



Der Begriff der Nachhaltigkeit

Abbildung 2: Zieldreieck der Nachhaltigkeit



Quelle: Bundesregierung, 2016, S.24

Nachhaltiger Tourismus

„Nachhaltige Tourismusedwicklung befriedigt die heutigen Bedürfnisse der Touristen und Gastregionen, während sie die Zukunftschancen wahrt und erhöht. Sie soll zu einem Management aller Ressourcen führen, das wirtschaftliche, soziale und ästhetische Erfordernisse erfüllen kann und gleichzeitig kulturelle Integrität, grundlegende ökologische Prozesse, die biologische Vielfalt und die Lebensgrundlagen erhält.“ (UNWTO)



Tabelle 1: Forderungen und Handlungsziele eines nachhaltigen Tourismus

Forderung	Handlungsziele
Ressourcenschutz & Erhalt ökologischer Prozesse	<ul style="list-style-type: none">▪ Wachstum▪ Verbrauch der Ressourcen im Rahmen ihrer Regenerationsfähigkeit▪ Kontinuierliche Substitution von nicht erneuerbaren Energieträgern▪ Emissionen reduzieren, sodass der natürliche Kreislauf gewahrt bleibt und Grenzwerte eingehalten werden▪ Aktivitäten und Flächenverbrauch so gestalten, dass biologische Vielfalt erhalten bleibt oder wächst und Grenzwerte eingehalten werden
Respekt vor soziokulturellen Strukturen der Bevölkerung in den Zielgebieten	<ul style="list-style-type: none">▪ Kapazitätsgrenzen beachten▪ Wahrung und Stärkung lokaler Entscheidungsebenen und Einbeziehung von Interessen der Öffentlichkeit▪ Kulturelles Erbe und Identität stärken▪ Toleranz der Touristen im Einklang mit interkultureller Offenheit vor Ort
Gewährleistung stabiler wirtschaftlicher Aktivitäten	<ul style="list-style-type: none">▪ Zufriedenheit der Bevölkerung mit der (Tourismus-)Entwicklung▪ Schaffung regionaler Wirtschaftskreisläufe (Verteilung der Ausgabenstruktur)▪ Schaffung von ganzjähriger Beschäftigung / Verringerung von Saisonalität▪ Erhöhung des Lohnniveaus / Gleichstellung der Geschlechter▪ Schaffung von Vielfalt der Beschäftigung

