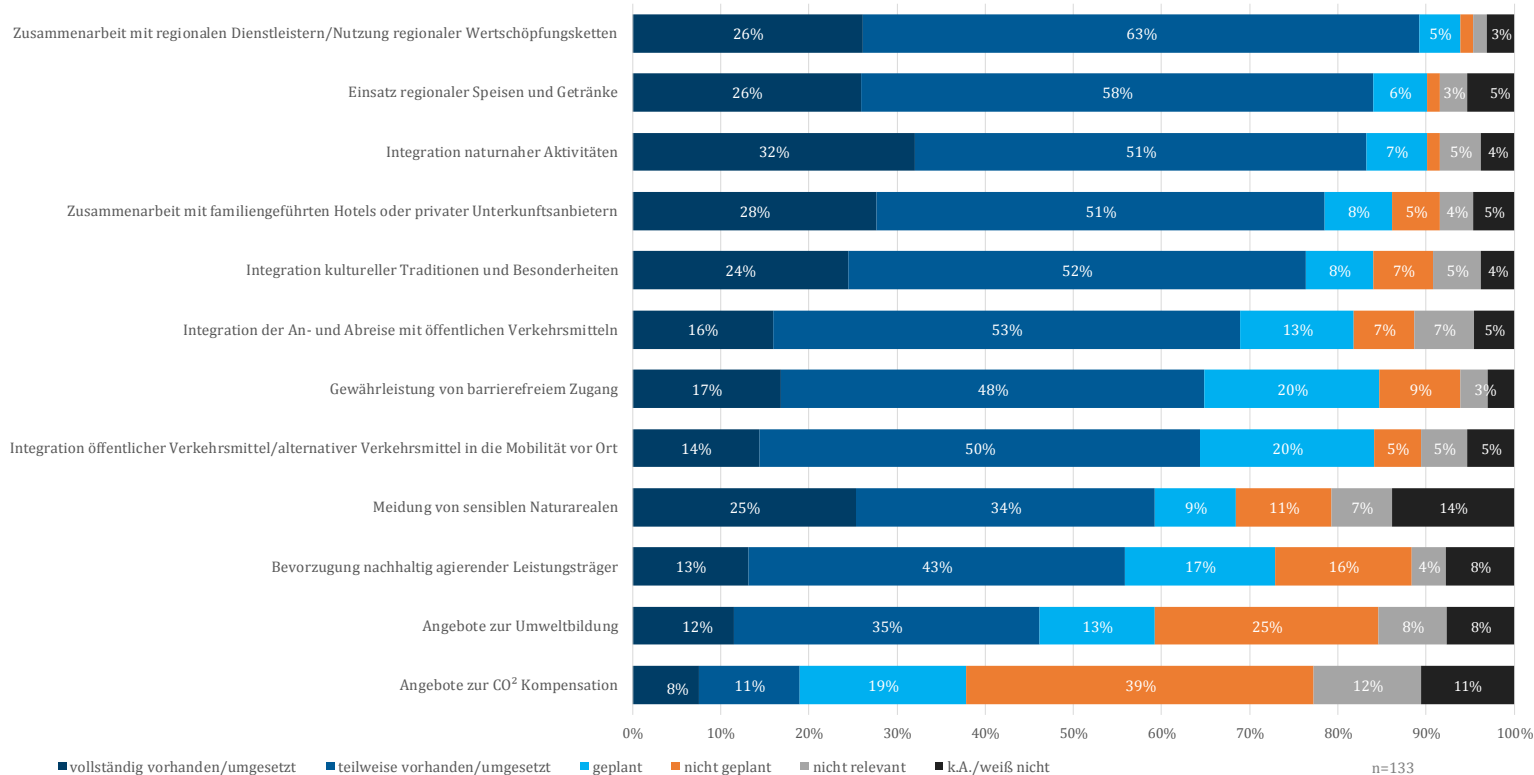
Nachhaltigkeit in der Vermarktung

Wenn sehr wichtig, eher wichtig oder weder noch, dann:
Inwieweit werden die folgenden Maßnahmen bei der Vermarktung, oder wenn Sie mit Kunden/Gästen über Ihre Produkte und Dienstleistungen sprechen, berücksichtigt?