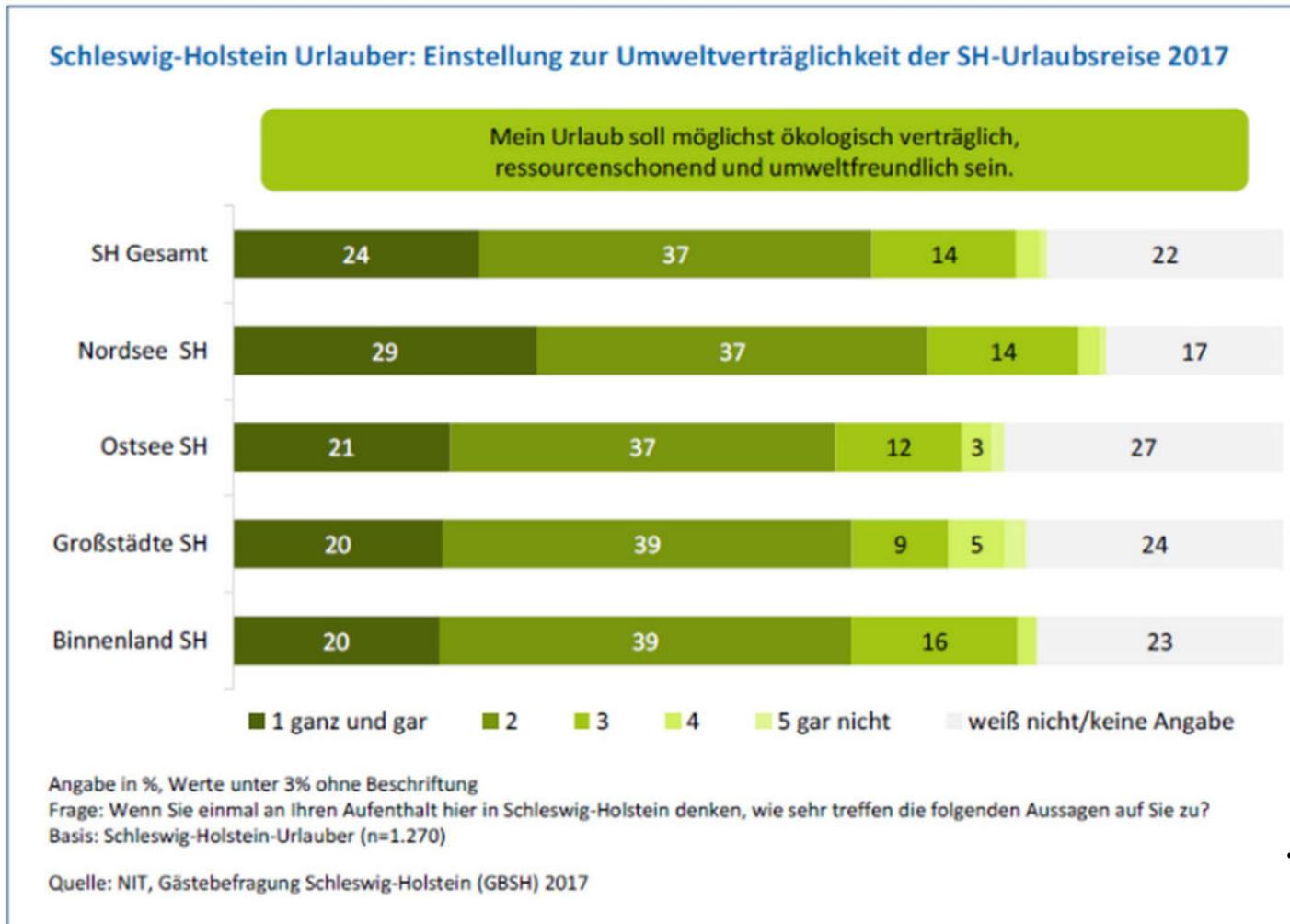
UNWTO/UNEP, 2005, S.11; Bundesregierung, 2017 & Ekardt, 2014, S.43

Die Welt verändern: Agenda 2030 für eine nachhaltige Entwicklung
Artikel 67, auf den sich alle 193 UN-Mitgliedsstaaten verständigt haben:

„Privatwirtschaftliche Aktivitäten, Investitionen und Innovation sind wichtige Motoren der Produktivität, eines breitenwirksamen Wirtschaftswachstums und der Schaffung von Arbeitsplätzen.

Wir kennen die Vielfalt des Privatsektors an, von Kleinstunternehmen über Genossenschaften bis zu multinationalen Unternehmen. Wir fordern alle Unternehmen auf, ihre Kreativität und Innovationsstärke zur Lösung der Herausforderungen im Bereich der nachhaltigen Entwicklung einzusetzen.“