Nachhaltigkeit in der Angebotsgestaltung

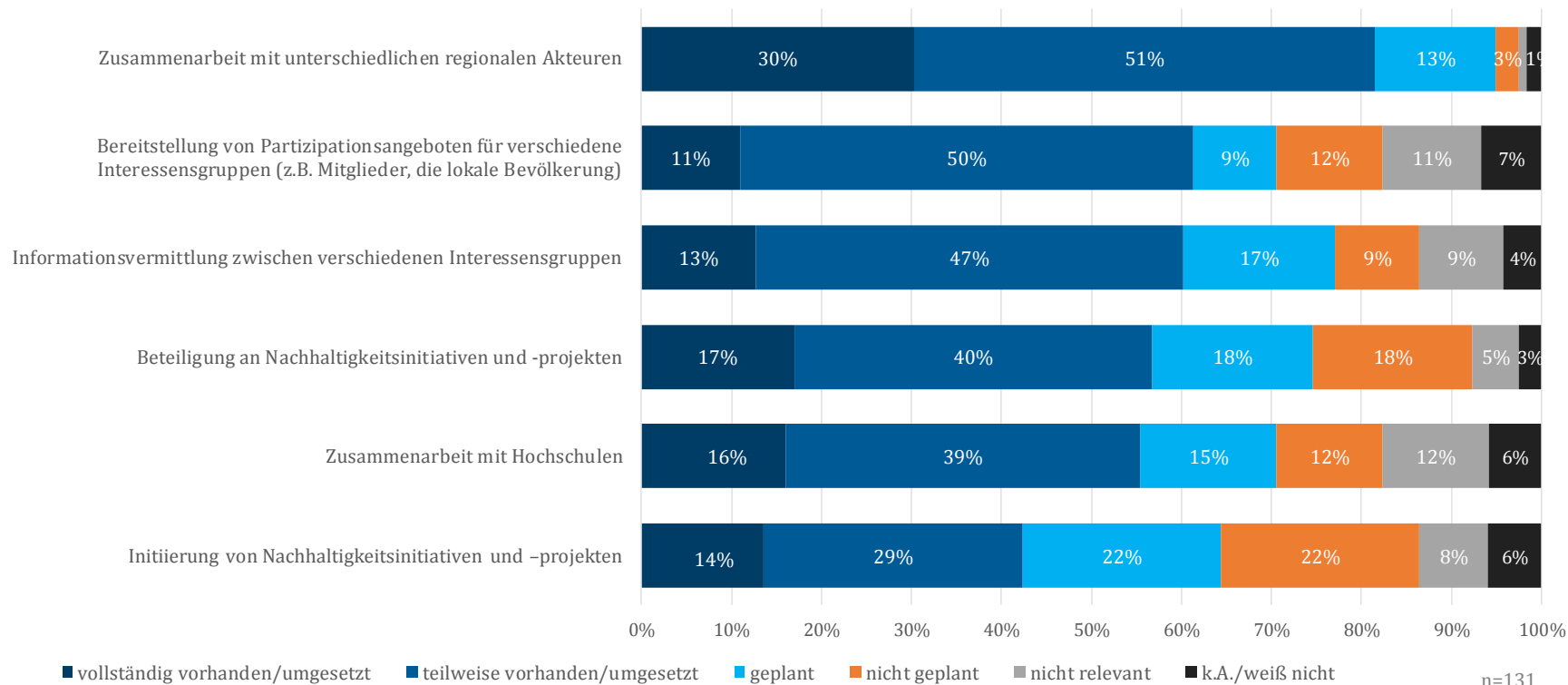
Wenn sehr wichtig, eher wichtig oder weder noch, dann:
Inwieweit werden die folgenden Maßnahmen berücksichtigt, wenn Sie Produkte oder Dienstleistungen entwickeln oder einkaufen?



n=133

Nachhaltigkeit in Innenmarketing und Regionalentwicklung

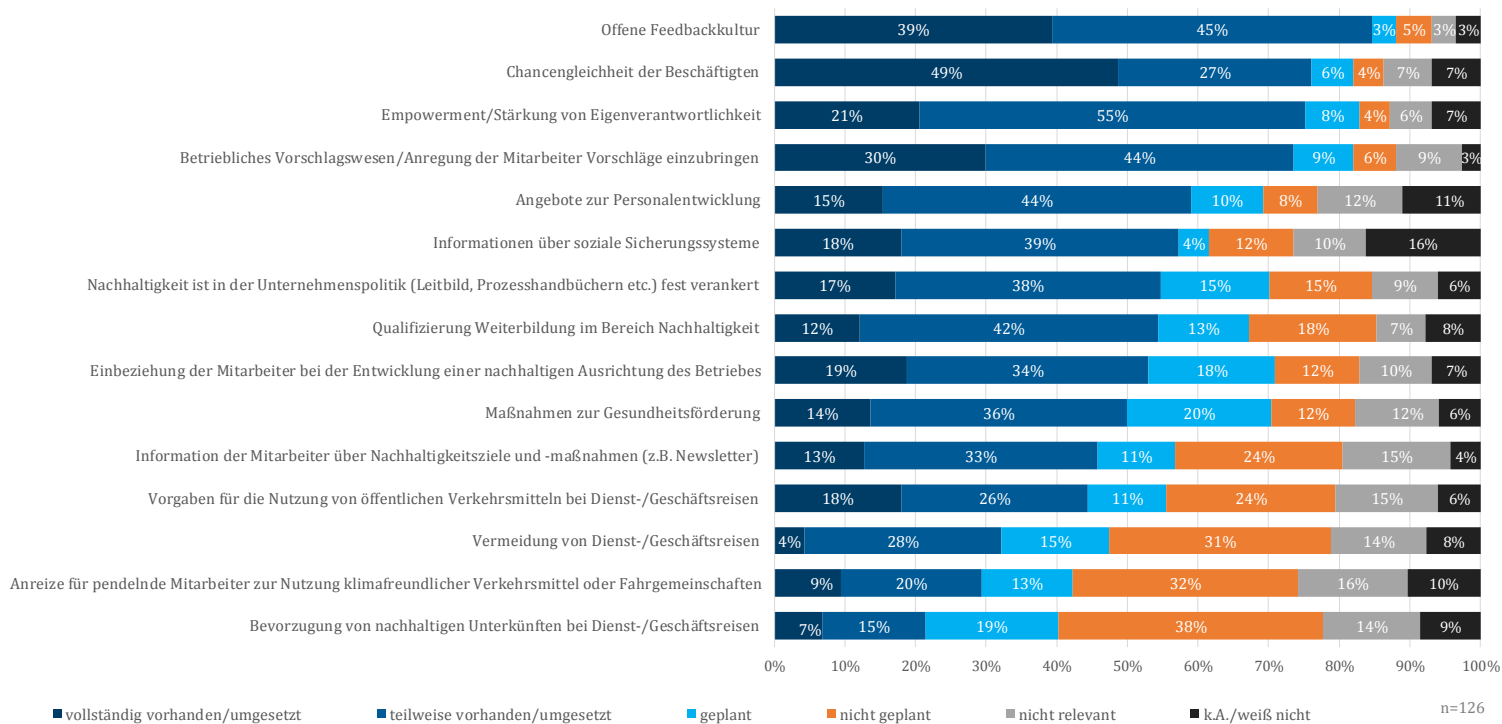
Wenn sehr wichtig, eher wichtig oder weder noch, dann:
Inwieweit werden die folgenden Maßnahmen bei der Zusammenarbeit mit Partnern oder politischen Entscheidungsträgern berücksichtigt?