Relevanz des Themas Nachhaltigkeit für Urlauber

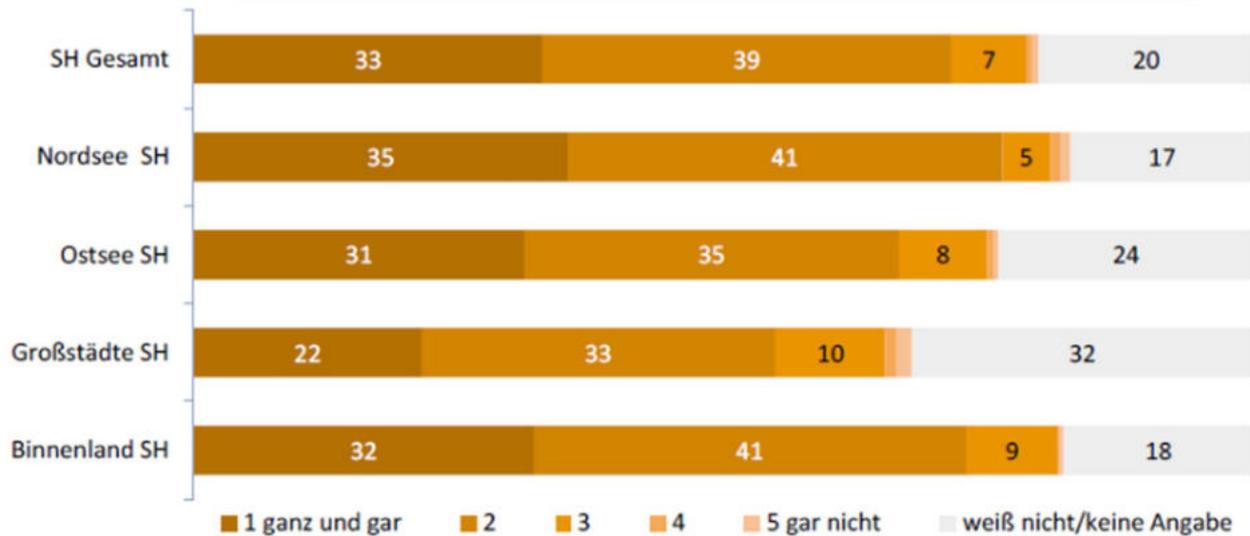


GBSH in: IMT/NIT 2019, S.32

Relevanz des Themas Nachhaltigkeit für Urlauber

Schleswig-Holstein Urlauber: Einstellung zur Sozialverträglichkeit der SH-Urlaubsreise 2017

Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein
(z. B. faire Arbeitsbedingungen, rücksichtsvoll gegenüber der Bevölkerung vor Ort)



Angabe in %, Werte unter 3% ohne Beschriftung

Frage: Wenn Sie einmal an Ihren Aufenthalt hier in Schleswig-Holstein denken, wie sehr treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?

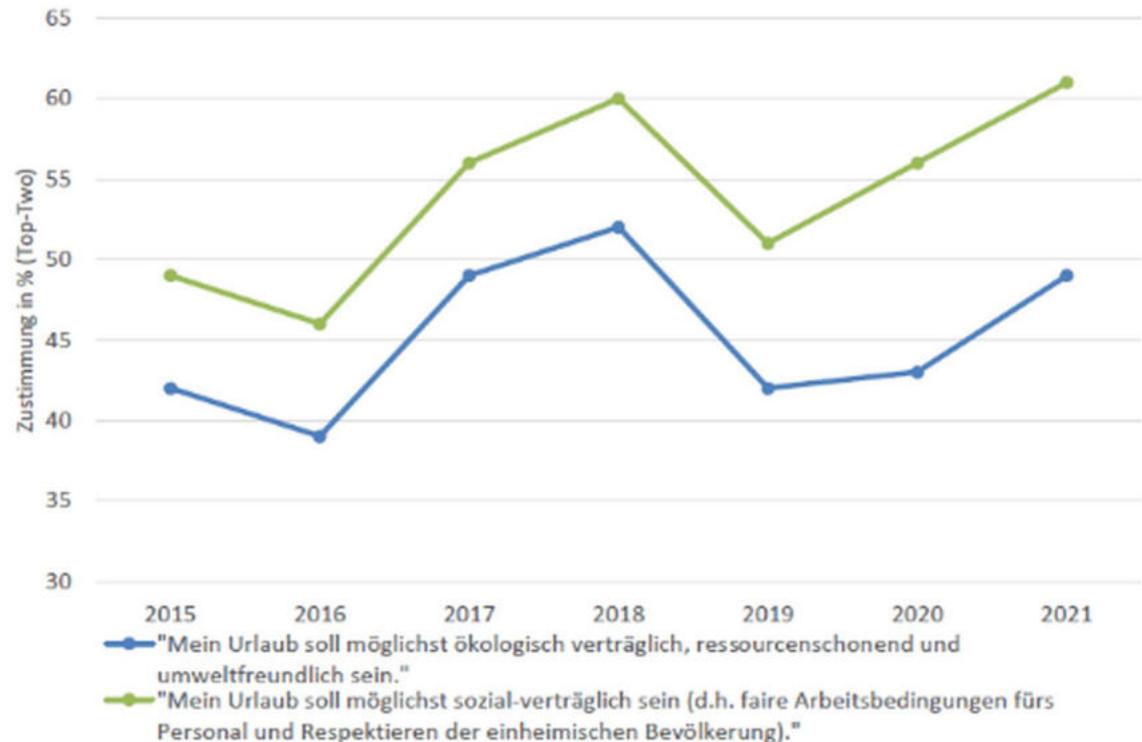
Basis: Schleswig-Holstein-Urlauber (n=1.270)