n=131

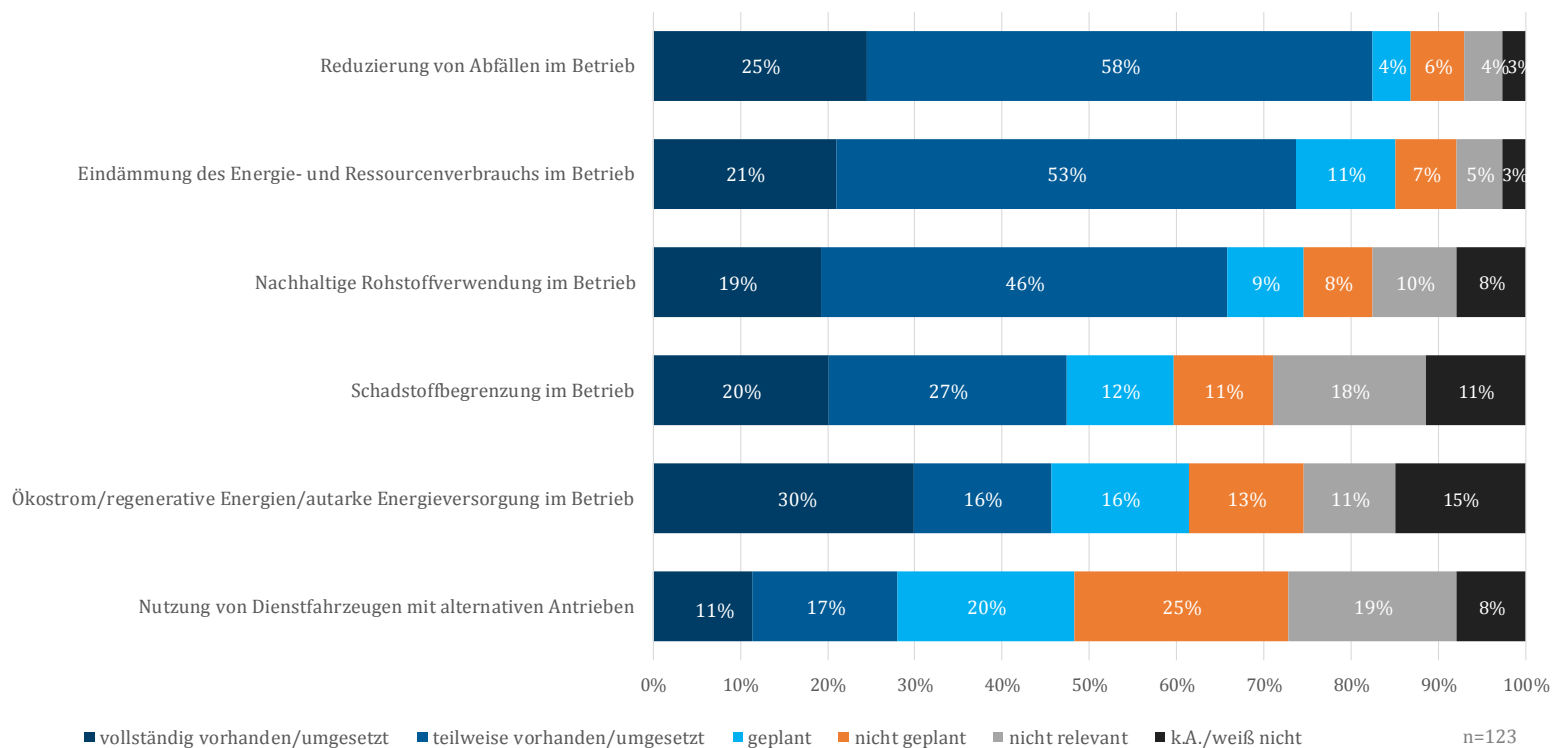
Nachhaltigkeit im Personalmanagement

Wenn sehr wichtig, eher wichtig oder weder noch, dann:
Inwieweit werden die folgenden Maßnahmen im Personalwesen und bei der Planung und Durchführung von Dienstreisen berücksichtigt?



Nachhaltigkeit in der betrieblichen Ausstattung

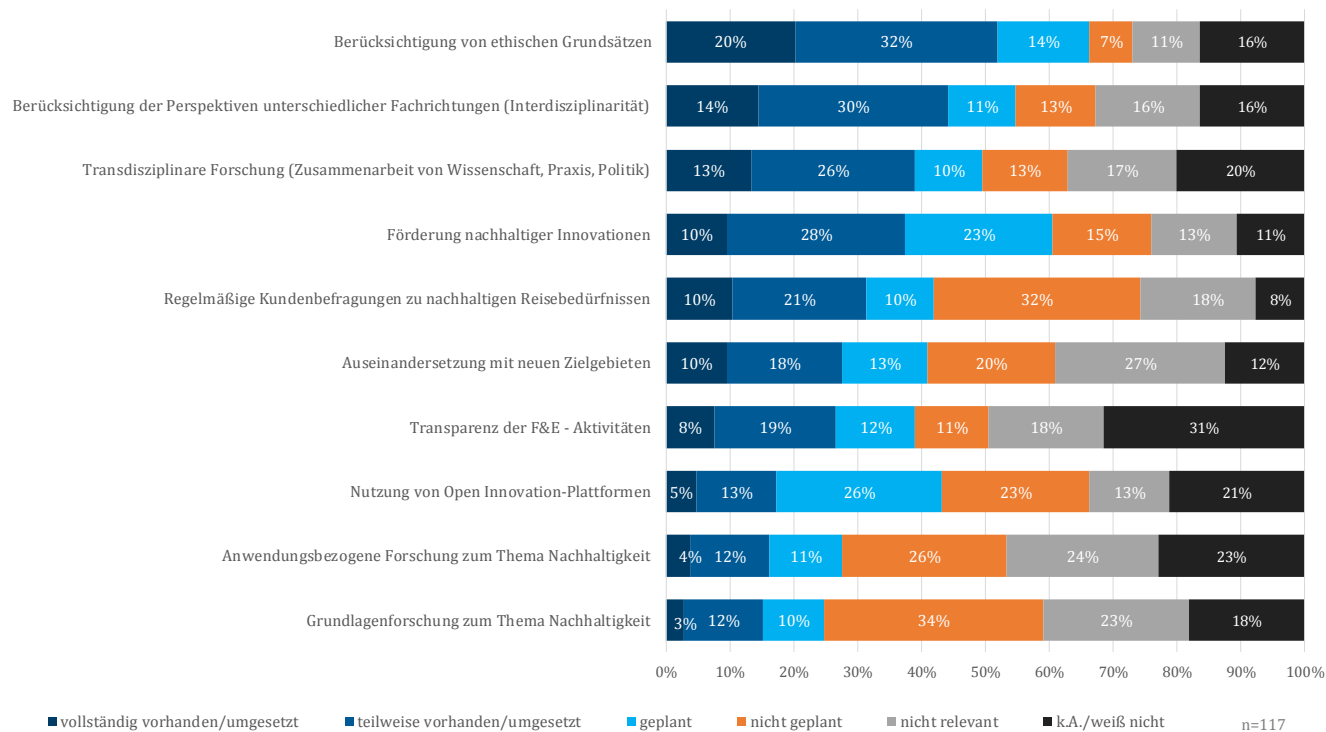
Wenn sehr wichtig, eher wichtig oder weder noch, dann:
Inwieweit werden die folgenden Maßnahmen bei der Ausstattung und Einrichtung Ihres Betriebes berücksichtigt?



n=123

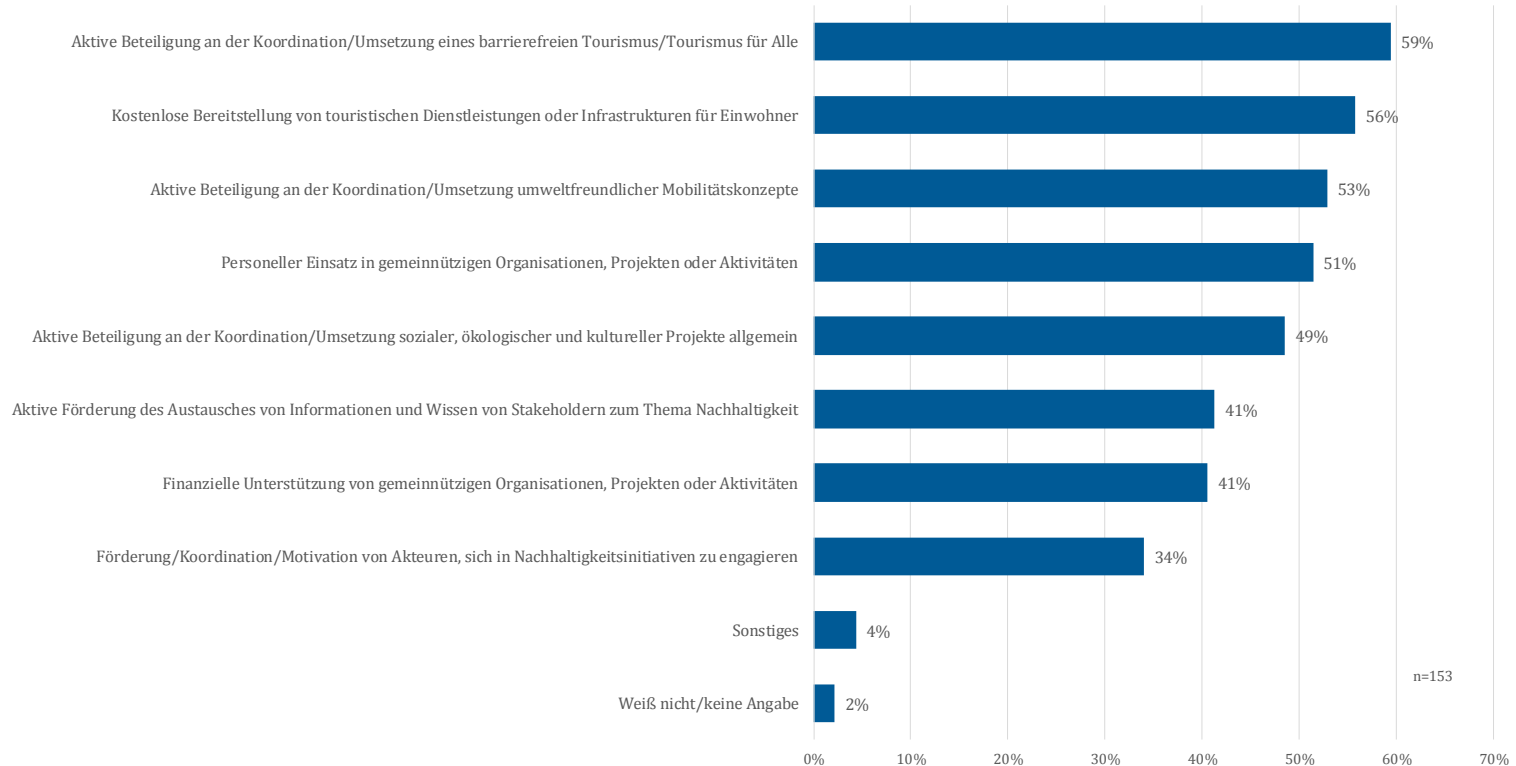
Nachhaltigkeit in Forschung und Entwicklung

Wenn sehr wichtig, eher wichtig oder weder noch, dann:
Inwieweit werden die folgenden Maßnahmen im Bereich Forschung und Entwicklung Ihres Betriebes berücksichtigt?