Quelle: NIT, Gästebefragung Schleswig-Holstein (GBSH) 2017

GBSH in: IMT/NIT 2019, S.32

Quellmarkt Deutschland: Langfristige Einstellungsveränderung Nachhaltigkeit

Auch andere Studien belegen trotz einiger Schwankungen **langfristig einen Trend zu positiven Einstellungsänderungen der Deutschen** in Bezug auf ökologische und soziale Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen sowie ein **gestiegenes Interesse an dem Thema in Deutschland während der COVID-19 Pandemie** (RA 2021, Corona Recovery Modul 09/2020).



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren in Deutschland, alle Befragte (n = mind. 6.207); Darstellung der Top-Two-Box auf Skala von „1 = trifft voll und ganz zu“ bis „1 = trifft ganz und gar nicht zu“; Angabe in % der Befragten

Quelle: RA 2015-2021



Quellmarkt Deutschland: Nachhaltigkeit als Aspekt bei der Urlaubsreiseentscheidung 2020.

Nachhaltigkeit spielte bei der **Reiseentscheidung** allerdings nach wie vor nur **eine untergeordnete Rolle**.

Eine höhere Relevanz hat das Thema bei den **Inlandsurlaubern** – dort gab **jeder Zehnte und damit doppelt so viele wie 2018** an, dass Nachhaltigkeit den Ausschlag bei der Entscheidung gegeben hat.

Zudem: bis zur Covid-19 Pandemie stetige **Zunahme der zurückgelegten Reisedistanz** der Deutschen bei gleichzeitig **geringer CO2-Kompensation (ca. 10%)** (Schmücker et al. 2019)

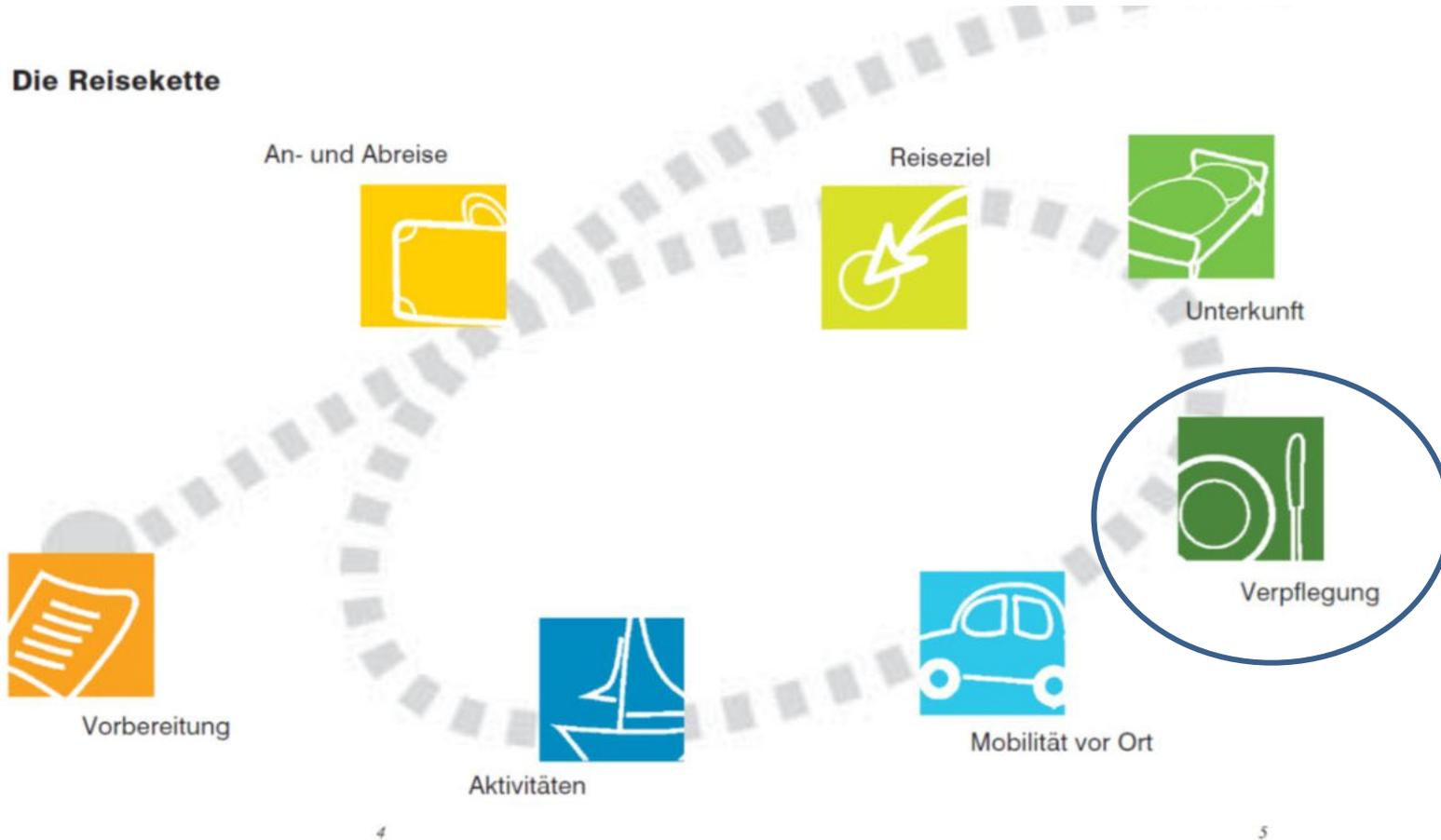


- Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten
- Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Entscheidung für diese Reise
- Nachhaltigkeit hatte bei der Entscheidung für diese Reise keine Bedeutung
- Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht
- keine Angabe

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren in Deutschland die Urlaubsreise 2020 unternommen hat (n = mind. 4.441); Angabe in %
Quelle: RA 2021

Nachhaltiger Tourismus

Die Reisekette



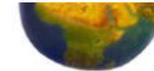
Das Beispiel der nachhaltigen, klimafreundlichen Ernährung und Tourismus

Grundsätze klimafreundlicher Ernährung

- ▶ **Bevorzugung pflanzlicher Nahrungsmittel**
- ▶ **Ökologisch erzeugte Lebensmittel**
- ▶ **Regionale und saisonale Erzeugnisse**
- ▶ **Bevorzugung gering verarbeiteter Lebensmittel**
- ▶ **Bevorzugung Fair gehandelter Lebensmittel**
- ▶ **Ressourcenschonendes Haushalten**
- ▶ **Genussvolle und bekömmliche Speisen**

Grundsätze klimafreundlicher Ernährung

Stufen der Nahrungsversorgung



© Dieter Schütz /PIXELIO

Vorleistungs-
produktion



© birgitH/PIXELIO

Erzeugung in
Landwirtschaft



© Olga Meier-Sander/PIXELIO

Verarbeitung



Abfallentsorgung



© Hartmut810/PIXELIO

Zubereitung/Verzehr



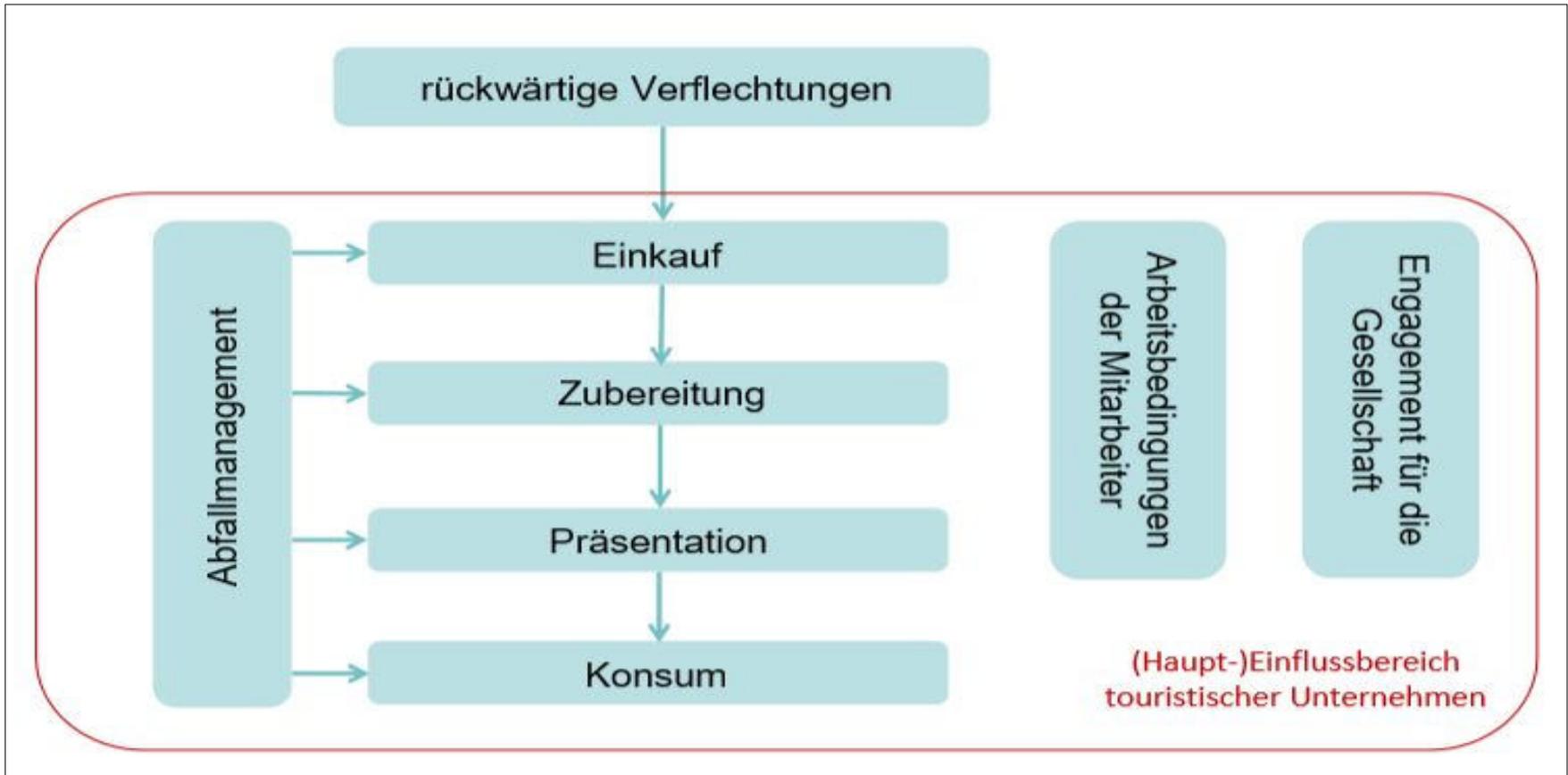
© Rainer Sturm/PIXELIO

Vermarktung/Handel



© Gabi Schoenemann /PIXELIO

Grundsätze klimafreundlicher Ernährung



Prozessstufen der Erstellung eines nachhaltigen Speisenangebotes

Quelle: Lund-Durlacher, Antonschmidt, Fritz, 2017, S. 3

Die Praxis: SDGs entlang der Wertschöpfungskette betrachten

Das Unternehmen identifiziert als Priorität, die positive Auswirkung seiner Tätigkeiten auf SDG 8 zu erhöhen, indem es existenzsichernde Löhne für alle MitarbeiterInnen an allen Produktionsstandorten weltweit bezahlt.

Das Unternehmen identifiziert als Priorität, die positive Auswirkung auf SDG 13 im Rahmen der Produktnutzung zu erhöhen, indem es Produkte entwickelt und auf den Markt bringt, mit denen die KundInnen ihren Energieverbrauch und damit die THG-Emissionen senken können.

POSTIVE AUSWIRKUNGEN VERSTÄRKEN

WERTSCHÖPFUNGSKETTE



NEGATIVE AUSWIRKUNGEN MINIMIEREN

SDG 6
Sauberes Wasser und Sanitätsversorgung

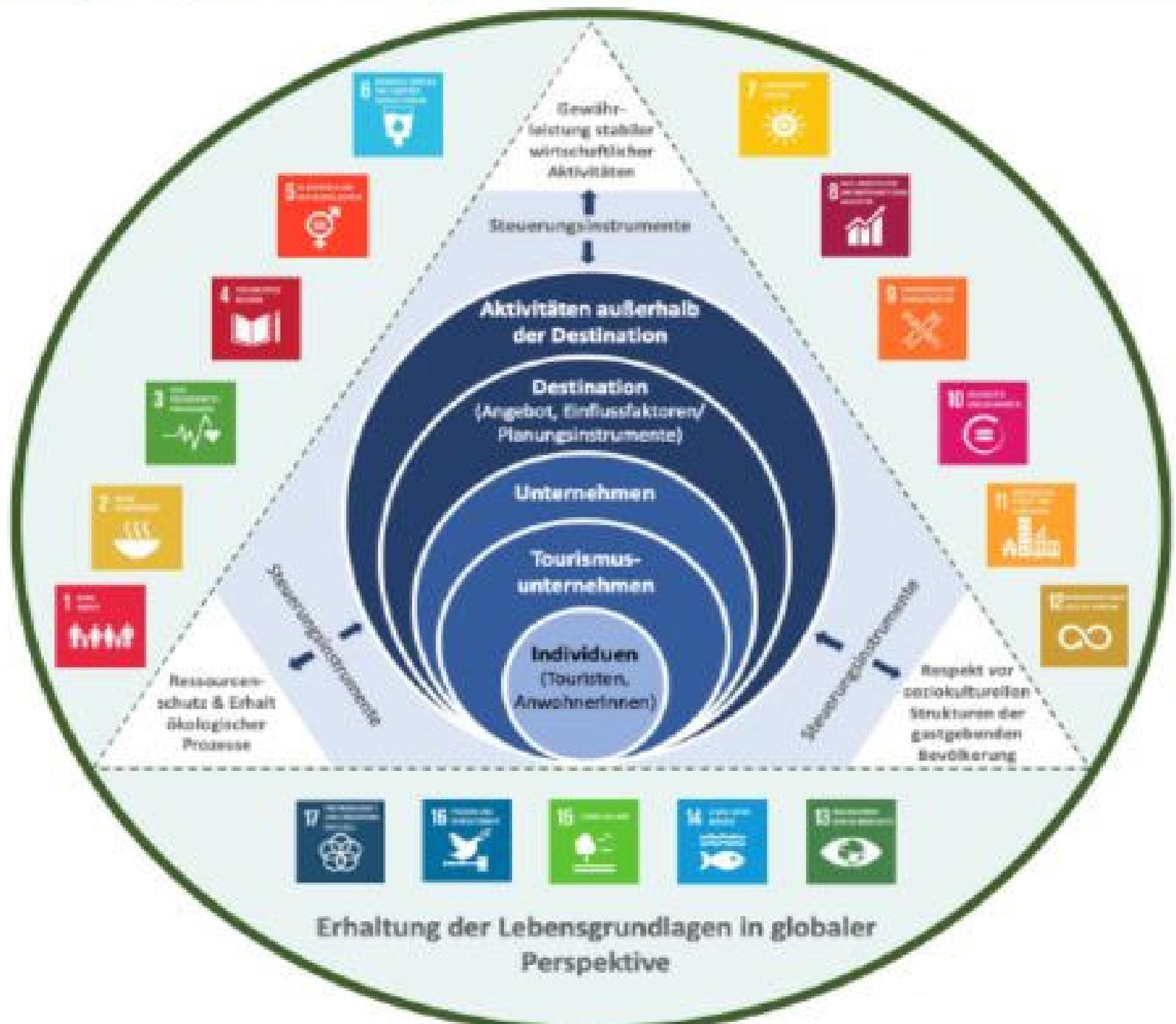
Das Unternehmen identifiziert als Priorität, die negativen Auswirkungen auf SDG 6 innerhalb der Lieferkette zu minimieren, indem es gemeinsam mit Zulieferern den Wasserverbrauch in Regionen reduziert, in denen Wasserknappheit herrscht.

SDG 11
Nachhaltige Städte und Gemeinden

Das Unternehmen identifiziert als Priorität, die negativen Auswirkungen auf SDG 11 im Rahmen der Eingangs- und Lieferlogistik zu verringern, indem es für mehr Verkehrssicherheit für seine Fahrer sorgt.

SDG 12
Verantwort. Konsum- und Produktionsmuster

Das Unternehmen identifiziert als Priorität, die negativen Auswirkungen auf SDG 12 am Lebensende des Produkts zu begrenzen und verbessert dazu die Wiederverwendbarkeit und Recyclingfähigkeit seiner Produkte.



Vorteile für Unternehmen durch die Integration von Nachhaltigkeit

- ▶ Durch die Integration von Nachhaltigkeit entlang ihrer Wertschöpfungskette können Unternehmen den Firmenwert erhalten und steigern, zum Beispiel durch höhere Verkaufszahlen, die Erschließung neuer Marktsegmente, die Stärkung ihrer Marke, die Optimierung von Betriebsabläufen, Anreize für Produktinnovation und niedrigere Personalfuktuation.
- ▶ Da jüngere Generationen besonderen Wert auf verantwortungsvolles und inklusives Handeln legen, wird nachhaltiges Wirtschaften ein wichtiges Argument zur Gewinnung neuer Talente. Unternehmen, die sich für die SDGs einsetzen, verbessern außerdem die Stimmung, das Engagement sowie die Produktivität ihrer Belegschaft.
- ▶ VerbraucherInnen in aller Welt berücksichtigen bei ihren Konsumententscheidungen die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen und die SDGs werden diesen Trend wohl weiter verstärken
- ▶ Die SDGS geben Unternehmen einen verbindenden Aktionsrahmen und eine gemeinsame Sprache, die ihnen helfen, einheitlich und wirkungsvoll mit den Stakeholdern über ihre Leistungen und ihre Auswirkungen zu kommunizieren.

Eine erfolgreiche Umsetzung der SDGs wird dabei helfen:

- ▶ Milliarden von Menschen aus der Armut zu befreien und dadurch Verbrauchermärkte weltweit zu erweitern;
- ▶ die Bildungssysteme und damit die Ausbildung und Motivation der MitarbeiterInnen zu verbessern;
- ▶ die Gleichstellung der Geschlechter und die Frauenförderung voranzutreiben. Daraus wird ein „virtueller Wachstumsmarkt“ hervorgehen, der in seiner Größe und Kaufkraft dem der chinesischen und indischen Bevölkerung gleichkommt;
- ▶ sicherzustellen, dass die Weltwirtschaft die Grenzen des Planeten in Bezug auf die Verfügbarkeit wesentlicher Ressourcen wie Wasser, fruchtbares Land, Metalle und Mineralien achtet und die natürlichen Ressourcen schützt, auf die Produktionsunternehmen angewiesen sind;
- ▶ verantwortungsbewusste und gut geführte Institutionen ebenso wie offene, klar geregelte Handels- und Finanzsysteme zu fördern und in der Folge Kosten und Risiken für die Unternehmen zu senken.

Literaturempfehlung



Literaturempfehlung