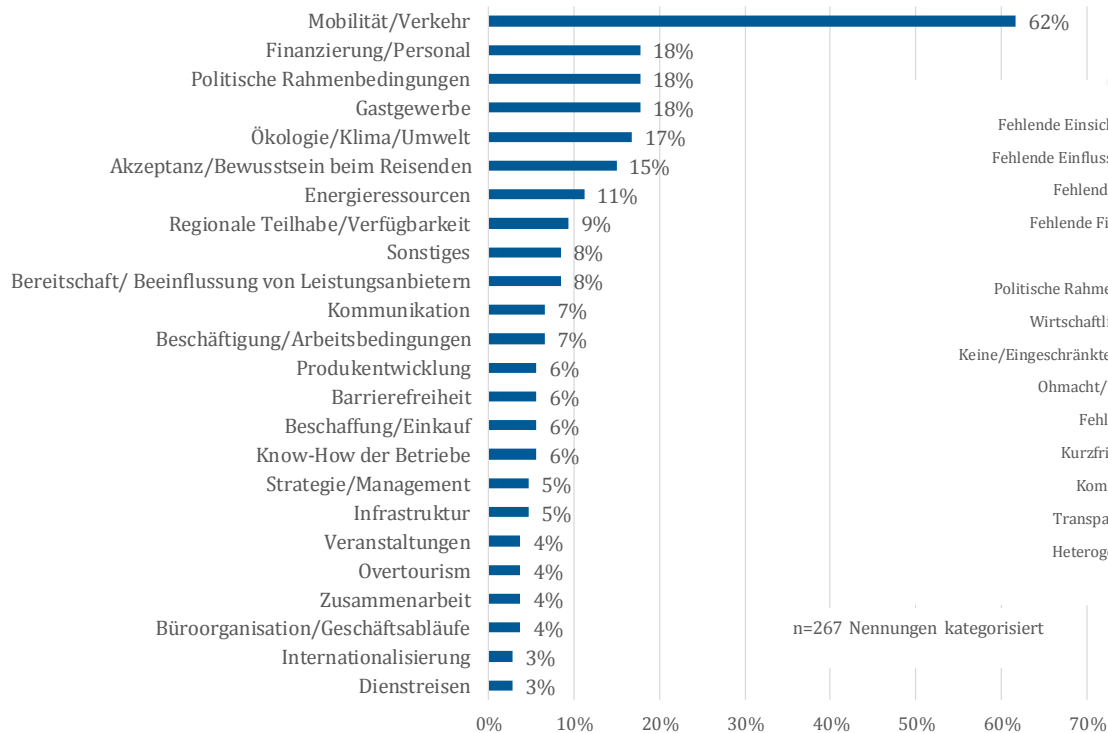
Gemeinwohlorientierung

Welchen Beitrag leistet Ihr Betrieb für das gesellschaftliche Gemeinwohl in der Region?
(Mehrfachantworten möglich)

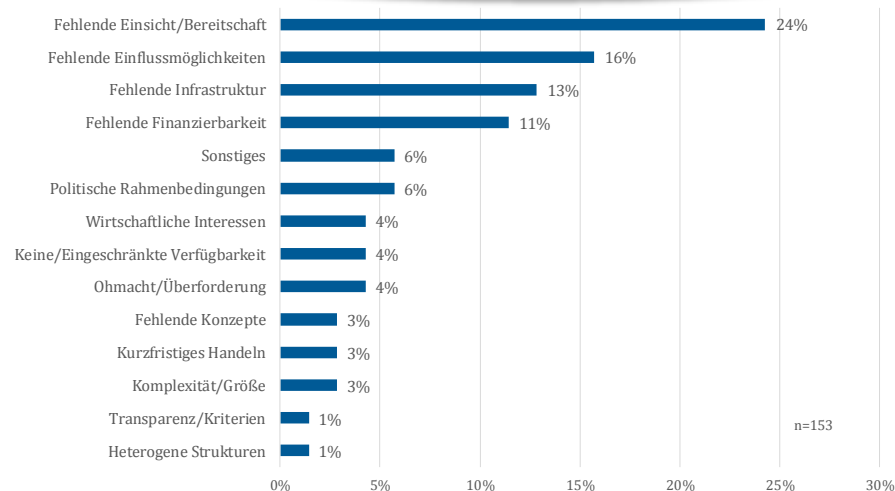


Herausforderungen nachhaltigen Handelns

In welchen Bereichen sehen Sie die größten Schwierigkeiten nachhaltig zu handeln? Bitte nennen Sie die drei Handlungsfelder, in denen Sie die größten Umsetzungshürden sehen.



Bitte begründen Sie Ihre Antwort.



Erfolgreiche Maßnahmen für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

Bitte nennen Sie drei erfolgreiche Maßnahmen Ihres Betriebes, die Ihrer Meinung nach einen wichtigen Beitrag für die nachhaltige Tourismusedwicklung leisten.

Angebots- und Produktentwicklung

- Kostenlose ÖPNV-Nutzung (z.B. KONUS)
- (Kostenlose) Nutzung von E-Fahrzeugen
- Förderung des Fahrradtourismus
- Ausbau naturnaher Angebote
- Durchführung eines Nachhaltigkeitsfestivals
- Sharing-Konzepte
- Barrierefreie Angebote
- Angebote sowohl für Touristen wie Einwohner
- Förderung der regionalen Besonderheiten und Kultur
- Hinterland berücksichtigen
- Umweltbildungsangebote
- Zielgruppenaffine Angebote
- Qualitätsmanagement

Innenmarketing und Vernetzung

- Zertifizierungen
- Anstoß zum nachhaltigen Leitbild
- Vorbildfunktion durch betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement in der DMO
- Kooperation mit Naturerlebniszentren
- Kooperation mit dem BMZ
- Kooperation mit Umweltverbänden
- Nationalparkpartnerschaft
- Kooperation mit Einwohnern, Politik und Leistungsträgern
- Beratung von Betrieben
- Bewusstsein schaffen/ Sensibilisieren
- ganzheitliches Management von ökologischen, ökonomischen und sozialen Projekten
- Teilnahme an Forschungsprojekten
- Vermittlung und Unterstützung von nachhaltigen Managementprozessen
- Handlungsempfehlungen aussprechen
- Nachhaltigkeitstage/Austauschforen
- Partnernetzwerk

Kommunikation/Vermarktung

- Zertifizierungen
- Darstellung des nachhaltigen Angebots
- Verzicht auf Printprodukte
- Digitales Dokumentenmanagement
- Aufklärung
- Entwicklung eines Reiseführers mit Angaben zum CO2 Anteil
- Kommunikation von Naturschutzzielen
- Herausarbeitung der USP

Erfolgreiche Maßnahmen für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

Bitte nennen Sie drei erfolgreiche Maßnahmen Ihres Betriebes, die Ihrer Meinung nach einen wichtigen Beitrag für die nachhaltige Tourismusedwicklung leisten.

Ausstattung und Einrichtung

- Müllvermeidung/Plastikvermeidung/Recycling
- Energieoptimierung, z.B. LED-Lampen
- Barrierefreiheit
- Digitalisierung
- Wärmerückgewinnung bei Kälteanlagen
- Familienfreundlichkeit
- Strandaschenbecher
- CO2-Einsparung
- Bau eines nachhaltigen Veranstaltungszentrums
- Verwendung von Strom aus Wasserkraft
- Nachhaltige Materialien
- Nachträgliche Dämmung von Gebäudeteilen
- Nutzung und Einsatz von Recyclingmaterialien
- Energie-Audit
- Ladestationen für E-Autos
- Erneuerung des Gebäudebestands
- technologische Effizienzsteigerungen (z.B. geringerer Benzinverbrauch)
- Beschattung statt Klimaanlage
- Ressourcenschonung

Beschaffung/Einkauf

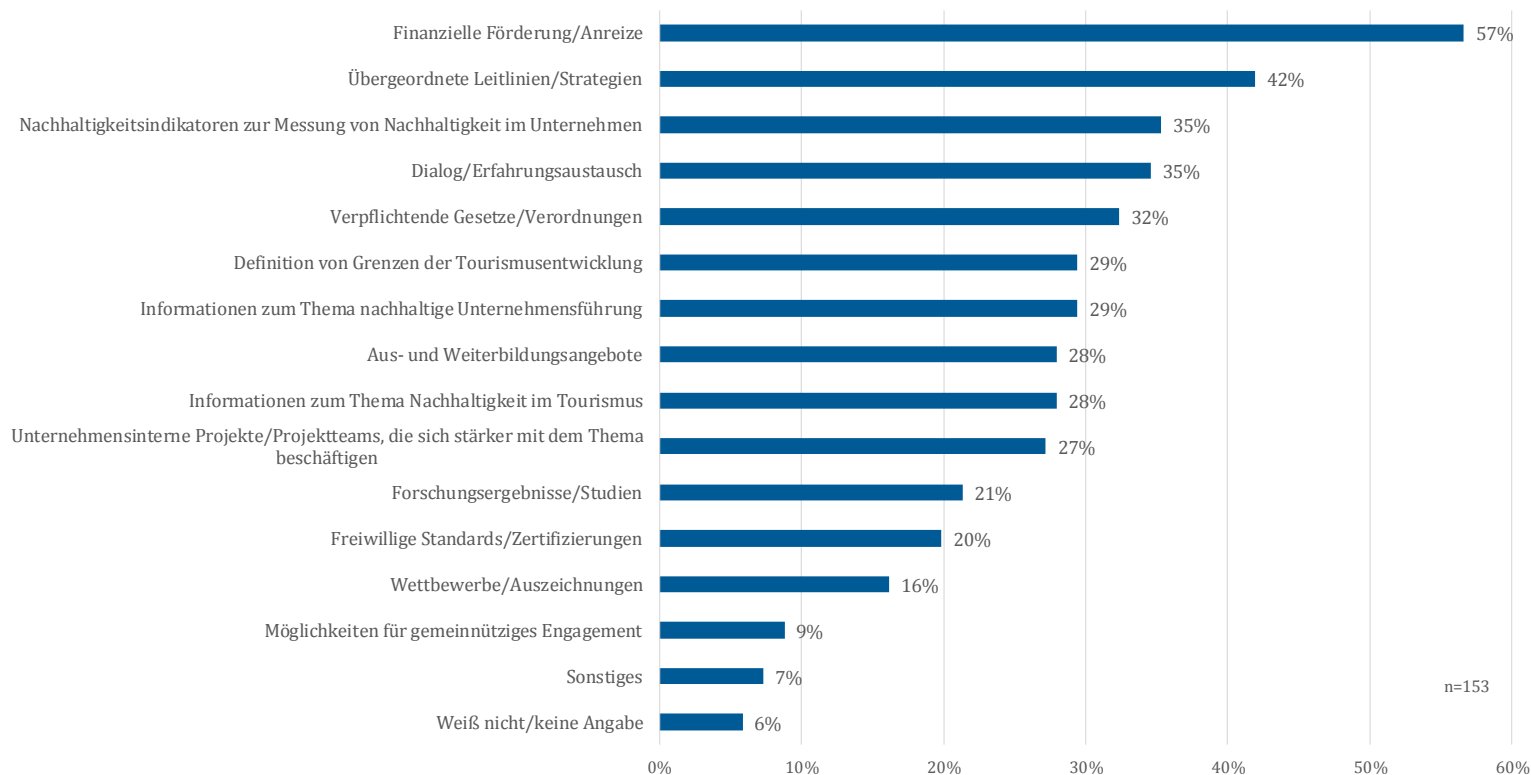
- Verwendung regionaler Produkte und Dienstleistungen
- Zusammenarbeit mit regionalen Produzenten/Dienstleistern
- Einbeziehung regionaler Betriebe, Leistungsträger und Produzenten
- direkte Einbindung lokaler Partner, direkte Kommunikation
- Fair Trade/ Bio Produkte

Personalwesen und Dienstreisen

- Reisen mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln
- Weniger Dienstreisen, mehr Skype
- Jobticket/Bahncards/Zuschüsse für MA
- Etablierung einer sozial nachhaltigen Unternehmenskultur
- Digitalisierung
- Personal ist regional
- Umstellung im Büro/Organisation
- Wir besitzen keine Dienstfahrzeuge, sondern nutzen E-Bike, Bahn und notfalls auch mal
- Vorbildhaftes Verhalten
- E-Geschäftswagen
- Einstellung von Hochschulabsolventen, nachhaltiges Tourismusmanagement
- Kompensieren von Flugreisen
- Online-Nachhaltigkeitsschulung
- verstärkte Ausbildung mit entsprechenden Inhalten
- Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Ideen

Unterstützungsbedarf

Welche der folgenden Aspekte fehlen Ihnen, um Nachhaltigkeit stärker in Ihrem Unternehmen zu verankern? (Mehrfachantworten möglich)



Umsetzung von Nachhaltigkeit im Unternehmen

- In den Bereichen Vermarktung und Kommunikation, Produkt- und Angebotsentwicklung sowie Beschaffung/Einkauf geben rund 70% oder mehr Befragte an, dass das Thema Nachhaltigkeit wichtig oder sehr wichtig ist, dennoch werden in diesen Bereichen entsprechende Maßnahmen von weniger als einem Drittel der Befragten vollständig umgesetzt.
- Ähnliches gilt für die Bereiche Innenmarketing/Interessenvertretung und Personalwesen/Dienstreisen. Während eine offene Feedbackkultur und die Chancengleichheit der Beschäftigten in den Betrieben weitestgehend umgesetzt wird, gibt es in anderen Bereichen noch Nachholbedarf. So auch in der Partizipation regionaler Akteure.
- Nachhaltigkeit in Forschung und Entwicklung erhält insgesamt den geringsten Stellenwert
- Einen Beitrag für das gesellschaftliche Gemeinwohl leisten die Betriebe u.a. durch die Förderung eines barrierefreien Tourismus, die Bereitstellungen von kostenlosen Angeboten für Touristen und Einwohner und die Förderung umweltfreundlicher Mobilitätskonzepte
- Gleichzeitig bereitet eine nachhaltigere Mobilität die größten Umsetzungsschwierigkeiten

Fazit

Die Rücklaufquote und das Antwortverhalten der Befragung lassen eine gewisse Nachhaltigkeitsverdrossenheit von touristischen Betrieben erkennen: Die Branche ist sich ihrer Verantwortung durchaus bewusst, aber wird ihr aus drei unterschiedlichen Gründen nicht gerecht:

1. Nachhaltigkeit wird von einigen Betrieben immer noch als Selbstzweck verstanden und nicht als ökologische, ökonomische und soziale Notwendigkeit des touristischen Handelns.
2. Bestehende Rahmenbedingungen (z.B. fehlende finanzielle oder personelle Ressourcen, kleinteilige Strukturen, fehlende Infrastruktur) erschweren nachhaltiges Handeln.
3. Einflussmöglichkeiten der einzelnen Betriebe erscheinen vor dem Hintergrund der Komplexität und der weitreichenden Auswirkungen des Tourismus begrenzt.

Disclaimer

Sämtliche vom Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen sind Eigentum des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind nur mit schriftlicher Einwilligung des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes.