

TEXTE

123/2025

Abschlussbericht

Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen

**Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre
Einflussfaktoren**

von:

Dirk Schmücker, Wolfgang Günther, Friedericke Kuhn, Nadine Yarar, Bente Grimm, Ulf Sonntag,
Rieka Oldsen und Maike Braun

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., Kiel

Herausgeber:

Umweltbundesamt

TEXTE 123/2025

REFOPLAN des Bundesministeriums Umwelt,
Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz

Forschungskennzahl 3721 16 107 0
FB001741

Abschlussbericht

Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen

Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre
Einflussfaktoren

von

Dirk Schmücker, Wolfgang Günther, Friedericke Kuhn,
Nadine Yarar, Bente Grimm, Ulf Sonntag, Rieka Oldsen
und Maïke Braun
Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., Kiel

Im Auftrag des Umweltbundesamtes

Impressum

Herausgeber

Umweltbundesamt
Wörlitzer Platz 1
06844 Dessau-Roßlau
Tel: +49 340-2103-0
Fax: +49 340-2103-2285
buergerservice@uba.de
Internet: www.umweltbundesamt.de

Durchführung der Studie:

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.
Fleethörn 23
24103 Kiel

Abschlussdatum:

März 2025

Redaktion:

Fachgebiet I 1.2 Internationale Nachhaltigkeitsstrategien, Politik- und Wissenstransfer
Ulrike Wachotsch

DOI:

<https://doi.org/10.60810/openumwelt-7920>

ISSN 1862-4804

Dessau-Roßlau, Oktober 2025

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen*Autoren.

Erläuterung der Quellen und Veröffentlichungen

Der folgende Bericht fasst die Ergebnisse eines mehrjährigen Forschungsvorhabens zusammen, das sich mit der Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung im Bereich nachhaltiger Urlaubsreisen beschäftigt. Im Rahmen dieses Projekts wurden mehrere Berichte erstellt, die fortlaufend die jeweiligen Ergebnisse in den unterschiedlichen Jahren vorgestellt haben. Diese Jahresberichte sind Grundlage des vorliegenden Abschlussberichts. Er enthält daher Textpassagen, die mit dem Wortlaut der Jahresberichte übereinstimmen. Die hier zusammengefassten Inhalte wurden also zu einem großen Teil bereits in den folgenden Publikationen veröffentlicht:

Schmücker, D., Sonntag, U. & Günther, W. (2019). *Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung: Grundlagenstudie auf Basis von Daten der Reiseanalyse 2019*. (FKZ UM18165020; S. 81). BMU.

Schmücker, D., Yasar, N., Sonntag, U. & Günther, W. (2023). *Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren – Monitoringbericht auf Basis von Daten der Reiseanalyse 2022*. FUR.

Kuhn, F., Günther, W., Braun, M., Yasar, N., Schmücker, D. & Grimm, B. (2023). *Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung: Grundlagenstudie auf Basis von Daten der Reiseanalyse 2023*. FUR.

Schmücker, D., Oldsen, R., Yasar, N., Braun, M., Kuhn, F. & Günther, W. (2024). *Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren – Monitoringbericht auf Basis von Daten der Reiseanalyse 2024*. FUR.

Kurzbeschreibung: Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen und ihre Einflussfaktoren

Mit dem vorliegenden Forschungsvorhaben wurde erstmals ein datenbasiertes Monitoring zur Nachfrage nach Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen bereitgestellt, aus dem sich ablesen lässt, wie sich deren Nachhaltigkeitsperformance der Deutschen beim Reisen entwickelt. Im Abgleich mit den Nachhaltigkeits- und Klimaschutzzielen der Bundesregierung wird so sichtbar, ob die Maßnahmen und Impulse zur Förderung von Nachhaltigkeit beim Reisen ausreichen oder nachgesteuert werden muss. Fünf Verhaltensindikatoren und einen Einstellungsindikator bilden den Kern des Monitorings. Nach einer Grundlagenstudie in 2018/19 wurden diese Indikatoren für die Reisejahre 2021 bis 2023 durchgehend erfasst. Zusätzlich wurden in jedem Jahr zu ausgewählten, aktuellen Vertiefungsthemen ergänzende Analysen durchgeführt.

Monitoring-Ergebnisse: In den Jahren 2020 und 2021 waren die Reisenden wegen der Corona-Pandemie vorübergehend klimafreundlicher unterwegs als in den Jahren zuvor: Es wurde weniger gereist, die gereisten Distanzen waren insgesamt kürzer und die Verkehrsmittelwahl war klimafreundlicher. 2023 übertrifft die Summe der mit dem Flugzeug bei Urlaubsreisen zurückgelegten Kilometern aber bereits wieder den bisherigen Höchstwert von 2019. Die überwiegende Zahl der Deutschen hat eine zunehmend positive Einstellung zur Nachhaltigkeit beim Reisen. 49 % der Menschen möchten 2024 ökologisch verträgliche Reisen. Das sind 7 %-Punkte mehr als 2019. 61 % wünschen sich sozialverträgliche Urlaubsreisen. CO₂-Kompensationsmöglichkeiten wurden im Jahr 2023 bei 5 % aller Urlaubsreisen genutzt. Die Buchung von Reiseangeboten mit Nachhaltigkeitskennzeichnung lag 2023 wie schon 2022 bei 11 % und damit fast doppelt so hoch wie in 2019 (6 %). Bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten war Nachhaltigkeit leicht abnehmend bei 5 % (2021) bis 3 % (2023) der Urlaubsreisen ausschlaggebend, bei weiteren 21 % (2021) bzw. 17 % (2023) waren Nachhaltigkeitsüberlegungen ein Aspekt von mehreren.

Vertiefungsmodule: Die Module zu Crowding und Information sowie Geschäftsreisen (2021) stellten fest, dass viele Urlaubsgäste (44 %) einzelne Situationen, besonders bei der An- und Abreise - vor allen per Flugzeug -, als „zu voll“ empfinden. Um sich über das Gästeaufkommen zu informieren, werden am häufigsten Online-Informationen genutzt. Geschäftsreisen werden durch Unternehmen zunehmend nachhaltig gestaltet, meist allerdings eher entlang von Empfehlungen als von festen Regeln. Die Verantwortung für nachhaltiges Reisen bleibt am Ende oft den Beschäftigten überlassen. Das Vertiefungsmodul zu Mobilität (2022) beschreibt, dass Mobilität im Alltag das Reisemobilitätsverhalten beeinflusst: Wer im Alltag umweltfreundliche Verkehrsmittel nutzt, wählt auch im Urlaub eher Bahn und Bus. Das 9-Euro-Ticket förderte dabei nachhaltige Reisemobilität im Inland. Im Vertiefungsmodul "Nachhaltigkeit und Reiseausgaben"(2023) zeigt sich, dass nachhaltiger Reisen nicht per se teurer oder günstiger ist. Es gibt eine Vielzahl von Stellschrauben, die einerseits die Reiseausgaben und andererseits die Nachhaltigkeit der Reise beeinflussen. Ein klarer Einfluss von Nachhaltigkeitsmerkmalen auf die Preisbewertung lässt sich ebenso wenig feststellen.

Insgesamt zeigen die drei Jahre Monitoring, dass die deutliche Mehrheit der Deutschen nachhaltig reisen möchte. Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen hat Potenzial - auch wenn sie bisher nur selten ausschlaggebend für die Urlaubsentscheidung war. Eine grundlegende Veränderung des Reiseverhaltens Richtung Nachhaltigkeit ist gleichwohl nicht erkennbar. Mehr Reiseangebote und Reiseideen für unterschiedliche Zielgruppen, die sowohl nachhaltig als auch überzeugend attraktiv sind, wären hier für eine Nachfrageveränderung wichtig.

Abstract: Sustainability in holiday travel - awareness and demand development and their influencing factors

This research project is the first to provide data-based monitoring of the demand for sustainability in holiday travel, which shows how the sustainability performance of Germans when travelling is developing. In comparison with the German government's sustainability and climate protection goals, it becomes clear whether the measures and impetus to promote sustainability when travelling are sufficient or whether adjustments need to be made. Five behavioural indicators and an attitude indicator form the core of the monitoring program. Following a baseline study in 2018/19, these indicators were continuously recorded for the travel years 2021 to 2023. In addition, supplementary in-depth analyses were carried out each year on selected actual topics.

Monitoring results: In 2020 and 2021, travellers were temporarily more climate-friendly than in previous years due to the coronavirus pandemic: people travelled less, the distances travelled were shorter overall and the choice of transport was more climate-friendly. In 2023, however, the total number of kilometres travelled by plane on holiday trips already exceeded the previous high from 2019. The majority of Germans have an increasingly positive attitude towards sustainability when travelling. 49% of people would like to travel in an environmentally friendly way in 2024. That is 7% points more than in 2019. 61% want socially responsible holidays. CO2 compensation options were used for 5% of all holiday trips in 2023. In 2023, as in 2022, 11% of holidays were booked with sustainability labelling, almost twice as high as in 2019 (6%). When deciding between otherwise equivalent offers, sustainability was a slightly decreasing factor in 5% (2021) to 3% (2023) of holiday trips, while sustainability considerations were one of several aspects for a further 21% (2021) and 17% (2023).

In-depth modules: The module on crowding and business travel (2021) finds that many holiday guests (44%) find individual situations "too crowded", particularly when travelling to and from the destination - especially by plane. Online information is most frequently used to find out about the number of guests travelling. Business trips are increasingly being organised sustainably by companies, but mostly based on recommendations rather than fixed rules. Responsibility for sustainable travel is often ultimately left to employees. The in-depth module on mobility (2022) describes how mobility in everyday life influences travel behaviour: those who use environmentally friendly means of transport in everyday life are also more likely to choose train and bus when on holiday. The 9-euro ticket promoted sustainable domestic travel mobility. The in-depth module "Sustainability and travel expenditure" (2023) shows that sustainable travel is not per se more expensive or cheaper. There is a number of factors that influence travel expenditure on the one hand and the sustainability of the trip on the other. There is also no clear influence of sustainability features on the price assessment.

Overall, the three years of monitoring show that the clear majority of Germans want to travel sustainably. Sustainability in holiday travel has potential - even if it has rarely been a decisive factor in holiday decisions to date. Nevertheless, a fundamental change in travel behaviour towards sustainability is not discernible. More travel offers and travel ideas for different target groups that are both sustainable and convincingly attractive would be important for a change in demand.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	12
Tabellenverzeichnis	12
Abkürzungsverzeichnis	15
Zusammenfassung.....	16
Summary	22
1 Einführung	27
1.1 Ziele des Vorhabens	27
1.2 Hintergrund.....	27
1.2.1 Perspektiven	27
1.2.2 Angebotsseite	28
1.2.3 Nachfrageseite	28
1.2.4 Verhalten und Einstellungen.....	29
1.2.5 „Regenerativer“ Tourismus.....	29
1.3 Monitoringkonzept	30
1.4 Vertiefungsmodule	31
2 Monitoringbericht.....	32
2.1 Entfernungen	32
2.1.1 Erhebungsfrage	32
2.1.2 Ergebnis-Überblick und zeitliche Entwicklung.....	32
2.1.3 Ergebnisse nach weiteren Reismerkmalen.....	34
2.1.4 Ergebnisse nach Personenmerkmalen.....	36
2.1.5 Zeitliche Entwicklung nach Verkehrsmittel	38
2.1.6 Zusammenfassung	40
2.2 Reisedauer	41
2.2.1 Erhebungsfrage	41
2.2.2 Ergebnis-Überblick und zeitliche Entwicklung.....	42
2.2.3 Ergebnis nach weiteren Reismerkmalen	46
2.2.4 Ergebnisse nach Personenmerkmalen.....	49
2.2.5 Distanz pro Tag	52
2.2.6 Zusammenfassung	52
2.3 CO ₂ -Kompensation.....	53
2.3.1 Erhebungsfrage	53
2.3.2 Ergebnis-Überblick und zeitliche Entwicklung.....	53

2.3.3	Ergebnis nach Reisesmerkmalen	55
2.3.4	Ergebnis nach Personenmerkmalen	58
2.3.5	Eckdaten für Geschäftsreisen	60
2.3.6	Zusammenfassung	60
2.4	Umweltzeichen	61
2.4.1	Erhebungsfrage	61
2.4.2	Ergebnis-Überblick und zeitliche Entwicklung	61
2.4.3	Ergebnis nach Reisesmerkmalen	63
2.4.4	Ergebnis nach Personenmerkmalen	65
2.4.5	Eckdaten für Geschäftsreisen	67
2.4.6	Zusammenfassung	68
2.5	Nachhaltigkeitsrelevanz	69
2.5.1	Erhebungsfrage	69
2.5.2	Ergebnis-Überblick	69
2.5.3	Zeitliche Entwicklung	71
2.5.4	Ergebnis nach Reisesmerkmalen	71
2.5.5	Ergebnis nach Personenmerkmalen	75
2.5.6	Eckdaten für Geschäftsreisen	76
2.5.7	Zusammenfassung	77
2.6	Einstellung zu nachhaltigen Urlaubsreisen	78
2.6.1	Erhebungsfrage	78
2.6.2	Ergebnis-Überblick	78
2.6.3	Ergebnis nach Personenmerkmalen	80
2.6.4	Zeitliche Entwicklung	81
2.6.5	Einstellung und Verhalten	82
2.6.6	Zusammenfassung	85
3	Vertiefungsmodule	87
3.1	Modul „Crowding und Information“	87
3.1.1	Hintergrund und Ziel	87
3.1.2	Wahrnehmung von Crowding während der Urlaubsreise	87
3.1.3	Situative Crowdingwahrnehmung	88
3.1.4	Crowdingwahrnehmung bei der An- und Abreise	90
3.1.5	Crowdingwahrnehmung bei ausgewählten Reisearten	90
3.1.6	Informationen über Crowding	91

3.1.6.1	An- und Abreise	91
3.1.6.2	Weitere Situationen.....	91
3.1.7	Fazit.....	93
3.2	Modul „Geschäftsreisen“	94
3.2.1	Hintergrund und Ziele	94
3.2.2	Vorgabe von Nachhaltigkeitsrichtlinien in den Unternehmen	94
3.2.3	Vorgegebene Nachhaltigkeitsmaßnahmen der Unternehmen	95
3.2.4	Persönliche Nachhaltigkeitsmaßnahmen der Geschäftsreisenden	96
3.2.5	Verantwortung für Nachhaltigkeit bei Geschäftsreisen	97
3.2.6	Fazit.....	98
3.3	Modul „Mobilität“	98
3.3.1	Hintergrund und Ziel.....	98
3.3.2	Definitionen der Mobilitätskategorien	99
3.3.3	Ergebnisüberblick Gesamtmobilität	101
3.3.4	Ergebnis nach Personenmerkmalen	102
3.3.5	Zusammenhänge zwischen Alltags- und Urlaubsmobilität.....	105
3.3.6	Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen und Verkehrsmittelwahl.....	110
3.3.7	Nutzung des 9-Euro Tickets	113
3.3.8	Einfluss des Dienstwagens auf die Verkehrsmittelwahl bei Urlaubsreisen	132
3.3.9	Zusammenfassung	134
3.4	Modul „Nachhaltigkeit und Reiseausgaben“	135
3.4.1	Hintergrund und Ziel.....	135
3.4.2	Tatsächliche Reiseausgaben	137
3.4.2.1	Reiseausgaben nach Distanz, Reisedauer und Personenanzahl	138
3.4.2.2	Reiseausgaben nach Personenanzahl.....	139
3.4.2.3	Reiseausgaben nach Hauptverkehrsmittel	140
3.4.2.4	Reiseausgaben nach Destinationen.....	141
3.4.2.5	Reiseausgaben nach Unterkunfts-kategorie.....	141
3.4.2.6	Reiseausgaben nach Urlaubsreiseart.....	142
3.4.2.7	Reiseausgaben nach Nachhaltigkeitsmerkmalen	143
3.4.2.8	Exemplarische Reisen	146
3.4.2.9	Fazit.....	148
3.4.3	Kostenbewertung.....	149
3.4.3.1	Basisdaten zur Kostenbewertung	149

3.4.3.2	Kostenbewertung nach Nachhaltigkeitsmerkmalen	150
3.4.3.3	Exemplarische Reisen	151
3.4.3.4	Fazit.....	152
4	Exkurs: Nachhaltigkeitseinstellung und Reiseverhalten der SINUS-Milieus.....	153
5	Kommunikationsmodul	156
5.1	Einführung.....	156
5.2	Webseminare zu den Ergebnissen des Nachfragemonitors	156
5.3	Workshop – „Zukunftsthema Nachhaltigkeit – Wo steht die Branche und wo soll sie hin?“ am 15. Juni 2023 in Mannheim	156
5.3.1	Hintergrund und Vorgehensweise	156
5.3.2	Themen und Statements	157
5.3.3	Kartenabfragen zum Abschluss.....	160
5.3.4	Ausblick	161
5.4	Workshop „Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen – Transformation als Zukunftsaufgabe bei Angebot und Nachfrage“ am 06. Juni 2024	162
5.4.1	Hintergrund und Vorgehensweise	162
5.4.2	Drei Jahre Nachfragemonitor Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen – Erkennbare Entwicklungen und deren Einordnung	163
5.4.3	Podiumsdiskussion: Nachhaltigkeit als Zukunftsaufgabe	163
5.4.4	Brainstorming zu Stellschrauben und Hebeln für eine Transformation in Richtung Nachhaltigkeit	169
5.4.5	BarCamp light „Tourismus in einer nachhaltigen Zukunft – wie reisen wir nach der Transformation?“	173
5.4.6	Zusammenschau und Ausblick.....	176
6	Schlussbetrachtung und Ausblick	177
7	Quellenverzeichnis.....	179
A	Anhang: Distanzberechnungsmethode	183
A.1	Referenzdaten.....	183
A.1.1	Heimatort.....	183
A.1.2	Zielort.....	183
A.2	Distanzberechnung	183
A.2.1	Großkreisdistanz	183
A.2.2	Verkehrsmittelkorrektur	184
B	Anhang: Anmerkungen zur Empirie.....	185
B.1	Fehlertoleranztabelle für die RA <i>face-to-face</i>	185
B.2	Erhebungsfragen in der Reiseanalyse	186

B.2.1	In der RA <i>online</i>	186
B.2.2	In der RA <i>face-to-face</i>	188
B.2.3	Gruppenzusammenfassungen	191
B.3	Reiseanalyse Forschungsprojekt: Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen (Präsentation F. Kuhn im Rahmen des Projektworkshops am 06. Juni 2024)	192

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Reisen und Distanzen, 2023/24.....	33
Abbildung 2:	Distanzen bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, nach Verkehrsmittel, 2002–2023.....	39
Abbildung 3:	Distanzen bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, nach Zielgebiet, 2002–2023	40
Abbildung 4:	Reisen und Reisedauern, 2023/24	43
Abbildung 5:	Reisedauer (Mio. Reisetage), 2002/2011–2023	44
Abbildung 6:	Reisedauer bei Urlaubsreisen nach Unterkunft, 2002/2011–2023	45
Abbildung 7:	Anzahl Reisen nach Reisedauer, 2002/2011–2023	46
Abbildung 8:	Reisedauer und Entfernung.....	52
Abbildung 9:	Positive Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen, 2013–2024	81
Abbildung 10:	Information über Crowding.....	91
Abbildung 11:	Maßnahmen der Unternehmen zur nachhaltigen Gestaltung von Geschäftsreisen	96
Abbildung 12:	Maßnahmen der Geschäftsreisenden zur nachhaltigen Gestaltung von Geschäftsreisen.....	97
Abbildung 13:	Kategorien der Gesamtmobilität nach Zweck und Frequenz	100
Abbildung 14:	Produktkategorien und Nachhaltigkeit	136
Abbildung 15:	Angebotsseitige Einflussfaktoren auf die Personen-Tagesausgaben	138
Abbildung 16:	SINUS-Milieus 2024	153
Abbildung 17:	Der Weg.....	160
Abbildung 18:	Die Werkzeuge.....	161
Abbildung 19:	Beitrag RA und Nachfragemonitor zur Transformation	161
Abbildung 20:	Brainstorming zu Stellschrauben und Hebeln	170
Abbildung 21:	Stellschrauben und Hebeln – wo ansetzen?	170
Abbildung 22:	Stellschrauben und Hebeln – wo ansetzen? I.....	171
Abbildung 23:	Stellschrauben und Hebeln – wo ansetzen? II.....	171
Abbildung 24:	Stellschrauben und Hebeln – wo ansetzen? III.....	172
Abbildung 25:	Stellschrauben und Hebeln – wo ansetzen? IV	172
Abbildung 26:	Ideen für Themen	173
Abbildung 27:	Nachhaltiger Familienurlaub 2024	174
Abbildung 28:	Nachhaltiger Familienurlaub 2035	174
Abbildung 29:	Politische Rahmenbedingungen global	175
Abbildung 30:	Mobilität ohne CO ₂ -Emissionen	175
Abbildung 31:	Nachhaltigkeit als Grundhaltung.....	176

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Monitoringindikatoren	30
------------	-----------------------------	----

Tabelle 2:	Entfernungen bei Urlaubsreisen (Anreise), nach Verkehrsmittel 2021–2023	34
Tabelle 3:	Entfernungen nach Reisermerkmalen bei Urlaubsreisen	35
Tabelle 4:	Entfernungen nach Personenmerkmalen.....	37
Tabelle 5:	Reisedauer, nach Unterkunftsart 2021, 2022 und 2023	42
Tabelle 6:	Aufenthaltsdauer (gesamt) nach weiteren Reisermerkmalen ..	46
Tabelle 7:	durchschnittliche Dauer von Urlaubsreisen nach weiteren Reisermerkmalen	48
Tabelle 8:	Aufenthaltsdauer nach Personenmerkmalen	49
Tabelle 9:	durchschnittliche Dauer von Urlaubsreisen nach Personenmerkmalen	51
Tabelle 10:	CO ₂ -Kompensation, Überblick.....	54
Tabelle 11:	CO ₂ -Kompensation, zeitliche Entwicklung	54
Tabelle 12:	CO ₂ -Kompensation nach Reisermerkmalen.....	55
Tabelle 13:	CO ₂ -Kompensation nach Personenmerkmalen	58
Tabelle 14:	CO ₂ -Kompensation bei Geschäftsreisen.....	60
Tabelle 15:	Umweltzeichen, Überblick.....	62
Tabelle 16:	Umweltzeichen, Zeitliche Entwicklung.....	62
Tabelle 17:	Umweltzeichen nach Reisermerkmalen	63
Tabelle 18:	Umweltzeichen nach Personenmerkmalen.....	66
Tabelle 19:	Umweltzeichen bei Geschäftsreisen	68
Tabelle 20:	Nachhaltigkeitsrelevanz, Überblick	70
Tabelle 21:	Nachhaltigkeit ausschlaggebend, Zeitliche Entwicklung	71
Tabelle 22:	Nachhaltigkeitsrelevanz nach Reisermerkmalen.....	73
Tabelle 23:	Nachhaltigkeitsrelevanz nach Personenmerkmalen	75
Tabelle 24:	Nachhaltigkeitsrelevanz bei Geschäftsreisen	77
Tabelle 25:	Einstellungen zu nachhaltigen Urlaubsreisen	79
Tabelle 26:	Einstellungen zur Nachhaltigkeit nach Personenmerkmalen..	80
Tabelle 27:	Nachhaltigkeitseinstellung und Reiseverhalten	82
Tabelle 28:	Nachhaltigkeitseinstellung und andere Nachhaltigkeitsindikatoren	83
Tabelle 29:	Top 10- Reiseziele Urlaubsreisen	85
Tabelle 30:	Crowding bei der Urlaubsreise wahrgenommen (Personenmerkmale)	87
Tabelle 31:	Crowding bei der Urlaubsreise wahrgenommen	89
Tabelle 32:	Crowding bei der Urlaubsreise wahrgenommen (Personenmerkmale)	90
Tabelle 33:	Informationsquellen zum Crowding (alle Urlaubs- /Kurzurlaubsreisenden)	92
Tabelle 34:	Informationsquellen zum Crowding (alle Urlaubs- /Kurzurlaubsreisenden)	93
Tabelle 35:	Richtlinien für Nachhaltigkeit im Unternehmen	95
Tabelle 36:	Verantwortung für Nachhaltigkeit bei Geschäftsreisen (nach Unternehmensgröße).....	98

Tabelle 37:	Nutzungshäufigkeit von Verkehrsmitteln allgemein	101
Tabelle 38:	Nutzungshäufigkeit von Verkehrsmitteln nach Personenmerkmalen	102
Tabelle 39:	Hauptverkehrsmittel bei Urlaubsreisen 2022 nach Modalitätsgruppen	105
Tabelle 40:	Vor Ort genutzte Verkehrsmittel bei der Haupturlaubsreise 2022 nach Modalitätsgruppen	108
Tabelle 41:	Nutzungshäufigkeit des Autos nach Hauptverkehrsmittel bei Urlaubsreisen 2022.....	109
Tabelle 42:	Hauptverkehrsmittel bei Urlaubsreisen 2022 nach Modalitätsgruppen und Einstellung zur ökologischen Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen	112
Tabelle 43:	Hauptverkehrsmittel der Geschäftsreisenden im Zeitraum Mai 2022 bis April 2023	134
Tabelle 44:	Ausgaben pro Person und Tag, nach Distanz und Reisedauer	139
Tabelle 45:	Ausgaben pro Person und Tag, nach mitgereisten Personen	139
Tabelle 46:	Ausgaben pro Person und Tag, nach Hauptverkehrsmittel....	140
Tabelle 47:	Ausgaben pro Person und Tag, nach Destinationen	141
Tabelle 48:	Ausgaben pro Person und Tag, nach Unterkunftsart	142
Tabelle 49:	Ausgaben pro Person und Tag, nach Urlaubsreiseart	143
Tabelle 50:	Ausgaben pro Person und Tag, nach Nachhaltigkeitsindikatoren	144
Tabelle 51:	Strukturdaten nach Nachhaltigkeitsindikatoren	145
Tabelle 52:	Preisabstand für Nachhaltigkeit	146
Tabelle 53:	Flugreisen ans Mittelmeer mit Unterkunft im Hotel.....	147
Tabelle 54:	Autoreise mit Unterkunft Ferienwohnung/-haus	148
Tabelle 55:	Kostenbewertung bei allen Urlaubsreisen, nach Reiseausgaben	150
Tabelle 56:	Kostenbewertung bei allen Urlaubsreisen, nach Nachhaltigkeitsmerkmalen.....	151
Tabelle 57:	Flugreisen ans Mittelmeer mit Unterkunft im Hotel.....	151
Tabelle 58:	Autoreise mit Unterkunft Ferienwohnung/-haus	152
Tabelle 59:	Nachhaltigkeitseinstellung und Parameter zum Reiseverhalten der SINUS-Milieus	154
Tabelle 60:	Korrekturfaktoren für Verkehrsmittel	184
Tabelle 61:	Fehlertoleranztabelle für die RA <i>face-to-face</i>	185

Abkürzungsverzeichnis

Abkürzung	Erläuterung
BGBI	Bundesgesetzblatt
BMDV	Bundesministerium für Digitales und Verkehr
BMWK	Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz
BMUV	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz
Destatis	Statistisches Bundesamt
ggü.	gegenüber
GVM	Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH
LAGA	Bund/Länder-Arbeitsgemeinschaft Abfall
RA	Reiseanalyse
SF-MST	Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism
TSA	Tourismus-Satellitenkonto
TSSA	Tourism Sustainability Satellite Account
UBA	Umweltbundesamt
VFR	Visiting friends and relatives

Zusammenfassung

Das Forschungsvorhaben „Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen“ ist eine Langzeitstudie zur konsumentenseitigen Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung in Bezug auf Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen. Fünf Verhaltensindikatoren und einen Einstellungsindikator bilden den Kern des Monitorings. Nach einer Grundlagenstudie in 2018/19 wurden für die Reisejahre 2021 bis 2023 alle Indikatoren vollständig erhoben. Zusätzlich wurden in jedem Jahr zu ausgewählten Vertiefungsthemen ergänzende Analysen durchgeführt (Vertiefungsmodule). Die Ergebnisse wurde projektbegleitend über Workshops – online wie in Präsenz - und Medienarbeit mit Branchenvertretenden diskutiert und öffentlich gemacht (Kommunikationsmodul).

Monitoring der Kernindikatoren

Nachdem das Reisevolumen während der Corona-Pandemie zwischen 2020 und 2021 stark zurück gegangen war, gab es in den beiden Jahren danach wieder einen deutlichen Zuwachs an Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen. 2023 schwächte sich die Nachfrage nach langen Urlaubsreisen (ab fünf Tagen Dauer) etwas ab, während sich die Nachfrage nach Kurzurlaubsreisen weiter erholte. Das sorgte 2023 auch für eine deutlich höhere Zahl an Reisetagen und zurückgelegten **Urlaubsreisekilometern** im Vergleich zu den Jahren 2020 und 2021.

Bei den längeren Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer wurden 2023 insgesamt 121,1 Mrd. Kilometer für die einfache Strecke zurückgelegt. Das sind über 11 Mrd. Kilometer mehr als im Vorjahr 2022 (109,6 Mrd. km) und wieder fast so viele wie 2019 (121,6 Mrd.) vor Beginn der Pandemie. Bei Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer waren es im Zeitraum Mai 2023 bis April 2024 weitere 34 Mrd. Kilometer, damit 6 Mrd. weniger als 2018/19 und 3,8 Mrd. mehr als 2022/23.

Die verbrachten **Reisetage** bei längeren Urlaubsreisen stiegen zwischen 2021 und 2023 um 173 Mio. auf 846 Mio. Tage, bei den Kurzurlaubsreisen stieg die Anzahl der Reisetage zwischen Mai 2023 und 2024 um 50 Mio. auf insgesamt 255 Mio. Reisetage.

Während der Pandemie gingen die zurückgelegten Distanzen stärker zurück als die verbrachten Reisetage, somit fiel der Indikator „**Kilometer pro Reisetag**“ bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer im Jahr 2021 mit 102 Kilometern pro Tag auf ein Niveau von 2002 zurück. Dieser Wert stieg 2023 wieder auf 143 Kilometer pro Tag und liegt damit sogar drei Kilometer über dem Wert von 2019. Nach den Einschnitten durch die Reisebeschränkungen während der Corona-Pandemie ist also eine rasante Entwicklung zurück zum vorpandemischen Niveau zu beobachten: Im Jahr 2023 wurden wieder weitere Distanzen insgesamt und auch pro Reisetag unternommen. Die Anteile der Flugreisen liegen ebenfalls wieder auf einem ähnlichen Wert wie 2019. Unter ökologischen Aspekten ist diese Entwicklung als negativ zu bewerten: Eine grundlegende Veränderung des Urlaubsreiseverhaltens in weiten Teilen der Bevölkerung hin zu nachhaltigeren Urlaubsreisen nach der Pandemie ist bei der Betrachtung dieser Indikatorenwerte nicht zu erkennen.

Der Anteil der Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, für die eine **CO₂-Kompensation** durchgeführt wurde, lag sowohl 2022 als auch 2023 bei 5 % und damit vier Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert. Auch der Anteil der **Buchung von Angeboten mit Umweltzeichen** ging in dem Zeitraum um zwei Prozentpunkte auf 11 % zurück.

Bei den Kurzurlaubsreisen zwischen zwei und vier Tagen Dauer wurden 2023 mit 16 % anteilig etwa genauso viele CO₂-Kompensationen durchgeführt wie im Vorjahr (2021: 17 %). Auch der Anteil der nachhaltig zertifizierten Angebote war 2023 mit 22 % auf demselben Niveau wie in den beiden Vorjahren.

Bei den Geschäftsreisen blieb der Anteil der erfolgten CO₂-Kompensationen konstant bei 18 %, wohingegen der Anteil der Geschäftsreisen mit Umweltzeichen um vier Prozentpunkte auf 28 % sank.

Im Vergleich zur ersten Messung im Jahr 2018/19 liegen die Anteile der CO₂-Kompensationen und der Reisen mit Umweltzeichen bei allen Reisesegmenten deutlich höher. Insgesamt zeigt sich ein leicht schwankendes, aber insgesamt stabiles Niveau für die beiden Indikatoren von 2021/22 bis 2023/24.

Die **Relevanz der Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung** stagniert seit 2021. Bei den Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer war die Nachhaltigkeit im Jahr 2023 bei 3 % der Reisen ausschlaggebend und war bei 17 % ein Aspekt unter mehreren. Bei den Kurzurlaubsreisen war die Nachhaltigkeit anteilig deutlich häufiger ausschlaggebend (14 %) und auch häufiger ein relevanter Aspekt (29 %). Diese gilt in ähnlicher Weise auch für Geschäftsreisen mit Übernachtung: Ausschlaggebend (12 %), relevanter Aspekt (28 %).

Der Anteil der Bevölkerung mit einer positiven Einstellung zur Nachhaltigkeit (ökologisch oder sozial) bei Urlaubsreisen lag zu Jahresbeginn 2022 mit 68 % auf einem Höchstwert. Dieser Anteil ging bis Januar 2023 auf 61 % der Bevölkerung zurück und konnte im Januar 2024 wieder dazugewinnen (67 %).

Vertiefungsmodul „Crowding und Information“ (Reisejahr 2021)

Während des Urlaubs werden von fast der Hälfte der Urlauber (44 %) einzelne Situationen als „zu voll“ erlebt - im Ausland häufiger als in Deutschland. An der Spitze dieser als „zu voll“ erlebten Situationen steht die An- und Abreise, und hier dominiert die An- und Abreise per Flugzeug. Angesichts der im Sommer 2022 aufgetretenen Überfüllungen an deutschen Flughäfen insbesondere in den Sommerferien kann dies aber ein besonderer Effekt des „Nachholjahres“ 2022 sein. Das gilt in ähnlicher Form für die Bahn, wo das von Juni bis August geltende „9-Euro-Ticket“¹ im ÖPNV einen besonderen Effekt haben könnte.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass vor allem solche Situation als „zu voll“ erlebt werden, die für größere Menschenmengen vorgesehen sind: Verkehr, Innenstädte, Restaurants sind hier zu nennen. Natur- und Outdooraktivitäten sind demgegenüber deutlich weniger im Fokus, obwohl etwa beim Skifahren bei Benutzung von Skiliften und anderen Aufstiegshilfen in der Regel ebenfalls große Menschenmengen auf kleinem Raum bewegt werden.

Für die Gruppe der „Betroffenen“, also derjenigen, die bestimmte Situationen als „zu voll“ erlebt haben, ist der Anteil derjenigen, die sich vorher nicht informiert haben, relativ hoch. Dieser Anteil ist aber bei den Outdooraktivitäten geringer als beim Besuch von Innenstädten oder Restaurants.

Die genutzten Wege, um sich über das Gästeaufkommen zu informieren, sind zahlreich und heterogen, aber Online-Informationen dominieren die Informationssuche deutlich. Vor allem allgemeine Webseiten und Suchmaschinen werden in allen untersuchten Situationen am häufigsten herangezogen.

Vertiefungsmodul „Geschäftsreisen“ (Reisejahr 2021)

Knapp ein Drittel der Unternehmen (30%) gibt ihren Beschäftigten Richtlinien zur nachhaltigen Reisegestaltung vor. Der Anteil an Unternehmen mit Richtlinien steigt zudem mit zunehmender Beschäftigtenzahl und ist teilweise branchenabhängig. Die Richtlinien zielen insbesondere auf

¹ Das 9-Euro-Ticket war ein zeitlich begrenztes, subventioniertes Ticket für den öffentlichen Nahverkehr in Deutschland. Es wurde von der Bundesregierung als Teil eines Entlastungspakets eingeführt und war von Juni bis August 2022 gültig. Für 9 Euro pro Monat ermöglichte es deutschlandweit die Nutzung von Bussen, Straßenbahnen, U-Bahnen, S-Bahnen sowie Regionalzügen (2. Klasse).

die Reduktion des Reisevolumens sowie auf die Wahl eines nachhaltigeren Transportmittels. Die meisten Unternehmen entscheiden sich hier eher für „weiche“ Vorgaben in Form von Empfehlungen, der Anteil an „harten“ und somit fest geregelten Vorgaben ist deutlich kleiner.

Bei den persönlichen Maßnahmen der Geschäftsreisenden zeigen sich ähnliche Prioritäten, allerdings spielt hier die Reduktion des Reisevolumens eine größere Rolle und CO₂-Kompensation oder Nutzung von Umweltkennzeichen eine geringere Rolle als bei den Unternehmensvorgaben.

Die Geschäftsreisenden sehen die Hauptverantwortung für eine nachhaltige Reisegestaltung zumeist beim Arbeitgeber und an zweiter Stelle bei sich selbst, nur wenige sehen den Staat oder die Reisebranche in der Verantwortung. Auch hier sehen die Geschäftsreisenden den Arbeitgeber mit zunehmender Unternehmensgröße vermehrt in der Verantwortung feste Vorgaben zu machen. Diese Ansicht entspricht dem zunehmenden Anteil an Vorgaben mit zunehmender Unternehmensgröße.

Insgesamt zeigt sich, dass die Arbeitgeber, selbst wenn Richtlinien zur nachhaltigen Reisegestaltung vorgegeben sind, nach wie vor häufig die Verantwortung abgeben. Da der größere Teil der Vorgaben eher als Empfehlung und weniger als Regel zu sehen ist, liegt die finale Ausgestaltung der Reisen dann doch bei den Geschäftsreisenden.

Vertiefungsmodul „Mobilität“ (Reisejahr 2022)

Im Mittelpunkt des Vertiefungsmoduls stand die Frage, wie Alltagsmobilität und Mobilität beim Reisen zusammenhängen.

Das Auto ist das dominierende Verkehrsmittel im Alltag der deutschen Bevölkerung. Fahrrad und Regionalverkehr spielen in der Alltagsmobilität eine zweitrangige Rolle, und Fernverkehr und Flugzeug werden insgesamt im Alltag eher selten genutzt. Die Verkehrsmittelnutzung im Alltag variiert je nach soziodemografischen Merkmalen und den damit verbundenen Lebensbedingungen und Mobilitätsanforderungen. Hier sind besonders die Wohnortgröße und damit die Verfügbarkeit von öffentlichen Verkehrsmitteln sowie die Lebensphase und damit die geforderte Pflichtmobilität als Einflussfaktoren hervorzuheben.

Die Ergebnisse des Vergleichs der Modalitätsgruppen im Alltag hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl im Urlaub zeigen, dass Alltagsmobilität und Urlaubsmobilität voneinander abhängig sind. Personen, die im Alltag häufig nachhaltige Verkehrsmittel nutzen, tendieren auch im Urlaub eher zu nachhaltiger Mobilität durch die Nutzung von Bahn oder Bus und neigen seltener zur Auto-Anreise oder Flugreisen. Dieser Zusammenhang zwischen Alltags- und Urlaubsmobilität zeigt sich noch deutlicher, wenn die in der Urlaubsdestination genutzten Verkehrsmittel betrachtet werden.

Eine Sonderauswertung nahm die Nutzung des 9-Euro-Tickets beim Reisen in den Fokus. Dabei wurde deutlich, dass dieses günstige Angebot für nachhaltige Mobilitätsalternativen – hier die Regionalbahn – zwischen Juni und August 2022 von über der Hälfte der Inlandsreisenden für touristische Mobilität, für An- und Abreise oder für Mobilität vor Ort genutzt wurde. Solche Angebote können also über die Reduzierung der Nutzung von Privatfahrzeugen, die Entlastung der Straßeninfrastruktur, die Förderung regionaler Reisen und soziale Inklusion durch günstige Mobilitätskosten eine nachhaltige Entwicklung im Tourismus fördern.

Die Untersuchung der Nutzung von Dienstwagen für Urlaubsfahrten zeigte dagegen, dass die Verfügbarkeit von Dienstwagen im Alltag einen negativen Effekt auf die klimafreundliche und nachhaltige Mobilität im Tourismus hat, da Dienstwagen eher dazu genutzt werden, klimafreundliche Alternativen wie die Bahn als Reiseverkehrsmittel zu ersetzen, als klimaschädlichere Flugreisen zu vermeiden.

Beim Vergleich unterschiedlicher Einflussfaktoren auf Urlaubsmobilität wurde schließlich deutlich, dass der gewohnte Modal Split bei der Alltagsmobilität zwar einen gewissen Einfluss auf die Urlaubsmobilität hat. Dieser ist nachrangig im Vergleich zum Einfluss der Einstellung zur Nachhaltigkeit auf die Verkehrsmittelwahl bei Urlaubsreisen. Die persönliche Einstellung zur Nachhaltigkeit hat einen erheblich größeren Einfluss auf die Entscheidungsmuster bei der Urlaubsmobilität als das Mobilitätsverhalten im Alltag.

Vertiefungsmodul „Nachhaltigkeit und Reiseausgaben“ (Reisejahr 2023)

Im Rahmen des Vertiefungsmoduls „Nachhaltigkeit und Reiseausgaben“ liegt der Schwerpunkt auf der Verbindung von nachhaltigem Reisen und den damit verbundenen Ausgaben. Im Mittelpunkt des Vertiefungsmoduls stehen dabei die folgenden zwei Forschungsfragen:

1. Wie beeinflussen Nachhaltigkeitsmerkmale der Urlaubsreise die tatsächlichen Reiseausgaben?
2. Wie beeinflussen Nachhaltigkeitsmerkmale der Urlaubsreise die subjektive Bewertung der Reisekosten?

Die Analyse zeigt, dass die Ausgaben pro Person und Tag für eine Urlaubsreise von mehreren Parametern abhängen. Dazu gehören die zurückgelegte Distanz (je weiter, je teurer), die Reisedauer (je länger, je günstiger) und die Personenzahl aus dem eigenen Haushalt (je mehr, je günstiger). Diese drei Parameter erklären zusammen rund 30 % der Ausgabenunterschiede. Weitere Unterschiede ergeben sich durch die Wahl des Verkehrsmittels, der Unterkunftsart, des Reiseziels und der Urlaubsreiseart. Auch viele weitere Aspekte der Reise (z. B. die Komfortklasse, Serviceintensität oder Freizeitgestaltung vor Ort) und persönliche Merkmale der Reisenden (z. B. das verfügbare Einkommen und die Konsumpriorität von Reisen im Vergleich zu anderen Konsumbereichen) spielen eine Rolle. All diese Faktoren sind in der Regel eng miteinander verwoben und kaum isoliert zu betrachten. Um der Frage, wie Nachhaltigkeitsmerkmale der Urlaubsreise die tatsächlichen Reiseausgaben beeinflussen, auf den Grund zu gehen, haben wir deshalb nicht nur die Durchschnittswerte nach Nachhaltigkeitsindikatoren betrachtet, sondern auch die nach Distanz, Dauer und Personenzahl bereinigten Werte, sowohl für den Gesamtmarkt als auch für exemplarische Reisen.

Im Ergebnis sehen wir im Gesamtmarkt etwas höhere Ausgaben für Reisen mit CO₂-Kompensation und Nachhaltigkeitskennzeichnung, als nach Distanz, Dauer und Personenzahl zu erwarten. Bei der von den Befragten berichteten Bedeutung der Nachhaltigkeit für die Reise sehen wir diesen Unterschied aber nicht. In der Analyse von zwei volumenstarken Beispielreisetypen (18,7 Mio. Flugreisen ans Mittelmeer mit Unterkunft im Hotel, 11,7 Mio. Autoreisen mit Unterkunft Ferienwohnung/-haus) finden wir keine systematische ausgabensteigernde Funktion der Nachhaltigkeitsmerkmale „CO₂-Kompensation“, „Nachhaltigkeitskennzeichnung“ oder „Bedeutung der Nachhaltigkeit für die jeweilige Reise“. Mal sind die nachhaltigeren Reisen wenige Euro günstiger, mal etwas teurer, ein systematischer Zusammenhang ist aber nicht zu erkennen.

Wir vermuten, dass der Grund dafür in der großen Zahl unterschiedlicher Facetten liegt, die über die Ausgaben für eine Urlaubsreise entscheiden. Die Nachhaltigkeitsmerkmale sind dann eben nur ein Aspekt, und gemessen an den übrigen Ausgaben ein relativ kleiner Posten. So ist eine Flugreise mit CO₂-Kompensation natürlich etwas teurer als die gleiche Reise ohne Kompensation (die Kosten für die Kompensation werden ja zum Flugpreis hinzuaddiert) – in den Gesamtausgaben für die Reise gehen diese relativ geringen Kosten aber offensichtlich unter und lassen sich, selbst in einer relativ großen und qualitativ hochwertigen Stichprobe wie der Reiseanalyse, nicht mehr isolieren.

Die Bewertung einer Reise als mehr oder weniger teuer hängt unter anderem von den tatsächlichen Ausgaben ab. Daher kann man nicht davon ausgehen, dass „teuer“ automatisch „zu teuer“ bedeutet. Ein klarer Einfluss von Nachhaltigkeitsmerkmalen auf die Preisbewertung lässt sich nicht feststellen: Zwar werden Reisen mit CO₂-Kompensation oder Nachhaltigkeitskennzeichnung etwas häufiger als „sehr“ oder „eher teuer“ bewertet als Reisen ohne CO₂-Kompensation; Reisen, bei denen Nachhaltigkeitsüberlegungen eine Rolle spielte, werden aber etwas seltener als „sehr“ oder „eher“ teuer bewertet. Auch bei den exemplarischen Reisen (Flugreise mit Hotel ans Mittelmeer und Autoreise mit Ferienwohnung) lässt sich kein klarer Zusammenhang feststellen.

Nachhaltiger Reisen ist also nicht per se teurer oder günstiger. Es gibt eine Vielzahl von Stellschrauben, die einerseits die Reiseausgaben und andererseits die Nachhaltigkeit der Reise beeinflussen. Wenn jemand mehr Nachhaltigkeit wählt, kann dies sowohl zur Kostensteigerung (z. B. Zusatzkosten für CO₂-Kompensation) oder aber auch zur Kostenminderung (z. B. kürzere Distanz mit geringerem Anreiseaufwand oder geringe Mobilitätskosten bei Radreise von zuhause aus) führen.

Kommunikationsmodul

Inhalt dieses Moduls war die Durchführung von Veranstaltungen, die dazu geeignet sind, die Ergebnisse der Studie in die Branche zu tragen und gegenüber der interessierten Öffentlichkeit zu kommunizieren. Dazu wurden in allen drei Projektjahren von der FUR jeweils kurz vor der Internationalen Tourismusbörse in Berlin (ITB) ausgewählte Zahlen aus der Erhebung im Rahmen ihrer Präsentation erster Ergebnisse aus der Reiseanalyse berichtet.

Die vollständigen Ergebnisse inklusive der Erkenntnisse aus den Vertiefungsmodulen wurden jeweils im September in einem 1,5 – 2-stündigen Web-Seminar vorgestellt und diskutiert. Hinzu kamen Präsentationen in verschiedenen Fachgremien nach Absprache und zahlreiche Interviews für unterschiedliche Medien. Um einen Rahmen für einen noch intensiveren Austausch zum Studienthema zu anbieten, wurden darüber hinaus zwei Workshops jeweils im Juni 2023 (Mannheim) und 2024 (Dessau) durchgeführt. Beide Veranstaltungen standen in zeitlichem Zusammenhang mit der jeweiligen FUR-Auswertungstagung zur Reiseanalyse.

Alle Termine fanden ein reges Interesse in der Branche. Das Engagement, mit dem die Teilnehmenden sich in die Diskussion einbrachten und die Bereitschaft, ihre Erfahrungen und Ideen mit anderen für das gemeinsame Ziel zu teilen, macht Mut, dass eine Transformation aus der Branche heraus gelingen kann. Gleichzeitig wurde aber auch deutlich, dass die Transformation nicht von heute auf morgen zu erwarten ist, obschon der Druck zum Handeln enorm ist, und dass für den Tourismus verlässliche und für die Transformation förderliche Rahmenbedingungen sehr wichtig sind, um diesen Zukunftsbeitrag leisten zu können. Inhalte und Diskussionen sind in diesem Bericht dokumentiert.

Fazit

Offensichtlich ist Nachhaltigkeit zwar für viele ein Wunsch aber keine Bedingung beim Reisen. Wenn keine passende nachhaltigere Reise im Angebot ist, wird ein Urlaub ohne solche Merkmale gebucht. Die große Zahl der Reisenden mit positiver Einstellung zur Nachhaltigkeit bedeutet andererseits gleichwohl ein interessantes Potenzial für Anbieter. Es bedeutet kein Risiko, sondern eine Chance, angebotsseitig mehr Nachhaltigkeit zu wagen. Voraussetzung ist dabei allerdings, dass die Angebote auch weiter attraktiv sind und zu den Reisesehnsüchten der Deutschen passen. Nachhaltigkeit allein wird nicht reichen.

Die Reisebranche hat in der Vergangenheit immer wieder bewiesen, dass sie in der Lage ist, durch geeignete Kommunikation auch neue Sehnsüchte zu wecken und alternative Reiseideen

am Markt zu platzieren. Die Nachfrage lässt Spielraum für Veränderungen – gerade in Richtung Nachhaltigkeit.

Es wäre mit Blick auf die gesamtgesellschaftlichen Herausforderungen bei Klimawandel, Biodiversität und sozialen Spannungen vorausschauend, wenn der Tourismus angebotsseitig diesen Spielraum in der Nachfrage nutzt, um mit guten Ideen mehr vielfältige Reisen innerhalb der planetaren Grenzen zu entwickeln und Nachhaltigkeit als selbstverständlichen und gemeinsamen Standard für die Reisebranche zu etablieren.

Eine initial von der Nachfrage getriebene Transformation in Richtung Nachhaltigkeit im Tourismus ist nach den Ergebnissen der vorliegenden Ergebnisse absehbar nicht zu erwarten.

Summary

The research project 'Sustainability in holiday travel' is a long-term study on the development of consumer awareness and demand with regard to sustainability in holiday travel. Five behavioral indicators and an attitude indicator form the core of the monitoring. Following a baseline study in 2018/19, all indicators were fully surveyed for the 2021 to 2023 travel years. In addition, supplementary analyses were carried out each year on selected in-depth topics (in-depth modules). The results were discussed and publicized during the project via workshops - both online and in person - and media work with tourism stakeholders (communication module).

Monitoring the core indicators

After the travel volume fell sharply during the coronavirus pandemic between 2020 and 2021, there was a significant increase in holidays and short breaks in the two years that followed. In 2023, demand for long holiday trips (lasting five days or more) weakened somewhat, while demand for short holiday trips continued to recover. This also resulted in a significantly higher number of travel days and **vacation travel kilometers** travelled in 2023 compared to 2020 and 2021.

For longer holiday trips lasting five days or more, a total of 121.1 billion kilometers were travelled one-way in 2023. This is over 11 billion kilometers more than in the previous year 2022 (109.6 billion km) and almost as many as in 2019 (121.6 billion) before the start of the pandemic. For short trips lasting two to four days, a further 34 billion kilometers were travelled between May 2023 and April 2024, 6 billion fewer than in 2018/19 and 3.8 billion more than in 2022/23.

The **number of days spent travelling** on longer holidays of five days and more increased by 173 million to 846 million days between 2021 and 2023, while the number of days spent travelling on short holidays rose by 50 million to a total of 255 million days between May 2023 and 2024.

During the pandemic, the distances travelled fell more sharply than the number of days spent travelling, meaning that the '**kilometers per day travelled**' indicator for holiday trips lasting five days or more fell back to the 2002 level of 102 kilometers per day in 2021. In 2023, this figure rose again to 143 kilometers per day, which is even three kilometers above the 2019 figure. Following the cutbacks due to travel restrictions during the coronavirus pandemic, a rapid return to pre-pandemic levels can therefore be observed: In 2023, more distances were travelled again in total and also per day of travel. The proportion of air travel is also back at a similar level to 2019. From an ecological perspective, this development must be seen as negative: a fundamental change in holiday travel behavior in large parts of the population towards more sustainable holiday travel after the pandemic cannot be seen when looking at these indicator values.

The proportion of holiday trips lasting five days or more for which carbon offsetting was carried out was 5% in both 2022 and 2023, four percentage points below the previous year's figure. The proportion of bookings of eco-labelled offers also fell by two percentage points to 11% during this period.

For short breaks lasting between two and four days, the proportion of **CO₂ offsetting** was 16% in 2023, roughly the same as in the previous year (2021: 17%). At 22%, the proportion of **sustainably certified offers** in 2023 was also at the same level as in the two previous years.

For business trips, the proportion of CO₂ offsetting remained constant at 18%, while the proportion of business trips with ecolabels fell by four percentage points to 28%.

Compared to the first measurement in 2018/19, the shares of CO₂ offsetting and eco-labelled travel are significantly higher in all travel segments. Overall, there is a slightly fluctuating but stable level for the two indicators from 2021/22 to 2023/24.

The **relevance of sustainability in travel decisions** has stagnated since 2021. For holidays lasting five days or more, sustainability was a decisive factor for 3% of trips in 2023 and was one of several aspects for 17%. For short breaks (2-4 days), sustainability was a decisive factor much more frequently (14%) and was also a relevant aspect more often (29%). This also applies similarly to business trips with overnight stays: decisive (12%), relevant aspect (28%).

The proportion of the population with a positive attitude towards sustainability (environmental or social) when travelling on holiday peaked at 68% at the beginning of 2022. This proportion fell to 61% of the population by January 2023 and increased again in January 2024 (67%).

In-depth module 'Crowding and information' (travel year 2021)

During their holiday, almost half of holidaymakers (44%) experience individual situations as 'too crowded' - more often abroad than in Germany. At the top of these situations experienced as 'too crowded' is travelling to and from the destination, and travelling to and from the destination by plane dominates here. However, in view of the overcrowding at German airports in summer 2022, especially during the summer holidays, this may be a particular effect of the 'covid-catch-up year' 2022. This applies in a similar way to rail travel, where the '9-euro ticket' for public transport valid from June to August could have a particular effect.

Overall, it can be stated that it is primarily those situations that are intended for larger crowds that are experienced as 'too crowded': Traffic, city centers, restaurants are to be mentioned here. Nature and outdoor activities, on the other hand, are much less of a focus, although skiing, for example, also generally involves large numbers of people in a small space when using ski lifts and other lifts.

For the group of 'affected persons', i.e. those who have experienced certain situations as 'too crowded', the proportion of those who have not informed themselves beforehand is relatively high. However, this proportion is lower for outdoor activities than for visits to city centers or restaurants.

The methods used to find out about the number of guests are numerous and heterogeneous, but online information clearly dominates the search for information. General websites and search engines are the most frequently used in all the situations analyzed.

In-depth module 'Business travel' (travel year 2021)

Just under a third of companies (30%) provide their employees with guidelines on sustainable travel organisation. The proportion of companies with guidelines also increases with the number of employees and is partly industry-dependent. The guidelines are aimed in particular at reducing the volume of travel and choosing a more sustainable means of transport. Most companies tend to opt for 'soft' guidelines in the form of recommendations, while the proportion of 'hard' and therefore firmly regulated guidelines is significantly lower.

The personal measures of business travelers show similar priorities, although the reduction of travel volume plays a greater role here and CO₂ compensation or the use of environmental labels plays a lesser role than in the case of company guidelines.

Business travelers mostly see the main responsibility for sustainable travel as lying with their employer and, in second place, with themselves; only a few see the state or the travel industry as being responsible. Here too, business travelers see the employer as increasingly responsible for

setting firm guidelines as the company grows in size. This view corresponds to the increasing proportion of guidelines with increasing company size.

Overall, it can be seen that even when guidelines on sustainable travel organisation are provided, employers still often pass on responsibility. As the majority of the guidelines are to be seen as recommendations rather than rules, the final organisation of the trips lies with the business travelers themselves.

In-depth module ‘Mobility’ (travel year 2022)

The in-depth module focused on the question of how everyday mobility and mobility when travelling are connected.

The car is the dominant mode of transport in the everyday life of the German population. Cycling and regional transport play a secondary role in everyday mobility, while long-distance transport and air travel are rarely used in everyday life. The use of transport in everyday life varies according to socio-demographic characteristics and the associated living conditions and mobility requirements. Here, the size of the place of residence and thus the availability of public transport as well as the phase of life and thus the required compulsory mobility should be emphasized as influencing factors.

The results of the comparison of the modality groups in everyday life with regard to the choice of means of transport on holiday show that everyday mobility and holiday mobility are interdependent. People who frequently use sustainable means of transport in everyday life also tend to use sustainable mobility on holiday by taking the train or bus and are less likely to travel by car or air. This correlation between everyday and holiday mobility becomes even clearer when the means of transport used at the holiday destination are considered.

A special evaluation focused on the use of the 9-euro ticket when travelling. It became clear that this low-cost offer for sustainable mobility alternatives - in this case the regional train - was used by more than half of domestic travelers between June and August 2022 for tourist mobility, for travel to and from the destination or for local mobility. Such offers can therefore promote sustainable development in tourism by reducing the use of private vehicles, relieving road infrastructure, promoting regional travel and social inclusion through favorable mobility costs.

In contrast, the study of the use of company cars for holiday trips showed that the availability of company cars in everyday life has a negative effect on climate-friendly and sustainable mobility in tourism, as company cars are more likely to be used to replace climate-friendly alternatives such as rail as a means of travel than to avoid more climate-damaging air travel.

When comparing different factors influencing holiday mobility, it ultimately became clear that the usual modal split in everyday mobility does have a certain influence on holiday mobility. This is of secondary importance compared to the influence of attitudes towards sustainability on the choice of means of transport when travelling on holiday. Personal attitudes towards sustainability have a considerably greater influence on decision-making patterns for holiday mobility than mobility behavior in everyday life.

In-depth module ‘Sustainability and travel spending’ (travel year 2023)

The in-depth module ‘Sustainability and travel expenditure’ focuses on the connection between sustainable travel and the associated expenditure. The following two research questions are at the center of the in-depth module:

1. how do sustainability features of holiday travel influence actual travel expenditure?

2. how do sustainability features of the holiday trip influence the subjective assessment of travel costs?

The analysis shows that the expenditure per person and day for a holiday trip depends on several parameters. These include the distance travelled (the further, the more expensive), the duration of the trip (the longer, the cheaper) and the number of people in the household (the more, the cheaper). Together, these three parameters explain around 30 % of the differences in expenditure. Further differences result from the choice of means of transport, the type of accommodation, the destination and the type of holiday. Many other aspects of the trip (e.g. the comfort class, service intensity or leisure activities on site) and personal characteristics of the traveler (e.g. disposable income and the consumption priority of travel compared to other areas of consumption) also play a role. As a rule, all these factors are closely interwoven and can hardly be considered in isolation. In order to get to the bottom of the question of how sustainability characteristics of holiday trips influence actual travel expenditure, we therefore not only looked at the average values according to sustainability indicators, but also at the values adjusted for distance, duration and number of people, both for the overall market and for exemplary trips.

As a result, we see slightly higher expenditure on trips with CO₂ compensation and sustainability labelling in the overall market than would be expected based on distance, duration and number of people. However, we do not see this difference in the importance of sustainability for the trip as reported by the respondents.

In the analysis of two exemplary high-volume trip types (18.7 million air trips to the Mediterranean with hotel accommodation, 11.7 million car trips with holiday apartment/house accommodation), we find no systematic function of the sustainability features 'CO₂ compensation', 'sustainability labelling' or 'importance of sustainability for the respective trip' that increases expenditure. Sometimes the more sustainable holidays are a few euros cheaper, sometimes a little more expensive, but a systematic correlation cannot be recognized.

We suspect that the reason for this lies in the large number of different aspects that determine the cost of a holiday trip. The sustainability features are then just one aspect, and a relatively small item compared to the other expenditure. For example, a flight with CO₂ compensation is of course slightly more expensive than the same trip without compensation (the costs for the compensation are added to the flight price) - however, these relatively low costs are obviously lost in the total expenditure for the trip and can no longer be isolated, even in a relatively large and high-quality sample such as the travel analysis.

The assessment of a trip by the customer as more or less expensive depends, among other things, on the actual expenditure. Therefore, it cannot be assumed that 'expensive' automatically means 'too expensive'. A clear influence of sustainability features on the price assessment cannot be determined: Although trips with CO₂ compensation or sustainability labelling are rated as 'very' or 'rather expensive' slightly more often than trips without CO₂ compensation; trips in which sustainability considerations played a role are rated as 'very' or 'rather' expensive slightly less often. There is also no clear correlation between the exemplary trips (air travel with a hotel in the Mediterranean and a car trip with a holiday flat).

Sustainable travel is therefore not per se more expensive or cheaper. There are a number of factors that influence both the cost of travelling and the sustainability of the trip. If someone chooses more sustainability, this can lead to an increase in costs (e.g. additional costs for CO₂ compensation) or a reduction in costs (e.g. shorter distance with less travelling or lower mobility costs when cycling from home).

Communication module

The content of this module was the organisation of events suitable for disseminating the results of the study to the tourism stakeholders and communicating them to the interested public. To this end, FUR reported selected figures from the survey in all three project years shortly before the International Tourism Fair (ITB) in Berlin as part of its presentation of initial results from the travel analysis.

The complete results, including the findings from the in-depth modules, were presented and discussed in a 1.5 - 2-hour web seminar each September. In addition, presentations were made to various specialist committees by arrangement and numerous interviews were conducted for various media.

In addition, two workshops were held in June 2023 (Mannheim) and 2024 (Dessau) to provide a framework for an even more intensive exchange on the study topic. Both events were held in conjunction with the respective evaluation conference on the FUR Reiseanalyse.

All events met with lively interest in the industry. The commitment with which the participants contributed to the discussion and their willingness to share their experiences and ideas with others for the common goal gives us courage that a transformation from within the industry can succeed.

At the same time, however, it also became clear that the transformation cannot be expected to happen overnight, even though the pressure to act is enormous, and that reliable framework conditions conducive to the transformation are very important for tourism to be able to make this contribution to the future.

The content and discussions are documented in this report.

Conclusion

Sustainability is obviously a wish for many people, but not a requirement when traveling. If there is no suitable sustainable trip on offer, a vacation without such features will be booked. On the other hand, the large number of travelers with a positive attitude towards sustainability also means interesting potential for tourism providers. It is not a risk, but an opportunity to dare to offer more sustainability. The prerequisite for this, however, is that the offers continue to be attractive and match the travel desires of Germans. Sustainability alone will not be enough.

In the past, the travel industry has proven time and again that it is capable of awakening new desires through appropriate communication and placing alternative travel ideas on the market. Demand leaves room for change - especially in the direction of sustainability.

In view of the challenges facing society in terms of climate change, biodiversity and social tensions, it would be forward-looking for tourism to make use of this scope in demand on the supply side to develop more diverse trips within the planetary boundaries with good ideas and to establish sustainability as a self-evident and common standard in tourism.

An initial demand-driven transformation towards sustainability in tourism is not to be expected in the foreseeable future according to the results of the present findings.

1 Einführung

1.1 Ziele des Vorhabens

Das übergeordnete Ziel des Vorhabens ist es, ein datenfundiertes Monitoring für Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen der Bevölkerung in Deutschland bereitzustellen, das entlang ausgewählter Kennziffern beschreibt, welche Rolle Nachhaltigkeit bei der Urlaubsreiseentscheidung spielt und wie nachhaltig das tatsächliche Reiseverhalten im jeweils vorangegangenen Jahr gewesen ist. Der Monitor liefert für jedes Untersuchungsjahr einen aktuellen Statuswert. Durch das Messen über mehrere Jahre lässt sich ablesen, wie sich die Nachhaltigkeitsperformance der Deutschen beim Reisen entwickelt. Im Abgleich mit den Nachhaltigkeits- und Klimaschutzzielen der Bundesregierung kann so identifiziert werden, ob umgesetzte Maßnahmen und Impulse zur Förderung von Nachhaltigkeit beim Reisen ausreichen oder ob nachgesteuert werden muss. Gleichzeitig gibt der Monitor aber auch der Tourismusbranche wichtige Anhaltspunkte für ihre Unternehmensteuerung und Angebotsentwicklung mit Blick auf die Nachfrage nach Nachhaltigkeit im Tourismus.

Die im Vorhaben verankerten Vertiefungsmodule zur Basiserhebung der Kernkennziffern erlauben es, zusätzlich auf aktuelle Entwicklungen zum Thema einzugehen und ausgewählte Aspekte genauer zu analysieren und mit den Basisdaten ins Verhältnis zu setzen.

1.2 Hintergrund

1.2.1 Perspektiven

Daten zur Nachhaltigkeit im Tourismus und speziell im Urlaubstourismus lassen sich aus verschiedenen Perspektiven betrachten. Einerseits sind dies die Angebots- und Nachfrageperspektive, andererseits die Perspektive von Quell- und Zielmarkt.

Die Angebotsseite fragt vor allem nach den Eigenschaften, Einstellungen und Handlungen der Leistungsanbieter: Wie verhalten sie sich und welche Leistungspotenziale halten sie in Bezug auf die nachhaltigere Gestaltung von Urlaubsreisen vor? Mögliche Indikatoren in dieser Perspektive sind etwa die Zahl der Unterkunftsanbieter, die sich an Zertifizierungsverfahren beteiligen oder der Umfang, in dem Transportanbieter ihre CO₂-Emissionen beeinflussen.

Die Nachfrageseite hingegen beschäftigt sich mit den Eigenschaften, Einstellungen und Handlungen der Urlauberinnen und Urlauber. Mögliche Indikatoren in dieser Perspektive sind etwa die Buchung von nachhaltig zertifizierten Leistungen oder die Relevanz von CO₂-Emissionen beim Transport.

Daten für die Angebotsseite werden in der Regel aus der Zielmarktperspektive betrachtet (vgl. etwa die Ausführungen zum SF-MST in Abschnitt 1.2.2). Zielmarktperspektive bedeutet: Es werden die Urlaubsreisen in eine Destination und innerhalb einer Destination betrachtet, wobei der Begriff „Destination“ nicht näher gefasst sein muss. Wenn es sich um ein Land handelt, kann das Konzept des „Methodological Manual for Tourism Statistics“ (Eurostat, 2014) verwendet werden: Die Zielmarktperspektive umfasst dann „inbound tourism“ und „domestic tourism“.

In der Quellmarktperspektive wiederum werden alle Reisen aus einer Region und innerhalb einer Region betrachtet, wobei hier wiederum „Region“ unscharf definiert ist. Wenn es sich dabei um ein ganzes Land handelt, entspricht dies dem statistischen Konzept von „outbound tourism“ und „domestic tourism“.

1.2.2 Angebotsseite

Für die **Angebotsseite** des Tourismusmarktes in Deutschland wurden verschiedene Ansätze zur Messung von nachhaltigkeitsrelevanten Markt-Indikatoren entwickelt und implementiert. Nennenswert sind insbesondere die Arbeiten zur Etablierung eines Nachhaltigkeits-Tourismussatellitenkontos (Balaš et al., 2021; Dickhut et al., 2023). Das Nachhaltigkeits-Tourismussatellitenkonto (TSSA, *Tourism Sustainability Satellite Account*) ist eine Erweiterung des etablierten Tourismussatellitenkontos (TSA). Parallel hat das Statistische Bundesamt (2021) TSA-Ergebnisse zur wirtschaftlichen Bedeutung und Nachhaltigkeit des Tourismus einmalig veröffentlicht.

Im März 2024 wurden außerdem die Empfehlungen der Vereinten Nationen zur Messung von Nachhaltigkeit im Tourismus (**SF-MST**) verabschiedet (World Tourism Organization, 2024). Darin wird in Ziffer 2.17 explizit auf die Notwendigkeit verwiesen, Angebots- und Nachfrageindikatoren zu kombinieren. Tatsächlich wird an einigen Stellen auf eine Nachfrageperspektive eingegangen, so etwa in Ziffer 3.10 (demographische Daten, Motivation und Transportmittel). Diese Daten sollen aber lediglich genutzt werden, um eine einseitige Abhängigkeit des Reiseziels von bestimmten Nachfragesegmenten zu vermeiden. An einer weiteren Stelle (Ziffer 5.23 ff.) beschäftigt sich das SF-MST mit der Besucherperspektive als Teil der sozialen Nachhaltigkeitsdimension. Vorgeschlagene Indikatoren, neben den bereits oben genannten, sind etwa die Zahl der Besuche kultureller Veranstaltungen als Maßzahl für „Visitor Engagement“. Außerdem wird empfohlen (Ziffer 5.35), Daten zur Kunden-Zufriedenheit und zur Wahrnehmung der Destination (Sauberkeit, Sicherheit, etc.) zu erheben. Das sind Nachfrage-Daten, die schon seit Langem mit dem Ziel der besseren Vermarktung und Wettbewerbsfähigkeit von Reisezielen erhoben werden. Sie werden nun im Rahmen des SF-MST umdefiniert zu Nachhaltigkeitsindikatoren. Zusammenfassend betrachtet bleibt auch das SF-MST im Wesentlichen auf die Anbieterperspektive, insbesondere aber auf die Perspektive der Destination (Zielländer-, städte oder -regionen) beschränkt.

1.2.3 Nachfrageseite

Daten für die **Nachfrageseite** des Urlaubstourismus im **Quellmarkt** Deutschland legen wir hiermit vor. Mit dem Bericht zur Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen (Schmücker et al., 2019) wurden für das Jahr 2018/19 erstmals monitoringfähige Indikatoren für die konsumentenseitige Betrachtung des Marktes entwickelt und eingesetzt. Grundlage für die Entwicklung war unter anderem der Bericht von (Günther et al., 2014).

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; Kreilkamp, 2020). Diverse Forschungsarbeiten, etwa im Rahmen von „Green Travel Transformation“, FINDUS, ESKINAT oder dem wieder aufgelegten Flash Eurobarometer „Attitudes of Europeans towards tourism“, zeigen ein hohes Interesse bei gleichzeitig sehr geringer Wahrnehmung von nachhaltigkeitsorientierten Produkteigenschaften bei der Reisebuchung (Brözel & Freitag, 2022; European Commission & TNS Political & Social, 2021; Höpken, 2022; Kreilkamp et al., 2017; Kuhn, 2017; Schmücker et al., 2018). Eckdaten zum Reiseverhalten bei Privat- und Geschäftsreisen liefert auch das Statistische Bundesamt in der Statistik über die touristische Nachfrage (Statistisches Bundesamt, o. J.).

1.2.4 Verhalten und Einstellungen

Die Indikatoren können dabei auf zwei grundsätzlich verschiedene Aspekte der Nachfrageseite 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.

Zu den Einstellungsindikatoren gehören auch solche, die nach den Gründen für Verhalten fragen. Diese Fragen kombinieren Einstellungen mit objektiv nachvollziehbarem Verhalten, z. B. „I will choose transport options based on their ecological/environmental impact“ oder „I will eat local foods and specialties in locally owned restaurant“ (Assaker, 2024). Vorteilhaft bei diesen Fragen ist ihre Flexibilität, nachteilig hingegen sind ihre mangelnde Präzision (isst man wirklich immer local foods in einem locally owned restaurant, oder reicht einmal während der gesamten Reise?) und ihre Zukunftsorientierung (Absicht statt Verhalten). Zudem tendieren diese Fragen stark zu sozial erwünschtem Antwortverhalten, wie Juvan & Dolnicar (2016) gezeigt haben.²

1.2.5 „Regenerativer“ Tourismus

In den letzten Jahren gibt es eine zunehmende Debatte zum Konzept des regenerativen Tourismus, das als Alternative zum Konzept des nachhaltigen Tourismus verstanden wird (Bellato et al., 2023; Bellato & Pollock, 2023; Fusté-Forné & Hussain, 2023; Gibbons, 2020). Proponentinnen dieser Denkrichtung empfinden das Konzept des nachhaltigen Tourismus als gescheitert und suchen nach einer Alternative.³

Regenerativer Tourismus beruft sich auf verschiedene Grundsätze wie globale Gerechtigkeit, das Denken in komplexen Systemen oder das „lokalisieren“ touristischer Aktivität (Higgins-Desbiolles, 2024; Lazic & Della Lucia, 2024). Der Schwerpunkt liegt dabei weniger auf dem messbaren Veränderungen (das als „inhärent reduktionistisch“ empfunden wird), sondern mehr auf der Veränderung von Einstellungen und „Haltungen“ (Bellato & Pollock, 2023, S. 6).

In dieser Studie geht es primär um die Einstellungen und das Verhalten von Tourismusnachfragerinnen und -nachfragern. Das Konzept des regenerativen Tourismus wird

² Das Phänomen der sozialen Erwünschtheit ist nicht auf Einstellungsfragen beschränkt, sondern kann auch aus Overreporting von erwünschtem oder Underreporting von unerwünschtem Verhalten resultieren. Solche Antworttendenzen lassen sich methodisch aufwändig kontrollieren, zum Beispiel durch Randomized-Response oder Unmatched Count-Techniken (Ahart & Sackett, 2004) oder andere Indirect Questioning-Verfahren (Chaudhuri & Christofides, 2013). Der dazu nötige Aufwand lässt sich in der Regel aber nur bei sensiblen Fragen, etwa zu Drogenkonsum oder Sexualverhalten, rechtfertigen.

³ „The ongoing failures by the wider tourism sector and the sustainable development approaches adopted to help overcome the overwhelming harmful impacts on the Earth and human societies have activated a growing interest in alternatives“ und „A vacuum of ideas is forming that only regenerative thinking can fill.“ Bellato & Pollock 2021, S. 1 und 8

für diese Studie dann relevant, wenn es demoskopisch zugängliche Spuren im Verhalten oder in den Einstellungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern hinterlässt. Empirische Daten dazu liegen (noch) nicht vor⁴.

Wir können aber zurückblicken auf die Begriffsverständnisstudien vor zehn Jahren, als nur knapp jede und jeder Fünfte in Deutschland eine klare Vorstellung von „nachhaltigem Tourismus“ hatte (Günther et al., 2014, S. 12).

Für den Moment scheint eine theoretisierende Auseinandersetzung über die Vor- und Nachteile des Konzepts des regenerativen Tourismus nicht notwendig. Es sollte aber in den kommenden Jahren beobachtet werden, ob das Konzept einen breiteren Raum in der öffentlichen Diskussion einnimmt.

1.3 Monitoringkonzept

Wir haben für diese Studie fünf verhaltensorientierte Nachhaltigkeitsindikatoren fortgeschrieben. Ein sechster Indikator (Einstellung) wird ergänzend berichtet.

Die bei der Entwicklung des Indikatorensatzes (Schmücker et al., 2019, S. 18) beschriebenen Anforderungen haben im Wesentlichen weiterhin Gültigkeit:

- 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), sich aber 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.

Aus diesen Überlegungen wurden 2018 fünf Verhaltens- und ein Einstellungsindikator entwickelt, die wir auch in diesem Projekt für das Monitoring verwendet haben (Tabelle 1).

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 Zeitreihen der Reiseanalyse erlauben für einige Indikatoren rückblickende Betrachtungen.

Tabelle 1: Monitoringindikatoren

Indikator	Beschreibung	Nachhaltigkeitsrelevanz
1. Entfernungen	Anreisedistanzen für alle Urlaubsreisen	Mobilität bei der An- und Abreise ist ein wesentlicher Produzent von Treibhaus-

⁴ In der letzten Ausgabe der Umweltbewusstseinsstudie 2022 kommt der Begriff nicht vor. Eine vergleichende Auswertung der Suchwortbenutzung „sustainable tourism“ und „regenerative tourism“ in der weltweiten Suchmaschine Google zeigt lediglich leicht ansteigende Werte für letzteres seit 2021 auf einem sehr niedrigen Niveau. Für Deutschland ist die Suchwortnutzung „regenerativer Tourismus“ gleich Null.

Indikator	Beschreibung	Nachhaltigkeitsrelevanz
		gasemissionen 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

Unverändert übernommen aus Schmücker et al. (2019, S. 19)

Die Ergebnisse des Monitorings werden im Abschnitt 2 dieses Berichts beschrieben.

1.4 Vertiefungsmodule

In den Jahren 2022, 2023 und 2024 wurden die folgenden Vertiefungsmodule bearbeitet:

- Modul „Crowding und Information“
- Modul „Geschäftsreisen“
- Modul „Mobilität“
- Modul „Nachhaltigkeit und Reiseausgaben“

Die Vertiefungsmodule dienen dazu, einzelne Themen außerhalb des eigentlichen Monitoringkonzepts zu beleuchten und vertieft zu betrachten. Die Ergebnisse werden in Abschnitt 3 dieses Berichts dargestellt.

2 Monitoringbericht

Der Monitoringbericht beschreibt die Entwicklung der nachfrageseitigen Kernkennziffern über die Projektlaufzeit.

Wir nutzen dazu den Bericht 2024, weil er die gesamte Projektlaufzeit umfasst.

Die folgenden sechs Kapitel stellen die Ergebnisse zu den sechs Monitoring-Indikatoren (fünf reisebezogene, ein personenbezogener) nacheinander vor. Zuerst wird auf die Verkehrsleistung in Mrd. Kilometern und die Aufenthaltsdauer in Mio. Tagen eingegangen. Für diese Werte liegen sowohl aktuelle Daten aus dem Januar 2024 als auch Zeitreihendaten vor.

Anschließend werden die neuen Ergebnisse zu den erstmals 2018/19 erhobenen Verhaltensdaten zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen dargestellt. Dabei werden die Nachhaltigkeitsrelevanz (auf einer fünfstufigen Zustimmungsskala), die CO₂-Kompensation und die Nachhaltigkeitskennzeichnung (jeweils ja, nein, weiß nicht) betrachtet.

Zum Schluss werden die Ergebnisse zur Einstellung gegenüber Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen vorgestellt. Diese bezieht sich nicht auf einzelne Reisen, sondern auf die Einstellung der Personen zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen insgesamt. Eine begrenzte Zeitreihe steht hier zur Verfügung.

2.1 Entfernungen

Es besteht weitgehend Einigkeit über die bedeutende Rolle des Transports bezüglich der Umweltauswirkung von Urlaubsreisen, insbesondere die Auswirkungen des Flugverkehrs. Der Transport von Personen und Gepäck bei der An- und Abreise macht bei den meisten Reisen den größten Anteil an ausgestoßenen Treibhausgasen aus (BMWK, 2017; Gössling et al., 2018). Angesichts dessen hat die Analyse der gereisten Entfernungen bei Urlaubsreisen mit der Betrachtung der Hauptverkehrsmittel und die Entwicklung im Zeitverlauf besondere Bedeutung für die Diskussion zur Nachfrageentwicklung im nachhaltigen Tourismus.

2.1.1 Erhebungsfrage

Für diesen Indikator wurde keine spezielle Erhebungsfrage gestellt. Die Distanzen wurden aus der Angabe des Reiseziels anhand von Kartenvorlagen bzw. Listen und des Wohnortes der Befragten ermittelt. Der genaue Rechenweg ist im Anhang (Abschnitt 6) dargestellt. Die im Folgenden dargestellten Entfernungen stellen die Anreisedistanzen in Personenkilometern dar. Distanzen für die Rückreise, vor Ort zurückgelegte Entfernungen und Reisen begleitender Kinder bis 13 Jahre sind in diesen Auswertungen nicht mit einbezogen.

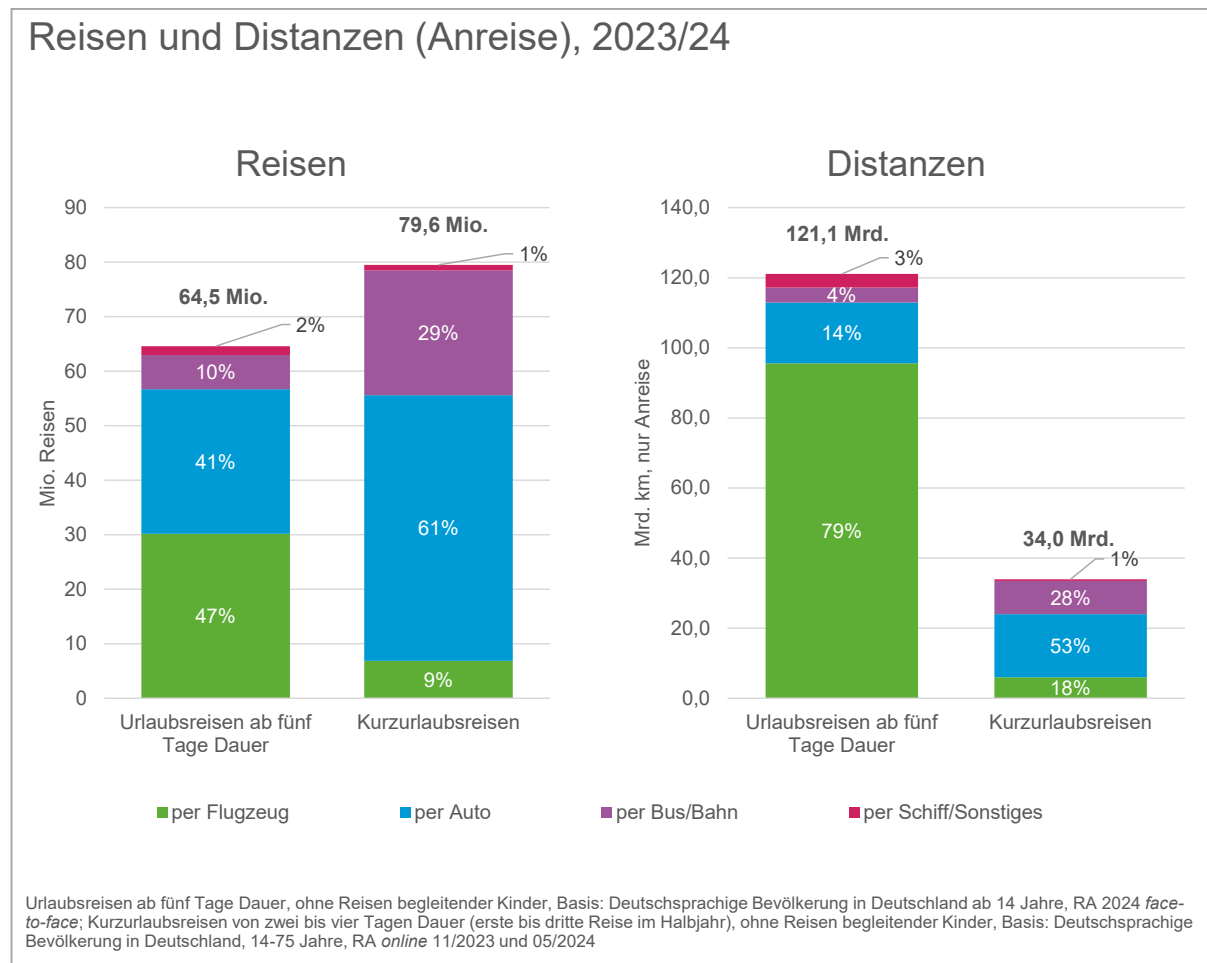
2.1.2 Ergebnis-Überblick und zeitliche Entwicklung

2023 wurden bei den 64,5 Mio. Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Insgesamt 121,1 Mrd. Kilometer zurückgelegt (Abbildung 1). Im Vergleich zum Vorjahr (2022: 109,6 Mrd. km) entspricht das einem Zuwachs von mehr als zehn Prozent. Im Durchschnitt betrug die Distanz für die Anreise je Urlaubsreise 1.877 km (2022: 1.634).

Im Jahr 2023 wurden bei den 79,6 Millionen Kurzurlaubsreisen insgesamt 34,0 Milliarden Personenkilometer zurückgelegt, was einem Durchschnitt von 427 Kilometern pro Reise entspricht (2021: 408 Kilometer). Im Vergleich zum Vorjahr wurden 2023 insgesamt 6,4 Millionen Kurzurlaubsreisen mehr unternommen, wobei 3,8 Milliarden Kilometer mehr zurückgelegt wurden. Kurzreisen machten 2023 55 % aller Reisen und 22 % der geleisteten

Personenkilometer aus Bus und Bahn deckten in den Jahren 2021, 2022 und 2023 jeweils 4 % der zurückgelegten Distanzen bei Urlaubsreisen ab.

Abbildung 1: Reisen und Distanzen, 2023/24



Quelle: FUR

Bei Urlaubsreisen mit einer Dauer von mindestens fünf Tagen bleibt das Flugzeug das meistgenutzte Verkehrsmittel, gemessen an den zurückgelegten Personenkilometern, mit einem Anteil von 79 % der Verkehrsleistung bei 47 % aller Reisen. Bei Kurzurlaubsreisen wird der Großteil der Personenkilometer mit dem Auto zurückgelegt, das 53 % der Verkehrsleistung bei 61 % der Reisen ausmacht. Der Anteil des Flugzeugs an den Personenkilometern bei Kurzreisen hat leicht zugenommen: von 17 % im Jahr 2022 auf 18 % im Jahr 2023. Bus und insbesondere Bahn spielen bei Kurzurlaubsreisen eine wesentlich größere Rolle als bei längeren Urlaubsreisen. Im Jahr 2023 wurden sie bei 29 % aller Kurzreisen als Hauptverkehrsmittel gewählt und trugen zu 28 % der zurückgelegten Personenkilometer bei Kurzreisen bei. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der Reisen, bei denen Bus und Bahn als Hauptverkehrsmittel gewählt wurden, 2023 um sieben Prozentpunkte gestiegen (Tabelle 2).

Tabelle 2: Entfernungen bei Urlaubsreisen (Anreise), nach Verkehrsmittel 2021–2023

Entfernungen in Mrd. km, nur Anreise	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez									
	Mio. Reisen					Anreisedistanz, Mrd. km				
	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023
Alle Reisen	70,8	50,5	55,1	67,1	64,5	123,2	60,6	69,0	109,5	121,1
davon										
per Flugzeug	30,0	13,3	18,8	28,1	30,2	94,8	38,9	46,6	83,2	95,6
per Auto	30,8	30,8	30,3	30,9	26,5	19,4	16,9	18,1	19,9	17,3
per Bus/Bahn	8,1	5,6	5,2	6,5	6,3	4,9	3,3	3,0	3,9	4,3
Darin: Per Bus	4,2	2,0	2,1	2,8	3,3	3,0	1,7	1,3	2,0	2,5
Darin: Per Bahn	3,9	3,6	3,1	3,7	3,0	1,9	1,6	1,6	1,9	1,8
per Schiff/Sonstiges	1,9	0,8	0,9	1,6	1,6	3,9	1,5	1,3	2,7	3,9

Entfernungen in Mrd. km, nur Anreise	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage), Mai–Apr					
	Mio. Reisen			Anreisedistanz, Mrd. km		
	21/22	22/23	23/24	21/22	22/23	23/24
Alle Reisen	63,8	73,2	79,6	26,0	30,2	34,0
davon						
per Flugzeug	4,1	6,0	6,9	3,7	5,1	6,0
per Auto	44,7	48,0	48,7	16,0	17,0	18,0
per Bus/Bahn	14,3	18,4	22,9	6,1	7,8	9,5
Darin: Per Bus	-		4,1	-		2,0
Darin: Per Bahn	-		18,8	-		7,5
per Schiff/Sonstiges	0,7	0,8	1,0	0,2	0,3	0,5

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*.

2.1.3 Ergebnisse nach weiteren Reisesmerkmalen

Tabelle 3 zeigt, dass der Anteil der Inlandsreisen in den letzten beiden Jahren im Vergleich zu 2021 kontinuierlich gesunken ist. Bei Urlaubsreisen mit einer Dauer von mindestens fünf Tagen machten Inlandsreisen im Jahr 2023 etwa 22 % der Reisen aus (2021: 37 %) und produzierten dabei 5 % der Personenkilometer (2021: 12 %). Bei Kurzurlaubsreisen ist der Anteil der Inlandsreisen traditionell höher, doch auch hier ist der Anteil im Vergleich zu 2021 gesunken:

2023 führten 75 % der Kurzurlaubsreisen ins Inland (2021: 82 %) und machten dabei 56 % der Reisedistanzen für Kurzurlaubsreisen aus (2021: 64 %).

Im Jahr 2023 waren 12 % der Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Fernreisen ins Ausland, gegenüber 10 % im Vorjahr. Fernreisen produzierten 2023 etwa 44 % der gereisten Distanzen (2021: 26 %). Somit wurden im Jahr 2023 rund 12 Milliarden Kilometer mehr für Fernreisen zurückgelegt als im Vorjahr, und die Anzahl der Fernreisen stieg um 1,3 Millionen.

Da bei Auslandsreisen und Fernreisen häufiger Pauschal- und Bausteinreisen gebucht werden, spiegeln sich diese Trends auch in der Reiseorganisation wider: 2023 wurden deutlich mehr Personenkilometer bei pauschal organisierten Urlaubsreisen zurückgelegt als in den beiden Jahren zuvor.

Tabelle 3: Entfernungen nach Reisemerkmalen bei Urlaubsreisen

Entfernungen in Mrd. km, nur Anreise	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez									
	Mio. Reisen					Anreisedistanz, Mrd. km				
	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023
Alle Reisen	70,8	50,5	55,1	67,1	64,5	123,2	60,6	69,0	109,5	121,1
Reiseziel										
Deutschland	18,7	22,8	20,2	17,8	14,2	7,4	8,9	8,1	7,1	5,9
Ausland	52,1	27,7	34,9	49,28	50,4	115,8	51,7	60,9	102,5	115,3
Darin: Mittelmeerraum	26,8	13,3	19,5	26,8	28,0	48,7	23,7	33,9	48,8	50,2
Darin: Restl. Europa	19,4	12,3	13,5	17,8	16,3	16,8	10,1	11,3	14,6	13,9
Darin: Fernreisen	5,9	2,1	1,9	4,7	6,0	50,2	18,0	15,7	39,2	51,2
Unterkunft										
Hotellerie	38,1	22,2	27,4	36,0	36,7	81,8	33,7	43,6	73,6	85,6
Selbstverpflegung	26,0	23,7	22,3	25,2	22,1	31,0	23,1	20,3	27,5	25,6
Camping	4,1	3,6	4,2	4,1	3,7	3,3	1,9	2,7	4,0	4,4
Schiff, Sonstiges	2,6	1,0	1,2	1,6	2,1	7,1	2,0	2,4	4,6	5,5
Darin: Kreuzfahrtschiff	1,8	0,4	0,5	1,1	1,4	5,7	k.A.	k.A.	2,8	4,2
Darin: Sonstiges	0,8	0,6	0,7	0,8	0,7	1,4	k.A.	k.A.	1,7	1,3
Organisation										
Pauschal/Baustein	31,2	16,1	21,3	29,0	30,9	78,1	31,0	41,2	69,8	81,8
Individuell	30,7	26,7	26,4	30,4	26,1	38,7	24,2	22,3	33,5	33,1
Nicht vorgebucht	8,2	7,7	7,5	7,7	7,5	6,3	5,5	5,5	6,3	6,2

Entfernungen in Mrd. km, nur Anreise	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) Mai–Apr					
	Mio. Reisen			Anreisedistanz, Mrd. km		
	21/22	22/23	23/24	21/22	22/23	23/24
Alle Reisen	63,8	73,2	79,6	26,0	30,2	34,0
Reiseziel						
Deutschland	51,7	57,2	59,5	16,6	17,9	18,6
Ausland	12,1	16,1	20,0	9,4	12,4	15,5
Darin: Mittelmeerraum	-	-	-	-	-	-
Darin: Restl. Europa	-	-	-	-	-	-
Darin: Fernreisen	-	-	-	-	-	-
Unterkunft						
Hotellerie	39,0	46,5	49,6	16,4	19,8	22,0
Selbstverpflegung	20,4	21,6	24,0	8,1	8,6	10,0
Camping	3,7	4,1	5,0	1,2	1,3	1,5
Schiff, Sonstiges	0,8	1,1	0,9	0,3	0,5	0,5
Darin: Kreuzfahrtschiff	-	-	-	-	-	-
Darin: Sonstiges	-	-	-	-	-	-
Organisation						
Pauschal/Baustein	17,4	21,3	21,8	8,0	9,8	10,8
Individuell	37,0	49,1	48,6	15,0	20,1	20,1
Nicht vorgebucht	9,3	7,9	9,2	2,9	2,6	3,1

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*.

2.1.4 Ergebnisse nach Personenmerkmalen

Die zurückgelegten Reisedistanzen unterscheiden sich zwischen den Personengruppen deutlich. Die zurückgelegten Reisedistanzen variieren erheblich zwischen den verschiedenen Personengruppen. Eine Ausnahme bilden hier Personen aus einem Wohnort in einem östlichen Bundesland mit weniger als 50.000 Einwohnern, bei denen die Anzahl gleichgeblieben ist. Zudem ist die Anzahl der Reisen von Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen über 4.000 € gestiegen. Die zurückgelegten Entfernungen sind in den meisten soziodemographischen Gruppen gestiegen. Besonders deutlich sind die Zuwächse bei Personen ohne Kinder bis 13 Jahre sowie bei Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen über 4.000 € (Tabelle 4).

Tabelle 4: Entfernungen nach Personenmerkmalen

Entfernungen in Mrd. km, nur Anreise	Bevölkerung	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez									
		Mio. Reisen					Anreisedistanz, Mrd. km				
	Mio. Personen	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023
Volumen	70,1	70,8	50,5	55,1	67,1	64,5	123,2	60,6	69,0	109,5	121,1
Geschlecht											
Männlich	34,6	35,2	25,3	28,0	32,9	31,7	66,2	33,0	36,3	56,1	63,0
Weiblich	35,5	35,6	25,3	27,1	34,2	32,8	57,0	27,6	32,6	53,5	58,1
Altersgruppen											
14-29 Jahre	13,7	14,3	9,8	10,8	13,3	12,4	29,6	13,2	15,5	24,0	24,4
30-59 Jahre	33,2	35,8	25,8	28,5	34,0	32,9	66,6	33,2	38,6	61,2	67,7
60 Jahre und älter	23,2	20,7	14,9	15,8	19,8	19,3	26,9	14,2	14,8	24,4	29,0
Haushaltsnettoeinkommen											
Bis EUR 2.499	24,6	23,1	17,0	16,3	18,3	16,0	30,9	18,4	17,2	23,0	22,5
EUR 2.500-3.999	22,1	27,4	18,9	21,4	26,1	21,5	45,4	21,4	26,3	40,8	37,9
EUR 4.000 und mehr	23,4	20,3	14,7	17,4	22,7	27,1	46,8	20,9	25,5	45,8	60,79
Wohnort											
West, ≥ 50.000 Einwohner	22,6	23,2	17,2	17,5	21,1	21,0	43,1	24,1	24,5	38,9	40,6
West, < 50.000 Einwohner	33,7	32,5	22,2	25,4	32,0	29,9	56,3	24,5	30,3	49,0	55,4
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,1	7,2	5,1	5,5	6,6	6,2	13,3	6,9	6,9	10,5	11,8
Ost, < 50.000 Einwohner	7,7	7,9	6,1	6,8	7,4	7,4	10,5	5,3	7,2	11,3	13,4
Haushalts-Struktur											
Kind(er) bis 13 J. im Haush.	12,4	13,0	9,8	11,0	12,9	11,2	17,9	11,1	12,7	17,8	15,1
Keine Ki. bis 13 J. im Haush.	57,7	57,8	40,8	44,1	54,2	53,4	105,3	49,6	56,3	91,8	106,1

Entfernungen in Mrd. km, nur Anreise	Bevölkerung	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) Mai–Apr					
		Mio. Reisen			Anreisedistanz, Mrd. km		
	Mio. Personen	21/22	22/23	23/24	21/22	22/23	23/24
Volumen	70,1	63,8	73,2	79,6	26,0	30,2	34,0
Geschlecht							
Männlich	34,6	32,7	40,1	42,2	k.A.	16,8	18,7
Weiblich	35,5	31,0	33,1	37,4	k.A.	13,4	15,3
Altersgruppen							
14-29 Jahre	13,7	16,1	20,6	19,8	7,0	9,1	9,5

Entfernungen in Mrd. km, nur Anreise	Bevölkerung	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) Mai–Apr					
30-59 Jahre	33,2	36,2	40,6	43,1	14,7	16,6	18,5
60 Jahre und älter	23,2	11,5	12,0	16,6	4,2	4,5	6,0
Haushaltsnettoeinkommen							
Bis EUR 2.499	24,6	15,5	16,4	17,2	6,0	6,4	6,7
EUR 2.500-3.999	22,1	23,9	24,6	28,6	9,5	9,9	11,9
EUR 4.000 und mehr	23,4	24,4	32,2	33,8	10,5	13,9	15,4
Wohnort							
West, ≥ 50.000 Einwohner	22,6	20,3	23,4	26,8	9,2	10,5	12,2
West, < 50.000 Einwohner	33,7	30,1	32,9	37,1	11,7	13,2	15,4
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,1	6,8	8,9	7,7	3,0	3,5	3,3
Ost, < 50.000 Einwohner	7,7	6,7	8,0	8,0	2,1	3,0	3,0
Haushalts-Struktur							
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	12,4	15,4	22,2	20,1	6,4	9,1	9,4
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,7	48,4	51,1	59,5	19,6	21,1	24,6

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*. Einkommensklassen in der RA *online* sind um EUR 1 verschoben.

Ein Vergleich der Anteile bestimmter Gruppen an der Gesamtbevölkerung mit ihrem Anteil an den insgesamt zurückgelegten Distanzen offenbart insbesondere bei den Altersgruppen, dem Wohnort und der Haushaltsstruktur ein Ungleichgewicht. Personen im Alter von 30 bis 59 Jahren machten 2023 etwa 47 % der Bevölkerung aus, unternahmen jedoch 51 % aller Urlaubsreisen ab fünf Tagen und produzierten 56 % der dabei gereisten Personenkilometer. Auch Personen aus Haushalten mit einem Einkommen über 4.000 €, Personen aus Orten mit weniger als 50.000 Einwohnern in den westlichen Bundesländern und Personen, die ohne Kinder oder Jugendliche im Haushalt leben, tragen überdurchschnittlich zu den Reisen und den zurückgelegten Personenkilometern bei.

2.1.5 Zeitliche Entwicklung nach Verkehrsmittel

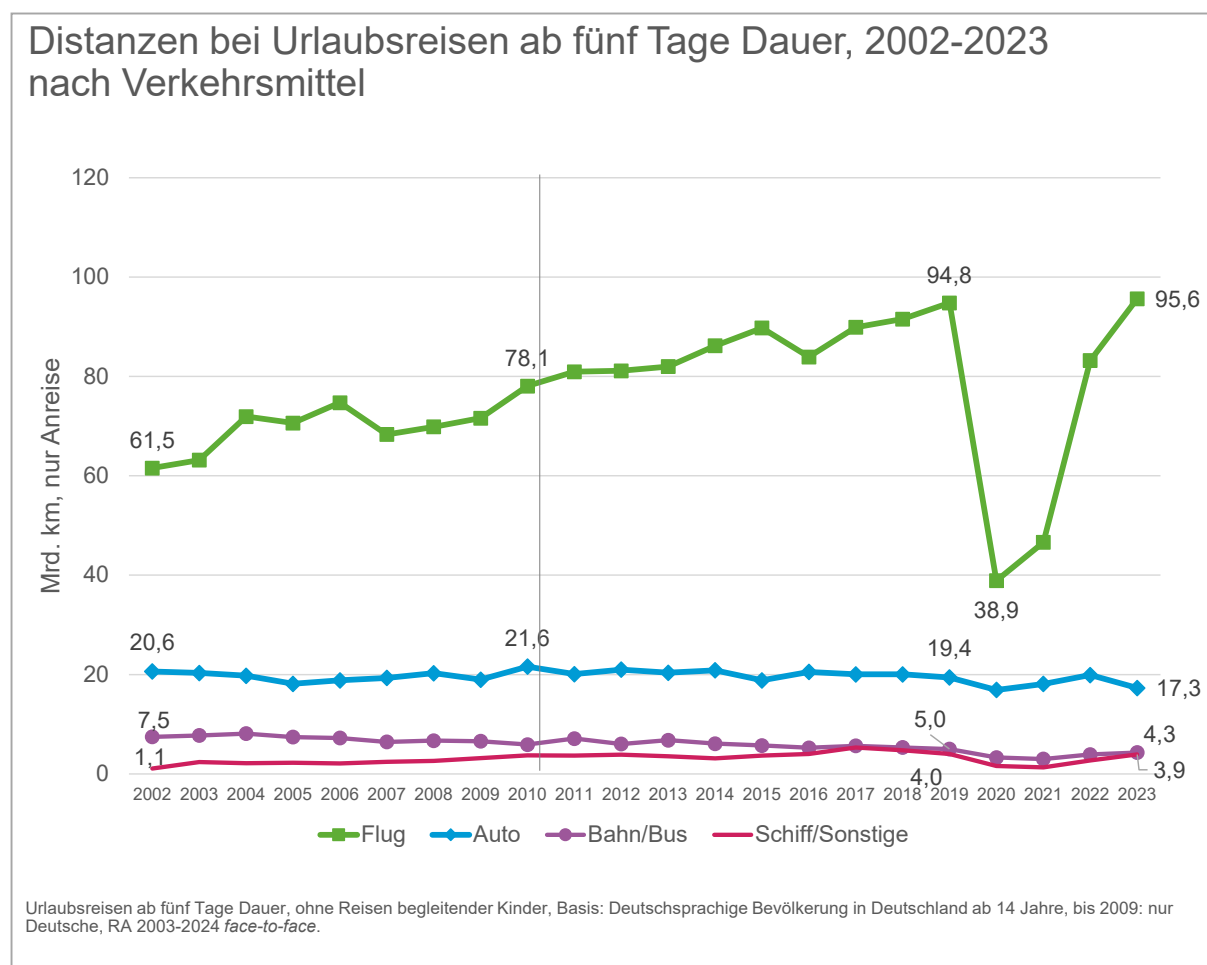
Im Folgenden wird die zeitliche Entwicklung der Reisedistanzen bei längeren Urlaubsreisen nach Verkehrsmitteln und Zielgebieten analysiert. Ordnet man die verschiedenen Verkehrsmittel nach ihren Treibhausgasemissionen pro Personenkilometer, ergibt sich folgende Reihenfolge: Bus und Bahn verursachen die geringsten Emissionen, gefolgt vom PKW, während das Flugzeug die höchsten Emissionen verursacht. Weitere Details zu den Emissionen der einzelnen Verkehrsmittel sind in Anhang 5 zu finden.

Im Jahr 2023 entfielen, wie bereits im Vorjahr, 78 % der gesamten Verkehrsleistung aller Reisen auf längere Urlaubsreisen ab fünf Tagen. Zwischen 2002 und 2019 stieg die gesamte Verkehrsleistung von 90,7 Milliarden Kilometern auf 123,2 Milliarden Kilometer, was einem

Wachstum von 36 % entspricht. Diese Entwicklung wurde 2020 durch die Corona-bedingten Einschränkungen abrupt gestoppt. Nach dem Ende der Reisebeschränkungen ist jedoch eine schnelle Erholung zu beobachten. Im Jahr 2023 wurden nur noch 1,2 Milliarden Kilometer und damit 2 % weniger gereist als 2019 (Abbildung 2).

Der Modal Split, der die Verteilung der zurückgelegten Personenkilometer auf verschiedene Verkehrsmittel beschreibt, zeigt, dass der Zuwachs an Personenkilometern bei längeren Urlaubsreisen bis 2019 hauptsächlich auf die Zunahme von Flugreisen zurückzuführen war. Auch nach dem Ende der Corona-bedingten Reiseeinschränkungen ist der deutliche Anstieg im Vergleich zum Vorjahr hauptsächlich den Flugreisen zuzuschreiben: Im Jahr 2023 wurden mehr als 95 Milliarden Kilometer für Urlaubsreisen mit dem Flugzeug zurückgelegt, womit der bisherige Höchstwert von 2019 erstmals übertroffen wurde.

Abbildung 2: Distanzen bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, nach Verkehrsmittel, 2002–2023

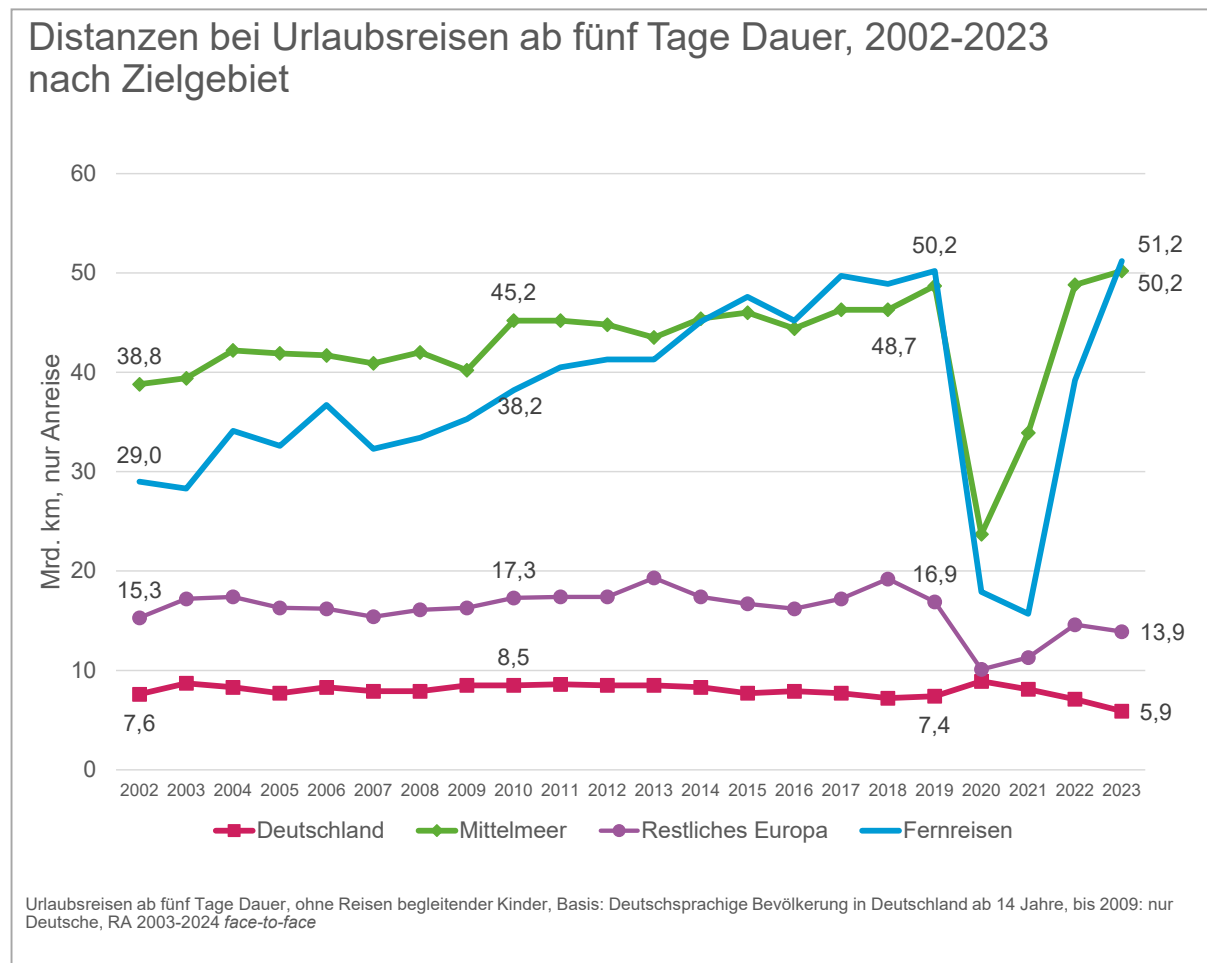


Quelle: FUR

Flugreisen machten bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer 79 % der Gesamtdistanzen aus. Mit dem Auto (einschließlich Wohnwagen oder Wohnmobil) wurden insgesamt etwas mehr als 17 Milliarden Kilometer zurückgelegt, was etwa 14 % der Gesamtverkehrsleistung entspricht. Vergleichsweise klimafreundliche Verkehrsmittel wie Bus und Bahn trugen mit 4 %, also etwas mehr als 4 Milliarden Kilometern, nur einen kleinen Anteil der Personenkilometer bei. Zudem sind die durchschnittlich gereisten Kilometer mit Bahn und Bus zwischen 2019 und 2023 gesunken, was darauf hindeutet, dass für längere Strecken seltener diese Verkehrsmittel gewählt werden (Abbildung 3).

Die Analyse nach Zielgebieten zeigt, dass bis 2019 vor allem die Zunahme an Fernreisen und den damit verbundenen Personenkilometern von Bedeutung war. Während der Pandemie war der Rückgang hier am stärksten. Seit 2020 wurden in jedem Jahr mehr Personenkilometer für Reisen zu Mittelmeerdestinationen als für Fernreisen zurückgelegt, aber dieser Trend setzte sich 2023 nicht fort. Die Reisen ins Mittelmeergebiet konnten 2023 im Vergleich zum Vorjahr leicht zulegen, doch insbesondere die Fernreisen verzeichneten einen Anstieg von zwölf Prozentpunkten. Damit liegen die Fernreisen sogar über dem Niveau von 2019.

Abbildung 3: Distanzen bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer, nach Zielgebiet, 2002–2023



Quelle: FUR

2.1.6 Zusammenfassung

Nach den deutlichen Rückgängen während der Corona-Pandemie haben sich Reisevolumen und damit auch Verkehrsleistung für Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen seit 2022 wieder rapide in Richtung der Werte vor der Pandemie entwickelt, liegen aber auch 2023 noch leicht unter dem Vorkrisenniveau. Auch bei der Verkehrsmittelwahl haben sich die vor der Pandemie gewohnten Verhältnisse eingestellt: Das Flugzeug ist weiterhin für den größten Anteil der geleisteten Kilometer verantwortlich und hat im Vergleich zum Vorjahr den stärksten Zuwachs erfahren.

Während der Reisebeschränkungen entwickelte sich die Verkehrsleistung durch kürzere Distanzen und dadurch die Wahl von vergleichsweise klimafreundlichen Verkehrsmitteln stark in eine ökologisch nachhaltigere Richtung und es wurde häufig die Vermutung angestellt, es könne eine Trendwende im Reiseverhalten stattgefunden haben (Plaikner und Kammerer, 2022). Langfristig

würde sich eine solche Entwicklung positiv für die Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen auswirken, wenn mit kürzeren Distanzen auch geringere Treibhausgasmengen emittiert werden. Eine Trendwende im Reiseverhalten wird durch die hier vorgestellten Ergebnisse allerdings nicht bestätigt, da Fernreisen nun wieder an Beliebtheit gewonnen haben und die Mittelmeerdestinationen überholt haben.

2.2 Reisedauer

Eine längere Reisedauer kann sowohl positive als auch negative Auswirkungen auf die Nachhaltigkeit von Urlaubsreisen haben. Einerseits führt ein längerer Aufenthalt zu einem höheren Ressourcenverbrauch in der Unterkunft und am Reiseziel. Der Ressourcenverbrauch hängt vom Komfortniveau ab, also etwa von den genutzten Flächen, touristischen Einrichtungen und dem Energieverbrauch vor Ort. Es ist wichtig, den Ressourcenverbrauch im Urlaub mit dem alltäglichen Verbrauch zu vergleichen, da auch zu Hause Ressourcen genutzt werden. Ein Aufenthalt außerhalb der eigenen Wohnung kann sowohl zu einem höheren Ressourcenverbrauch führen (bei höherem Komfort oder weniger effizientem Energiemix) als auch zu einem geringeren (wenn zu Hause mehr Ressourcen verbraucht würden).

Andererseits kann eine längere Aufenthaltsdauer ökonomisch nachhaltiger sein, da sie positive soziale und wirtschaftliche Effekte im Zielgebiet verstärken kann. Längere Aufenthalte ermöglichen eine höhere Wertschöpfung pro Gast, da sie mehr Ausgabemöglichkeiten bieten (Aguiló et al., 2017; Barros & Machado, 2010). Zudem kann eine längere Reisedauer die Ressourcennutzung für An- und Abreise optimieren, da weniger häufige Reisen zu einem geringeren Transportaufwand führen (Gössling et al., 2018).

Insgesamt betrachtet bedeutet also eine längere Aufenthaltsdauer bei einer reduzierten Anzahl von Reisen eine umweltfreundlichere Option im Vergleich zu vielen kürzeren und häufigeren Reisen.

2.2.1 Erhebungsfrage

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 Reise-dauer 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 Ergebnis-Überblick und zeitliche Entwicklung

Der Reisemarkt hatte sich 2022 nach den Einbrüchen durch die Corona-Pandemie wieder erholt. Im Vergleich zum Vorjahr wurden 2023 etwas weniger Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer unternommen (64,5 Mio.), die Reisedauer ist hingegen von 845,0 Mio. Tage auf 845,5 Mio. Tage leicht angestiegen, weil die Urlaubsreisen im Durchschnitt einen halben Tag länger waren. Im Schnitt dauerten sie rund 12,6 Tage im Jahr 2022, im Jahr 2023 waren es 13,1 Tage (Tabelle 5).

Tabelle 5: Reisedauer, nach Unterkunftsart 2021, 2022 und 2023

	Urlaubsreisen					
	Anzahl Reisen, Mio.			Reisedauer, Mio. Tage		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Alle Reisen	55,1	67,1	64,5	672,8	845,0	845,5
davon						
Hotellerie	27,4	36,0	36,7	311,0	420,4	451,4
Selbstverpflegung	22,3	25,2	22,1	288,8	333,1	309,0
Camping	4,2	4,1	3,7	55,8	63,7	56,8
Schiff/Sonstiges	1,2	1,8	2,1	17,2	27,9	28,3

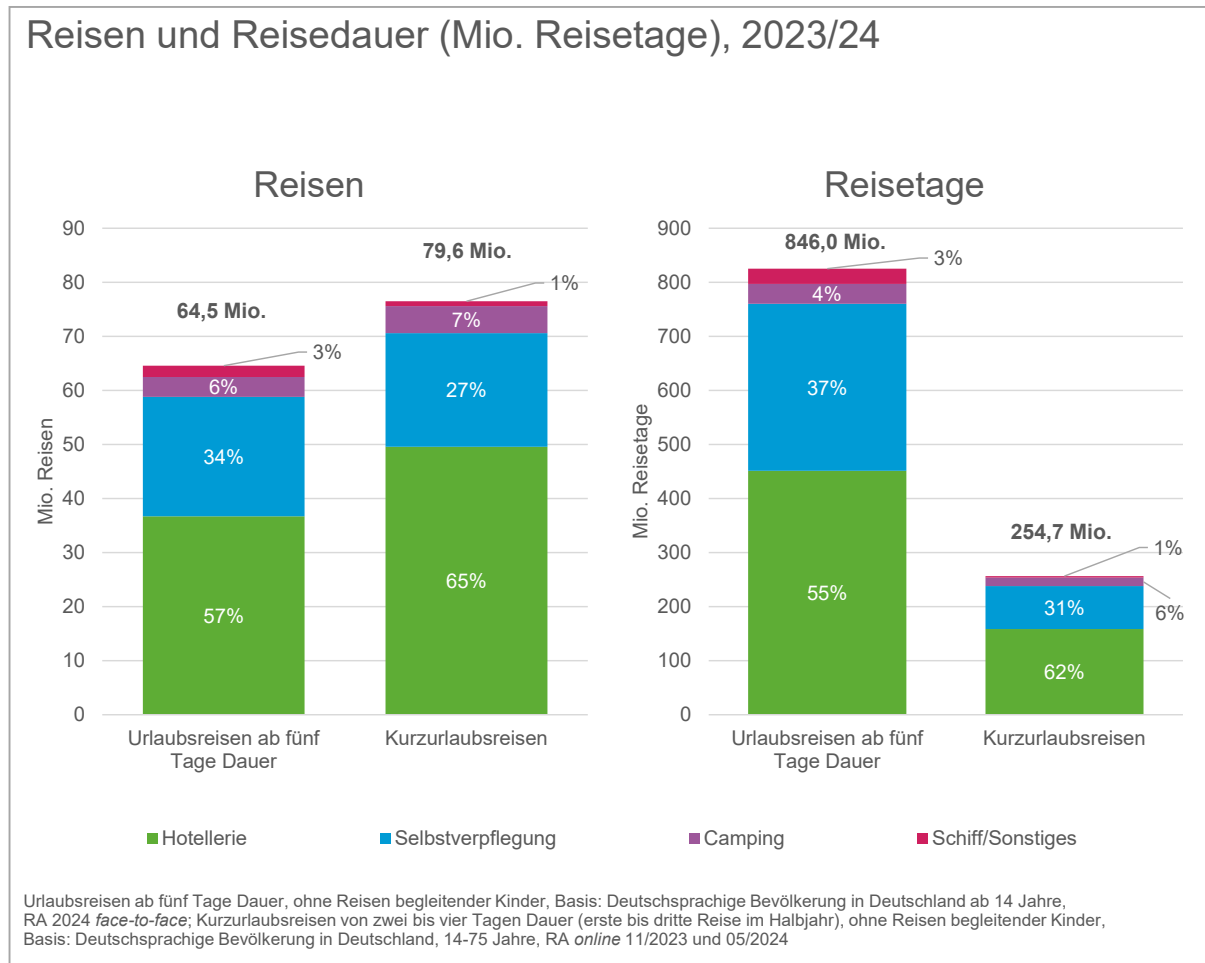
	Kurzurlaubsreisen					
	Anzahl Reisen, Mio.			Reisedauer, Mio. Tage		
	21/22	22/23	23/24	21/22	22/23	23/24
Alle Reisen	63,8	73,2	79,6	204,8	234,2	254,7
davon						
Hotellerie	39,0	46,5	49,6	124,4	146,6	158,7
Selbstverpflegung	20,4	21,6	24,0	66,5	71,3	79,2
Camping	3,7	4,1	5,0	11,6	13,1	16,0
Schiff/Sonstiges	0,8	1,1	0,9	2,3	3,3	2,8

Aufenthaltstage beinhalten den An- und Abreisetag. Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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, RA 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*.

Im vergangenen Jahr ist bei Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer ein Anstieg sowohl beim Gesamtvolumen als auch bei der Reisedauer zu beobachten (Abbildung 4). 2022 wurden bei 73,2 Millionen Kurzreisen insgesamt 234,2 Millionen Urlaubstage verbracht. 2023 stieg die Zahl der Kurzreisen auf 79,6 Millionen, wobei die Anzahl der Urlaubstage auf 254,7 Millionen anstieg. Dies entspricht einem Zuwachs von 9 % bei der Anzahl der Reisen und der Reisedauer. Die durchschnittliche Reisedauer blieb mit 3,2 Tagen pro Reise im Jahr 2023 konstant, ebenso

wie im Vorjahr. Kurzurlaubsreisen machten 2023 zwar etwa 55 % aller Reisen, aber nur 23 % aller Reisetage aus.

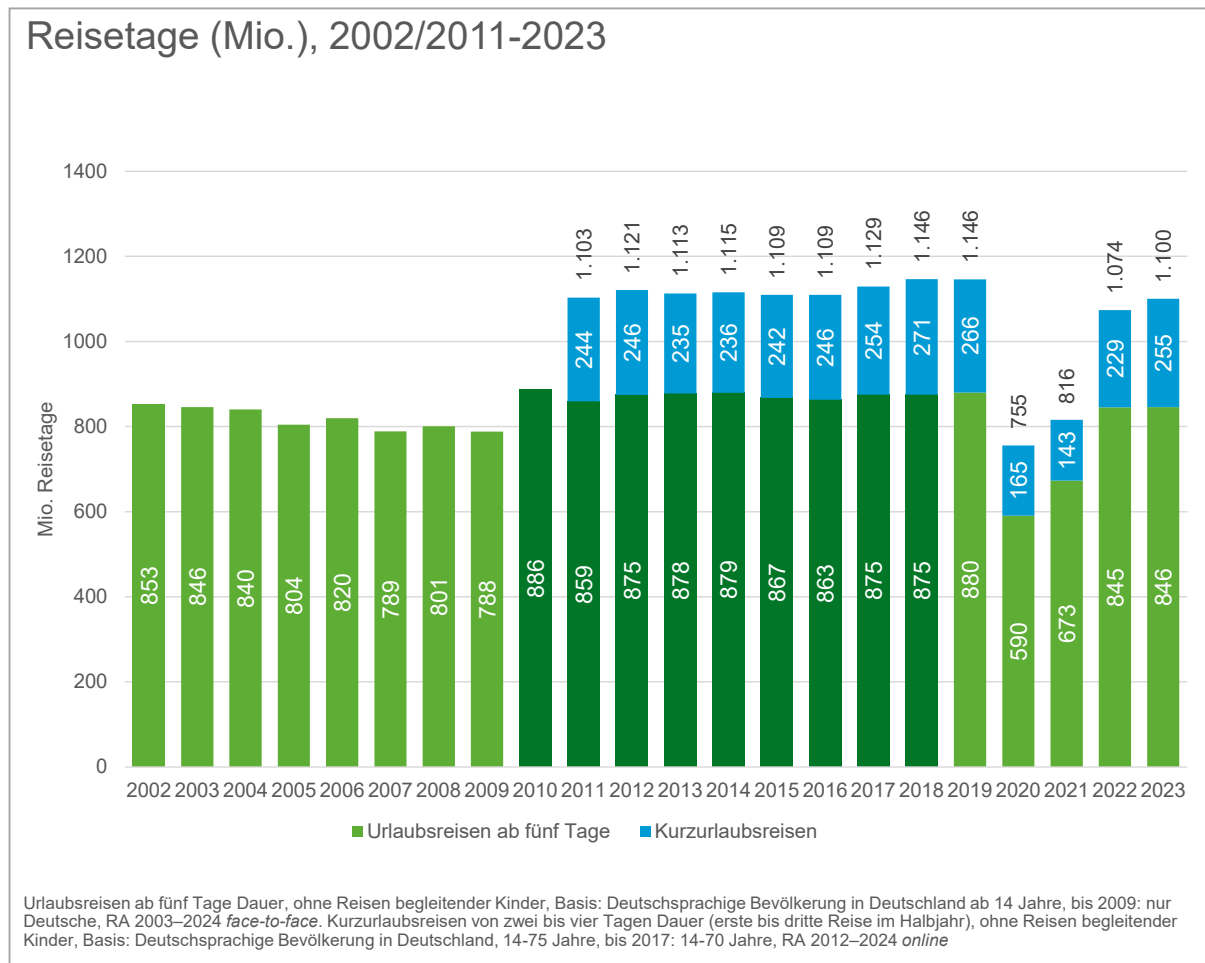
Abbildung 4: Reisen und Reisedauern, 2023/24



Quelle: FUR

Abbildung 5 veranschaulicht die Entwicklung der Reisetage für Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer und Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen und hebt besonders den Rückgang der Reisetage während der Corona-Pandemie hervor. Im Jahr 2023 wurden insgesamt 1.100 Millionen Reisetage verbracht, was im Vergleich zum Vorjahr einen Anstieg um 26 Millionen Tage bedeutet und einem Zuwachs von 2 % entspricht.

Abbildung 5: Reisedauer (Mio. Reisetage), 2002/2011–2023

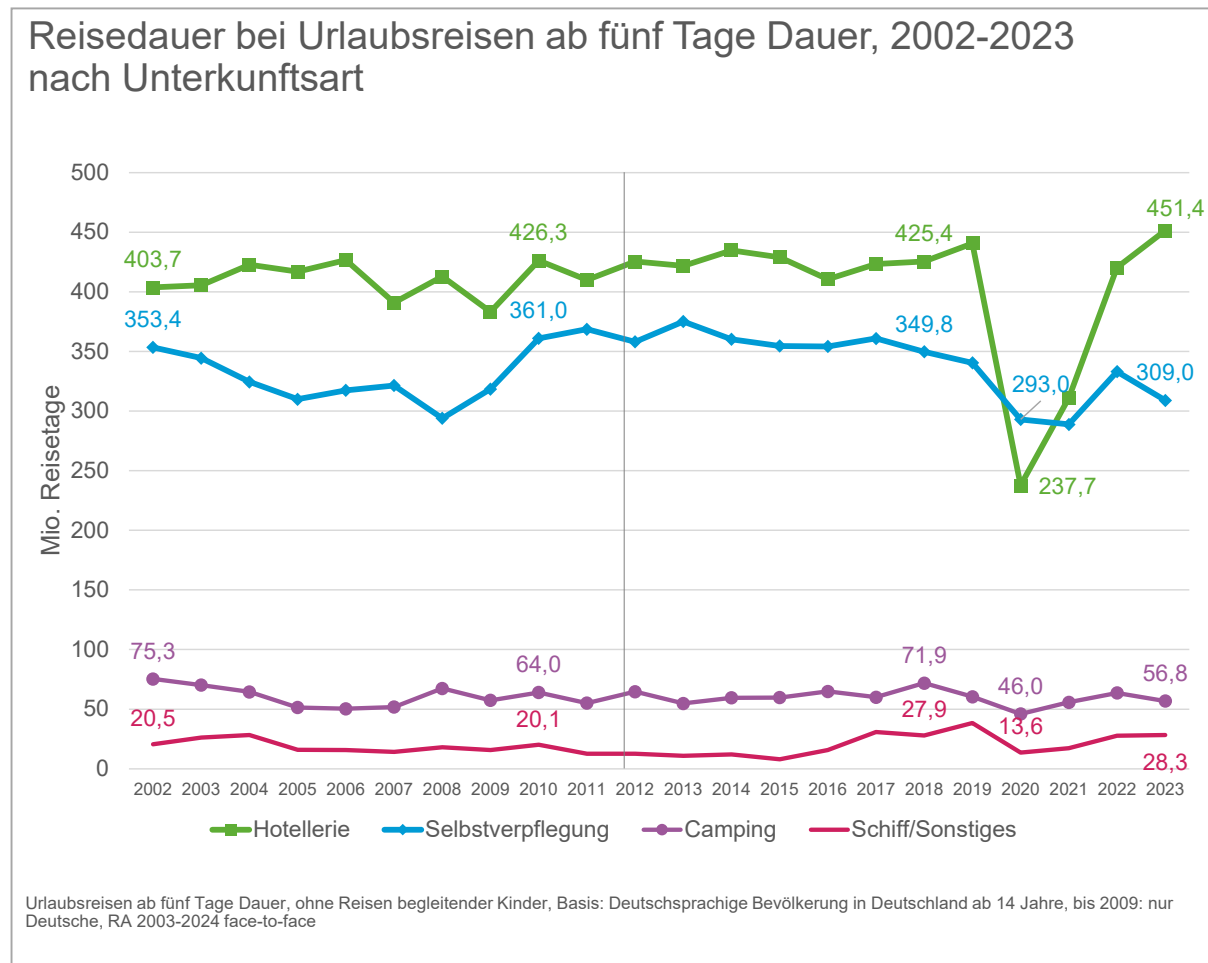


Quelle: FUR

Hinweis: Die hier für das Jahr 2023 dargestellten Reisetage bei Kurzurlaubsreisen beziehen sich auf den Zeitraum Nov. 2022 bis Oktober 2023. Das erklärt die Abweichung zu den übrigen Auswertungen in diesem Kapitel, die sich auf den Zeitraum Mai 2023 bis April 2024 beziehen.

Abbildung 6 zeigt, dass die Verteilung der Reisedauer nach Unterkunftsart zwischen 2002 und 2019 weitgehend stabil war. Durch die Corona-bedingten Reiseeinschränkungen kam es jedoch zu einem deutlichen Rückgang der Reisetage in Hotels sowie in Unterkünften mit Selbstverpflegung. Im Vergleich dazu verzeichneten Camping und Schiffsreisen/sonstige Unterkünfte während der Pandemie nur geringe Rückgänge. Im Jahr 2022 stiegen die Zahlen der in Hotels und Selbstverpflegungsunterkünften verbrachten Urlaubszeiten nahezu wieder auf das Niveau vor der Krise an. Im vergangenen Jahr sind die in der Hotellerie verbrachten Reisetage weiter gestiegen und übertreffen zum ersten Mal wieder das Vorkrisen-Niveau von 2019. Bei den während Urlaubsreisen verbrachten Tagen in der Selbstverpflegung ist 2023 im Vergleich zum Vorjahr ein Rückgang zu verzeichnen.

Abbildung 6: Reisedauer bei Urlaubsreisen nach Unterkunft, 2002/2011–2023



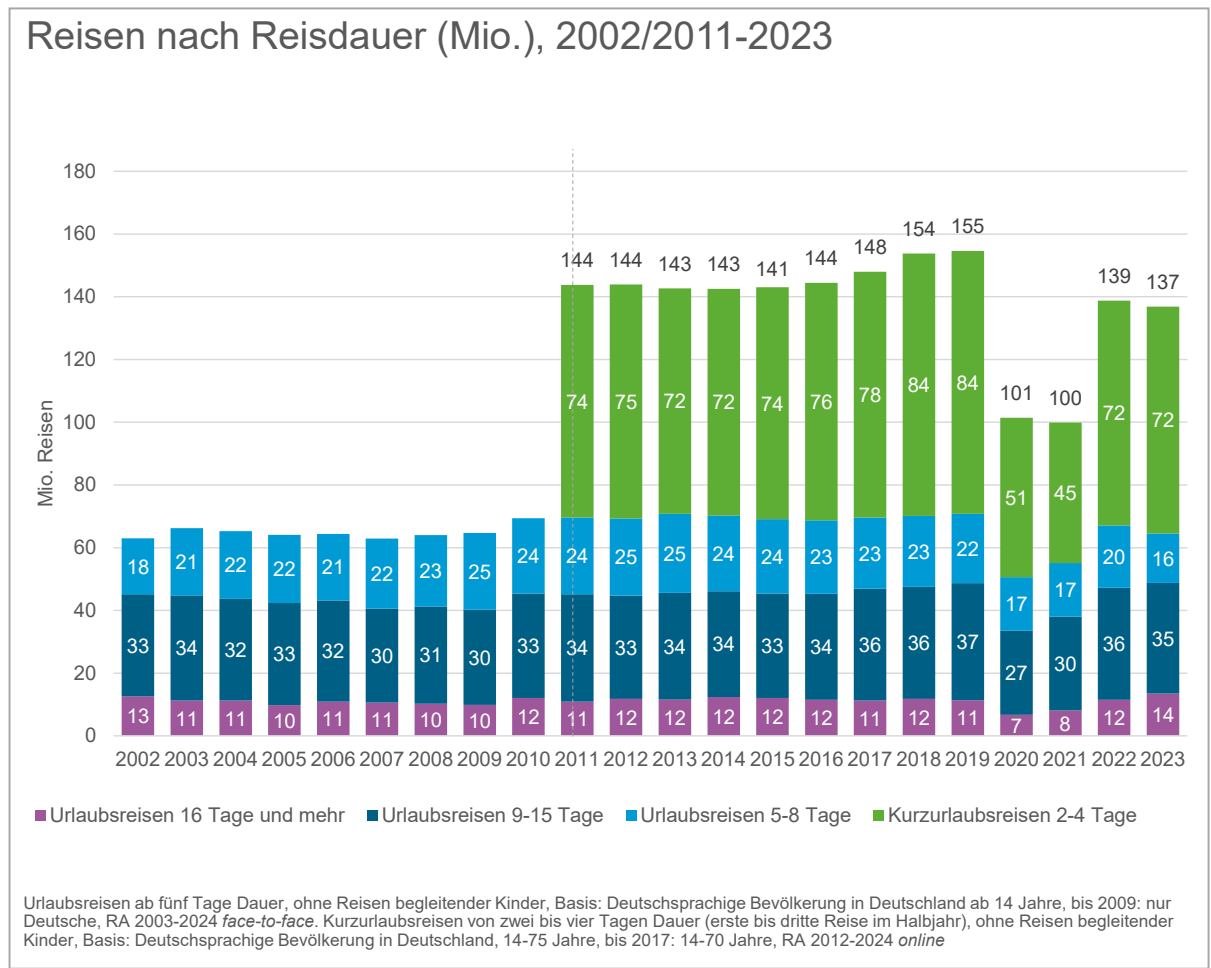
Quelle: FUR

Bis 2019 war ein klarer Trend zu kürzeren Reisen zu beobachten. Dies zeigt sich insbesondere an der Zunahme der Reisetage bei Kurzurlaubsreisen, die zwischen 2011 und 2019 um 14 % anstiegen, während die längeren Reisen nur geringe Zuwächse verzeichneten (Abbildung 7).

Nach den Rückgängen während der Pandemie haben sich die längeren Urlaubsreisen ab 16 Tagen Dauer im Jahr 2022 wieder auf das Niveau vor der Krise erholt, und 2023 ist ein weiterer Anstieg zu beobachten. Im Gegensatz dazu stagnieren die Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen im Jahr 2023 auf dem gleichen Niveau wie im Vorjahr und erreichen erst 86 % des Wertes von 2019.

Ökologisch betrachtet ist diese Entwicklung positiv für die Nachhaltigkeit, da bei längeren Reisen der relative Anteil der An- und Abreise an den Gesamtemissionen pro Reisetag geringer ist. Im Vergleich dazu sind viele kurze Reisen bei ähnlicher Destination und Verkehrsmittelwahl insgesamt umweltschädlicher als wenige lange Reisen.

Abbildung 7: Anzahl Reisen nach Reisedauer, 2002/2011–2023



Quelle: FUR

Hinweis: Die hier für das Jahr 2023 dargestellten Reisetage bei Kurzurlaubsreisen beziehen sich auf den Zeitraum Nov. 2022 bis Oktober 2023. Das erklärt die Abweichung zu den übrigen Auswertungen in diesem Kapitel, die sich auf den Zeitraum Mai 2023 bis April 2024 beziehen.

2.2.3 Ergebnis nach weiteren Reisemerkmalen

Im Jahr 2023 dominierten Auslandsreisen erneut mit 694,8 Millionen Reisetagen und übertrafen damit den Vorjahreswert. Der größte Anteil davon, 54 %, entfiel wie bereits im Vorjahr auf Reisen in den Mittelmeerraum (Tabelle 6).

Innerhalb Deutschlands wurden 2023 insgesamt 333,6 Millionen Reisetage bei Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen verbracht, was einen Rückgang von 25,5 Millionen Tagen im Vergleich zum Vorjahr darstellt. Diese Reisetage verteilten sich im Inland fast gleichmäßig auf Urlaubsreisen ab fünf Tagen (45 %) und Kurzurlaubsreisen (55 %). Im Vorjahr lag der Anteil der Urlaubsreisen noch bei etwa 51 %, während Kurzurlaubsreisen 49 % ausmachten.

Tabelle 6: Aufenthaltsdauer (gesamt) nach weiteren Reisemerkmalen

Aufenthaltsdauer, Mio. Tage	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez	
	Mio. Reisen	Mio. Tage

Aufenthaltsdauer, Mio. Tage	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez					
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Alle Reisen	55,1	67,1	64,5	672,8	845,0	845,5
Reiseziel						
Deutschland	20,2	17,8	14,2	207,2	181,8	149,1
Ausland	34,9	49,28	50,4	465,6	663,3	694,8
Darin: Mittelmeerraum	19,5	26,8	28,0	266,1	364,6	375,6
Darin: Restl. Europa	13,5	17,8	16,3	164,8	209,5	210,5
Darin: Fernreisen	1,9	4,7	6,0	34,6	89,1	109,8
Verkehrsmittel						
Flugzeug	18,8	28,1	30,2	257,5	389,2	422,7
Auto	30,3	30,9	26,5	352,0	369,6	331,1
Bahn/Bus	5,2	6,5	6,3	53,2	68,0	69,8
Schiff, Sonstiges	0,9	1,6	1,6	10,1	18,3	20,0
Organisation						
Pauschal/Baustein	21,3	29,0	30,1	252,9	355,6	392,8
Individuell	26,4	30,4	26,1	317,9	380,8	339,7
Nicht vorgebucht	7,5	7,7	7,5	102,0	108,4	113,1

Aufenthaltsdauer, Mio. Tage	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) Mai–Apr					
	Mio. Reisen			Mio. Tage		
	21/22	22/23	23/24	21/22	22/23	23/24
Alle Reisen	63,8	73,2	79,6	204,8	234,4	254,7
Reiseziel						
Deutschland	51,7	57,2	59,5	163,9	177,3	184,5
Ausland	12,1	16,1	20,0	40,9	54,7	68,0
Verkehrsmittel						
Flugzeug	4,1	6,0	6,9	14,0	21,0	23,5
Auto	44,7	48,0	48,7	143,5	153,6	155,8
Bahn/Bus	14,3	18,4	23,0	45,4	57,0	71,3
Schiff, Sonstiges	0,7	0,8	1,0	1,9	2,6	3,4
Organisation						

Aufenthaltsdauer, Mio. Tage	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) Mai–Apr					
Pauschal/Baustein	17,4	21,3	21,8	53,8	66,0	69,8
Individuell	37,0	49,1	48,6	121,4	157,1	155,5
Nicht vorgebucht	9,3	7,9	9,2	29,7	25,3	29,4

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*.

Zwischen 2022 und 2023 hat sich die durchschnittliche Dauer von Urlaubsreisen um etwa einen halben Tag auf rund 13,1 Tage verlängert. Innerhalb Deutschlands waren die Urlaubsreisen im Jahr 2023 etwas länger als im Vorjahr (2022: 10,2 Tage; 2023: 10,5 Tage). Im Gegensatz dazu hatten Fernreisen, die in der Regel die längste durchschnittliche Dauer aufweisen, 2023 mit 18,3 Tagen durchschnittlich etwa 0,7 Tage kürzer als im Vorjahr (Tabelle 7).

Tabelle 7: durchschnittliche Dauer von Urlaubsreisen nach weiteren Reisemerkmalen

Aufenthaltsdauer, Mio. Tage	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez					
	Mio. Reisen			Durchschnitt in Tagen		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Alle Reisen	55,1	67,1	64,5	12,2	12,6	13,1
Reiseziel						
Deutschland	20,2	17,8	14,2	10,3	10,2	10,5
Ausland	34,9	49,28	50,4	13,3	13,5	13,8
Darin: Mittelmeerraum	19,5	26,8	28,0	13,6	13,6	13,4
Darin: Restl. Europa	13,5	17,8	16,3	12,2	11,8	12,9
Darin: Fernreisen	1,9	4,7	6,0	18,2	19,0	18,3
Verkehrsmittel						
Flugzeug	18,8	28,1	30,2	13,7	13,9	14,0
Auto	30,3	30,9	26,5	11,6	12,0	12,5
Bahn/Bus	5,2	6,5	6,3	10,2	10,5	11,1
Schiff, Sonstiges	0,9	1,6	1,6	11,2	11,4	12,8
Organisation						
Pauschal/Baustein	21,3	29,0	30,9	11,9	12,3	12,7
Individuell	26,4	30,4	26,1	12,0	12,5	13,0
Nicht vorgebucht	7,5	7,7	7,5	13,6	14,1	15,1

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *face-to-face*.

2.2.4 Ergebnisse nach Personenmerkmalen

Die Analyse der Reisedauer in Bezug auf verschiedene Personengruppen zeigt ein ähnliches Muster wie die Untersuchung der Reiseentfernungen. Die Gruppen, die den höchsten Anteil an Urlaubstagen verbringen, sind Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen von über 4.000 €, die Altersgruppe der 30- bis 59-Jährigen, Bewohner kleinerer Städte in den westlichen Bundesländern mit weniger als 50.000 Einwohnern sowie Haushalte ohne Kinder unter 14 Jahren (Tabelle 8).

Tabelle 8: Aufenthaltsdauer nach Personenmerkmalen

	Bevölkerung	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez					
	Mio. Personen	Mio. Reisen			Mio. Tage		
	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Volumen	70,1	55,1	67,1	64,5	672,8	845,0	845,5
Geschlecht							
Männlich	34,6	28,0	32,9	31,7	352,9	427,1	421,9
Weiblich	35,5	27,1	34,2	32,8	322,4	417,7	423,4
Altersgruppen							
14-29 Jahre	13,7	10,8	13,3	12,4	131,2	167,7	158,6
30-59 Jahre	33,2	28,5	34,0	32,9	350,1	438,4	440,3
60 Jahre und älter	23,2	15,8	19,7	19,3	191,5	239,0	246,9
Haushaltsnettoeinkommen							
Bis EUR 2.499	24,6	16,3	18,3	16,0	191,5	218,5	201,7
EUR 2.500-3.999	22,1	21,4	26,1	21,5	260,1	332,1	289,7
EUR 4.000 und mehr	23,4	17,4	22,7	27,1	221,2	294,6	354,6
Wohnort							
West, ≥ 50.000 Einwohner	22,6	17,5	21,1	21,0	232,2	284,8	292,2
West, < 50.000 Einwohner	33,7	25,4	32,0	29,9	295,0	390,5	380,2
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,1	5,5	6,6	6,2	71,4	86,2	82,6
Ost, < 50.000 Einwohner	7,7	6,8	7,4	7,4	74,3	83,5	90,7
Haushalts-Struktur							
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	12,4	11,0	12,9	11,2	139,6	166,3	145,2

	Bevöl- kerung	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez					
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,7	44,1	54,2	53,4	533,2	678,8	699,3

	Bevöl- kerung	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) Mai–Apr					
	Mio. Personen	Mio. Reisen			Mio. Tage		
	2023	21/22	22/23	23/24	21/22	22/23	23/24
Volumen	70,1	63,8	73,2	79,6	204,8	243,2	254,7
Geschlecht							
Männlich	34,6	32,7	40,1	42,2	104,8	128,3	135,0
Weiblich	35,5	31,0	33,1	37,4	99,7	105,9	119,7
Altersgruppen							
14-29 Jahre	13,7	16,1	20,6	19,8	25,3	63,9	61,4
30-59 Jahre	33,2	36,2	40,6	43,1	57,6	129,9	137,9
60 Jahre und älter	23,2	11,5	12,0	16,6	20,6	39,6	56,4
Haushaltsnettoeinkommen							
Bis EUR 2.499	24,6	15,5	16,4	17,2	25,1	50,7	55,0
EUR 2.500-3.999	22,1	23,9	24,6	28,6	38,6	81,3	91,5
EUR 4.000 und mehr	23,4	24,4	32,2	33,8	39,1	102,8	108,2
Wohnort							
West, ≥ 50.000 Einwohner	22,6	20,3	23,4	26,8	32,3	74,9	85,8
West, < 50.000 Einwohner	33,7	30,1	32,9	37,1	48,5	105,3	118,7
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,1	6,8	8,9	7,7	11,1	26,7	24,6
Ost, < 50.000 Einwohner	7,7	6,7	8,0	8,0	10,8	27,2	26,4
Haushalts-Struktur							
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	12,4	15,4	22,2	20,1	24,0	71,0	64,3
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,7	48,4	51,1	59,5	78,9	163,5	190,4

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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, RA 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*. Einkommensklassen in der RA *online* sind um EUR 1 verschoben.

Tabelle 9: durchschnittliche Dauer von Urlaubsreisen nach Personenmerkmalen

	Bevölkerung	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez					
	Mio. Personen	Mio. Reisen			Durchschnitt in Tagen		
	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Volumen	70,1	55,1	67,1	64,5	12,2	12,6	13,1
Geschlecht							
Männlich	34,6	28,0	32,9	31,7	12,6	13,0	13,3
Weiblich	35,5	27,1	34,2	32,8	11,9	12,2	12,9
Altersgruppen							
14-29 Jahre	13,7	10,8	13,3	12,4	12,1	12,6	12,8
30-59 Jahre	33,2	28,5	34,0	32,9	12,3	12,9	13,4
60 Jahre und älter	23,2	15,8	19,7	19,3	12,1	12,1	12,8
Haushaltsnettoeinkommen							
Bis EUR 2.499	24,6	16,3	18,3	16,0	11,7	11,9	12,6
EUR 2.500-3.999	22,1	21,4	26,1	21,5	12,2	12,7	13,5
EUR 4.000 und mehr	23,4	17,4	22,7	27,1	12,7	13,0	13,1
Wohnort							
West, ≥ 50.000 Einwohner	22,6	17,5	21,1	21,0	13,3	13,5	13,9
West, < 50.000 Einwohner	33,7	25,4	32,0	29,9	11,6	12,2	12,7
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,1	5,5	6,6	6,2	13,0	13,1	13,3
Ost, < 50.000 Einwohner	7,7	6,8	7,4	7,4	10,9	11,3	12,3
Haushalts-Struktur							
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	12,4	11,0	12,9	11,2	12,7	12,9	13,0
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,7	44,1	54,2	53,4	12,1	12,5	13,1

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *face-to-face*.

Auch in Bezug auf die Personenmerkmale zeigt sich eine Verlängerung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer bei Urlaubsreisen (Tabelle 9). Die längsten Reisen wurden von Personen aus urbanen Gebieten in den westlichen Bundesländern unternommen, mit einem Durchschnitt von 13,9 Tagen. Dagegen haben Personen aus ländlichen Regionen in den östlichen Bundesländern im Schnitt die kürzesten Urlaubsreisen mit 12,3 Tagen. Besonders auffällige Anstiege in der

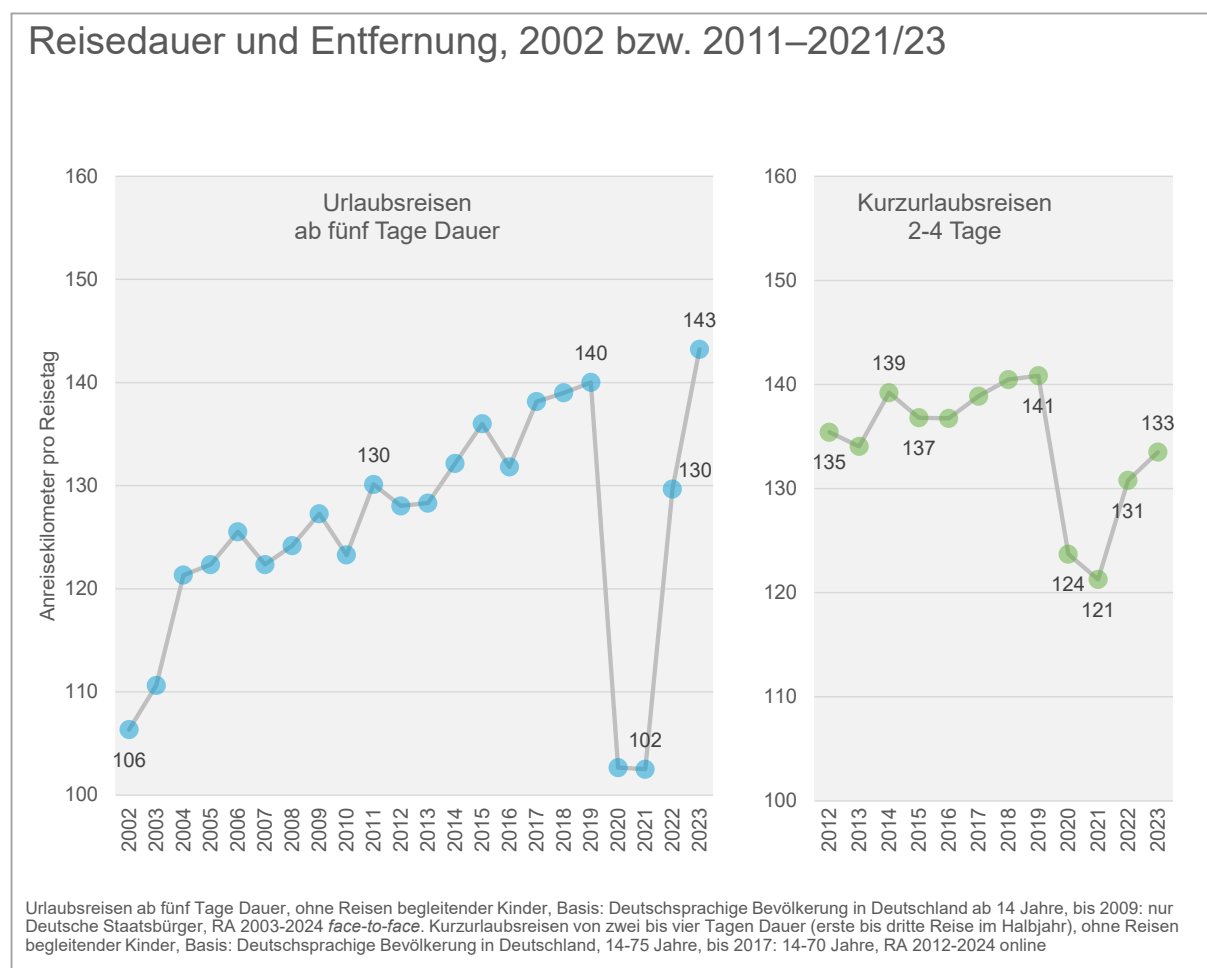
durchschnittlichen Reisedauer zwischen 2022 und 2023 wurden bei Personen mit mittlerem Haushaltsnettoeinkommen und bei Personen aus ländlichen Gegenden in den östlichen Bundesländern verzeichnet.

2.2.5 Distanz pro Tag

Die täglich zurückgelegte Entfernung kann als Maßstab dafür dienen, wie weit Reisende pro ökonomisch wertschöpfendem Tag am Zielort unterwegs sind (Abbildung 8).

Im Jahr 2022 stieg die Zahl der Anreisekilometer pro Reisetag im Vergleich zu den Pandemie Jahren deutlich an. Im Jahr 2023 lag die Anzahl der Kilometer bei Urlaubsreisen von mindestens fünf Tagen Dauer erstmals wieder über dem Niveau von 2019. Für solche Reisen wurden 2023 durchschnittlich 143 Kilometer pro verbrachtem Urlaubstag zurückgelegt. Bei Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen betrug die durchschnittliche Distanz 133 Kilometer pro Tag.

Abbildung 8: Reisedauer und Entfernung



Quelle: FUR

2.2.6 Zusammenfassung

Der Reisemarkt erholt sich nach der COVID-Pandemie wieder. Die Anzahl der Reisetage von Kurzurlaubsreisen ist 2023 gestiegen, während die Anzahl der Reisetage von längeren Urlaubsreisen leicht unter dem Niveau vom Reisejahr 2022 liegt.

Die sinkende Anzahl der längeren Urlaubsreisen und die gleichzeitig steigende Dauer der Reisen zeigt eine Tendenz in Richtung längere Aufenthalte bei Reisen. Wenige längere Reisen können bei gleicher Wahl von Destination und Verkehrsmittel umweltfreundlicher sein als viele kurze Reisen. Aus ökologischer Sicht trägt diese Verschiebung zur Nachhaltigkeit bei, da bei längeren Reisen der relative Beitrag von An- und Abreise zur Gesamtumweltwirkung geringer ausfällt.

Diese Entwicklung stellt jedoch lediglich eine erste Tendenz dar, die sich aus dem Vergleich mit dem Vorjahr ableitet, und erlaubt keine Schlussfolgerung auf eine langfristige Trendwende hin zu längeren Reisedauern. Weitere Jahre der Beobachtung sind notwendig, um festzustellen, ob sich diese Tendenz zu längeren Reisen fortsetzt.

2.3 CO₂-Kompensation

CO₂-Kompensation bei Urlaubsreisen bezieht sich auf den Ausgleich der durch die Reise verursachten Kohlendioxidemissionen. Die CO₂-Kompensation ist ein Ansatz, um diese Emissionen auszugleichen, indem man entweder Projekte unterstützt, die CO₂ aus der Atmosphäre entfernen oder die Emissionen anderweitig reduzieren. Die Idee hinter der CO₂-Kompensation ist es, die negativen Auswirkungen der eigenen Reisetätigkeit auf die Umwelt auszugleichen, indem man in Projekte investiert, die den Kohlenstoffausstoß reduzieren oder CO₂ aus der Atmosphäre entfernen.

Für die Messung der CO₂-Kompensation wird für die Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer (RA face-to-face) bzw. für die Kurzurlaubsreisen (RA online) erhoben, ob eine CO₂-Kompensation in Anspruch genommen wurde. Bei den Antworten handelt es sich um eine Erinnerung der Befragten, die möglicherweise durch Erinnerungslücken oder soziale Erwünschtheit beeinflusst sein kann.

2.3.1 Erhebungsfrage

Die Erhebungsfrage wird seit 2019 unverändert verwendet (zur Herleitung und Begründung siehe Schmücker et al., 2019, S. 41). Die Frage richtet sich auf An- und Abreise und den Aufenthalt.

Erhebungsfrage: CO₂-Kompensation

RA face-to-face: Haben Sie bei dieser Urlaubsreise eine CO₂-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt getätigt (z. B. bei Atmosfair, MyClimate)? [Interviewerweisung: Antwortvorgaben vorlesen! Nur EINE Nennung möglich!]

RA online: Haben Sie bei dieser Kurzurlaubsreise nach [Ziel] im [Monat] eine CO₂-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 und zeitliche Entwicklung

2023 lag der Anteil an CO₂-Kompensationen bei den Urlaubsreisen ebenso wie im Vorjahr bei 5 %, dies entspricht 3,2 Mio. Reisen (Tabelle 10). Die absolute Zahl der CO₂-Kompensationen ist leicht gesunken (2022: 3,4 Mio. Reisen), da im Vergleich zum Vorjahr insgesamt weniger Reisen

durchgeführt wurden. Für 81 % der Urlaubsreisen wurde explizit angegeben, dass keine Kompensation durchgeführt wurde. Dies entspricht dem Wert aus dem Vorjahr.

Tabelle 10: CO₂-Kompensation, Überblick

	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez			Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) Mai–Apr		
Basis	55,1 Mio. Reisen	67,1 Mio. Reisen	64,5 Mio. Reisen	63,8 Mio. Reisen	73,2 Mio. Reisen	79,6 Mio. Reisen
	2021	2022	2023	2021/22	2022/23	2023/24
1 - ja	9%	5%	5%	17 %	19 %	16 %
2 - nein	68%	81%	81%	72 %	71 %	71 %
3 – weiß nicht	23%	12%	14%	11 %	10 %	14 %
Keine Angabe	1%	2%	-	-	-	-

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*.

Der Anteil der Kurzurlaubsreisen, bei denen eine CO₂-Kompensation durchgeführt wurde, ist auf 16 % gesunken, nachdem er 2022 noch bei 19 % lag (Tabelle 11). Dies bedeutet, dass im Jahr 2023 bei 12,7 Millionen Kurzurlaubsreisen eine CO₂-Kompensation vorgenommen wurde. Im Vergleich zu den Vorjahren 2021 und 2022 sind die gemeldeten Prozentsätze für CO₂-Kompensationen bei Kurzurlaubsreisen erneut leicht zurückgegangen (Tabelle 11). Obwohl die Gesamtzahl der Kurzurlaubsreisen noch nicht wieder das Niveau von 2019 (83,9 Millionen) erreicht hat, ist sie im Vergleich zu 2022 (73,2 Millionen) weiter angestiegen und lag 2023 bei 79,6 Millionen. Dies führte zu einem Rückgang der Anzahl der Kurzurlaubsreisen mit CO₂-Kompensation von 13,5 Millionen auf 12,7 Millionen.

Tabelle 11: CO₂-Kompensation, zeitliche Entwicklung

	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer			
	Jan–Dez 2018	Jan–Dez 2021	Jan–Dez 2022	Jan–Dez 2023
Reisen insgesamt, Mio.	70,1	55,1	67,1	64,5
CO ₂ -Kompensation ja, in %	2	9	5	5
Reisen mit CO ₂ -Kompensation, Mio.	1,4	5,0	3,4	3,4

	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage)			
	Mai 2018 – Apr 2019	Mai 2021 – Apr 2022	Mai 2022 – Apr 2023	Mai 2023 – Apr 2024
Reisen insgesamt, Mio.	83,9	63,8	73,2	79,6
CO ₂ -Kompensation ja, in %	6	17	19	16

	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage)			
Reisen mit CO ₂ -Kompensation, Mio.	5,0	10,8	13,5	12,5

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2019, 2022, 2023 und 2024 *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 5/2019; 11/2019; RA 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*.

2.3.3 Ergebnis nach Reisermerkmalen

Tabelle 12 zeigt die CO₂-Kompensation nach Reisermerkmalen. Der Anteil der Urlaubsreisen ab fünf Tagen, bei denen eine CO₂-Kompensation durchgeführt wurde, ist bei den meisten Reisermerkmalen im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken. Abhängig vom Reiseziel, dem Hauptverkehrsmittel oder der Art der Unterkunft liegt der Anteil der kompensierten Reisen zwischen 2 % und 9 %. Der höchste Anteil von 9 % lag 2023 beim Schiff als Verkehrsmittel. Ein Rückgang ist beim Anteil der Fernreisen zu beobachten, hier wurden 6 % der Reisen kompensiert (2022: 9 %).

Im Jahr 2023 nutzten bei Kurzurlaubsreisen weniger Reisende die Möglichkeit zur CO₂-Kompensation im Vergleich zum Vorjahr. Bei Inlandsreisen sank der Anteil von 19 % im Jahr 2022 auf 16 %, und bei Auslandsreisen verringerte sich der Anteil von 17 % auf 15 %. 2023 wurden Flugreisen wieder häufiger kompensiert als noch im Jahr davor (2022: 24 %; 2023: 31 %). Damit nähert sich der Anteil wieder dem Wert von 2021 an (37 %). Die Anteile von Reisen mit CO₂-Kompensation haben sich 2023 bei fast allen Verkehrsmitteln erhöht, nur Reisen mit dem Auto wurden seltener kompensiert als im Jahr davor (2022: 19 %; 2023: 12 %).

Das Volumen der CO₂-kompensierten Kurzreisen im Inland ist zwischen 2022 und 2023 um 1,4 Mio. gesunken, im Ausland stieg die Zahl um 260.000.

Bei Kurzreisen mit der Unterkunftsart Selbstverpflegung, Camping und auf einem Schiff wurden 2023 bei mehr Kurzreisen eine CO₂-Kompensation getätigt als 2022.

Tabelle 12: CO₂-Kompensation nach Reisermerkmalen

CO ₂ -Kompensation: Ja, Anteil in %	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez					
Basis 2021:	55,1 Mio. Reisen					
Basis 2022:	67,1 Mio. Reisen					
Basis 2023:	64,5 Mio. Reisen					
	Mio. Reisen gesamt			Anteil % kompensiert		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Reiseziel						
Deutschland	20,2	17,8	14,2	9	6	4
Ausland	34,9	49,3	50,4	8	5	6
Darin: Mittelmeerraum	19,5	26,8	28,0	8	4	6
Darin: Restl. Europa	13,5	17,8	16,3	9	5	5
Darin: Fernreisen	1,9	4,7	6,0	5	9	6
Verkehrsmittel						

CO ₂ -Kompensation: Ja, Anteil in %	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez					
Flugzeug	18,8	28,1	30,2	9	5	6
Auto	30,3	30,9	26,5	8	5	4
Bahn/Bus	5,2	6,5	6,3	11	8	6
Schiff, Sonstiges	0,9	1,6	1,6	8	7	9
Unterkunft						
Hotellerie	27,4	36,0	36,7	9	5	6
Selbstverpflegung	22,3	25,2	22,1	8	5	3
Camping	4,2	4,1	3,7	7	5	5
Schiff, Sonstiges	1,2	1,8	2,1	5	5	6
Darin: Kreuzfahrtschiff	0,5	1,1	1,4	k.A.	4	7
Darin: Sonstiges	0,7	0,8	0,7	k.A.	7	2
Organisation						
Pauschal/Baustein	21,3	29,0	30,9	10	6	7
Individuell	26,4	30,4	26,1	8	5	4
Nicht vorgebucht	7,5	7,7	7,5	5	4	1

CO ₂ -Kompensation: Ja, Anteil in %	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) Mai–Apr					
Basis 2021:	63,8 Mio. Reisen					
Basis 2022:	73,2 Mio. Reisen					
Basis 2023:	79,6 Mio. Reisen					
	Mio. Reisen gesamt			Anteil %kompensiert		
	21/22	22/23	23/24	21/22	22/23	23/24
Reiseziel						
Deutschland	51,7	57,2	59,5	17	19	16
Ausland	12,1	16,1	20,0	20	17	15
Darin: Mittelmeerraum	-	-	-	-	-	-
Darin: Restl. Europa	-	-	-	-	-	-
Darin: Fernreisen	-	-	-	-	-	-
Verkehrsmittel						
Flugzeug	4,1	6,0	6,9	37	24	31
Auto	44,7	48,0	48,7	15	19	12
Bahn/Bus	14,3	18,4	23,0	19	17	19

CO ₂ -Kompensation: Ja, Anteil in %	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) Mai–Apr					
Schiff, Sonstiges	0,7	0,8	1,0	16	10	19
Unterkunft						
Hotellerie	39,0	46,5	49,6	21	22	17
Selbstverpflegung	20,4	21,6	24,0	11	12	13
Camping	3,7	4,1	5,0	19	16	20
Schiff, Sonstiges	0,8	1,1	0,9	21	12	20
Darin: Kreuzfahrtschiff	-	-	-	-	-	-
Darin: Sonstiges	-	-	-	-	-	-
Organisation						
Pauschal/Baustein	17,4	21,3	37,0	46	46	37
Individuell	37,0	49,1	8,4	7	12	8
Nicht vorgebucht	9,3	7,9	3,4	2	3	3

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*. Prozentangaben sind Zeilenprozent und beziehen sich auf die Basis in der Spalte links daneben.

2.3.4 Ergebnis nach Personenmerkmalen

Bei Urlaubsreisen von mindestens fünf Tagen Dauer liegt der Anteil der CO₂-Kompensation relativ konstant zwischen 4 % und 8 %, unabhängig von der betrachteten Personengruppe (Tabelle 13). Diese Anteile entsprechen weitgehend denen des Vorjahres. Der höchste Anteil wurde bei Personen aus ländlichen Wohngebieten in den östlichen Bundesländern beobachtet, wo 8 % der Reisenden CO₂-Kompensation nutzten. Im Gegensatz dazu ist bei Kurzurlaubsreisen in den meisten Personengruppen im Vergleich zu 2022 ein leichter Rückgang der Nutzung von CO₂-Kompensationsmöglichkeiten zu verzeichnen.

Tabelle 13: CO₂-Kompensation nach Personenmerkmalen

CO ₂ -Kompensation: Ja, Anteil in %	Bevölkerung	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez					
Basis 2021:	70,1 Mio. Personen	55,1 Mio. Reisen					
Basis 2022:		67,1 Mio. Reisen					
Basis 2023:		64,5 Mio. Reisen					
	Mio. Personen	Mio. Reisen gesamt			Anteil % kompensiert		
	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Geschlecht							
Männlich	34,6	28,0	32,9	31,7	8	5	5
Weiblich	35,5	27,1	34,2	32,8	9	5	5
Altersgruppen							
14-29 Jahre	13,7	10,8	13,3	12,4	8	3	4
30-59 Jahre	33,2	28,5	34,0	32,9	9	6	6
60 Jahre und älter	23,2	15,8	19,7	19,3	8	5	4
Haushaltsnettoeinkommen							
Bis EUR 2.499	24,6	16,3	18,3	16,0	9	5	5
EUR 2.500-3.999	22,1	21,4	26,1	21,5	9	5	5
EUR 4.000 und mehr	23,4	17,4	22,7	27,1	7	6	6
Wohnort							
West, ≥ 50.000 Einwohner	22,6	17,5	21,1	21,0	11	5	5
West, < 50.000 Einwohner	33,7	25,4	32,0	29,9	7	5	5
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,1	5,5	6,6	6,2	8	7	7
Ost, < 50.000 Einwohner	7,7	6,8	7,4	7,4	8	4	8
Haushalts-Struktur							
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	12,4	11,0	12,9	11,2	9	5	6

CO ₂ -Kompensation: Ja, Anteil in %	Bevölkerung	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez					
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,7	44,1	54,2	53,4	8	5	5

CO ₂ -Kompensation: Ja, Anteil in %	Bevölkerung	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) Mai–Apr					
Basis 2021:	70,1 Mio. Personen	63,8 Mio. Reisen					
Basis 2022:		73,2 Mio. Reisen					
Basis 2023:		79,6 Mio. Reisen					
	Mio. Personen	Mio. Reisen gesamt			Anteil % kompensiert		
	2023	21/22	22/23	23/24	21/22	22/23	23/24
Geschlecht							
Männlich	34,6	32,7	40,1	42,2	22	22	18
Weiblich	35,5	31,0	33,1	37,4	13	14	13
Altersgruppen							
14-29 Jahre	13,7	16,1	20,6	19,8	32	31	27
30-59 Jahre	33,2	36,2	40,6	43,1	16	17	15
60 Jahre und älter	23,2	11,5	12,0	16,6	3	4	4
Haushaltsnettoeinkommen							
Bis EUR 2.499	24,6	15,5	16,4	17,2	14	14	15
EUR 2.500-3.999	22,1	23,9	24,6	28,6	16	16	17
EUR 4.000 und mehr	23,4	24,4	32,2	33,8	21	23	15
Wohnort							
West, ≥ 50.000 Einwohner	22,6	20,3	23,4	26,8	20	20	18
West, < 50.000 Einwohner	33,7	30,1	32,9	37,1	15	14	14
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,1	6,8	8,9	7,7	24	40	21
Ost, < 50.000 Einwohner	7,7	6,7	8,0	8,0	14	7	10
Haushalts-Struktur							
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	12,4	15,4	22,2	20,1	33	33	28
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,7	48,4	51,1	59,5	12	12	12

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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

11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *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

Der Anteil der Geschäftsreisen, für die eine CO₂-Kompensation aktiv bejaht wurde, lag 2023 bei 18 % (Tabelle 14), also deutlich höher als bei Urlaubsreisen und auf ähnlichem Niveau wie bei den Kurzurlaubsreisen. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich der Anteil der durchgeführten CO₂-Kompensation nicht verändert.

Tabelle 14: CO₂-Kompensation bei Geschäftsreisen

CO ₂ -Kompensation	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2018 – April 2019	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2021 – April 2022	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2022 – April 2023	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2023 – April 2024
Basis	78,5 Mio. Reisen	35,0 Mio. Reisen	31,8 Mio. Reisen	36,4 Mio. Reisen
Ja	11%	20%	18%	18%
Nein	72%	62%	63%	64%
Weiß nicht	18%	19%	19%	18%

Geschäftsreisen mit mindestens einer Übernachtung, Basis: Übernachtungsgeschäftsreisende in Deutschland 18-75 Jahre, RA Business 2024

2.3.6 Zusammenfassung

Die bewusste Nutzung von CO₂-Kompensationsmöglichkeiten bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer lag 2023 auf demselben Niveau wie im Jahr 2022. Damit ist im Vergleich zu 2021 zwar ein Rückgang zu verzeichnen, die Nutzung der CO₂-Kompensationsmöglichkeiten ist aber immer noch deutlich höher als in 2018/2019.

Auch bei den Kurzurlaubsreisen sank der Wert zur Nutzung von CO₂-Kompensationsmöglichkeiten 2023, während er im Vorjahr noch angestiegen war.

Insgesamt lassen sich bei den Kurzurlaubsreisen seit 2018/19 regelmäßig deutlich höhere Anteile von CO₂-Kompensationen feststellen als bei den Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer.

Ob die derzeit beobachteten Rückgänge eine Trendwende ankündigen, lässt sich nach diesem Befund noch nicht sagen. Dafür ist ein weiteres Monitoring des Indikators erforderlich.

2.4 Umweltzeichen

2.4.1 Erhebungsfrage

Die Erhebungsfrage wird seit 2019 unverändert verwendet (zur Herleitung und Begründung siehe Schmücker et al., 2019, S. 45). Wie bei der Frage nach der CO₂-Kompensation handelt es sich bei der Antwort um eine Erinnerung der Befragten, die in einigen Fällen verzerrt oder durch soziale Erwünschtheit beeinflusst sein kann. Dennoch ist die erinnerte Aussage zum Vorhandensein von Umweltzeichen ein valider Indikator, da sie Einblicke in die subjektive Wahrnehmung und das Bewusstsein der Befragten bezüglich nachhaltiger Praktiken bietet und somit wichtige qualitative Informationen für die Analyse und Interpretation der Daten bereitstellt.

Erhebungsfrage Umweltzeichen

RA face-to-face: Hatten die Unterkunft oder der Reiseveranstalter bei dieser Urlaubs-reise ein besonderes Umweltzeichen (Ökolabel, etc.) oder eine besondere Nachhaltig-keitskennzeichnung? [Intervieweranweisung: 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 und zeitliche Entwicklung

Tabelle 15 zeigt, dass im Jahr 2023 bei 11 % der Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer und bei 22 % der Kurzurlaubsreisen Angebote mit Umweltkennzeichnung gebucht wurden.

Tabelle 15: Umweltzeichen, Überblick

	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez			Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) Mai – April		
Basis	55,1 Mio. Reisen	67,1 Mio. Reisen	64,5 Mio. Reisen	63,8 Mio. Reisen	73,2 Mio. Reisen	79,6 Mio. Reisen
	2021	2022	2023	2021/22	2022/23	2023/24
1 - ja	13%	11%	11%	22 %	22%	22%
2 - nein	56%	64%	66%	52 %	52%	51%
3 – weiß nicht	30%	24%	23%	26 %	26%	28%
Keine Angabe	1%	2%	-	k.A.	k.A.	k.A.

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14–75 Jahre, RA 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*.

Seit der ersten Erhebung 2018/2019 sind sowohl der Anteil als auch die absolute Zahl der Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen mit Umweltzeichen deutlich gestiegen. Zwischen 2021/22 und 2023/24 blieben diese Werte aber weitgehend stabil. Bei den Urlaubsreisen von mehr als fünf Tagen ging der Anteil der mit Umweltkennzeichnung gebuchten Angebote sogar von 13 % im Jahr 2021 auf 11 % im Jahr 2023 zurück. Bei Kurzurlaubsreisen blieb der prozentuale Anteil in diesem Zeitraum konstant, während die absolute Zahl der Reisen mit Umweltkennzeichnung um 3,5 Millionen Buchungen zunahm (Tabelle 16).

Tabelle 16: Umweltzeichen, Zeitliche Entwicklung

	Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer			
	Jan–Dez 2018	Jan–Dez 2021	Jan–Dez 2022	Jan–Dez 2023
Reisen insgesamt, Mio.	70,1	55,1	67,1	64,5
Umweltzeichen ja, in %	6	13	11	11
Reisen mit Umweltzeichen, Mio.	4,3	7,1	7,4	7,2

	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage)			
	Mai 2018 – Apr 2019	Mai 2021 – Apr 2022	Mai 2022 – Apr 2023	Mai 2023 – Apr 2024
Reisen insgesamt, Mio.	83,9	63,8	73,2	79,6
Umweltzeichen ja, in %	8	22	22	22
Reisen mit Umweltzeichen, Mio.	6,7	14,0	16,2	17,1

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2019, 2022, 2023 und 2024 *face-to-face*; Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer (erste bis dritte Reise), ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland, 14–75 Jahre, RA 11/2018; 5/2019; 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*.

2.4.3 Ergebnis nach Reismerkmalen

Bei der Nutzung von Umweltzeichen gibt es bei Kurzurlaubsreisen größere Unterschiede in den Reismerkmalen im Vergleich zu längeren Urlaubsreisen. Diese Unterschiede zeigen sich sowohl zwischen den einzelnen Merkmalsgruppen als auch im Vergleich zu den Ergebnissen der beiden Vorjahre (Tabelle 17). Bei Inlandsreisen liegt der Anteil an Umweltzeichen mit 13 % etwas höher als bei Auslandsreisen. Speziell für Reisen in den Mittelmeerraum und Fernreisen ist der Anteil im Vergleich zum Vorjahr wieder leicht gestiegen. Bei den Verkehrsmitteln variiert der Anteil von 11 % bei Flugreisen bis zu 14 % bei Schiffsreisen. Besonders auffällig ist bei Kurzurlaubsreisen der hohe Anteil von 46 % bei Pauschal- oder Bausteinreisen, die Umweltzeichen nutzen. Interessant ist auch die Entwicklung bei Flugreisen: Der Anteil der Buchungen nachhaltig zertifizierter Angebote fiel von 37 % im Jahr 2021 auf 23 % im Jahr 2022, stieg jedoch 2023 wieder auf das Niveau von zwei Jahren zuvor an.

Tabelle 17: Umweltzeichen nach Reismerkmalen

Umweltzeichen bzw. Nachhaltigkeitskennzeichnung: Ja, Anteil in %	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez					
Basis 2021:	55,1 Mio. Reisen					
Basis 2022:	67,1 Mio. Reisen					
Basis 2023:	64,5 Mio. Reisen					
	Mio. Reisen gesamt			Anteil % mit Zertifikat		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Reiseziel						
Deutschland	20,2	17,8	14,2	15	15	13
Ausland	34,9	49,3	50,4	12	10	11
Darin: Mittelmeerraum	19,5	26,8	28,0	10	8	11
Darin: Restl. Europa	13,5	17,8	16,3	15	12	11
Darin: Fernreisen	1,9	4,7	6,0	7	8	10
Verkehrsmittel						
Flugzeug	18,8	28,1	30,2	9	8	11
Auto	30,3	30,9	26,5	14	13	12
Bahn/Bus	5,2	6,5	6,3	18	13	13
Schiff, Sonstiges	0,9	1,6	1,6	16	18	14
Unterkunft						
Hotellerie	27,4	36,0	36,7	14	12	14
Selbstverpflegung	22,3	25,2	22,1	12	9	7
Camping	4,2	4,1	3,7	14	16	14

Umweltzeichen bzw. Nachhaltigkeitskennzeichnung: Ja, Anteil in %	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez					
Schiff, Sonstiges	1,2	1,8	2,1	8	16	9
Darin: Kreuzfahrtschiff	0,5	1,1	1,4	k.A.	18	12
Darin: Sonstiges	0,7	0,8	0,7	k.A.	13	5
Organisation						
Pauschal/Baustein	21,3	29,0	30,9	13	12	13
Individuell	26,4	30,4	26,1	15	12	12
Nicht vorgebucht	7,5	7,7	7,5	5	5	3

Umweltzeichen bzw. Nachhaltigkeitskennzeichnung: Ja, Anteil in %	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage), Mai - April					
Basis 2021:	63,8 Mio. Reisen					
Basis 2022:	73,2 Mio. Reisen					
Basis 2023:	79,6 Mio. Reisen					
	Mio. Reisen gesamt			Anteil % mit Zertifikat		
	21/22	22/23	23/24	21/22	22/23	23/24
Reiseziel						
Deutschland	51,7	57,2	59,5	22	22	22
Ausland	12,1	16,1	20,0	22	22	21
Verkehrsmittel						
Flugzeug	4,1	6,0	6,9	37	23	37
Auto	44,7	48,0	48,7	20	22	18
Bahn/Bus	14,3	18,4	23,0	23	22	25
Schiff, Sonstiges	0,7	0,8	1,0	21	23	28
Unterkunft						
Hotellerie	39	46,5	49,6	26	25	24
Selbstverpflegung	20,4	21,6	24	13	16	17
Camping	3,7	4,1	5,0	28	26	24
Schiff, Sonstiges	0,8	1,1	0,9	14	14	26
Darin: Kreuzfahrtschiff	-	-	-	-	-	-
Darin: Sonstiges	-	-	-	-	-	-
Organisation						
Pauschal/Baustein	17,4	21,3	21,8	51	52	46
Individuell	37,0	49,1	48,6	13	15	14
Nicht vorgebucht	9,3	7,9	9,2	2	5	3

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*. Prozentangaben sind Zeilenprozent und beziehen sich auf die Basis in der Spalte links daneben.

2.4.4 Ergebnis nach Personenmerkmalen

Bei den Kurzurlaubsreisen sind hinsichtlich der Nutzung von Umweltzeichen größere Unterschiede zwischen den verschiedenen Personengruppen erkennbar als bei längeren Urlaubsreisen. Für längere Urlaubsreisen liegen die Werte im Jahr 2023 zwischen 7 % und 13 %, während sie bei Kurzurlaubsreisen zwischen 8 % und 36 % schwanken. Im Vergleich zum Vorjahr bleiben die Werte in den meisten Gruppen relativ stabil (Tabelle 18).

Besonders bei Kurzurlaubsreisen zeigen sich markante Unterschiede in den betrachteten Merkmalen: Männer geben häufiger an, bei einer ihrer Kurzreisen ein Angebot mit Umweltzeichen gebucht zu haben (24 %) als Frauen (18 %). Zudem ist die Nutzung von Umweltzeichen bei jüngeren Menschen deutlich höher als bei älteren. Personen mit Kindern oder Jugendlichen bis 13/14 Jahre im Haushalt und aus urbanen Wohnorten über 50.000 Einwohner weisen erhöhte Werte zur Buchung von Reisen mit Umweltzeichen auf. 2022 hatten Personen mit hohem Haushaltsnettoeinkommen häufiger Kurzreisen mit Umweltzeichen gebucht als Personen mit mittlerem oder niedrigerem Einkommen, 2023 sind die Anteile auf ähnlichem Niveau.

Tabelle 18: Umweltzeichen nach Personenmerkmalen

Umweltzeichen bzw. Nachhaltigkeitskennzeichnung: Ja, Anteil in %	Bevölkerung	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez					
Basis 2021:	70,1 Mio. Personen	55,1 Mio. Reisen					
Basis 2022:		67,1 Mio. Reisen					
Basis 2023:		64,5 Mio. Reisen					
	Mio. Personen	Mio. Reisen gesamt			Anteil % Mit Zertifikat		
	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Geschlecht							
Männlich	34,6	28,0	32,9	31,7	12	10	11
Weiblich	35,5	27,1	34,2	32,8	14	12	11
Altersgruppen							
14-29 Jahre	13,7	10,8	13,3	12,4	11	7	7
30-59 Jahre	33,2	28,5	34,0	32,9	13	12	13
60 Jahre und älter	23,2	15,8	19,7	19,3	13	12	11
Haushaltsnettoeinkommen							
Bis EUR 2.499	24,6	16,3	18,3	16,0	13	11	10
EUR 2.500-3.999	22,1	21,4	26,1	21,5	13	10	10
EUR 4.000 und mehr	23,4	17,4	22,7	27,1	12	13	13
Wohnort							
West, ≥ 50.000 Einwohner	22,6	17,5	21,1	21,0	13	7	8
West, < 50.000 Einwohner	33,7	25,4	32,0	29,9	13	12	13
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,1	5,5	6,6	6,2	12	9	12
Ost, < 50.000 Einwohner	7,7	6,8	7,4	7,4	15	17	13
Haushalts-Struktur							
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	12,4	11,0	12,9	11,2	15	14	12
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,7	44,1	54,2	53,4	12	10	11

Umweltzeichen bzw. Nachhaltigkeitskennzeichnung: Ja, Anteil in %	Bevölkerung	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) Mai - April					
Basis 2021:	70,1 Mio. Personen	63,8 Mio. Reisen					
Basis 2022:		73,2 Mio. Reisen					
Basis 2023:		79,6 Mio. Reisen					
	Mio. Personen	Mio. Reisen gesamt			Anteil % Mit Zertifikat		
	2023	21/22	22/23	23/24	21/22	22/23	23/24
Geschlecht							
Männlich	34,6	32,7	40,1	42,2	26	26	24
Weiblich	35,5	31,0	33,1	37,4	16	18	18
Altersgruppen							
14-29 Jahre	13,7	16,1	20,6	19,8	36	35	34
30-59 Jahre	33,2	36,2	40,6	43,1	20	20	21
60 Jahre und älter	23,2	11,5	12,0	16,6	6	7	8
Haushaltsnettoeinkommen							
Bis EUR 2.499	24,6	15,5	16,4	17,2	15	18	21
EUR 2.500-3.999	22,1	23,9	24,6	28,6	20	18	21
EUR 4.000 und mehr	23,4	24,4	32,2	33,8	24	28	22
Wohnort							
West, ≥ 50.000 Einwohner	22,6	20,3	23,4	26,8	25	23	25
West, < 50.000 Einwohner	33,7	30,1	32,9	37,1	19	18	19
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,1	6,8	8,9	7,7	24	44	25
Ost, < 50.000 Einwohner	7,7	6,7	8,0	8,0	20	13	16
Haushalts-Struktur							
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	12,4	15,4	22,2	20,1	37	37	36
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,7	48,4	51,1	59,5	17	16	17

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *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

Der Anteil der Geschäftsreisen, bei denen ein Angebot mit Umweltzeichen oder Nachhaltigkeitslabel genutzt wurde, lag 2023 bei 28 % (Tabelle 19), also deutlich höher als bei

Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen. Nach dem starken Anstieg der Kennzeichnungsnutzung von der RA Business 2019 auf 2023 ist die Nutzung im letzten Jahr leicht gesunken.

Bei der Differenzierung nach Unterkunft und Tagungsanbieter finden wir 21 % der Reisen mit nachhaltig zertifizierten Unterkünften und 11 % mit nachhaltig zertifizierten Tagungsanbietern. Im Zeitverlauf bleibt die Buchung von Unterkünften mit Umweltzeichen konstant, während die Anteile der Tagungsanbieter um deutliche vier Prozentpunkte sanken.

Tabelle 19: Umweltzeichen bei Geschäftsreisen

Umweltzeichen bzw. Nachhaltigkeitskennzeichnung	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2018 – April 2019	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2021 – April 2022	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2022 – April 2023	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2023 – April 2024
Basis	78,5 Mio. Reisen	35,0 Mio. Reisen	31,8 Mio. Reisen	36,4 Mio. Reisen
Ja	14%	31%	32%	28%
Nein	58%	39%	41%	43%
Weiß nicht	28%	29%	27%	29%

Geschäftsreisen mit mindestens einer Übernachtung, Basis: Übernachtungsgeschäftsreisende in Deutschland 18-75 Jahre, RA Business 2024

2.4.6 Zusammenfassung

Die Analyse der Buchungen von Urlaubsangeboten mit Umweltzeichen zeigt eine zunehmende Sensibilisierung für nachhaltig zertifizierte Reisen. Seit der ersten Messung 2018/19 sind die Anteile von Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen mit Umweltzeichen signifikant gestiegen. Die jüngsten Ergebnisse deuten jedoch auf eine Stabilisierung mit teilweise minimalen Zuwächsen hin. Generell ist die Nutzung von Umwelt- und Nachhaltigkeitskennzeichnungen bei Kurzurlaubsreisen deutlich höher als bei längeren Reisen. Am höchsten sind die berichteten Werte bei den Geschäftsreisen.

Bei einer differenzierten Betrachtung der prozentualen Anteile und des Gesamtvolumens wird deutlich, dass sich der prozentuale Anteil der gebuchten Urlaubsangebote mit Umweltkennzeichnung bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer 2023 im Vergleich zum Vorjahr nicht verändert hat und weiterhin bei 11 % liegt. Das Gesamtvolumen ist hingegen um 280.000 leicht gesunken. Auch bei den Kurzreisen hat sich der prozentuale Anteil von 22 % im Jahr 2023 nicht verändert, das Gesamtvolumen hat allerdings um 1,41 Mio. zugenommen.

Die Analyse verschiedener Merkmale zeigt, dass bei längeren Urlaubsreisen im Jahr 2023 die Wahl des Reiseziels und des Verkehrsmittels wenig Einfluss auf die Nutzung von Umweltzeichen hat. Unterschiede sind am deutlichsten bei den verschiedenen Unterkunftsarten erkennbar. Bei Kurzurlaubsreisen hingegen zeigen sich klarere Unterschiede bei Geschlecht, Altersgruppen und Haushaltsstruktur.

Insgesamt deutet die Erinnerung an die Nutzung von Umweltzeichen auf eine sehr langsam wachsende Bedeutung solcher Kennzeichnungen für nachhaltiges Reisen hin. Trotz jahrelanger politischer Bemühungen um umweltbezogene Zertifizierungssysteme und der Vielzahl vorhandener Kennzeichnungen im Tourismus bleibt die bewusste Nutzung von Umweltzeichen relativ gering. Dies spiegelt sowohl die bisher begrenzte Anzahl zertifizierter Angebote auf dem Markt als auch die Aufmerksamkeit der Reisenden für solche Kennzeichnungen wider.

Ansatzpunkte zur Steigerung der Indikatorwerte liegen daher in der Ausweitung entsprechender Angebote und in der verbesserten Kommunikation zur Erhöhung ihrer Sichtbarkeit und Erkennbarkeit.

2.5 Nachhaltigkeitsrelevanz

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. Die Frage ist seit 2019 unverändert (zur Herleitung und Begründung siehe Schmücker et al., 2019, S. 49 f.). Die Erhebung der Nachhaltigkeitsrelevanz untersucht die subjektive Einschätzung von Befragten, welche Rolle Überlegungen zur Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung und Urlaubsgestaltung haben. Es geht dabei also um eine retrospektive Bewertung des eigenen Entscheidungsmusters und nicht um ein objektiv messbares Merkmal einer Reise. Diese berichtete Relevanz ist ein valider Indikator, um einen Einblick in die individuelle Gewichtung von Nachhaltigkeitsaspekten bei der Entscheidungsfindung und der Gestaltung von Urlaubsreisen zu erhalten.

2.5.1 Erhebungsfrage

Erhebungsfrage 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? [Interviewerweisung: 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.

2.5.2 Ergebnis-Überblick

Nachhaltigkeitsüberlegungen spielen insgesamt nur eine geringe Rolle bei der Reiseentscheidung. Bei nur 3 % der Urlaubsreisen wurde 2023 angegeben, dass Nachhaltigkeitsüberlegungen den entscheidenden Faktor bei der Wahl zwischen ansonsten gleichwertigen Angeboten darstellten (Tabelle 20). Dieser Anteil ist im Vergleich zum Vorjahr um einen Prozentpunkt leicht gesunken. Bei den Kurzurlaubsreisen ging dieser Wert um zwei Prozentpunkte zurück. Der Prozentsatz der Urlaubsreisen, bei denen Nachhaltigkeit neben anderen Aspekten eine Rolle in der Reiseplanung spielte, ist im Beobachtungszeitraum ebenfalls gesunken: von 21 % im Jahr 2021 auf 18 % im Jahr 2022 und weiter auf 17 % im Jahr 2023. 59 % gaben an, dass die Nachhaltigkeit bei 59 % aller Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer keine Bedeutung gespielt hat – dieser Wert ist fünf Prozentpunkte niedriger als im Vorjahr. Dafür stieg der Anteil derjenigen, die sich generell nicht für nachhaltiges Reisen interessieren um 8

Prozentpunkte von 13 % auf 22 %. Bei den Kurzurlaubsreisen ergeben sich keine großen Veränderungen im Vergleich zum letzten Jahr.

Tabelle 20: Nachhaltigkeitsrelevanz, Überblick

	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez		
Basis	55,1 Mio. Reisen	67,1 Mio. Reisen	64,5 Mio. Reisen
	2021	2022	2023
1 -Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten.	5%	4%	3%
2 - Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Gestaltung der Reise.	21%	18%	17%
3 - Nachhaltigkeit hatte bei dieser Reise keine Bedeutung.	54%	64%	59%
4 - Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht.	20%	13%	22%
Keine Angabe	1%	2%	-

	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage)				
	Mai 2021 – Okt 2021	Nov 2021 – Apr 2022	Mai 2021 – Apr 2022	Mai 2022 – Apr 2023	Mai 2023 – Apr 2024
Basis	32,9 Mio. Reisen	30,9 Mio. Reisen	63,8 Mio. Reisen	73,2 Mio. Reisen	79,6 Mio. Reisen
1 -Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten.	10%	20%	15%	16%	14%
2 - Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Gestaltung der Reise.	29%	30%	29%	28%	29%
3 - Nachhaltigkeit hatte bei dieser Reise keine Bedeutung.	52%	40%	46%	45%	46%
4 - Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht.	9%	11%	10%	11%	11%
Keine Angabe	-	-	-	-	-

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*.

2.5.3 Zeitliche Entwicklung

Im Jahr 2023 lag der Anteil der Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, bei denen Nachhaltigkeit den entscheidenden Ausschlag bei der Auswahl gab, bei 3 % (Tabelle 21). In den Jahren davor war dieser Anteil relativ stabil bei 4-5 %. Damit wurden 2023 rund 1,7 Millionen Urlaubsreisen unternommen, bei denen Nachhaltigkeitsaspekte eine zentrale Rolle spielten – 700.000 weniger als im Vorjahr und 1 Million weniger als 2021.

Bei den Kurzurlaubsreisen war bis 2022 ein deutlicher Anstieg der Bedeutung von Nachhaltigkeitsaspekten zu beobachten. 2022 gaben 16 % der Reisenden an, dass Nachhaltigkeit für ihre Entscheidung ausschlaggebend war. 2023 sank dieser Anteil auf 14 %, was einem Volumen von 10,9 Millionen Kurzreisen entspricht, bei denen Nachhaltigkeit eine wesentliche Rolle spielte.

Tabelle 21: Nachhaltigkeit ausschlaggebend, Zeitliche Entwicklung

	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer			
	Jan–Dez 2018	Jan–Dez 2021	Jan–Dez 2022	Jan–Dez 2023
Reisen insgesamt, Mio.	70,1	55,1	67,1	64,5
Nachhaltigkeit ausschlaggebend, in %	4	5	4	3
Reisen mit „Nachhaltigkeit ausschlaggebend“, Mio.	2,8	2,7	2,4	1,7

	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage)			
	Mai 2018 – Apr 2019	Mai 2021 – Apr 2022	Mai 2022 – Apr 2023	Mai 2023 – Apr 2024
Reisen insgesamt, Mio.	83,9	63,8	73,2	79,6
Nachhaltigkeit ausschlaggebend, in %	8	15	16	14
Reisen mit „Nachhaltigkeit ausschlaggebend“, Mio.	6,7	9,4	11,5	10,9

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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; 05/2019; 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*.

2.5.4 Ergebnis nach Reisemerkmalen

Im Jahr 2022 zeigen sich bei der „harten“ Relevanz von Nachhaltigkeit bei Reiseentscheidungen Unterschiede je nach Reiseziel. Bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer lag der Anteil derjenigen, bei denen Nachhaltigkeit eine entscheidende Rolle spielte, bei Inlandsreisen bei 4 %, während er bei Auslandsreisen bei 2 % lag (Tabelle 22). Beide Werte sind im Vergleich zum Vorjahr leicht gesenkt. Auch bei den Verkehrsmitteln wie Flugzeug und Auto sowie bei den meisten Unterkunftsarten sind die Anteile der harten Nachhaltigkeitsrelevanz zwischen 2022 und 2023 zurückgegangen. Den höchsten Anteil an harter Nachhaltigkeitsrelevanz haben Urlaubsreisen mit Bahn und Bus, bei denen der Wert auf 7 % gestiegen ist, was einem Anstieg um einen Prozentpunkt entspricht.

Bei den Kurzurlaubsreisen zeigt sich keine klare Entwicklungstendenz je nach Reisemerkmalen. Sowohl der Anteil der Inlands- als auch der Auslandsreisen, bei denen Nachhaltigkeit eine harte

Relevanz hatte, ist 2023 im Vergleich zum Vorjahr leicht gesenkt. Besonders auffällig ist jedoch die Zunahme bei Flugreisen, wo der Anteil von 13 % (rund 0,8 Millionen Kurzreisen) im Jahr 2022 auf 22 % (rund 1,5 Millionen Kurzreisen) im Jahr 2023 gestiegen ist. Der höchste Wert für harte Nachhaltigkeitsrelevanz bei Kurzreisen bleibt bei Pauschal- und Bausteinreisen mit 31 %.

Tabelle 22: Nachhaltigkeitsrelevanz nach Reismerkmalen

„Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten“, Anteil in %	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez					
Basis 2021:	55,1 Mio. Reisen					
Basis 2022:	67,1 Mio. Reisen					
Basis 2023:	64,5 Mio. Reisen					
	Mio. Reisen, gesamt			Anteil %, entscheidend		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Reiseziel						
Deutschland	20,2	17,8	14,2	7	6	4
Ausland	34,9	49,3	50,4	4	3	2
Darin: Mittelmeerraum	19,5	26,8	28,0	4	3	2
Darin: Restliches Europa	13,5	17,8	16,3	5	3	3
Darin: Fernreisen	1,9	4,7	6,0	2	3	1
Verkehrsmittel						
Flugzeug	18,8	28,1	30,2	3	2	1
Auto	30,3	30,9	26,5	5	4	3
Bahn/Bus	5,2	6,5	6,3	10	6	7
Schiff, Sonstiges	0,9	1,6	1,6	7	3	3
Unterkunft						
Hotellerie	27,4	36,0	36,7	5	4	3
Selbstverpflegung	22,3	25,2	22,1	5	3	3
Camping	4,2	4,1	3,7	4	5	3
Schiff, Sonstiges	1,2	1,8	2,1	2	3	2
Darin: Kreuzfahrtschiff	0,5	1,1	1,4	k.A.	3	2
Darin: Sonstiges	0,7	0,8	0,7	k.A.	4	2
Organisation						
Pauschal/Baustein	21,3	29,0	30,9	6	4	2
Individuell	26,4	30,4	26,1	4	4	3
Nicht vorgebucht	7,5	7,7	7,5	5	4	4

„Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten“, Anteil in %	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) Mai–Apr					
Basis 2021:	63,8 Mio. Reisen					
Basis 2022:	73,2 Mio. Reisen					
Basis 2023:	79,6 Mio. Reisen					
	Mio. Reisen gesamt			Anteil % entscheidend		
	21/22	22/23	23/24	21/22	22/23	23/24
Reiseziel						
Deutschland	51,7	57,2	59,5	14	16	14
Ausland	12,1	16,1	20,0	16	13	12
Darin: Mittelmeerraum	-	-	-	-	-	-
Darin: Restliches Europa	-	-	-	-	-	-
Darin: Fernreisen	-	-	-	-	-	-
Verkehrsmittel						
Flugzeug	4,1	6,0	6,9	24	13	22
Auto	44,7	48,0	48,7	13	17	10
Bahn/Bus	14,3	18,4	23,0	16	14	18
Schiff, Sonstiges	0,7	0,8	1,0	k.A.	10	10
Unterkunft						
Hotellerie	39	46,5	49,6	17	18	14
Selbstverpflegung	20,4	21,6	24,0	8	11	13
Camping	3,7	4,1	5,0	22	18	11
Schiff, Sonstiges	0,8	1,1	0,9	13	9	21
Darin: Kreuzfahrtschiff	-	-	-	-	-	-
Darin: Sonstiges	-	-	-	-	-	-
Organisation						
Pauschal/Baustein	17,4	21,3	21,8	39	38	31
Individuell	37,0	49,1	48,6	6	9	7
Nicht vorgebucht	9,3	7,9	9,2	5	5	9

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *online*. Prozentangaben sind Zeilenprozent und beziehen sich auf die Basis in der Spalte links daneben.

2.5.5 Ergebnis nach Personenmerkmalen

Wie bereits im Vorjahr zeigen sich überdurchschnittliche "harte" Relevanzraten für Nachhaltigkeit bei Kurzurlaubsreisen besonders bei 14- bis 29-jährigen (22 %) sowie in Haushalten mit Kindern (21 %). Allerdings sind diese Anteile im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Bei den längeren Urlaubsreisen liegen die Werte für das Jahr 2023 zwischen 1 % und 5 %. Den höchsten Wert verzeichnen 2023 Reisen aus östlichen Städten mit mehr als 50.000 Einwohnern (Tabelle 23).

Tabelle 23: Nachhaltigkeitsrelevanz nach Personenmerkmalen

„Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten“, Anteil in %	Bevölkerung	Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez					
Basis 2021:	70,1 Mio. Personen	55,1 Mio. Reisen					
Basis 2022:		67,1 Mio. Reisen					
Basis 2023:		64,5 Mio. Reisen					
	Mio. Personen	Mio. Reisen gesamt			Anteil % entscheidend		
	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Geschlecht							
Männlich	34,6	28,0	32,9	31,7	5	3	2
Weiblich	35,5	27,1	34,2	32,8	5	4	3
Altersgruppen							
14-29 Jahre	13,7	10,8	13,3	12,4	5	3	1
30-59 Jahre	33,2	28,5	34,0	32,9	5	3	3
60 Jahre und älter	23,2	15,8	19,7	19,3	5	4	3
Haushaltsnettoeinkommen							
Bis EUR 2.499	24,6	16,3	18,3	16,0	6	4	2
EUR 2.500-3.999	22,1	21,4	26,1	21,5	5	3	3
EUR 4.000 und mehr	23,4	17,4	22,7	27,1	4	3	3
Wohnort							
West, ≥ 50.000 Einwohner	22,6	17,5	21,1	21,0	3	2	2
West, < 50.000 Einwohner	33,7	25,4	32,0	29,9	5	3	3
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,1	5,5	6,6	6,2	6	4	5
Ost, < 50.000 Einwohner	7,7	6,8	7,4	7,4	9	10	2
Haushalts-Struktur							
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	12,4	11,0	12,9	11,2	5	4	3
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,7	44,1	54,2	53,4	5	3	3

„Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten“, Anteil in %	Bevölkerung	Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) Mai - Apr					
Basis 2021:	70,1 Mio. Personen	63,8 Mio. Reisen					
Basis 2022:		73,2 Mio. Reisen					
Basis 2023:		79,6 Mio. Reisen					
	Mio. Personen	Mio. Reisen gesamt			Anteil % entscheidend		
	2023	21/22	22/23	23/24	21/22	22/23	23/24
Geschlecht							
Männlich	34,6	32,7	40,1	42,2	18	17	14
Weiblich	35,5	31,0	33,1	37,4	11	14	13
Altersgruppen							
14-29 Jahre	13,7	16,1	20,6	19,8	27	25	22
30-59 Jahre	33,2	36,2	40,6	43,1	12	15	12
60 Jahre und älter	23,2	11,5	12,0	16,6	6	3	7
Haushaltsnettoeinkommen							
Bis EUR 2.499	24,6	15,5	16,4	17,2	13	13	13
EUR 2.500-3.999	22,1	23,9	24,6	28,6	15	13	16
EUR 4.000 und mehr	23,4	24,4	32,2	33,8	15	19	12
Wohnort							
West, ≥ 50.000 Einwohner	22,6	20,3	23,4	26,8	16	16	17
West, < 50.000 Einwohner	33,7	30,1	32,9	37,1	14	11	12
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	6,1	6,8	8,9	7,7	19	37	15
Ost, < 50.000 Einwohner	7,7	6,7	8,0	8,0	10	12	9
Haushalts-Struktur							
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	12,4	15,4	22,2	20,1	25	26	21
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	57,7	48,4	51,1	59,5	12	11	11

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *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 11/2021; 5/2022; 11/2022; 05/2023; 11/2023 und 05/2024 *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.

2.5.6 Eckdaten für Geschäftsreisen

Bei den Geschäftsreisen haben Nachhaltigkeitsaspekte teilweise eine Rolle bei der Reiseentscheidung. Der Anteil der Geschäftsreisen, bei denen eine entscheidende Bedeutung von Nachhaltigkeitsaspekten berichtet wird, war 2023 mit 12 % zwar nach wie vor größer als bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer (3 %), aber geringer als bei Kurzurlaubsreisen (14 %). Der Anteil der zweiten Antwortkategorie liegt mit 28 % ebenfalls höher als bei den Urlaubsreisen ab

fünf Tagen Dauer und etwa auf dem gleichen Niveau wie bei den Kurzurlaubsreisen (Tabelle 24). In den letzten Jahren ist die Relevanz von Nachhaltigkeit als Entscheidungskriterium für Geschäftsreisen leicht gesunken.

Tabelle 24: Nachhaltigkeitsrelevanz bei Geschäftsreisen

Nachhaltigkeitsrelevanz bei Geschäftsreisen	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2018 – April 2019	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2021 – April 2022	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2022 – April 2023	Geschäftsreisen mit Übernachtung Mai 2023 – April 2024
Basis	78,5 Mio. Reisen	35,0 Mio. Reisen	31,8 Mio. Reisen	36,4 Mio. Reisen
1 - Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten.	12%	13%	13%	12%
2 - Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Gestaltung der Reise.	25%	28%	30%	28%
3 - Nachhaltigkeit hatte bei dieser Reise keine Bedeutung.	41%	36%	34%	34%
4 - Nachhaltiges Reisen interessiert mich generell nicht.	17%	18%	17%	19%
Keine Angabe	6%	5%	7%	7%

Geschäftsreisen mit mindestens einer Übernachtung, Basis: Übernachtungsgeschäftsreisende in Deutschland 18-75 Jahre, RA Business 2024

2.5.7 Zusammenfassung

Bei der „harten“ Relevanz von Nachhaltigkeitsaspekten bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer zeigte sich in den vergangenen drei Jahren ein relativ stabiles Bild. Für nur 3 % der Urlaubsreisen haben Nachhaltigkeitsüberlegungen bei der Auswahl zwischen sonst gleichwertigen Angeboten den Ausschlag gegeben. Damit ist der Prozentsatz seit dem Jahr 2021 immer weiter leicht gesunken. Auch bei den Kurzreisen hat die Bedeutung von Nachhaltigkeitsaspekten als entscheidendes Kriterium im Vergleich zum Vorjahr abgenommen.

Die Daten zeigen, dass Nachhaltigkeitsaspekte in unterschiedlichem Ausmaß in die Reiseplanung einfließen. Für die Mehrheit der Reisenden sind sie jedoch nur einer von vielen Faktoren oder sogar irrelevant bei der Reiseentscheidung. Dies wird deutlich am Anteil der Reisenden, die Nachhaltigkeit neben anderen Faktoren berücksichtigen oder für die Nachhaltigkeit bei der abgefragten Reise keine Rolle spielt.

Bei der harten Relevanz der Nachhaltigkeit bei Reisen, die länger als fünf Tage dauern, zeigen sich Unterschiede je nach Reiseregion. Die Bedeutung der Nachhaltigkeit ist bei Inlandsreisen höher als bei Auslandsreisen. Außerdem sind die Werte bei Reisen mit Bus und Bahn höher als bei anderen Verkehrsmitteln. Dies könnte darauf hindeuten, dass eine hohe Relevanz der

Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung eher zu Inlandsreisen und der Wahl von Bus und Bahn als Verkehrsmittel führt.

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. Weitere Ergebnisse zum Reiseverhalten bei unterschiedlichen Lebenseinstellungen finden sich im Exkurs zu den SINUS-Milieus in Kapitel 4.

2.6.1 Erhebungsfrage

Erhebungsfrage

Die Einstellungsfrage in der RA face-to-face umfasst mehrere Aspekte, von denen wir in diesem Bericht zwei ausgewählt darstellen. Die Frage richtet sich auf Urlaubsreisen im Allgemeinen (nicht auf eine spezielle Reise, z. B. die Haupturlaubsreise). Die vollständige Item-Batterie ist in Anhang 7 dargestellt. 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 möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.
2. Mein Urlaub soll möglichst sozial verträglich sein (d. h. faire Arbeitsbedingungen fürs Personal und Respektieren der einheimischen Bevölkerung).

2.6.2 Ergebnis-Überblick

Die Einstellungen zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen werden detailliert anhand der fünffach gestuften Erhebungsfrage („trifft voll und ganz zu“ bis „trifft ganz und gar nicht zu“) zur Einstellung zu Urlaubsreisen analysiert (Tabelle 25).

Tabelle 25: Einstellungen zu nachhaltigen Urlaubsreisen

	Ökologische Dimension: „Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.“				Soziale Dimension: „Mein Urlaub soll möglichst sozial- verträglich sein (d.h. faire Arbeitsbedingungen fürs Personal und Respektieren der einheimischen Bevölkerung).“			
	Jan. 2019	Jan. 2022	Jan. 2023	Jan. 2024	Jan. 2019	Jan. 2022	Jan. 2023	Jan. 2024
1 trifft voll und ganz zu	15	17	15	18	21	29	25	29
2	27	30	28	31	30	35	31	32
3	40	35	38	34	35	27	30	26
4	11	12	14	12	7	7	9	9
5 trifft ganz und gar nicht zu	7	5	6	6	5	3	5	4
keine Angabe	1	0	1	-	1	0	0	-
TOP 2	42	47	43	48	51	64	56	62
LOW 2	17	17	19	18	13	9	14	12
	Ökologische <i>oder</i> soziale Dimension				Ökologische <i>und</i> soziale Dimension			
	Jan. 2019	Jan. 2022	Jan. 2023	Jan. 2024	Jan. 2019	Jan. 2022	Jan. 2023	Jan. 2024
TOP 2	56*	68*	61*	67*	37	43	37	43
LOW 3	62	57	62	57	43**	32**	39**	33**

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, 2021: 70,5 Mio., n=6.814; 2022: 70,6 Mio., n=7.259; 2023: 70,1 Mio., n=7,288, Angaben in Prozent; RA 2022, 2023 und 2024 face-to-face; *Diese Gruppen werden im Weiteren bezeichnet als Personen mit (TOP 2) **bzw. ohne (LOW 3) positive/r Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen. Rundungsbedingt addieren sich die Werte nicht immer zu 100 %.

Im Januar 2024 zeigte sich eine Zustimmung zu den TOP 2-Werten (Skalenwerte 1 = „trifft voll und ganz zu“ und 2 = „trifft zu“) von 49 % für die positive Einstellung zur ökologischen Nachhaltigkeit und 61 % für die positive Einstellung zur sozialen Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen. Beide Werte sind im Vergleich zum Vorjahr gestiegen, wobei die ökologische Dimension um 6 Prozentpunkte und die soziale Dimension um 5 Prozentpunkte zulegen. Seit Beginn der Erhebungen findet die soziale Dimension der Nachhaltigkeit mehr Zustimmung in der Bevölkerung als die ökologische Dimension. Insgesamt sind die Werte für die positive Einstellung zur Nachhaltigkeit etwas höher als bei der Erhebung im Januar 2019.

Wenn man die beiden Aspekte der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit kombiniert, ergibt sich ein Nettowert, der die TOP 2-Zustimmungswerte (Skalenwerte 1 oder 2) sowie die LOW 3-Werte (Skalenwerte 3, 4 oder 5) berücksichtigt. Personen, die entweder bei der ökologischen oder der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit einen der TOP 2-Werte angeben, werden als „Personen mit positiver Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen“ bezeichnet. Im

Gegensatz dazu werden Personen, die gegenüber beiden Dimensionen der Nachhaltigkeit keine positive Einstellung zeigen, als „Personen ohne positive Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen“ bezeichnet.

Zwischen Januar 2023 und Januar 2024 ist der Anteil der Personen in der Bevölkerung, die eine positive Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen haben, um 6 Prozentpunkte auf 67 % gestiegen. Im Januar 2023 lag der Anteil der Personen ohne positive Einstellung bei 33 %.

Die Ergebnisse zeigen, dass der Anteil der Personen mit positiver Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen im vergangenen Jahr leicht gestiegen ist und nun wieder das Niveau von vor zwei Jahren erreicht hat. Der Wert von 67 % verdeutlicht, dass Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen für einen großen Teil der Bevölkerung wichtig ist und in der Gesellschaft einen hohen Stellenwert hat.

2.6.3 Ergebnis nach Personenmerkmalen

Es ist auffällig, dass die Werte für nahezu alle Personenmerkmale im Vergleich zum Vorjahr teilweise deutlich gestiegen sind. Der Anteil der Personen mit positiver Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen hat sich bei den Altersgruppen verändert: 2023 zeigen die jüngeren Altersgruppen höhere Anteile, während in den vergangenen zwei Jahren die Altersgruppe ab 60 Jahren dominierte (Tabelle 26). Besonders bemerkenswert ist die starke Zunahme bei den jungen Menschen, deren Anteil von 53 % auf 68 % angestiegen ist. Nur bei Befragten aus östlichen Wohnorten mit mehr als 50.000 Einwohnern ist im Vergleich zum Vorjahr ein Rückgang zu verzeichnen (2022: 66 %; 2023: 57 %).

Tabelle 26: Einstellungen zur Nachhaltigkeit nach Personenmerkmalen

Anteil in %	Personen <u>mit</u> positiver Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen		
	2021	2022	2023
Alle Befragten	68	61	67
Altersgruppen			
14-29 Jahre	65	53	68
30-59 Jahre	68	61	68
60 Jahre und älter	71	66	66
Haushaltsnettoeinkommen			
Bis EUR 2.499	66	60	63
EUR 2.500-3.999	69	62	70
EUR 4.000 und mehr	71	63	68
Wohnort			
West, ≥ 50.000 Einwohner	67	61	68
West, < 50.000 Einwohner	70	60	67
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	67	66	57
Ost, < 50.000 Einwohner	68	64	73

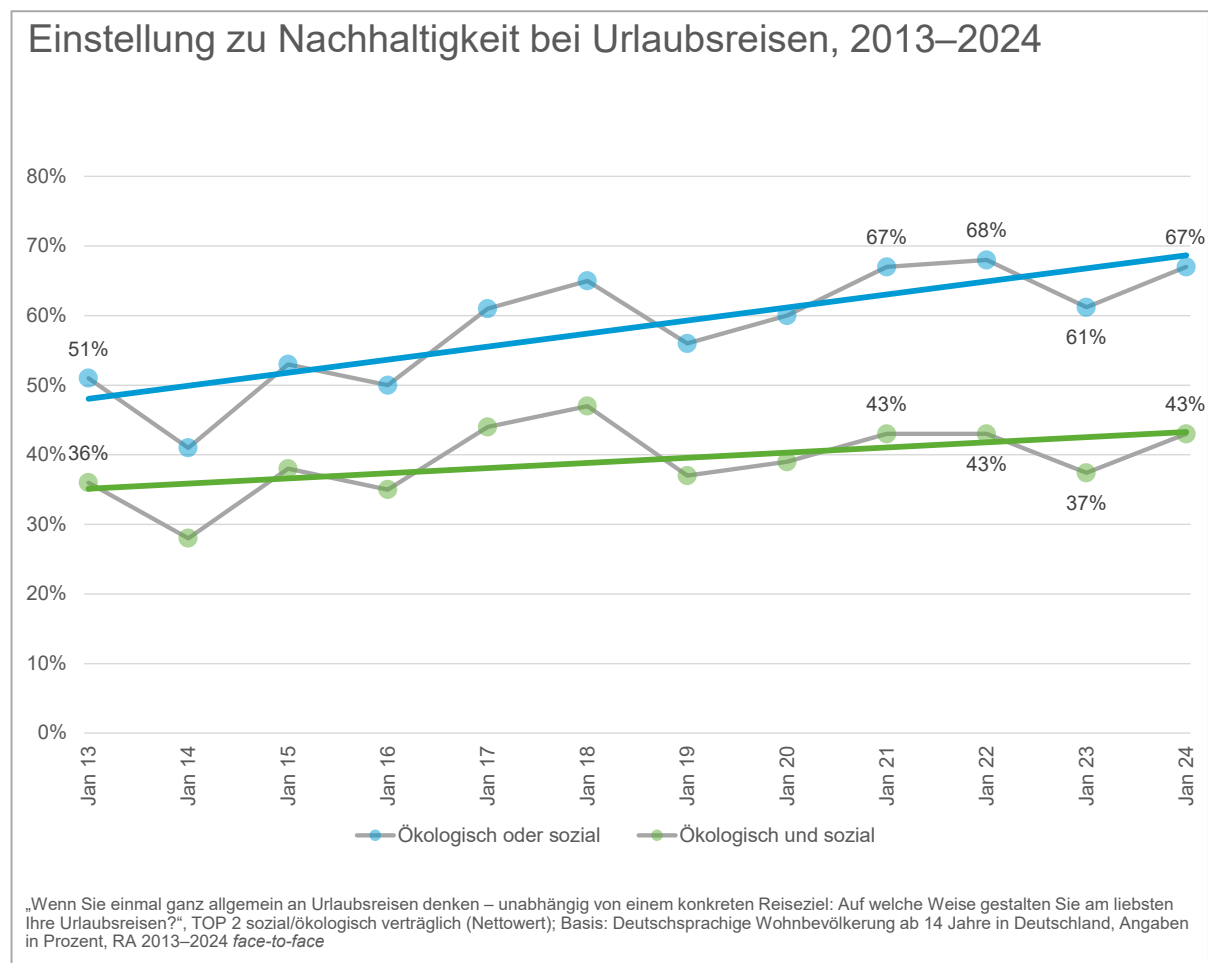
Anteil in %	Personen <u>mit</u> positiver Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen		
Haushalts-Struktur			
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	66	60	69
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	69	62	67

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, 2021: 70,5 Mio., n=6.814; 2022: 70,6 Mio., n=7.259; 2023: 70,1 Mio., n=7.288, Angaben in Prozent; RA 2022, 2023 und 2024 *face-to-face*.

2.6.4 Zeitliche Entwicklung

Sowohl bei den Zustimmungswerten für ökologische **und** soziale Aspekte von Urlaubsreisen als auch bei der allgemeinen Zustimmung zu ökologischer **oder** sozialer Nachhaltigkeit lässt sich weiterhin eine kontinuierliche Zunahme der positiven Einstellung in der Bevölkerung beobachten (Abbildung 9: Positive Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen, 2013–2024). Die Werte zeigen eine Entwicklung, die um die lineare Trendlinie schwankt. Nach einem Rückgang der positiven Einstellung zwischen 2021 und 2022 gab es im vergangenen Jahr wieder einen Anstieg. Die Werte liegen insgesamt in einem erwartbaren Bereich und bewegen sich nahe an der Trendlinie.

Abbildung 9: Positive Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen, 2013–2024



Quelle: FUR

2.6.5 Einstellung und Verhalten

Der folgende Absatz untersucht, ob eine positive Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen tatsächlich zu einer umweltbewussteren Reisegestaltung führt. Tabelle 27:

Nachhaltigkeitseinstellung und Reiseverhalten zeigt keine wesentlichen Unterschiede zwischen den Einstellungsgruppen hinsichtlich der Reiseintensität oder der Anzahl der Urlaubsreisen. Ob man überhaupt eine oder mehrere Urlaubsreisen unternimmt, hängt also vermutlich nicht von der Einstellung zur Nachhaltigkeit ab. Die Anteilswerte der Reisen und der Aufenthaltstage der jeweiligen Einstellungsgruppen entsprechen ungefähr deren Anteilen in der Bevölkerung.

Tabelle 27: Nachhaltigkeitseinstellung und Reiseverhalten

	Bevölkerung ab 14 Jahren insgesamt			Personen mit positiver Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Basis	n=6.814	n=7.259	n=7.288	n=4.656	n=4.440	N=4.893
Mio. Personen	70,5	70,6	70,1	48,2	43,2	47,1
in %	100	100	100	68	61	67
Mio. Urlaubsreisende	47,8	53,1	54,2	33,0	33,4	37,7
in %	100	100	100	69	63	70
Mio. Urlaubsreisen	55,1	67,1	64,5	37,6	42,0	44,5
in %	100	100	100	68	63	64
Mio. Aufenthaltstage	672,8	845,1	845,5	466,2	535,5	596,7
in %	100	100	100	69	63	69
Ø Dauer der HUR* in Tagen	12,7	13,5	13,7	12,9	13,3	14,0
Mrd. km Anreise	69,0	109,5	121,1	45,0	65,7	84,0
in %	100	100	100	65	60	69
davon per Flugzeug	46,6	83,2	95,6	29,6	49,0	66,9
in %	100	100	100	64	75	80
Ø Distanz der HUR* in km	1330	1766	1986	1260	1696	2001

	Bevölkerung ab 14 Jahren insgesamt			Personen ohne positive Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Basis	n=6.814	n=7.259	n=7.288	n=2.158	n=2.819	n=2.395
Mio. Personen	70,5	70,6	70,1	22,3	27,4	23,0
in %	100	100	100	32	39	33

	Bevölkerung ab 14 Jahren insgesamt			Personen <u>ohne positive</u> Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen		
Mio. Urlaubsreisende	47,8	53,1	54,2	14,8	19,7	16,52
in %	100	100	100	31	37	31
Mio. Urlaubsreisen	55,1	67,1	64,5	17,5	25,0	20,0
in %	100	100	100	32	37	31
Mio. Aufenthaltstage	672,8	845,1	845,5	206,6	309,5	248,25
in %	100	100	100	31	37	31
Ø Dauer der HUR* in Tagen	12,7	13,5	13,7	12,3	13,2	13,0
Mrd. km Anreise	69,0	109,5	121,1	24,0	44,0	37,3
in %	100	100	100	35	40	31
davon per Flugzeug	46,6	83,2	95,6	17,1	34,2	28,7
in %	100	100	100	71	78	77
Ø Distanz der HUR* in km	1330	1766	1986	1484	1887	1952

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren und deren Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, *HUR = Haupturlaubsreise (wichtigste Reise des Jahres), RA 2022, 2023 und 2024 *face-to-face*.

Die Unterschiede in der Urlaubsgestaltung sind zwischen den Gruppen deutlicher ausgeprägt als bei der Reiseintensität. Personen mit einer positiven Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen beziehen Nachhaltigkeitsaspekte viel häufiger in ihre Reiseentscheidung ein (26 %) als Personen ohne positive Einstellung (11 %). Diese nachhaltigkeitsbewussten Reisenden buchen auch häufiger Reisen mit CO₂-Kompensation (6 % im Vergleich zu 3 %) oder mit Umweltzeichen (14 % gegenüber 6 %) (Tabelle 28).

Tabelle 28: Nachhaltigkeitseinstellung und andere Nachhaltigkeitsindikatoren

Anteil in %	Alle Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez 2023			Von Personen <u>mit positiver</u> Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen		
Basis	55,1 Mio. Reisen n=5.323	67,1 Mio. Reisen n=6.897	64,5 Mio. Reisen n=6.712	37,6 Mio. Reisen n=3.630	42,0 Mio. Reisen n=4.323	44,5 Mio. Reisen n=4.631
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Nachhaltigkeitsrelevanz Top 1: Hat den Ausschlag gegeben	5	4	3	5	4	3
Nachhaltigkeitsrelevanz Top 2: Ausschlag gegeben oder war ein Aspekt von mehreren	26	21	19	31	27	23
CO ₂ -Kompensation: Ja	9	5	5	10	6	6

Anteil in %	Alle Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez 2023			Von Personen mit <u>positiver</u> Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen		
Umweltzeichen bzw. Nachhaltigkeitskennzeichnung: Ja	13	11	11	16	15	14

Anteil in %	Alle Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer Jan–Dez 2023			Von Personen <u>ohne positive</u> Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen		
Basis	55,1 Mio. Reisen n=5.323	67,1 Mio. Reisen n=6.897	64,5 Mio. Reisen n=6.712	17,5 Mio. Reisen n=1.693	25,0 Mio. Reisen n=2.575	20,0 Mio. Reisen n=2.082
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Nachhaltigkeitsrelevanz Top 1: Hat den Ausschlag gegeben	5	4	3	4	2	1
Nachhaltigkeitsrelevanz Top 2: Ausschlag gegeben oder war ein Aspekt von mehreren	26	21	19	15	11	10
CO ₂ -Kompensation: Ja	9	5	5	5	3	3
Umweltzeichen bzw. Nachhaltigkeitskennzeichnung: Ja	13	11	11	6	5	6

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, ohne Reisen begleitender Kinder, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2022, 2023 und 2024 *face-to-face*.

Die beliebtesten Reiseziele der Deutschen zeigen generell eine relative Stabilität über die Zeit, obwohl die Corona-Pandemie vorübergehend zu einer deutlichen Verschiebung hin zu Inlandsreisen führte. Diese Stabilität ist auch bei der Betrachtung nach den Einstellungsgruppen zu beobachten: Die TOP 10-Reiseländer bleiben in beiden Gruppen meist gleich (Tabelle 29).

Personen mit positiver Einstellung sind 2023 genauso häufig im Inland verreist wie Personen ohne diese Einstellung (22 %). Bei Personen ohne positive Einstellung liegt die Türkei 2023 auf dem dritten Platz der beliebtesten Reiseziele, eine Destination mit weiterer Anreisedistanz als Italien, das bei Personen mit positiver Einstellung auf dem dritten Platz liegt. Zudem lassen sich bei den TOP 10-Reiseländern der Personen ohne positive Einstellung auch weiter entfernte Ziele wie Ägypten und die Karibik finden. Insgesamt zeigen sich differenzierte Ergebnisse zur Einstellung zur Nachhaltigkeit und dem Reiseverhalten bei unterschiedlichen Lebenseinstellungen und Werten, die in Kapitel 4 anhand einer Auswertung der SINUS-Milieus genauer beschrieben werden.

Tabelle 29: Top 10- Reiseziele Urlaubsreisen

Urlaubsreisen von Personen mit <u>positiver</u> Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen			
2018 40,2 Mio. Reisen	2021 37,6 Mio. Reisen	2022: 42,0 Mio. Reisen	2023: 44,5 Mio. Reisen
Deutschland (28%)	Deutschland (37%)	Deutschland (28%)	Deutschland (22%)
Spanien (13%)	Spanien (11%)	Spanien (12%)	Spanien (14%)
Italien (8%)	Italien (8%)	Italien (8%)	Italien (8%)
Österreich	Türkei	Türkei	Türkei
Türkei	Kroatien	Österreich	Kroatien
Griechenland	Österreich	Kroatien	Griechenland
Frankreich	Griechenland	Griechenland	Österreich
Niederlande	Frankreich	Frankreich	Frankreich
Kroatien	Polen	Niederlande	Niederlande
Polen	Niederlande	Polen	Dänemark

Urlaubsreisen von Personen <u>ohne positive</u> Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen			
2018 29,9 Mio. Reisen	2021 17,5 Mio. Reisen	2022: 25,0 Mio. Reisen	2023: 20,0 Mio. Reisen
Deutschland (25%)	Deutschland (36%)	Deutschland (23%)	Deutschland (22%)
Spanien (14%)	Spanien (12%)	Spanien (15%)	Spanien (15%)
Italien (9%)	Italien (8%)	Türkei (9%)	Türkei (11%)
Türkei	Türkei	Italien	Italien
Österreich	Kroatien	Österreich	Kroatien
Griechenland	Griechenland	Griechenland	Griechenland
Kroatien	Frankreich	Polen	Österreich
Frankreich	Österreich	Kroatien	Ägypten
Polen	Niederlande	Frankreich	Polen
Niederlande	Polen	Niederlande	Karibik

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2019, 2022, 2023 und 2024 *face-to-face*.

2.6.6 Zusammenfassung

Die Analyse lässt erkennen, dass die positive Einstellung zur ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen im Januar 2023 im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen ist. Die Bevölkerung zeigt nach wie vor eine größere Zustimmung zur sozialen Nachhaltigkeit im Vergleich zur ökologischen Nachhaltigkeit. Diese Tendenz ist seit Beginn der Erhebungen

konstant. Auch bei fast allen Personenmerkmalen zeigt sich eine Steigerung der Werte hinsichtlich der positiven Einstellung zur ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen.

Der Anteil der Personen in der Bevölkerung mit positiver Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen ist um 6 Prozentpunkte auf 67 % gestiegen, der Anteil der Personen ohne positive Einstellung liegt bei 33 %. Über die letzten 10 Jahre zeigt sich eine stetige Zunahme der positiven Einstellung, dies verdeutlicht die Relevanz von Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen.

Insgesamt zeigt sich, dass Personen mit einer positiven Einstellung zu Nachhaltigkeit tendenziell auch ihren Urlaub nachhaltiger planen. Diese buchen häufiger Reisen mit CO₂-Kompensationsmöglichkeiten oder Umweltzeichen.

3 Vertiefungsmodule

3.1 Modul „Crowding und Information“

3.1.1 Hintergrund und Ziel

Das Modul „Crowding und Information“ wurde als eines der Schwerpunktthemen des Jahres 2022 ausgewählt, weil Fragen der Crowdingwahrnehmung und -wirkung vor dem Hintergrund einer Diskussion um Überfüllungssituationen im Tourismus („Overtourism“) seit Jahren eine Rolle in der Tourismusforschung und -praxis spielen (Neuts & Nijkamp, 2012; Reif, 2019; Seraphin, 2019; Shelby et al., 1989; Zehrer & Raich, 2016). Während der Beschränkungen durch die Corona-Pandemie wurde das Phänomen, jedenfalls an bestimmten Orten und zu bestimmten Zeiten, noch verstärkt (Grunenberg et al., 2022). In der Folge wurde verstärkt über Maßnahmen des Besuchermanagements und der Besucherlenkung diskutiert.

Vor diesem Hintergrund wurden Sonderfragen in der Reiseanalyse face-to-face 2022 und in der RA online 5/2022 eingeschaltet, um empirische Daten zur Wahrnehmung von Crowding während der Urlaubsreise zu erhalten. Dazu wurde erhoben, ob und in welchen Situationen die Urlauberinnen und Urlauber das Gefühl hatten, es sei zu voll. In einem zweiten Block wurde untersucht, ob und wie sich Urlauberinnen und Urlauber darüber informiert haben, ob und wann es in bestimmten Situationen „zu voll“ sein könnte.

3.1.2 Wahrnehmung von Crowding während der Urlaubsreise

Von den 47,8 Mio. Urlaubsreisenden des Jahres 2021 berichtete 43 %, dass sie während des Urlaubs zeitweise das Gefühl hatten, es sei „zu voll“. 56 % antworteten mit „Nein“, knapp 1 % machte keine Angabe.

Wir finden einen leichten negativen Altersgradienten (Tabelle 30), vor allem aber starke Unterschiede je nach Reiseziel der Haupturlaubsreise: So berichten Personen, die ihre Haupturlaubsreise in das Ausland unternommen haben, häufiger von Crowding-Erlebnissen als Inlandsreisende, Flugreisende häufiger als Autoreisende.

Tabelle 30: Crowding bei der Urlaubsreise wahrgenommen (Personenmerkmale)

Anteil in %	Crowding bei der Urlaubsreise wahrgenommen
Alle Befragten	43
Altersgruppen	
14-29 Jahre	48
30-59 Jahre	44
60 Jahre und älter	38
Haushaltsnettoeinkommen	
Bis EUR 2.499	43
EUR 2.500-3.999	46
EUR 4.000 und mehr	40
Wohnort	

Anteil in %	Crowding bei der Urlaubsreise wahrgenommen
West, ≥ 50.000 Einwohner	44
West, < 50.000 Einwohner	41
Ost, ≥ 50.000 Einwohner	52
Ost, < 50.000 Einwohner	44
Haushalts-Struktur	
Kind(er) bis 13/14. J. im Haush.	42
Keine Kinder bis 13/14 J. im Haush.	44
Reiseziel der Haupturlaubsreise 2021	
In Deutschland	39
Ins Ausland	45
Darin: Mittelmeer	50
Darin: Fernreiseziele	47
Darin: Alpen	39
Darin: Skandinavien (inkl. Dänemark)	19
Verkehrsmittel der Haupturlaubsreise 2021	
Flugzeug	54
Auto	36
Bahn/Bus	44

Basis: Urlaubsreisende in der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, 47,8 Mio. Personen, n=4.617, RA 2022 *face-to-face*

Hinweis: Zu beachten ist, dass sich auch die Angaben zum Reiseziel und Verkehrsmittel weiterhin auf die Person beziehen, nicht notwendigerweise auf die konkrete Reise (Personen, die mehrere Urlaubs- oder Kurzurlaubsreisen unternommen haben, können durchaus eine „zu volle“ Situation bei einer anderen als der Haupturlaubsreise erlebt haben). Gleichwohl geben die Daten eine realistische Tendenz an, denn 87 % der Urlaubsreisenden 2021 haben nur eine Urlaubsreise ab fünf Tagen Dauer unternommen.

3.1.3 Situative Crowdingwahrnehmung

Unter den 15 abgefragten Situationen nimmt die An- und Abreise den Spitzenplatz ein: 16 % der Urlaubsreisenden berichten, dort Situationen als „zu voll“ erlebt zu haben. An zweiter Stelle steht das Einkaufen vor Ort, knapp gefolgt von „in Innenstädten“ und „beim Essengehen vor Ort“.

Alle anderen abgefragten Situationen werden von weniger als zehn Prozent der Urlaubsreisenden berichtet. Angesichts der insgesamt geringen Inzidenzen sind auch nur

wenige Unterschiede zwischen den Destinationen (wiederum bezogen auf die Haupturlaubsreise) zu finden. So berichten 14 % der Mittelmeerbesucher von „zu vollen“ Stränden oder Badeseen, 11 % der Fernreisenden von „zu vollen“ Sehenswürdigkeiten, 8 % der Alpenurlauber von „zu vollen“ Parkplätzen und 5 % der Alpenurlauber von „zu vollen“ Naturattraktionen.

Tabelle 31: Crowding bei der Urlaubsreise wahrgenommen

Urlaubsreisende, in %	Alle	Reiseziel der Haupturlaubsreise 2021					
		Deutsch-land	Ausland	Mittel-meer-raum	Fern-reisen	Alpen	Skandinav-ien inkl. Däne-mark
Ja, bei der An- und Abreise (z. B. im Flughafen, Bahnhof oder auf der Autobahn)	16	7	21	29	24	4	3
Ja, beim Einkaufen vor Ort	13	14	12	13	8	12	7
Ja, in Innenstädten	11	10	12	12	7	10	5
Ja, beim Essengehen vor Ort	11	11	11	12	9	11	2
Ja, am Strand oder am Badensee	9	8	10	14	6	2	3
Ja, beim Besuch von Sehenswürdigkeiten	8	7	8	8	11	7	3
Ja, auf Parkplätzen	4	7	3	2	2	8	1
Ja, in öffentlichen Verkehrsmitteln vor Ort	4	5	4	3	7	4	4
Ja, in der Unterkunft/auf dem Campingplatz	2	3	2	3	3	1	0
Ja, beim Erleben von Natur und Naturattraktionen	2	4	2	1	3	5	1
Ja, bei organisierten Ausflügen (z. B. im Ausflugsbus)	2	1	3	3	4	1	1
Ja, in Museen oder Ausstellungen	2	2	1	1	5	0	0
Ja, beim Radfahren	1	2	1	1	1	1	0
Ja, beim Wandern	1	2	1	0	0	3	0
Ja, beim Skilaufen/Snowboarden	0	0	1	0	2	3	1
Nein, nichts davon	56	60	54	49	53	60	82

Urlaubsreisende, in %	Alle	Reiseziel der Haupturlaubsreise 2021					
		Deutschland	Ausland	Mittelmeer-raum	Fernreisen	Alpen	Skandinavien inkl. Dänemark
Keine Angabe	1	1	1	1	0	1	0

Basis: Urlaubsreisende in der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, 47,8 Mio. Personen, n=4.617, RA 2022 *face-to-face*

3.1.4 Crowdingwahrnehmung bei der An- und Abreise

Die An- und Abreise ist die Situation während der Urlaubsreisen der Befragten, die am häufigsten als „zu voll“ wahrgenommen wurden.

Diese Wahrnehmung tritt bei den Befragten, die bei der Haupturlaubsreise 2021 das Flugzeug benutzt haben, mit 33 % der Befragten deutlich häufiger auf als im Durchschnitt. Auch Bahnreisende (17 %) berichten häufiger über „zu volle“ Situationen als Auto- oder Busreisende (5 % bzw. 4 %).

Flug- und Bahnreisende berichten aber auch etwas häufiger über „zu volle“ Innenstädte, Bahnreisende zudem über „zu volle“ öffentliche Verkehrsmittel vor Ort, Autoreisende hingegen etwas häufiger über „zu volle“ Parkplätze.

Tabelle 32: Crowding bei der Urlaubsreise wahrgenommen (Personenmerkmale)

Urlaubsreisende, in %	Alle	Hauptverkehrsmittel der Haupturlaubsreise 2021			
		Flugzeug	Auto	Bahn	Bus
Ja, bei der An- und Abreise (z. B. im Flughafen, Bahnhof oder auf der Autobahn)	16	33	5	17	4
Ja, auf Parkplätzen	4	1	7	2	2
Ja, bei organisierten Ausflügen (z. B. im Ausflugsbus)	2	4	1	3	7
Ja, in öffentlichen Verkehrsmitteln vor Ort	4	3	3	13	4
Nein, nichts davon	56	46	63	50	64

Basis: Urlaubsreisende in der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, 47,8 Mio. Personen, n=4.617, RA 2022 *face-to-face*

3.1.5 Crowdingwahrnehmung bei ausgewählten Reisearten

Bei einzelnen Reisearten treten Crowdingwahrnehmungen überdurchschnittlich oft auf. So berichten 24 % der Befragten, die ihre Haupturlaubsreise 2021 (auch) als „Partyurlaub“ bezeichnen, von „zu vollen“ Stränden oder Badeseen. Städtereisende berichten zu 32 % über „zu volle“ Innenstädte und zu 20 % über „zu volle“ Sehenswürdigkeiten. Aktivurlauber hingegen berichten nicht über „zu volle“ Situationen, weder beim Wandern noch beim Radfahren; lediglich beim Skilaufen oder Snowboarden steigt der Anteil leicht auf 2 % an.

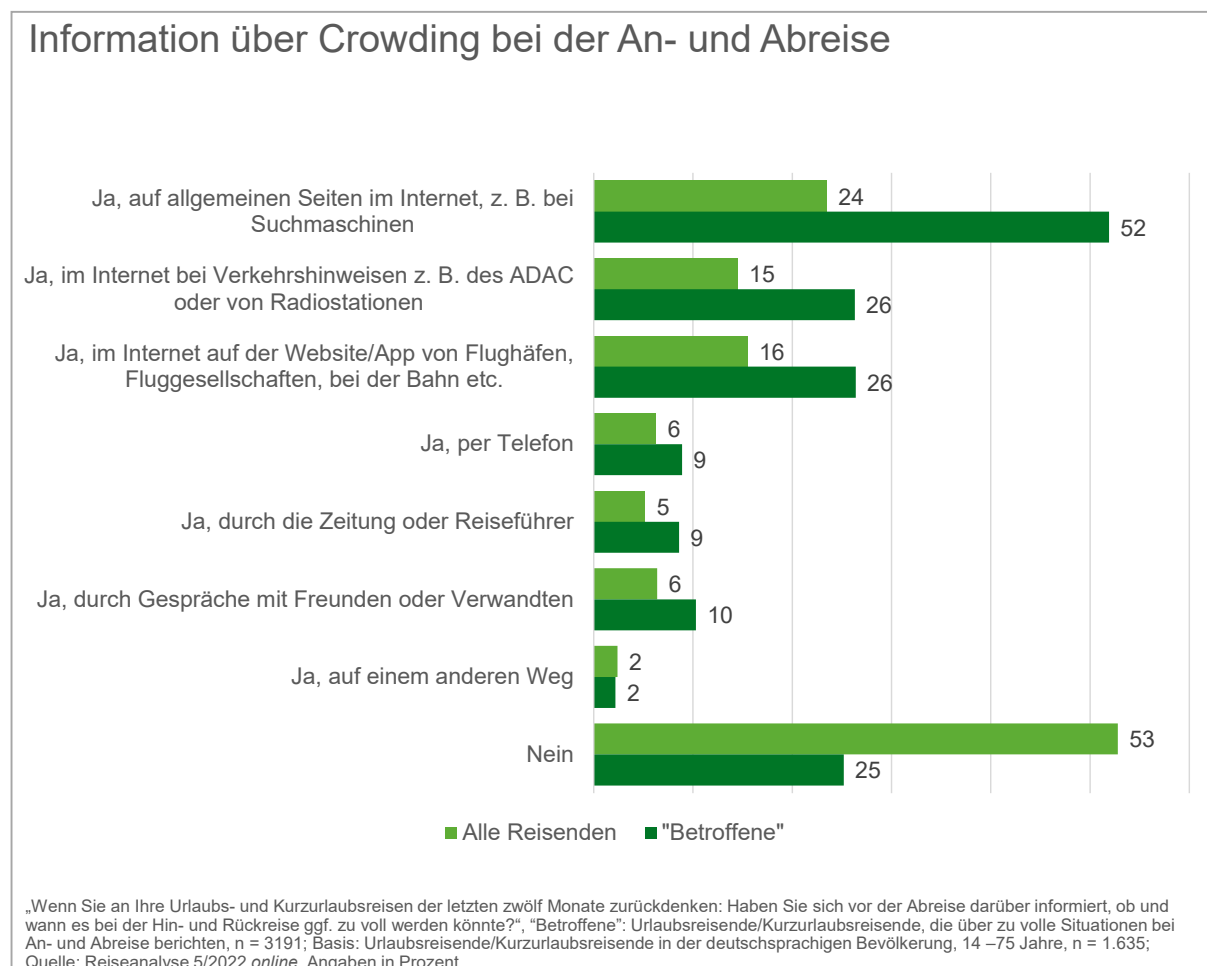
3.1.6 Informationen über Crowding

Für die am häufigsten als „zu voll“ wahrgenommenen Situationen wurde in der Reiseanalyse *online* im Mai 2022 erhoben, ob und wenn ja wie sich die Befragten über die zu erwartende Situation informiert haben.

3.1.6.1 An- und Abreise

Mehr als die Hälfte (52 %) derjenigen, die die An- und Abreise als „zu voll“ wahrgenommen haben, hatten sich vor der Abreise über die Verkehrssituation auf allgemeinen Seiten im Internet informiert. Unter den Flugreisenden in dieser Gruppe steigt der Anteil auf 58 %. Personen. Jeweils gut ein Viertel (26 %) haben Internetinformationen über Verkehrshinweise oder bei Flughäfen, Fluggesellschaften oder bei der Bahn eingeholt.

Abbildung 10: Information über Crowding



Quelle: FUR

3.1.6.2 Weitere Situationen

In den weiteren Situationen, für die Informationsquellen erhoben wurden, dominieren die Online-Informationen, an erster Stelle stehen Suchmaschinen bzw. allgemeine Seiten im Internet. Das gilt sowohl für die Urlaubs- und Kurzurlaubsreisenden insgesamt (Tabelle 33), als auch – und in verstärktem Maße – bei den „Betroffenen“, also Urlaubern, die darüber berichten, dass sie eine solche Situation als „zu voll“ erlebt haben (Tabelle 34). In der letzten Gruppe der

„Betroffenen“ sind die Informationsraten in der Regel etwas höher als in der Gesamtgruppe (Ausnahme: beim Essengehen vor Ort). In der Gruppe der „Betroffenen“ fällt auf, dass bei den Outdooraktivitäten (Strand und See, Wandern und Radfahren) der Anteil derjenigen, die sich nicht informiert haben, deutlich geringer ist als in den anderen untersuchten Situationen.

Tabelle 33: Informationsquellen zum Crowding (alle Urlaubs-/Kurzurlaubsreisenden)

Urlaubsreisende/Kurzurlaubsreisende	Einkaufen vor Ort	Besucher der Innenstadt	Essen-gehen vor Ort	Am Strand oder Badensee	Beim Wandern oder Radfahren
Ja, auf allgemeinen Seiten im Internet, z. B. bei Suchmaschinen	16	16	16	16	16
Ja, im Internet bei auf der Website/App des Ortes/Reiseziels (Essengehen: Restaurants)	12	12	14	13	11
Ja, im Internet auf Bewertungs- und Empfehlungsplattformen	13	13	12	12	11
Ja, im Radio oder Fernsehen	8	8	n.e.	n.e.	n.e.
Ja, per Telefon	n.e.	n.e.	8	n.e.	n.e.
Ja, im Internet auf Websites/Apps für Tourenplanung	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	7
Ja, durch die Zeitung oder Reiseführer	6	6	7	8	6
Ja, durch Gespräche mit Freunden oder Verwandten	7	7	8	9	6
Ja, auf einem anderen Weg	4	4	4	5	4
Nein, habe mich nicht informiert	52	52	52	47	47
Situation nicht erlebt	9	9	5	14	16

Basis: Urlaubsreisende/Kurzurlaubsreisende in der deutschsprachigen Bevölkerung, 14 –75 Jahre, n = 1.635; Quelle: Reiseanalyse 5/2022 online, Angaben in Prozent, n.e. = nicht erfasst

Tabelle 34: Informationsquellen zum Crowding (alle Urlaubs-/Kurzurlaubsreisenden)

„Betroffene“ Urlaubsreisende/Kurzurlaubsreisende	Einkaufen vor Ort	Besucher der Innen- stadt	Essen- gehen vor Ort	Am Strand oder Badesee	Beim Wandern oder Rad- fahren
Ja, auf allgemeinen Seiten im Internet, z. B. bei Suchmaschinen	19	19	12	28	36
Ja, im Internet bei auf der Website/App des Ortes/Reiseziels (Essengehen: Restaurants)	14	14	13	25	29
Ja, im Internet auf Bewertungs- und Empfehlungsplattformen	23	23	8	25	31
Ja, im Radio oder Fernsehen	9	9	n.e.	n.e.	n.e.
Ja, per Telefon	n.e.	n.e.	6	n.e.	n.e.
Ja, im Internet auf Websites/Apps für Tourenplanung	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	21
Ja, durch die Zeitung oder Reiseführer	14	14	3	17	24
Ja, durch Gespräche mit Freunden oder Verwandten	12	12	13	18	22
Ja, auf einem anderen Weg	7	7	7	10	8
Nein, habe mich nicht informiert	46	46	64	26	16
Situation nicht erlebt	2	2	1	3	6

Basis: „Betroffene“: Urlaubsreisende/Kurzurlaubsreisende, die über zu volle Situationen in der jeweiligen Situation berichten, Basis: Urlaubsreisende/Kurzurlaubsreisende in der deutschsprachigen Bevölkerung, 14 –75 Jahre; Quelle: Reiseanalyse 5/2022 online, Angaben in Prozent, n.e. = nicht erfasst

3.1.7 Fazit

Während des Urlaubs werden von fast der Hälfte der Urlauber (44 %) einzelne Situationen als „zu voll“ erlebt - im Ausland häufiger als in Deutschland. An der Spitze dieser als „zu voll“ erlebten Situationen steht die An- und Abreise, und hier dominiert die An- und Abreise per Flugzeug. Angesichts der im Sommer 2022 aufgetretenen Überfüllungen an deutschen Flughäfen insbesondere in den Sommerferien kann dies aber ein besonderer Effekt des „Nachholjahres“ 2022 sein. Das gilt in ähnlicher Form für die Bahn, wo das von Juni bis August geltende „9-Euro-Ticket“ im ÖPNV einen besonderen Effekt haben könnte.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass vor allem solche Situation als „zu voll“ erlebt werden, die für größere Menschenmengen vorgesehen sind: Verkehr, Innenstädte, Restaurants sind hier zu nennen. Natur- und Outdooraktivitäten sind demgegenüber deutlich weniger im Fokus, obwohl etwa beim Skifahren bei Benutzung von Skiliften und anderen Aufstiegshilfen in der Regel ebenfalls große Menschenmengen auf kleinem Raum bewegt werden.

Für die Gruppe der „Betroffenen“, also derjenigen, die bestimmte Situationen als „zu voll“ erlebt haben, ist der Anteil derjenigen, die sich vorher nicht informiert haben, relativ hoch. Dieser Anteil ist aber bei den Outdooraktivitäten geringer als beim Besuch von Innenstädten oder Restaurants.

Die genutzten Informationswege sind zahlreich und heterogen, aber Online-Informationen dominieren die Informationssuche deutlich. Vor allem allgemeine Webseiten und Suchmaschinen werden in allen untersuchten Situationen am häufigsten herangezogen.

3.2 Modul „Geschäftsreisen“

3.2.1 Hintergrund und Ziele

Geschäftsreisen tragen erheblich zum touristischen Volumen bei, bieten allerdings deutlich bessere Regulierungsmechanismen als klassische Urlaubsreisen, weshalb hier ein weiteres Schwerpunktthema des Jahres 2022 liegt. Wie bereits gezeigt wurde, hat die Nutzungsrate von CO₂-Kompensationen und Umweltkennzeichen bei Geschäftsreisen in den letzten Jahren deutlich zugenommen und liegt zudem höher als bei Urlaubsreisen. Dies ist einerseits das Resultat des zunehmenden Drucks auf die Unternehmen ihr Handeln nachhaltiger zu gestalten und ist andererseits der Erkenntnis geschuldet, dass ein nachhaltigeres Verhalten einen strategischen Vorteil darstellen kann (Ji et al., 2022; Pedersen & Gwozdz, 2014). Nichtsdestotrotz sind viele Unternehmensleitungen nach wie vor der Ansicht, dass die Auswirkungen der Geschäftsreisen ihrer Mitarbeitenden nicht in ihrer Verantwortung liegt (Cohen et al., 2018).

Aus diesen Gründen liefert die RA Business in diesem Jahr vertiefende empirische Daten, ob die Unternehmen ihren Beschäftigten Richtlinien zur nachhaltigen Gestaltung ihrer Geschäftsreisen vorgeben und welche Maßnahmen dies konkret sind. Ergänzend wird erfasst, welche Maßnahmen Geschäftsreisende selbst ergreifen.

3.2.2 Vorgabe von Nachhaltigkeitsrichtlinien in den Unternehmen

Von den 12,5 Mio. Geschäftsreisenden des Jahres 2021 gaben 30 % an, dass es in ihrem Unternehmen Richtlinien zur nachhaltigen Gestaltung der Geschäftsreisen gibt, 54 % bekommen keine Vorgaben und 16 % gaben an, es nicht zu wissen.

Das Vorhandensein von Richtlinien variiert deutlich abhängig von der Unternehmensgröße (Tabelle 35). So geben nur 9 % der Kleinstunternehmen (mit bis zu neun Beschäftigten) ihren Mitarbeitern Richtlinien vor, während es bei den kleinen bis mittelständischen Unternehmen (bis 250 Beschäftigte) schon zwischen 25 % und 32 % sind. Dieser Anteil steigt weiter an bis zu Großunternehmen mit bis zu 1.499 Beschäftigten, bei denen 45 % Richtlinien für eine nachhaltige Reisegestaltung vorgeben. Bei Unternehmen mit mehr als 1.500 Beschäftigten sinkt dieser Anteil dann wieder auf 30 %.

Einige Unterschiede sind auch abhängig von den betrachteten Branchen der Unternehmen zu sehen. Besonders positiv fallen hier die Finanz- und Immobilienbranche, IT- und Elektrotechnikbranche sowie Unternehmen, die im sozialen Bereich aktiv sind, auf. In diesen Branchen geben jeweils etwa 40 % der Unternehmen Nachhaltigkeitsrichtlinien vor. Deutlich unter dem Durchschnitt liegt der Anteil im Bereich Handel, öffentliche Verwaltung sowie der Gesundheits- und Pharmabranche, wo nur etwa 20 % der Unternehmen Richtlinien für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vorgeben.

Tabelle 35: Richtlinien für Nachhaltigkeit im Unternehmen

Anteil in %	Richtlinien für Nachhaltigkeit im Unternehmen vorhanden
Alle Befragten	30
Unternehmensgröße	
Bis 9 Beschäftigte	9
10 bis 49 Beschäftigte	25
50 bis 249 Beschäftigte	32
250 bis 499 Beschäftigte	37
500 bis 1.499 Beschäftigte	45
Mehr als 1.500 Beschäftigte	30
Branche, zusammengefasst	
Öffentliche Verwaltung	25
Handel	20
Automobil- und Maschinenbau	29
Logistik	30
Forschung	30
Tourismus	30
Verarbeitung im weitesten Sinne	29
Marketing und E-Commerce	27
Finanzen und Immobilien	36
Gesundheit und Pharma	21
Soziales	35
IT und Elektrotechnik	41
Der Rest	28

Übernachtungsgeschäftsreisende; 12,5 Mio. Personen, n=2.093; Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland 14-75 Jahre, RA Business 2022

3.2.3 Vorgegebene Nachhaltigkeitsmaßnahmen der Unternehmen

Bei den Übernachtungsgeschäftsreisenden, deren Unternehmen Richtlinien für eine nachhaltige Gestaltung von Geschäftsreisen vorgaben, wurde erhoben, welche Maßnahmen dies sind und wie streng die Vorgaben seitens des Arbeitgebers sind. Dabei erfolgte eine Unterscheidung zwischen „als Regelfall vorgesehen“, „vom Arbeitgeber erwünscht, Entscheidung ist mir freigestellt“, „vom Arbeitgeber nicht vorgegeben“ und „weiß nicht“. Abbildung 11 stellt nur die vorgesehenen und erwünschten Antwortkategorien dar.

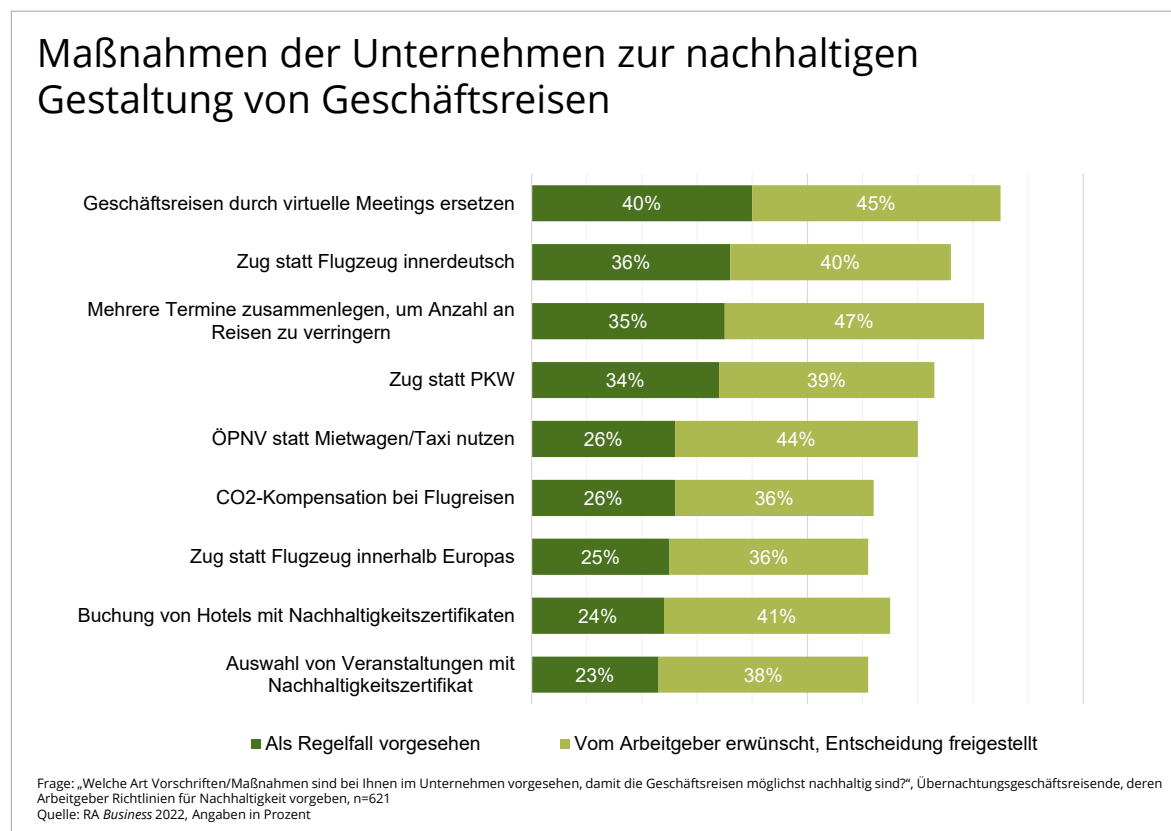
Die meistgenannten Maßnahmen zielen auf eine Reduktion des Reisevolumens. So sind die Bevorzugung virtueller Meetings und das Zusammenlegen mehrerer Termine um die Reiseanzahl zu verringern, die Maßnahmen, die von fast jedem zweiten Arbeitgeber empfohlen

werden und von 40 bzw. 35 % der Arbeitgeber als Regelfall vorgesehen sind. Die zweihäufigsten Maßnahmen streben die Bevorzugung von nachhaltigeren Verkehrsmitteln an, wie der Ersatz von Flugzeug oder PKW durch Zug bzw. durch die Nutzung vom ÖPNV.

Die CO₂-Kompensation bei Flügen und die Nutzung von Hotels oder Veranstaltungen mit Nachhaltigkeitszertifikaten regeln jeweils nur etwa ein Viertel der Unternehmen mit Maßnahmenvorgaben.

Insgesamt zeigt sich eine deutliche Diskrepanz zwischen den geregelten Vorgaben und den empfohlenen Maßnahmen, wobei bei Letzteren die finale Entscheidung beim Geschäftsreisenden selbst liegt. Somit geben die Unternehmen die Verantwortung für die finale Entscheidung gern wieder an die Geschäftsreisenden ab.

Abbildung 11: Maßnahmen der Unternehmen zur nachhaltigen Gestaltung von Geschäftsreisen



Quelle: FUR

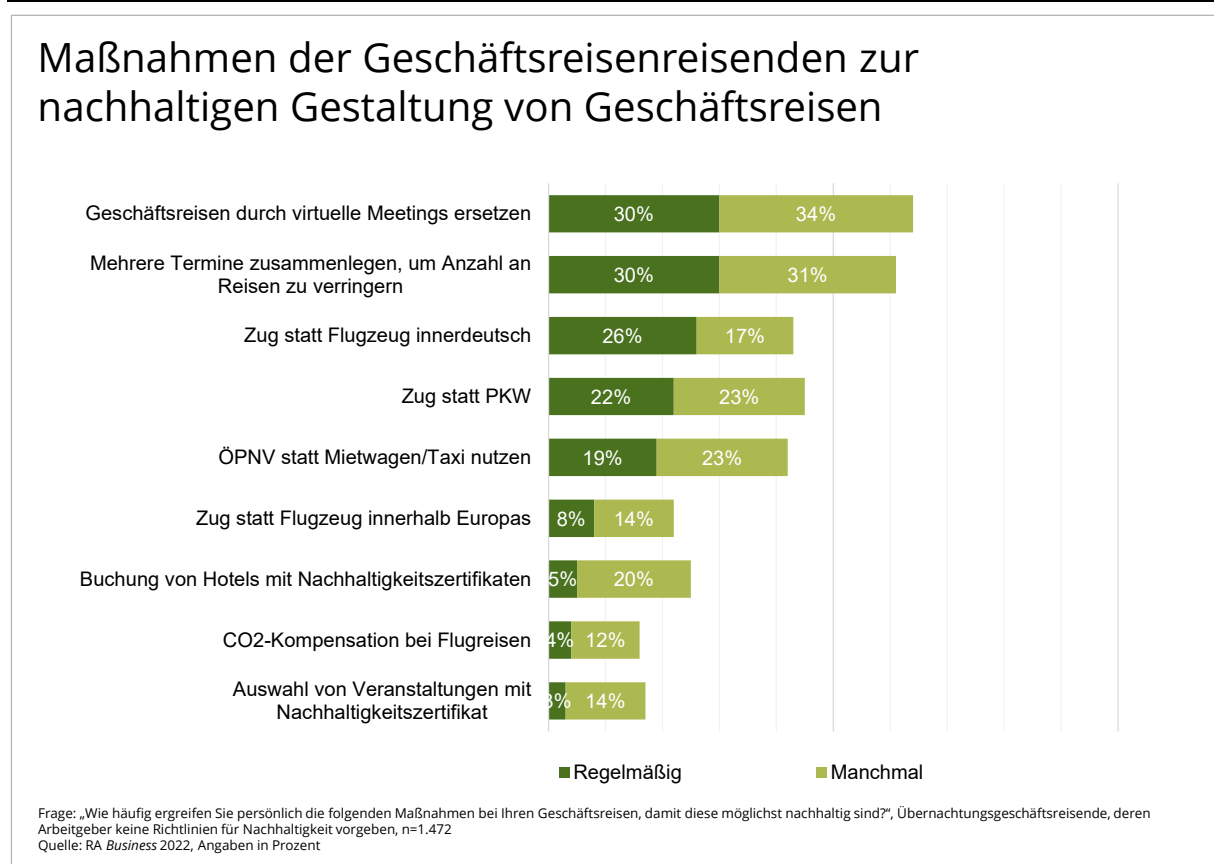
3.2.4 Persönliche Nachhaltigkeitsmaßnahmen der Geschäftsreisenden

Bei den Übernachtungsgeschäftsreisenden ohne Nachhaltigkeitsrichtlinien von Unternehmensseite wurde erhoben, inwieweit sie persönlich bestimmte Maßnahmen auf ihren Geschäftsreisen nutzen, um diese möglichst nachhaltig zu gestalten. Dabei wurde unterschieden zwischen „regelmäßig“, „manchmal“, „selten“, „nie“ und „für mich nicht relevant“.

Abbildung 12 zeigt die regelmäßigen und manchmal genutzten Maßnahmen der Geschäftsreisenden. Auch hier steht die Reduktion des Reisevolumens durch die Nutzung virtueller Meetings oder dem Zusammenlegen mehrerer Termine an erster Stelle. 30 % der Geschäftsreisenden versuchen dies regelmäßig umzusetzen. Die Nutzung alternativer Verkehrsmittel findet sich an dritter bis sechster Stelle der Maßnahmen. Hier sind es jeweils weniger als 50 % der Geschäftsreisenden, die manchmal oder regelmäßig auf das nachhaltigere

Verkehrsmittel umsteigen. Besonders selten passiert dies bei Reisen innerhalb Europas, dabei wird das Flugzeug nur von etwa jedem Fünften manchmal oder regelmäßig durch den Zug ersetzt. Zertifikate und CO₂-Kompensation spielen bei den Maßnahmen unter den Geschäftsreisenden eine deutlich kleinere Rolle als bei den Unternehmensvorgaben.

Abbildung 12: Maßnahmen der Geschäftsreisenden zur nachhaltigen Gestaltung von Geschäftsreisen



Quelle: FUR

3.2.5 Verantwortung für Nachhaltigkeit bei Geschäftsreisen

Die Hauptverantwortung für eine nachhaltige Gestaltung von Geschäftsreisen sehen die Geschäftsreisenden überwiegend beim Arbeitgeber (36 %) oder bei sich selbst (27 %), nur wenige sehen den Staat (12 %) oder die Reisebranche (12 %) in der Verantwortung (Tabelle 36).

Mit zunehmender Unternehmensgröße sehen die Geschäftsreisenden deutlich häufiger den Arbeitgeber in der Verantwortung. So geben 16 % der Geschäftsreisenden aus Kleinstunternehmen (mit bis zu neun Beschäftigten) den Arbeitgeber als hauptverantwortlich an, während 43 % der Geschäftsreisenden aus sehr großen Unternehmen mit mehr als 1.500 Beschäftigten den Arbeitgeber in der Verantwortung sehen.

Tabelle 36: Verantwortung für Nachhaltigkeit bei Geschäftsreisen (nach Unternehmensgröße)

Geschäftsreisende, Anteil in %	Alle	Anzahl der Beschäftigten			
		Bis 9	10-249	250 bis 1.499	Mehr als 1.500
Die Geschäftsreisenden, die ihr Verhalten anpassen müssen.	27	33	26	28	23
Die Arbeitgeber, die entsprechende Regelungen vorgeben müssten.	36	16	35	41	43
Der Staat, der einen entsprechenden Ordnungsrahmen mit Gesetzen oder sonstigen Vorgaben erlassen müsste.	12	8	14	12	10
Die Reisebranche, die ausreichend nachhaltige Produkte anbieten müsste.	12	18	13	10	11
Niemand	9	14	9	6	8
Weiß nicht	6	11	4	4	6

Übernachtungsgeschäftsreisende; 12,5 Mio. Personen, n=2.093; Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland 14-75 Jahre, RA Business 2022

3.2.6 Fazit

Knapp ein Drittel der Unternehmen (30 %) gibt ihren Beschäftigten Richtlinien zur nachhaltigen Reisegestaltung vor. Der Anteil an Unternehmen mit Richtlinien steigt zudem mit zunehmender Beschäftigtenzahl und ist teilweise branchenabhängig. Die Richtlinien zielen insbesondere auf die Reduktion des Reisevolumens sowie auf die Wahl eines nachhaltigeren Transportmittels. Die meisten Unternehmen entscheiden sich hier eher für „weiche“ Vorgaben in Form von Empfehlungen, der Anteil an „harten“ und somit fest geregelten Vorgaben ist deutlich kleiner.

Bei den persönlichen Maßnahmen der Geschäftsreisenden zeigen sich ähnliche Prioritäten, allerdings spielt hier die Reduktion des Reisevolumens eine größere Rolle und CO₂-Kompensation oder Nutzung von Umweltkennzeichen eine geringere Rolle als bei den Unternehmensvorgaben.

Die Geschäftsreisenden sehen die Hauptverantwortung für eine nachhaltige Reisegestaltung zumeist beim Arbeitgeber und an zweiter Stelle bei sich selbst, nur wenige sehen den Staat oder die Reisebranche in der Verantwortung. Auch hier sehen die Geschäftsreisenden den Arbeitgeber mit zunehmender Unternehmensgröße vermehrt in der Verantwortung feste Vorgaben zu machen. Diese Ansicht entspricht dem zunehmenden Anteil an Vorgaben mit zunehmender Unternehmensgröße.

Insgesamt zeigt sich, dass die Arbeitgeber, selbst wenn Richtlinien zur nachhaltigen Reisegestaltung vorgegeben sind, nach wie vor häufig die Verantwortung abgeben. Da der größere Teil der Vorgaben eher als Empfehlung und weniger als Regel zu sehen ist, liegt die finale Ausgestaltung der Reisen dann doch bei den Geschäftsreisenden.

3.3 Modul „Mobilität“

3.3.1 Hintergrund und Ziel

Mobilität im Tourismus ist ein zentrales Thema für die Entwicklung von Nachhaltigkeit im Tourismus. Dies gilt sowohl mit Blick auf die mit dem Verkehr verbundenen Klimagasemissionen als auch in Bezug auf die Störwirkung von Verkehr in Natur und

Siedlungsräumen (z. B. durch Lärm und Abgase) und die Raumannsprüche von Verkehrswegen und Fahrzeugen. Mobilität für Freizeit (inklusive Tourismus) machte 2017 rund 28 % des Verkehrsaufkommens und 34 % der Verkehrsleistung der deutschen Bevölkerung aus (BMDV, 2018) und macht damit einen bedeutenden Anteil der Mobilität der Bevölkerung insgesamt aus. Differenzierteres Wissen über Hintergründe und Zusammenhänge in der Verkehrsmittelwahl von Reisenden kann bei der Identifikation geeigneter Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit beim Reisen helfen.

Mobilität wurde als Vertiefungsthema des Jahres 2023 ausgewählt, um insbesondere:

- ▶ Urlaubsmobilität detailliert zu erfassen (hauptsächliches Verkehrsmittel zur An- und Abreise sowie zusätzliche Verkehrsmittel für die An- und Abreise, Mobilität vor Ort)
- ▶ Zusammenhänge von Alltagsmobilität und Urlaubsmobilität genauer zu untersuchen
- ▶ Spezifische aktuelle Fragestellungen empirisch zu beleuchten
- ▶ Nutzung des 9-Euro-Tickets bei Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen
- ▶ Dienstwagenprivileg

In der Reiseanalyse 2023 face-to-face wurde dazu eine zusätzliche Frage zur Gesamtmobilität gestellt, um die Häufigkeit der Nutzung von bestimmten Verkehrsmitteln insgesamt, also unabhängig von Urlaubsreisen, zu erheben.

Erhebungsfrage zur Gesamtmobilität

RA *face-to-face*: Wie oft nutzen Sie in der Regel die folgenden Verkehrsmittel? Bitte denken Sie dabei an alle Fahrten, also Fahrten zur Schule oder zur Arbeit, zu alltäglichen Geschäften, bei Besuchen, aber auch Dienstreisen, Urlaubsreisen und andere private Reisen.

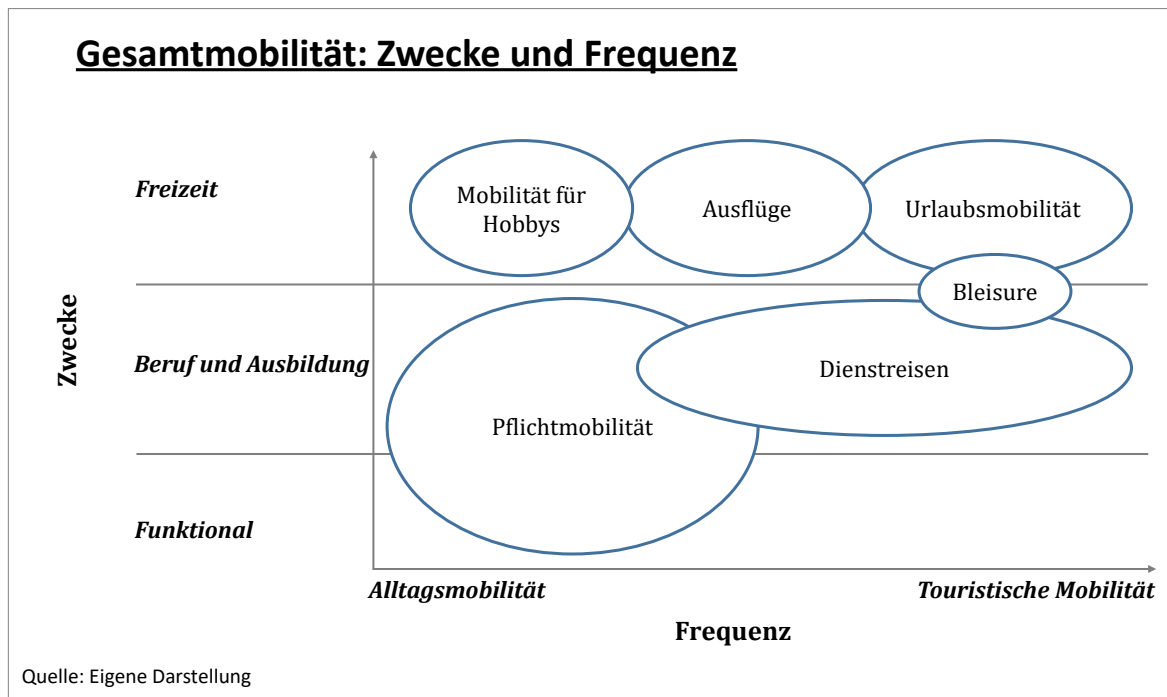
Bitte geben Sie an, wie häufig Sie in der Regel folgende Verkehrsmittel benutzen:

<i>Verkehrsmittel</i>	▶ Flugzeug
▶ Auto	<i>Antwortoptionen</i>
▶ Fahrrad	1. täglich bzw. fast täglich
▶ Bus oder die Bahn im	2. an 1-3 Tagen pro Woche
▶ Regionalverkehr	3. an 1-3 Tagen pro Monat
▶ Bus oder die Bahn im	4. an 5-10 Tagen pro Jahr
▶ Fernverkehr	5. seltener als 5 Tage im Jahr
	6. nie bzw. fast nie

3.3.2 Definitionen der Mobilitätskategorien

Abbildung 13 stellt die in diesem Bericht beschriebenen Kategorien der Gesamtmobilität nach verschiedenen Wegezwecken und nach Frequenz, also Nutzungshäufigkeit, dar. Die Wegezwecke zur Mobilität teilen sich in die drei Bereiche Funktionales, Freizeit, Beruf und Ausbildung auf. Die Frequenz stellt sich auf einem Spektrum zwischen häufiger, regelmäßiger und gewohnter Alltagsmobilität gegenüber der seltenen, unregelmäßigen und ungewohnten touristischen Mobilität dar (Eurostat, 2014).

Abbildung 13: Kategorien der Gesamtmobilität nach Zweck und Frequenz



Quelle: Eigene Darstellung, FUR

Die funktionale Mobilität (für Einkäufe, private Erledigungen, Bringen oder Holen von Personen) sowie Mobilität für Beruf und Ausbildung (zum Erreichen der Arbeitsstätte/Schule) mit hoher Frequenz im Alltag lassen sich unter der Kategorie Pflichtmobilität zusammenfassen (BMDV, 2018). Vergleichsweise häufige Mobilität zu Freizeitzwecken (für Spaziergänge, Hobbys, oder gewohnte Ausflüge) gehört hinsichtlich der Frequenz zur Alltagsmobilität, grenzt sich dabei hinsichtlich des Wegezweckes von der Pflichtmobilität ab.

Touristische Mobilität findet sowohl für Freizeitzwecke (für ungewohnte Ausflüge und Urlaubsreisen) als auch für den Zweck von Beruf und Ausbildung (bei Dienstreisen und Bleisure⁵) statt. Die konkreten Wegezwecke für die Urlaubsmobilität betreffen dabei die Anreise zum Urlaubsort, die Rückreise zum eigenen Wohnort und auch die Mobilität vor Ort (Ausflüge und andere Freizeitaktivitäten, Restaurant-/Cafébesuche, Einkauf von Lebensmitteln usw.).

Die Antwortmöglichkeiten bei der Erhebungsfrage zur Gesamtmobilität in der RA 2023 face-to-face wurde nach der Frequenz der Mobilität skaliert. Die Nutzungshäufigkeit der Verkehrsmittel gibt Aufschluss, welche Verkehrsmittel für die regelmäßige und gewohnte Alltagsmobilität und für die unregelmäßige oder ungewöhnliche touristische Mobilität

⁵ "Bleisure" ist ein Begriff, der aus den Wörtern "Business" (Geschäft) und "Leisure" (Freizeit) zusammengesetzt ist. Er beschreibt die Praxis, geschäftliche Reisen mit Freizeitaktivitäten zu kombinieren. In anderen Worten geht es darum, bei einer Dienstreise auch Zeit für persönliche Vergnügungen und Erholung einzuplanen.

gewählt werden. In den folgenden Auswertungen wird Alltagsmobilität als "mindestens wöchentlich" (Code 1-2) definiert, die touristische Mobilität durch Antwortmöglichkeiten zur selteneren Nutzung (Code 3-6).

3.3.3 Ergebnisüberblick Gesamtmobilität

Tabelle 37 zeigt die Nutzungshäufigkeit der abgefragten Verkehrsmittel insgesamt, also wie häufig die Verkehrsmittel in der Regel für Fahrten zur Schule, zur Arbeit, zu alltäglichen Geschäften, für Besuche, Geschäfts-/Dienst- oder Urlaubsreisen genutzt werden.

Tabelle 37: Nutzungshäufigkeit von Verkehrsmitteln allgemein

	Auto		Fahrrad		Bus/Bahn im Regionalverkehr		Bus/Bahn im Fernverkehr		Flugzeug	
	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.
täglich bzw. fast täglich	57	40,0	9	6,5	10	7,0	0	0,2	<1	-
An 1-3 Tagen die Woche	24	17,2	16	11,1	9	6,1	1	0,4	<1	0,1
An 1-3 Tagen pro Monat	8	5,4	18	12,6	9	6,3	2	1,6	<1	0,2
An 5-10 Tagen pro Jahr	2	1,5	10	7,3	10	6,8	7	5,1	4	2,9
Seltener als 5 Tage im Jahr	2	1,4	11	7,7	23	16,5	35	24,5	41	28,7
nie bzw. fast nie	7	4,9	36	25,1	39	27,6	55	38,6	55	38,5

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2023 *face-to-face*

Das Auto wird von den abgefragten Verkehrsmitteln insgesamt am häufigsten genutzt. 57 % der Befragten, hochgerechnet 40 Mio. Personen, nutzen das Auto täglich oder fast täglich. Insgesamt 81 %, (57,2 Mio. Menschen), nutzen das Auto mindestens einmal in der Woche. Nur sporadisch, an höchstens zehn Tagen im Jahr, wird das Auto von 11 % genutzt, und 7 % geben an, das Auto nie oder fast nie zu nutzen. Das entspricht knapp 5 Millionen Personen.

Das Fahrrad wird im Schnitt zwar deutlich seltener genutzt als das Auto, ist aber für einen bedeutenden Teil der Bevölkerung ein wichtiges Verkehrsmittel. Ein Viertel nutzt das Fahrrad mindestens einmal in der Woche für alltägliche Fahrten. Der Anteil der Personen, die das Rad an höchstens zehn Tagen im Jahr nutzen, überwiegt mit 57 % (40,1 Mio. Personen).

Den Regionalverkehr nutzen 19 % (13,1 Mio. Personen) mindestens einmal die Woche, davon 7 Millionen täglich bzw. fast täglich. Der überwiegende Großteil der Menschen (72 % bzw. 50,9 Mio.) fährt nur an wenigen Tagen im Jahr mit dem regionalen öffentlichen Personennahverkehr.

Strecken im Fernverkehr werden vergleichsweise selten unternommen. 3 % der Befragten, rund 2,2 Millionen Menschen, nutzen mindestens einmal im Monat einen Bus oder die Bahn auf der Fernstrecke. 42 % nutzen den Fernverkehr nur selten, die übrigen 55 % bzw. 38,6 Mio. nutzen Bus oder Bahn so gut wie nie für weite Strecken.

Mit dem Flugzeug sind rund 300.000 Menschen mindestens einmal im Monat unterwegs. 2,9 Mio. Personen fliegen an fünf bis zehn Tagen im Jahr, 28,7 Millionen seltener als fünf Tage im Jahr, und 38,5 Mio. Personen nutzen das Flugzeug nie oder fast nie. Der Anteil der Personen, die das Flugzeug so gut wie nie nutzen, liegt mit 55 % auf demselben Wert wie beim Fernverkehr.

Der Überblick der Ergebnisse der Nutzungshäufigkeit der Verkehrsmittel zeigt ein erwartungsgemäßes Bild. Das Auto ist das Hauptverkehrsmittel der deutschen Bevölkerung und bringt die meisten Menschen regelmäßig von A nach B. Auch das Fahrrad wird von vielen häufig genutzt, wobei die Nutzung hier nicht nur die notwendige Pflichtmobilität zur Arbeit oder zu Geschäften, sondern auch Freizeitsport beinhaltet. Der Regionalverkehr ist für einen kleineren Anteil der Bevölkerung ein alltägliches Verkehrsmittel. Der Fernverkehr und das Flugzeug werden von einer Minderheit der Bevölkerung und von dieser nur an wenigen Tagen im Jahr genutzt.

3.3.4 Ergebnis nach Personenmerkmalen

Die Häufigkeit der Nutzung von Verkehrsmitteln unterscheidet sich stark je nach soziodemographischen Hintergründen (Tabelle 38). Zum einen hat das Alter einen Einfluss darauf, welche und wie viele Verkehrsmittel für die Alltagsmobilität genutzt werden. Für die Auswertung nach Personenmerkmalen wurde eine andere Einteilung der Altersgruppen ausgewählt als zuvor in diesem Bericht, da man in Deutschland ab 17 Jahren mit dem Führerschein beginnen kann und dadurch die Nutzungsmöglichkeiten von Verkehrsmitteln beeinflusst sind. Zusätzlich wird bei Minderjährigen die Entscheidung zur Verkehrsmittelwahl häufiger von den Eltern getroffen, sodass die Verkehrsmittelwahl einer anderen Qualität entspricht.

Tabelle 38: Nutzungshäufigkeit von Verkehrsmitteln nach Personenmerkmalen

	Bev.	Altersgruppen			Haushaltsnettoeinkommen (in EUR)			pol. Wohnortgröße (Einwohnerzahl)			Haushaltsstruktur: Kinder bis 13 J. im Haushalt	
		14-16	17-59	60 und älter	Bis 2.499	2.500 -3.999	4.000 +	bis 4.999	5.000 - 99.999	100.000 +	ja	nein
Basis (in Mio.)	70,6	1,7	45,9	23,0	26,3	26,1	18,2	9,76	38,34	22,49	13,4	57,2
Auto												
(fast) täglich	57	6	68	38	38	66	71	64	60	49	72	53
1-3 Tage/Woche	24	54	17	36	28	24	21	24	26	22	19	26

	Bev.	Altersgruppen			Haushaltsnettoeinkommen (in EUR)			pol. Wohnortgröße (Einwohnerzahl)			Haushaltsstruktur: Kinder bis 13 J. im Haushalt	
1-3 Tage/Monat	8	13	6	11	13	5	4	6	6	11	4	9
5-10 Tage/Jahr	2	2	2	3	4	1	1	1	1	4	1	2
seltener als 5 Tage/Jahr	2	1	2	3	5	1	<1	1	1	4	1	2
(fast) nie	7	23	5	10	14	4	2	4	6	10	4	8
Fahrrad												
(fast) täglich	9	40	9	7	11	8	9	8	10	9	8	10
1-3 Tage/Woche	16	27	16	14	13	15	21	12	18	13	14	16
1-3 Tage/Monat	18	16	20	13	13	18	24	17	18	19	23	17
5-10 Tage/Jahr	10	8	13	5	6	13	13	10	10	11	16	9
seltener als 5 Tage/Jahr	11	5	12	9	9	13	11	13	10	12	13	11
(fast) nie	36	7	29	52	47	33	23	40	34	36	26	38
Bus/Bahn im Regionalverkehr												
(fast) täglich	10	56	11	4	11	9	10	5	7	18	9	10
1-3 Tage/Woche	9	11	7	11	13	6	7	4	6	14	6	9
1-3 Tage/Monat	9	10	8	11	13	6	8	7	8	11	7	9
5-10 Tage/Jahr	10	5	9	11	9	10	11	6	11	9	10	10
seltener als 5 Tage/Jahr	23	8	24	24	21	25	24	25	26	19	23	24
(fast) nie	39	10	41	38	34	44	40	53	42	28	46	38
Bus/Bahn im Fernverkehr												
(fast) täglich	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	1	<1	<1	<1	<1
1-3 Tage/Woche	1	<1	1	1	1	<1	1	1	<1	1	<1	1
1-3 Tage/Monat	2	5	3	1	2	2	4	2	2	4	2	2
5-10 Tage/Jahr	7	9	7	7	8	5	9	7	6	9	5	8
seltener als 5 Tage/Jahr	35	36	34	37	38	31	37	27	36	36	30	36

	Bev.	Altersgruppen			Haushaltsnettoeinkommen (in EUR)			pol. Wohnortgröße (Einwohnerzahl)			Haushaltsstruktur: Kinder bis 13 J. im Haushalt	
(fast) nie	55	51	55	54	51	62	50	63	55	50	62	53
Flugzeug												
(fast) täglich	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1
1-3 Tage/Woche	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1
1-3 Tage/Monat	<1	<1	<1	<1	<1	<1	1	<1	<1	<1	<1	<1
an 5-10 Tage/Jahr	4	<1	5	3	3	3	7	6	4	4	3	4
seltener als 5 Tage/Jahr	41	47	47	28	28	46	51	32	38	49	41	41
(fast) nie	55	53	48	68	68	51	41	61	58	47	56	54

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2023 *face-to-face*
Angaben in Prozent.

Jüngere Menschen zwischen 14 und 16 Jahren nutzen das Fahrrad und den Regionalverkehr deutlich häufiger als ältere Menschen. Das Auto wird vergleichsweise selten täglich genutzt, dennoch von insgesamt 60 % mindestens wöchentlich (als Mitfahrende). Personen zwischen 17 und 59 nutzen das Auto am allerhäufigsten, 68 % geben an, es täglich bzw. fast täglich zu nutzen. Diese Gruppe zeigt die insgesamt vielfältigste Nutzung von verschiedenen Verkehrsmitteln, also die höchste Multimodalität. Von älteren Personen ab 60 Jahren werden insgesamt am wenigsten Verkehrsmittel zur Alltagsmobilität genutzt.

Vor allem in ländlichen Regionen ist die Verkehrsmittelnutzung für alltägliche Wegezwecke hauptsächlich auf das Auto beschränkt. 88 % der Personen aus Wohnorten mit unter 5.000 Einwohnern nutzen das Auto wöchentlich, das Fahrrad wird von 20 % wöchentlich genutzt und der Regionalverkehr nur von 9 %. Im Gegensatz dazu ist bei Personen aus Großstädten im Alltag eine höhere Multimodalität zu beobachten. In Städten mit mehr als 100.000 Einwohnern wird das Auto von 71 %, das Fahrrad von 22 % und der Regionalverkehr von 32 % wöchentlich genutzt. Die Wohnortgröße (und damit in der Regel auch die Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln) hat also einen erheblichen Einfluss auf die Alltagsmobilität von Personen.

Ein zusätzlicher Vergleich des Mobilitätsverhaltens nach Geschlechtern zeigt deutliche Unterschiede in der Verkehrsmittelnutzung. Männer nutzen das Auto häufiger mindestens einmal in der Woche (84 %) als Frauen (78 %). Seltener als Frauen nutzen Männer das Fahrrad und Bus oder Bahn im Regionalverkehr. 26 % der Frauen fahren wöchentlich mit dem Fahrrad und 22 % nutzen wöchentlich den öffentlichen Regionalverkehr, bei Männern sind es 24 % die wöchentlich das Rad und 15 % die wöchentlich den Regionalverkehr nutzen. Den geschlechtsspezifischen Unterschieden bei der Verkehrsmittelnutzung liegen vermutlich andere Merkmale (wie Berufstätigkeit) zugrunde, die mit der geforderten Pflichtmobilität zusammenhängen.

Die Ergebnisse zeigen insgesamt, dass der Modal Split, also die Verkehrsmittelwahl bei der Alltagsmobilität, besonders stark von der Lebensphase und der damit verbundenen Pflichtmobilität sowie von der Wohnortstruktur der Menschen und damit der Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln abhängt.

3.3.5 Zusammenhänge zwischen Alltags- und Urlaubsmobilität

Für die Analyse von Zusammenhängen zwischen Alltags- und Urlaubsmobilität wurden verschiedene Modalitätsgruppen betrachtet. Modalitätsgruppen sind Gruppen von Personen, die sich nach der Art und Anzahl der häufig genutzten Verkehrsmittel definieren. Dafür wurden zum einen Gruppen gebildet, bei denen sich die tägliche Nutzung auf ein Verkehrsmittel beschränkt. „Monomodal Auto-Nutzende“ sind hierbei beispielsweise Personen, die nur mit dem Auto täglich bzw. fast täglich unterwegs sind, aber keines der anderen Verkehrsmittel so häufig nutzen. Das gleiche Prinzip wurde auch für „monomodal Fahrrad-Nutzende“ und „monomodal Bus-/Bahn-Nutzende“ (Regionalverkehr) angewandt. Insgesamt 70 % der Bevölkerung ab 14 Jahren lassen sich einer dieser drei Gruppen zuordnen. Zum anderen werden multimodale Personen betrachtet, die sich durch eine mindestens wöchentliche Nutzung jedes der Verkehrsmittel Auto, Fahrrad oder Bus/Bahn (Regionalverkehr) definieren. Diese Gruppe macht rund 3 % der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren aus.

Durch die Auswahl dieser Extremgruppen können Unterschiede oder Zusammenhänge zwischen Alltagsmobilität und touristischer Mobilität besser sichtbar gemacht werden (Kerlinger, 1974). Es zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Modalitätsgruppen hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl für An- und Abreise bei Urlaubsreisen.

Im Jahr 2022 haben 48 % aller Personen, die mindestens eine Urlaubsreise ab fünf Tagen Dauer gemacht haben, bei mindestens einer dieser Urlaubsreisen das Auto als Hauptverkehrsmittel genutzt (Tabelle 39). Weitere 6 % waren mit der Bahn unterwegs und 5 % sind bei mindestens einer Urlaubsreise mit dem Bus gereist.

Auch bei den monomodal Auto-Nutzenden teilen sich die Urlaubsreisen zu fast gleichen Anteilen auf das Auto (50 %) und das Flugzeug (51 %) auf. Beide Anteile liegen leicht über den Werten für alle Urlaubsreisenden. Deutlich seltener im Vergleich zu allen Urlaubsreisenden fährt diese Personengruppe mit Bahn oder Bus in den Urlaub.

Tabelle 39: Hauptverkehrsmittel bei Urlaubsreisen 2022 nach Modalitätsgruppen

	Alltagsmobilität									
	Alle Urlaubs-Reisen-den		Mono-modal Auto-Nutzende		Mono-modal Fahrrad-Nutzende		Monomodal Bus-/Bahn-Nutzende (Regionalverkehr)		Multimodale Verkehrsmittel-Nutzende	
Basis	53,1 Mio.		32,7 Mio.		3,5 Mio.		4,1 Mio.		1,0 Mio.	
	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.

	Alltagsmobilität									
Auto	48	25,5	50	16,3	50	1,8	29	1,2	59	1,0
Darin: Wohnmobil/ Kleinbus	3	1,4	3	0,8	4	0,1	1	0,1	1	<0,1
Darin: PKW mit Wohnwagen	2	1,0	2	0,6	3	0,1	1	0	1	<0,1
Flugzeug	47	24,7	51	16,6	35	1,2	53	2,2	45	0,8
Bahn	6	3,1	2	0,7	9	0,3	17	0,7	9	0,1
Bus	5	2,6	2	0,8	10	0,4	7	0,3	2	<0,1
Schiff	2	1,1	2	0,6	2	0,1	2	0,1	4	<0,1
Sonstiges	1	0,3	1	0,2	2	0,1	-	-	-	-

Basis: Urlaubsreisende 2022 der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2023 *face-to-face*
Werte addieren sich nicht zu 100%, da Personen mehrere Urlaubsreisen im Jahr unternommen haben.

Monomodal Fahrrad-Nutzende fliegen deutlich seltener in den Urlaub (35 %) als die monomodalen Nutzer anderer Verkehrsmittel. Sie sind ähnlich häufig wie der Durchschnitt aller Urlaubsreisenden mit dem Auto im Urlaub (50 %), und etwas häufiger mit Bahn (9 %) und Bus (10 %) unterwegs. Im Vergleich zu den anderen Gruppen sind die Fahrrad-Nutzenden am häufigsten mit dem Bus in den Urlaub gefahren.

Personen, die hauptsächlich mit Bus oder Bahn im Alltag mobil sind, nutzen die Bahn zu 17 % bei einer ihrer Urlaubsreisen zur An- und Abreise und damit deutlich häufiger als andere Personengruppen. Auch den Bus nutzen sie etwas häufiger (7 %) verglichen mit allen Reisenden.

Multimodale Personen, also jene, die mindestens wöchentlich sowohl mit dem Auto als auch mit Fahrrad und mit Bus/Bahn in Regionalverkehr unterwegs sind, fahren deutlich häufiger mit dem Auto in den Urlaub (59 %) im Vergleich zu allen Urlaubsreisenden und etwas häufiger mit der Bahn (9 %) oder mit dem Schiff (4 %).

Aus diesen Ergebnissen lässt sich ein Zwischenzusammenfassung ziehen: Die Unterschiede zwischen den Modalitätsgruppen hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl für An- und Abreise bei Urlaubsreisen lassen einen leichten Zusammenhang zwischen der Alltagsmobilität und der Urlaubsmobilität erkennen: Wer im Alltag häufig nachhaltige Verkehrsmittel wie den Regionalverkehr nutzt, wählt auch im Urlaub eher nachhaltigere Mobilitätsformen wie Bahn und Bus sowohl für An- und Abreise als auch am Urlaubsort und seltener das Auto. Wer im Alltag sogar häufig CO₂-sparend mit dem Fahrrad unterwegs ist, nimmt zudem seltener das Flugzeug, um das Urlaubsziel zu erreichen und nutzt dafür stattdessen ebenfalls häufiger Bahn oder Bus.

Noch enger zeigt sich der Zusammenhang zwischen Alltags- und Urlaubsmobilität bei der Betrachtung der in der Urlaubsdestination genutzten Verkehrsmittel bei der

Haupturlaubsreise je nach den verschiedenen Modalitätsgruppen im Alltag (Tabelle 40). In der Reiseanalyse 2023 wurde dazu eine zusätzliche Frage zur Mobilität in der Urlaubsdestination gestellt.

Erhebungsfrage zu vor Ort genutzten Verkehrsmitteln:

RA 2023 *face-to-face*: Kommen wir noch einmal auf Ihre Haupturlaubsreise nach [...] zurück. Sie hatten ja gesagt, dass Sie hauptsächlich mit [...] angereist sind. Welche dieser Fortbewegungsmittel haben Sie vor Ort genutzt? (Mehrfachnennungen möglich)

- | | |
|---|---|
| 1. Flugzeug | 12. Shuttle-Service, Transferbus (z. B. vom/zum Bahnhof, Flughafen) |
| 2. Eigener PKW (inkl. Wohnmobil) | 13. Taxi |
| 3. Mietwagen (inkl. CarSharing) | 14. E-Scooter |
| 4. Motorrad | 15. Fähre |
| 5. Fahrrad | 16. Ausflugsschiff |
| 6. E-Bike/Pedelec | 17. Seilbahn, Bergbahn |
| 7. Bahn-Fernverkehr | 18. Die eigenen Füße (weiter als bis zum Auto oder zur Haltestelle) |
| 8. Regionalbahn, S-Bahn, Straßenbahn, U-Bahn o.ä. | 19. Anderes nicht-motorisiertes Fortbewegungsmittel |
| 9. Linienbus (regional oder innerörtlich) | 20. Anderes motorisiertes Fortbewegungsmittel |
| 10. Fernlinienbus | 21. Keines davon |
| 11. Reisebus (kein Linienbus) | |

Tabelle 40: Vor Ort genutzte Verkehrsmittel bei der Haupturlaubsreise 2022 nach Modalitätsgruppen

	Alltagsmobilität									
	Alle Urlaubsreisenden		Monomodal Auto-Nutzende		Monomodal Fahrrad-Nutzende		Monomodal Bus-/Bahn-Nutzende (Regionalverkehr)		Multimodale Verkehrsmittel-Nutzende	
Basis	53,1 Mio.		32,7 Mio.		3,5 Mio.		4,1 Mio.		1,0 Mio.	
	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.
Bei der Haupturlaubsreise vor Ort genutzt (Mfn.)										
Die eigenen Füße	70	37,4	71	23,1	60	2,1	78	3,2	69	1,2
Eigener PKW (inkl. Wohnmobil)	36	18,8	37	12,2	31	1,1	21	0,9	43	0,7
Taxi	23	12,1	25	8,1	11	0,4	26	1,1	18	0,3
Linienbus (regional/innerörtlich)	16	8,4	13	4,1	16	0,6	28	1,2	30	0,5
Ausflugsschiff	16	8,3	16	5,2	9	0,3	15	0,6	18	0,3
Fahrrad	14	7,2	12	3,8	30	1,1	18	0,8	20	0,3
Mietwagen	14	7,2	16	5,2	10	0,4	12	0,5	16	0,3
Reisebus	9	4,9	9	2,8	4	0,1	9	0,4	3	0,1
Shuttle-Service, Transferbus	8	4,4	9	2,9	7	0,2	7	0,3	6	0,1
Regionalbahn	7	3,7	5	1,6	11	0,4	14	0,6	13	0,2
Nichts davon/keine Angabe	4	2,1	3	1,1	5	0,2	5	0,2	4	<0,1
Durchschnittliche Anzahl	2,5		2,4		2,3		2,7		2,8	

Basis: Urlaubsreisende 2022 der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2023 *face-to-face*
Dargestellt ist die Top 10-Auswahl, Ranking nach „alle Urlaubsreisenden“

Die meisten Reisenden geben an, bei der Haupturlaubsreise 2022 zu Fuß unterwegs gewesen zu sein (70 %). Darauf folgt mit großem Abstand das Automobil, genauer der eigene PKW (36 %) und das Taxi (23 %). Linienbusse und Ausflugsschiffe wurden jeweils bei 16 % der Haupturlaubsreisen 2022 genutzt, Fahrrad und Mietwagen bei jeweils 14 %.

Bei der Haupturlaubsreise 2022 haben monomodale Autonutzende in der Urlaubsdestination verschiedene Angebote zur Nutzung von PKWs etwas häufiger genutzt als der Durchschnitt der Reisenden. Sie waren um jeweils zwei Prozentpunkte häufiger mit dem eigenen PKW (37 %), dem Taxi (25 %) oder dem Mietwagen (16 %) vor Ort mobil. Dabei haben sie insgesamt seltener den öffentlichen Nahverkehr wie Busse oder Regionalbahnen genutzt.

Die monomodal Fahrradnutzenden gingen im Urlaub 2022 vor Ort weniger zu Fuß im Vergleich zu allen Urlaubsreisenden. Stattdessen waren sie doppelt so häufig mit dem Fahrrad unterwegs (30 %). Sie waren auch deutlich seltener individual motorisiert und haben weniger häufig den eigenen PKW (31 %), das Taxi (11 %) oder Mietwagen (10 %) genutzt.

Bei den monomodal Bus-/Bahn-Nutzenden war die Nutzung des eigenen PKWs seltener als bei allen Urlaubsreisenden (21 %). So wie im Alltag waren sie auch im Urlaub 2022 deutlich häufiger mit dem öffentlichen Nahverkehr unterwegs als der Durchschnitt.

Die im Alltag Multimodalen zeichnen sich auch bei ihren Urlaubsreisen durch eine vielfältige Nutzung von Verkehrsmitteln aus. Bei ihrer Haupturlaubsreise im Jahr 2022 nutzten sie mit einem Durchschnitt von 2,8 die meisten verschiedenen Verkehrsmittel im Gruppenvergleich.

Bei dieser Betrachtung zeigt sich recht eindeutig, dass Personen dazu tendieren, das Muster ihrer Verkehrsmittelnutzung im Alltag auch auf die Verkehrsmittelwahl vor Ort im Urlaub anzuwenden.

In der Umkehr wäre auch denkbar, dass bestimmte Aspekte des Reiseverhaltens auch einen Einfluss auf den Modal Split im Alltag haben. Dazu wurde genauer untersucht, ob Personen mit Vorliebe für Camping-Urlaube, die sich für ihre Urlaubsreisen ein Wohnmobil oder einen Kleinbus kaufen, diesen auch im Alltag für Wege zur Arbeit oder zum Einkaufen nutzen, oder generell eher eine Vorliebe für motorisierten Individualverkehr haben. Die Auswertung zur Nutzungshäufigkeit des Autos je nach Hauptverkehrsmittel bei Reisen zeigt hierbei keine eindeutigen Zusammenhänge zwischen den Merkmalen.

Tabelle 41: Nutzungshäufigkeit des Autos nach Hauptverkehrsmittel bei Urlaubsreisen 2022

Urlaubsreisende	Alle		...mit PKW		...mit PKW mit Wohnwagen		...mit Wohnmobil/ Kleinbus	
Basis	53,1 Mio.		23,3 Mio.		1,0 Mio.		1,4 Mio.	
	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.
Nutzungshäufigkeit Auto*								
täglich bzw. fast täglich	64	33,7	67	15,6	67	0,7	62	0,9
an 1-3 Tagen pro Woche	23	12,2	26	6,1	27	0,3	27	0,4
an 1-3 Tagen pro Monat	6	3,1	4	1,0	5	0,1	5	0,1

Urlaubsreisende	Alle		...mit PKW		...mit PKW mit Wohnwagen		...mit Wohnmobil/ Kleinbus	
an 5-10 Tagen pro Jahr	1	0,8	<1	0,1	<1	<0,1	3	<0,1
seltener als 5 Tage im Jahr	1	0,7	<1	0,1	<1	<0,1	<1	<0,1
nie bzw. fast nie	5	2,5	2	0,5	2	<0,1	3	<0,1

Basis: Urlaubsreisende 2022 der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2023 *face-to-face*

Die Ergebnisse der Auswertungen lassen also den begründeten Schluss ziehen, dass es einen Zusammenhang zwischen der Alltagsmobilität und der touristischen Mobilität gibt, sowohl bezüglich der Mobilität in der Destination als auch bei der Hauptverkehrsmittelwahl für An- und Abreise.

3.3.6 Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen und Verkehrsmittelwahl

Die Wahl von Verkehrsmitteln im Alltag und bei Urlaubsreisen ist durch viele Faktoren bestimmt, wie die Verfügbarkeit (beispielsweise im ÖPNV), die Kosten und finanziellen Möglichkeiten von Personen, Praktikabilität, Gewohnheit, soziales Umfeld, und vieles mehr (BMDV, 2018). Die Einstellung zur Nachhaltigkeit ist dabei ein Faktor, der Einfluss bei der Entscheidung für Verkehrsmittel im Alltag und bei Urlaubsreisen haben kann, aber vermutlich ist der Stellenwert nachrangig zu anderen Kriterien bewertet wie Verfügbarkeit und Preis (Schmücker et al., 2018).

Gleichwohl ist es bei der Urlaubsmobilität aus verschiedenen Gründen wahrscheinlicher, dass die persönliche Einstellung zur Nachhaltigkeit beim Reisen einen Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl hat, als bei der Pflichtmobilität im Alltag. Zum einen wird touristische Mobilität in erster Linie freiwillig betrieben und findet im Vergleich zur Alltagsmobilität relativ selten statt. Die Alltagsmobilität ist im Gegensatz dazu meistens Pflichtmobilität und wird täglich von den Menschen gefordert. Im Gegensatz zur Pflichtmobilität sind Urlaubsreisen ein Lifestyle-Produkt (Kuhn et al., 2021), bei dem die Auswahl der Destination und des Verkehrsmittels stärker von persönlichen Einstellungen und persönlicher Identität abhängt (Pappas, 2014) als die alltägliche Verkehrsmittelwahl. Zudem haben Reisende hinsichtlich ihrer Urlaubsmobilität deutlich mehr Auswahlmöglichkeiten und Zeit für überlegte Entscheidungen. Als Reisende können Menschen ihren Urlaubsort, und damit auch die Reisedistanz und das dazu erforderliche Verkehrsmittel freier wählen, als sie es im Alltag können. Im Gegensatz dazu sind die Möglichkeiten bei der Wahl des Arbeitsortes begrenzter, daher müssen Menschen oft das praktischste oder kostengünstigste Verkehrsmittel für ihre täglichen Wege nutzen.

Einen Einblick in den Zusammenhang von Alltagsmobilität und Urlaubsmobilität gibt der Vergleich von Personen mit und ohne positive Einstellung zur Nachhaltigkeit innerhalb von Modalitätsgruppen im Alltag hinsichtlich der Hauptverkehrsmittel bei Urlaubsreisen.

Die Gruppe der monomodal Fahrrad- oder monomodal Bus-/Bahn-Nutzenden im Regionalverkehr (Tabelle 42) beschreibt Personen, die im Alltag eher Verkehrsmittel mit geringen Klimagasemissionen wählen. Diese Gruppe wurde zusammengefasst, um eine valide Fallzahl zur Auswertung in den differenzierten Einstellungsgruppen zu erhalten.

Tabelle 42: Hauptverkehrsmittel bei Urlaubsreisen 2022 nach Modalitätsgruppen und Einstellung zur ökologischen Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen

					Alltagsmobilität							
	Alle Urlaubsreisenden				Monomodal Auto-Nutzende				Monomodal Fahrrad- oder monomodal Bus-/Bahn-Nutzende (Regionalverkehr)			
	mit positiver Einstellung zur NH		ohne positive Einstellung zur NH		mit positiver Einstellung zur NH		ohne positive Einstellung zur NH		mit positiver Einstellung zur NH		ohne positive Einstellung zur NH	
Basis	22,9 Mio.		10,2 Mio.		12,5 Mio.		7,3 Mio.		5,0 Mio.		1,4 Mio.	
	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.
Auto	53	12,2	35	3,6	59	7,3	34	2,5	44	2,2	28	0,4
Darin: Wohnmobil/Kleinbus	3	0,8	2	0,2	3	0,4	1	0,1	4	0,2	3	0,0
Darin: PKW mit Wohnwagen	3	0,6	1	0,1	3	0,4	1	0,1	2	0,1	2	0,0
Flugzeug	39	8,9	64	6,5	41	5,1	69	5,0	38	1,9	62	0,9
Bahn	8	1,7	3	0,3	3	0,3	1	0,1	17	0,8	9	0,1
Bus	6	1,3	3	0,3	4	0,4	1	0,1	5	0,2	10	0,1
Schiff	2	0,5	2	0,2	2	0,3	2	0,1	2	0,1	-	-
Sonstiges	<1	0,1	1	0,1	<1	<0,1	<1	<0,1	2	0,1	-	-

Basis: Urlaubsreisende 2022 der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, RA 2023 *face-to-face*
 Werte addieren sich nicht zu 100%, da Personen mehrere Urlaubsreisen im Jahr unternommen haben. NH = Nachhaltigkeit

Der Vergleich der Verkehrsmittelwahl bei allen Urlaubsreisenden mit und ohne positive Einstellung zur Nachhaltigkeit zeigt deutliche Unterschiede zwischen den Gruppen (Tabelle 42). 53 % der Urlaubsreisenden mit positiver Einstellung sind bei einer ihrer Reisen 2022 mit dem Auto angereist, 39 % mit dem Flugzeug, und insgesamt 14 % der Reisen mit Bus oder Bahn. Im Vergleich dazu sind Urlaubsreisende ohne positive Einstellung zur Nachhaltigkeit um 25 Prozentpunkte häufiger mit dem Flugzeug, um 18 Prozentpunkte seltener mit dem Auto, und um 8 Prozentpunkte seltener mit Bus oder Bahn verreist. Die Wahl von klimafreundlichen Verkehrsmitteln wie Bus und Bahn, oder von vergleichsweise kurzen Reisedistanzen die mit dem Auto zurückgelegt werden können, ist in der Gruppe der positiv eingestellten Reisenden also deutlich häufiger zu beobachten als bei Personen ohne positive Einstellung zur Nachhaltigkeit.

Die Betrachtung der Hauptverkehrsmittel bei Urlaubsreisen innerhalb der Modalitätsgruppen nach Nachhaltigkeitseinstellung zeigt zusätzlich die Unterschiede zwischen den Einstellungsgruppen bei gleicher Alltagsmobilität. Im Vergleich zu allen Urlaubsreisenden mit positiver Einstellung zur Nachhaltigkeit haben monomodal Auto-Nutzende mit derselben Einstellung sich etwas häufiger für das Flugzeug (41 %) und etwas seltener für klimafreundliche Alternativen wie Bus und Bahn (insgesamt 7 %) als Hauptverkehrsmittel für eine der Urlaubsreisen 2022 entschieden. Positiv eingestellte monomodal Fahrrad- oder Bus-/Bahn-Nutzende sind nur leicht seltener als alle Reisenden mit dem Flugzeug verreist (38 %), aber deutlich häufiger mit Bus oder Bahn (insgesamt 22 %).

Die Ergebnisse dieses Vergleichs zeigen, dass der Modal Split bei der Alltagsmobilität einen Effekt auf die Urlaubsmobilität hat, dieser ist allerdings nachrangig zu dem Einfluss der Einstellung zur Nachhaltigkeit auf die Verkehrsmittelwahl bei Urlaubsreisen. Häufige Bahnnutzung oder Fahrradnutzung im Alltag erhöhen die Wahrscheinlichkeit leicht, dass Personen auch klimafreundliche Verkehrsmittel für ihre Urlaubsreisen wählen, sich für kürzere Reisedistanzen oder gegen eine klimagasintensive Anreise per Flugzeug entscheiden. Der Einfluss der Einstellung zur Nachhaltigkeit auf solche Entscheidungsmuster ist erheblich höher als der Einfluss des Mobilitätsverhaltens im Alltag.

3.3.7 Nutzung des 9-Euro Tickets

Der folgende Abschnitt liefert Ergebnisse zur Nutzung des 9-Euro-Tickets bei Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen im Sommer 2022 mit Ziel in Deutschland. Das 9-Euro-Ticket war ein zeitlich begrenztes Sonderangebot, mit dem im Juni, Juli und August 2022 – also in der Haupturlaubszeit - deutschlandweit Busse und Bahnen im Nah- und Regionalverkehr genutzt werden konnten. Pro Kalendermonat und Person kostete es 9 Euro. Insgesamt wurden rund 52 Millionen 9-Euro-Tickets verkauft (VDV, 2022). Das Ticket wurde hauptsächlich eingeführt, um die Bürger bei steigenden Energiepreisen finanziell zu entlasten, und gleichzeitig durch den günstigen Preis einen Anreiz zum Umstieg auf den ÖPNV zu geben, um klimafreundliche Mobilität in Deutschland zu fördern.

Im Rahmen einer Zusatzerhebung der RA 2023, für die vom 2.-12. September 2022 insgesamt 2.000 Personen online ad hoc befragt wurden, wurde allen Personen, die im Zeitraum Juni bis August 2022 mindestens eine Urlaubs- oder Kurzurlaubsreise im Inland gemacht haben, die folgende Frage zur Nutzung des Tickets gestellt.

Erhebungsfrage zum 9-Euro-Ticket

Haben Sie das 9-Euro-Ticket im Rahmen von Urlaubs- oder Kurzurlaubsreisen im Inland genutzt? (Mehrfachnennungen möglich)

Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage)

- 22. Ja, für die An-/Abreise
- 23. Ja, für Fahrten in der Urlaubsregion
- 24. Nein

Urlaubsreisen (5 Tage +)

- 1. Ja, für die An-/Abreise
- 2. Ja, für Fahrten in der Urlaubsregion
- 3. Nein

Die Auswertung der Daten liefert hochgerechnet folgende Erkenntnisse: 15,8 Millionen Urlaubs- und Kurzurlaubsreisende im Alter von 18 bis 75 Jahren haben im Sommer 2022 das 9-Euro-Ticket für die An-/Abreise oder für Fahrten in der Urlaubsregion genutzt. Das sind 55 % der 29,1 Mio. in Deutschland lebenden Personen dieser Altersgruppe, die im Juni, Juli oder August Urlaubs- oder Kurzurlaubsreisen im Inland unternommen haben.

53 % der 18- bis 75-Jährigen, die im Sommer 2022 eine Inlands-Urlaubsreise mit fünf oder mehr Tagen Dauer gemacht haben, haben dabei das 9-Euro-Ticket genutzt. 38 % dieser 8,8 Millionen Urlaubsreisenden setzten das Ticket im Juni, Juli oder August 2022 bei der An-/Abreise ein, 24 % für Fahrten in der Urlaubsregion.

57 % der 18- bis 75-Jährigen, die im Sommer 2022 Kurzurlaubsreisen mit zwei bis vier Tagen Dauer im Inland gemacht haben, nutzten dabei das 9-Euro-Ticket. 34 % dieser 8,3 Millionen Personen geben an, das Ticket im Juni, Juli oder August für die An- und Abreise genutzt zu haben, 35 % für Fahrten in der Urlaubsregion. Überdurchschnittlich hohe Nutzungsraten haben jüngere Altersgruppen und Personen, die in Städten mit mehr als 500.000 Einwohnern leben.

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass das 9-Euro-Ticket von einem beachtlichen Teil der Bevölkerung auch für Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen genutzt wurde. Ob das Angebot die Verkehrsmittelwahl im Urlaub in Richtung öffentliche Verkehrsmittel verschoben hat und ohne das Ticket anders gereist worden wäre, lässt sich auf Grundlage der Erhebung nicht eindeutig sagen, da es keine Vergleichszahlen zu diesem Sonderfall gibt.

3.3.8 Einfluss des Dienstwagens auf die Verkehrsmittelwahl bei Urlaubsreisen

Im Rahmen der Urlaubsmobilität stellt sich immer wieder die Frage, ob und inwieweit ein vorhandener Dienstwagen die Verkehrsmittelwahl auch für private Urlaubs- oder Kurzurlaubsreisen beeinflusst. Dazu wurden im Rahmen der RA Business 2023 Geschäftsreisende mit einem dauerhaft zur Verfügung stehenden Dienstwagen nach der Nutzung des Dienstwagens bei Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen gefragt.

Erhebungsfrage zur privaten Dienstwagennutzung

RA Business 2023: *An alle Übernachtungsgeschäftsreisenden, die auf ihren Geschäftsreisen entweder als Hauptverkehrsmittel oder als zusätzliches Verkehrsmittel einen privaten Dienstwagen, der dauerhaft zur Verfügung steht, genutzt haben:* Sie haben zuvor gesagt, dass Sie auf Ihren Geschäftsreisen einen eigenen Dienstwagen genutzt haben. Jetzt geht es um die private Nutzung dieses Dienstwagens auf Urlaubsreisen. Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu? (Mehrfachnennungen möglich)

1. Ich nutze meinen Dienstwagen auch auf Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen.
2. Hätte ich den Dienstwagen nicht, würde ich stattdessen eher mit dem Zug in den Urlaub reisen.
3. Hätte ich den Dienstwagen nicht, würde ich stattdessen eher mit dem Flugzeug in den Urlaub reisen.
4. Hätte ich den Dienstwagen nicht, würde ich stattdessen eher mit dem privaten PKW in den Urlaub reisen.
5. Ich nutze meinen Dienstwagen generell nicht für Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen.

Insgesamt haben 2,2 Millionen Geschäftsreisende dauerhaft einen Dienstwagen zur Verfügung. Davon gaben 17 % an, den Dienstwagen generell nicht auf privaten Reisen zu nutzen. Die verbleibenden 83 %, dies entspricht 1,8 Millionen Personen, nutzen in irgendeiner Form den Dienstwagen auf privaten Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen. Davon geben 34 % an, dass sie ohne den Dienstwagen mit dem Zug in den Urlaub reisen würden, 19 % würden stattdessen das Flugzeug und 18 % den eigenen PKW nehmen. Hier wird deutlich, dass der Dienstwagen am ehesten mit der Bahn konkurriert und eine geringere Dienstwagenverfügbarkeit zu mehr Zugreisen führen könnte. Da in der RA Business kein Urlaubsreiseverhalten erfasst wird, können hier keine direkten Zusammenhänge mit der Verkehrsmittelnutzung im Urlaub nachgewiesen werden. Allerdings lässt sich ein Blick auf die Verkehrsmittelwahl bei den Geschäftsreisen werfen. Auch hier zeigt sich, dass das Vorhandensein eines dauerhaften Dienstwagens vor allem zulasten der Bahnnutzung geht (Tabelle 43). Diejenigen mit dauerhaft vorhandenen Dienstwagen nutzen mit 12 % deutlich seltener die Bahn auf Geschäftsreisen als durchschnittliche Geschäftsreisende (34 %) und dementsprechend häufiger einen PKW, dabei vor allem den Dienstwagen. Beim Flugzeug zeigen sich geringere Unterschiede (18 % vs. 22 %).

Tabelle 43: Hauptverkehrsmittel der Geschäftsreisenden im Zeitraum Mai 2022 bis April 2023

	Alle Geschäftsreisenden		Private Dienstwagen-Nutzende	
Basis	12,2 Mio.		1,8 Mio.	
	%	Mio.	%	Mio.
Auto	62	7,6	95	1,7
<i>darin eigener PKW</i>	32	3,9	23	0,4
<i>darin Dienstwagen</i>	29	3,5	86	1,5
<i>darin Mietwagen/Carsharing</i>	9	1,1	11	0,2
Flugzeug	22	2,7	18	0,3
Bahn	34	4,2	12	0,2
Sonstiges	2	0,2	1	-

Übernachtungsgeschäftsreisende, Basis: Übernachtungsgeschäftsreisende in Deutschland 18-75 Jahre, RA Business 2023

Die Ergebnisse zeigen, dass die Mehrheit derjenigen, die dauerhaft einen Dienstwagen zur Verfügung haben, diesen auch privat als Verkehrsmittel für Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen nutzen. Mehr als ein Drittel dieser Nutzenden gibt an, damit am ehesten eine Bahnreise – und damit eine klimafreundlichere Alternative – zu ersetzen. Ein ähnliches Verhaltensmuster zeigt sich auch in der erfassten Verkehrsmittelnutzung auf Geschäftsreisen.

3.3.9 Zusammenfassung

Bei dem Vertiefungsmodul ging es in diesem Jahr „Mobilität“. Im Mittelpunkt stand dabei die Frage, wie **Alltagsmobilität und Mobilität beim Reisen** zusammenhängen.

Das Auto ist das dominierende Verkehrsmittel im Alltag der deutschen Bevölkerung. Fahrrad und Regionalverkehr spielen in der Alltagsmobilität eine zweitrangige Rolle, und Fernverkehr und Flugzeug werden insgesamt im Alltag eher selten genutzt. Die Verkehrsmittelnutzung im Alltag variiert je nach soziodemografischen Merkmalen und den damit verbundenen Lebensbedingungen und Mobilitätsanforderungen. Hier sind besonders die Wohnortgröße und damit die Verfügbarkeit von öffentlichen Verkehrsmitteln sowie die Lebensphase und damit die geforderte Pflichtmobilität als Einflussfaktoren hervorzuheben.

Die Ergebnisse des Vergleichs der Modalitätsgruppen im Alltag hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl im Urlaub zeigen, dass Alltagsmobilität und Urlaubsmobilität nicht unabhängig voneinander sind. Personen, die im Alltag häufig nachhaltige Verkehrsmittel nutzen, tendieren auch im Urlaub eher zu nachhaltiger Mobilität durch die Nutzung von Bahn oder Bus und neigen seltener zur Auto-Anreise oder Flugreisen. Dieser Zusammenhang zwischen Alltags- und Urlaubsmobilität zeigt sich noch deutlicher, wenn die in der Urlaubsdestination genutzten Verkehrsmittel betrachtet werden.

3.4 Modul „Nachhaltigkeit und Reiseausgaben“

3.4.1 Hintergrund und Ziel

Im Rahmen des diesjährigen Vertiefungsmoduls „Nachhaltigkeit und Reiseausgaben“ steht die Verbindung von nachhaltigem Reisen und den damit verbundenen Ausgaben im Vordergrund.

Im Mittelpunkt des Vertiefungsmoduls stehen zwei Forschungsfragen:

- Wie beeinflussen Nachhaltigkeitsmerkmale der Urlaubsreise die tatsächlichen Reiseausgaben?
- Wie beeinflussen Nachhaltigkeitsmerkmale der Urlaubsreise die subjektive Bewertung der Reisekosten?

Bei beiden Forschungsfragen geht es um „Nachhaltigkeitsmerkmale der Urlaubsreise“. Diese Merkmale können im Sinne der Konsumenten-Entscheidung für die nachhaltigere Alternative zwei Dimensionen haben: Einerseits die Wahl der primären Reisemerkmale (also die Produktkategorie, etwa nach Destination, Dauer, Begleitung, Reiseart), andererseits die mehr oder weniger nachhaltige Ausgestaltung der in einer Kategorie gewählten Reise.

Eine Analogie ist der Kauf von Lebensmitteln

Man kann die „primären“ Merkmale zugrunde legen („Fleisch oder vegetarisch“) oder die Ausgestaltung der Kategorie („Bio-Fleisch oder konventionell“). Bei den Preisen ist die Sache aber nur auf den ersten Blick einfach: Bio-Produkte sind deutlich teurer als konventionelle (Neligan & Mertens, 2023), aber der Verzicht auf Fleisch ist günstiger als der Kauf von Fleisch. Allerdings: Fleisch ist in der Regel billiger als Fleischersatzprodukte (Gerstenberg, 2022; WWF Deutschland, 2023); die nachhaltigere Alternative also wieder teurer (und in der Regel in viel Plastik verpackt).

Bei Urlaubsreisen ergeben sich vor allem bei der Verkehrsmittelwahl, die stark über die Klimawirkung der Reise entscheidet, Abhängigkeiten von den primären Reisemerkmale: Die Reise in die Karibik wird fast immer eine Flugreise sein, die Familienreise mit kleinen Kindern mit hoher Wahrscheinlichkeit keine Busreise, die Kurzreise nur selten eine Flugreise. Hinzu kommen weitere Parameter, die über die Nachhaltigkeitsmerkmale einer Urlaubsreise entscheiden können und die die Auswahl der nachhaltigeren Alternative beeinflussen. So ist eine Zeltreise mit dem Fahrrad ressourcensparender als eine Flugfernreise in ein Luxus-Wellness-Hotel. Die Entscheidung für eine Zeltreise mit dem Fahrrad muss aber nicht dem Wunsch nach Nachhaltigkeit entsprechen, sondern kann auch an fehlenden finanziellen Mitteln oder einfach am Spaß an Zeltreisen mit dem Fahrrad liegen.

In vielen Fällen geht ein höherer Ressourcenverbrauch mit höheren Kosten für die Reise einher: Die typische Zeltreise mit dem Fahrrad verbraucht nicht nur weniger Ressourcen, sondern kostet auch weniger Geld als die Flugfernreise in ein Luxus-Wellness-Hotel. Dieser Zusammenhang ist aber kein Automatismus: Es kann günstige Reisen mit hohem Ressourcenverbrauch und schlechter Nachhaltigkeitsbilanz, aber auch teure Reisen mit niedrigem Ressourcenverbrauch und guter Nachhaltigkeitsbilanz geben.

In diesem Vertiefungsmodul folgen wir deshalb für beide Forschungsfragen einem zweiseitigen Ansatz:

- Einerseits stellen wir dar, wie verschiedene Reisemerkmale, die (auch) einen Nachhaltigkeitsbezug haben, auf die Ausgaben wirken. Zu diesen Merkmalen gehören

Distanz, Verkehrsmittel, Personenzahl, Dauer und Unterkunftsart. Das entspricht in etwa der Frage „Fleisch oder vegetarisch“.

- Zum anderen versuchen wir, Reisen zu identifizieren, die sich durch ihre Nachhaltigkeit innerhalb derselben Kategorie unterscheiden („Bio oder konventionell“?). Dazu nutzen wir die Monitoringfragen zu Nachhaltigkeitskennzeichnung, CO₂-Kompensation und der Bedeutung von Nachhaltigkeit bei der Reise.

Die Abbildung 14 soll die grundsätzlichen Zusammenhänge exemplarisch verdeutlichen: Die Entscheidung über die Produktkategorie kann aufgrund von Nachhaltigkeitsüberlegungen erfolgen, muss aber nicht. Innerhalb der Kategorien gibt es weitere Entscheidungen, die einen Nachhaltigkeitsbezug haben können und bei denen eine Preiswirkung vermutet werden kann (mehr Nachhaltigkeit ist teurer als weniger Nachhaltigkeit).

Abbildung 14: Produktkategorien und Nachhaltigkeit



Quelle: Eigene Darstellung, FUR

In diesem Schaubild gibt es aber viele ungeklärte Fragen. Dazu gehört vor allem, ob und ggf. wann die nachhaltigere Alternative höhere Ausgaben nach sich zieht und wie sich Kostenunterschiede innerhalb und zwischen den Kategorien darstellen: Wie stark sind die Kosten der Reise von der Entfernung, der Dauer und der Personenzahl abhängig? Welche Rollen spielen das Verkehrsmittel und die Unterkunftsart? Welche Kostenwirkung haben ein Nachhaltigkeitslabel und die nachhaltigere Ausgestaltung der Reise?

Der Rest dieses Kapitels gliedert sich in zwei Abschnitte, einen zu den tatsächlichen Reiseausgaben und einen zu den wahrgenommenen Kosten. Innerhalb dieser Abschnitte werden zunächst die primären Reisemerkmale (Distanz, Dauer, Hauptverkehrsmittel, Destination und Urlaubsreiseart) dargestellt und dann die Ausgabenunterschiede zwischen Reisen mit verschiedenen Nachhaltigkeitsindikatoren ausgewertet.

3.4.2 Tatsächliche Reiseausgaben

Die tatsächlichen Reiseausgaben werden in der Reiseanalyse für jede Urlaubsreise ab fünf Tagen Dauer erhoben (siehe Erhebungsfrage). Für die Analyse werden die Gesamtausgaben dann pro Tag, pro Person (aus dem eigenen Haushalt) und pro Person und Tag berechnet. Wir nutzen hier den Betrag der Ausgaben pro Person und Tag in Euro.

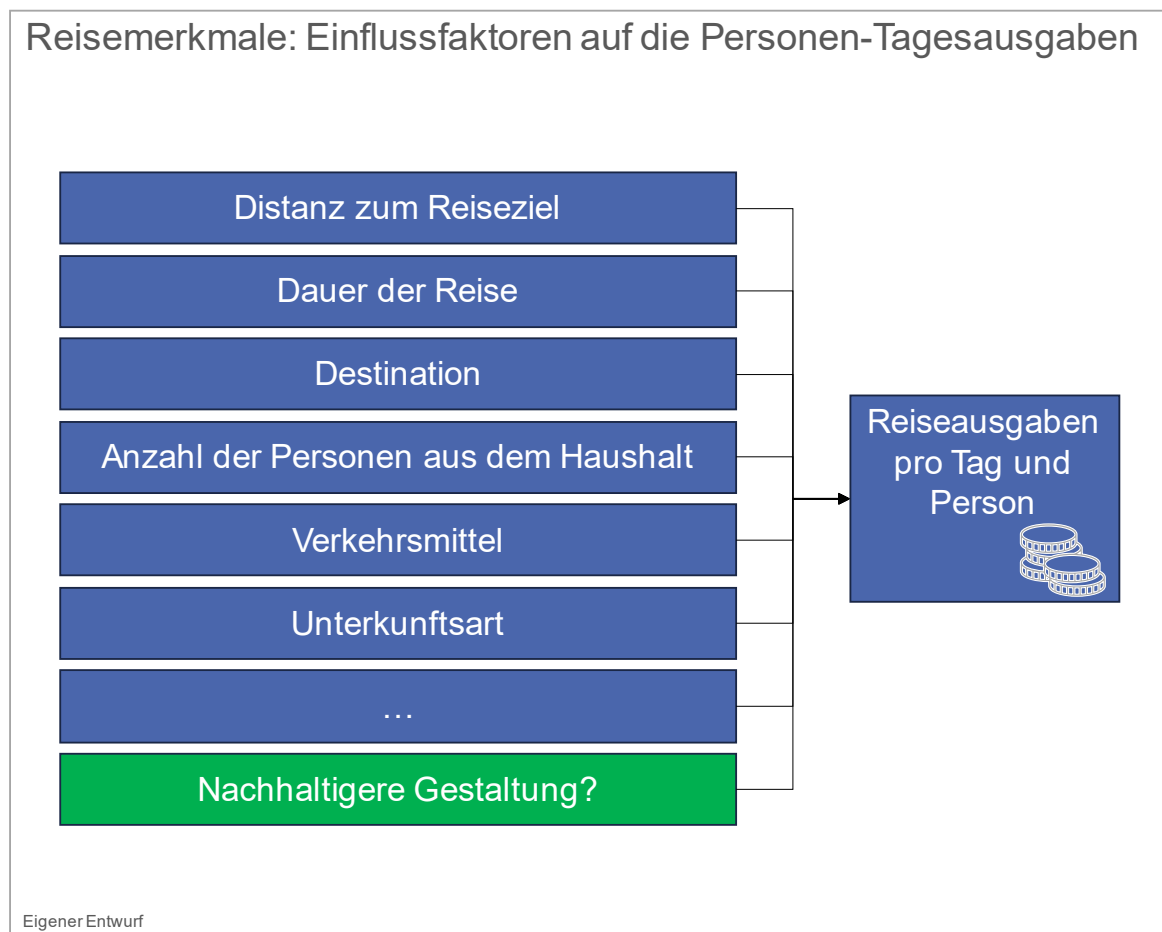
- Erhebungsfrage: „Wie hoch waren die Gesamtausgaben (in €) für Fahrt, Unterkunft, Verpflegung und Nebenkosten für alle aus Ihrem Haushalt mitgereisten Personen insgesamt gerechnet?“

Wir wollen im Kern untersuchen, welche Einfluss die Auswahl der nachhaltigeren Alternative auf die Ausgaben pro Person und Tag hat. Dazu ist notwendig, zunächst darzustellen, ob auch andere Parameter Einfluss auf die Ausgaben haben, damit eine isolierte Betrachtung der Nachhaltigkeitsindikatoren nicht zu falschen Schlüssen verleitet.

Abbildung 15 zeigt einige der wesentlichen Reisemerkmale als Einflussfaktoren. Diese werden im Rest des Kapitels zunächst beschrieben, um eine Basis für die dann folgende Analyse der Nachhaltigkeitsindikatoren zu haben. Es wird deutlich, dass viele Reisemerkmale auf die Reiseausgaben wirken können und dass die nachhaltigere Gestaltung nur ein möglicher Faktor unter vielen ist.

Neben den Reismerkmalen gibt es auch nachfrageseitige Einflussfaktoren. Das sind Charakteristika der Konsumentinnen und Konsumenten, die sie unabhängig von der konkret gewählten Reise besitzen. Dazu gehören das verfügbare Einkommen, aber auch die Konsumpräferenzen für das Produkt Urlaubsreise und seine mehr oder weniger nachhaltige Ausgestaltung. Diese nachfrageseitigen Charakteristika stellen wir hier nicht da, weil eine Trennung von den angebotsseitigen Reiseeigenschaften methodisch kaum möglich ist.

Abbildung 15: Angebotsseitige Einflussfaktoren auf die Personen-Tagesausgaben



Quelle: Eigene Darstellung, NIT

3.4.2.1 Reiseausgaben nach Distanz, Reisedauer und Personenanzahl

Wie zu erwarten, steigen die Ausgaben pro Person und Tag mit der zurückgelegten Distanz an und fallen mit der Dauer der Reise ab (Tabelle 44). Beide Entwicklungen liegen in der Transportkomponente der Reise begründet: Je weiter, desto teurer ist der Transport und je länger, desto weniger fällt der Transport in Relation zu Unterkunft und anderen Kosten ins Gewicht.

Allerdings sollten diese offensichtlich erscheinenden Zusammenhänge „je weiter, je teurer“ und „je länger, je günstiger“ nicht überschätzt werden. Es gibt in allen Distanzklassen und in allen Kategorien der Reisedauer teure und weniger teure Reisen.

Beide Entwicklungen liegen in der Transportkomponente der Reise begründet: Je weiter, desto teurer ist der Transport und je länger, desto weniger fällt der Transport in Relation zu Unterkunft und anderen Kosten ins Gewicht.

Allerdings sollten diese offensichtlich erscheinenden Zusammenhänge „je weiter, je teurer“ und „je länger, je günstiger“ nicht überschätzt werden. Es gibt in allen Distanzklassen und in allen Kategorien der Reisedauer teure und weniger teure Reisen.

Tabelle 44: Ausgaben pro Person und Tag, nach Distanz und Reisedauer

Distanz/Dauer	Anzahl Urlaubsreisen	Ø Ausgaben pro Person und Tag
Alle Urlaubsreisen	64,5 Mio.	109,50 €
Unter 500 km	14,9 Mio.	82,70 €
500 bis unter 1000 km	15,0 Mio.	96,80 €
1000 bis unter 2000 km	18,6 Mio.	116,40 €
2000 bis unter 10.000 km	14,5 Mio.	135,20 €
10.000 km und mehr	1,6 Mio.	165,30 €
5 bis 8 Tage	15,8 Mio.	126,80 €
9 bis 12 Tage	14,5 Mio.	122,20 €
13 bis 15 Tage	20,8 Mio.	105,00 €
16 Tage und mehr	13,5 Mio.	82,50 €

Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, Quelle: Reiseanalyse 2024

3.4.2.2 Reiseausgaben nach Personenanzahl

Wir berichten in diesem Kapitel die durchschnittlichen Ausgaben pro Person und Tag. Diese werden berechnet aus den Gesamtausgaben für die ganze Reise und für alle Personen des Haushaltes (siehe Erhebungsfrage).

Tabelle 45 zeigt, dass die Kosten pro Person und Tag mit zunehmender Personenanzahl deutlich abnehmen, weil sich mehrere Personen die touristischen Ressourcen (Unterkunft, ggf. Platz im Verkehrsmittel) teilen können. Außerdem sind viele der mitreisenden Personen aus dem eigenen Haushalt Kinder oder Jugendliche und können ggf. von reduzierten Preisangeboten profitieren.

Tabelle 45: Ausgaben pro Person und Tag, nach mitgereisten Personen

	Anzahl Urlaubsreisen	Ø Distanz	Ø Dauer	Ø Ausgaben pro Person und Tag
Alle Urlaubsreisen	64,5 Mio.	1.877 km	13,1 Tage	109,50 €
1 Person	20,4 Mio.	1.907 km	12,4 Tage	141,20 €
2 Personen	27,5 Mio.	2.079 km	13,4 Tage	109,00 €
3 Personen	7,7 Mio.	1.663 km	13,3 Tage	82,10 €
4 Personen	7,6 Mio.	1.399 km	13,5 Tage	63,90 €
5 und mehr Personen	1,3 Mio.	1.183 km	13,1 Tage	50,50 €

Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, Quelle: Reiseanalyse 2024, Zahl der mitgereisten Personen aus dem eigenen Haushalt

Eine lineare Regressionsrechnung, die den Einfluss von Reisedauer, Distanz und Personenzahl auf die Ausgaben pro Tag und Person zugleich berücksichtigt, ergibt pro zusätzlichen Tag rund 4,30 Euro weniger und je zusätzlichen Kilometer Anreisedistanz rund 1 Cent mehr Ausgaben pro Tag und Person. Jede zusätzliche Person spart rund 22 Euro pro Tag und Person⁶. Dabei hat die Distanz die höchste, die Personenzahl den geringsten relativen Einfluss. Allerdings erklären diese drei Variablen gemeinsam nur gut 31 % der gesamten Streuung – ein weiterer Hinweis darauf, dass die Ausgaben für eine Reise natürlich nicht allein von Distanz, Dauer und Personenzahl abhängen, sondern auch von der Ausgestaltung der Reisekategorie.

3.4.2.3 Reiseausgaben nach Hauptverkehrsmittel

Das Hauptverkehrsmittel ist eng mit der Destinationswahl und damit mit der Entfernung zum Ziel verknüpft: Weite Distanzen werden in der Regel per Flugzeug zurückgelegt, kürzere mit erdgebundenen Verkehrsmitteln. Zudem dauern Flugreisen mit 14,0 Tagen länger als Reisen mit Bus, Auto oder Auto.

Das spiegelt sich auch in den Ausgaben pro Tag und Person wider, die bei Flugreisen am höchsten und bei Bahn- und Autoreisen am niedrigsten sind (Tabelle 46). Auch hier erklären aber Distanz und Dauer nicht die komplette Streuung der Ausgaben. So dauern Wohnmobilreisen zwar länger als Pkw-Reisen und führen auch über eine längere Distanz, die Ausgaben pro Tag und Person sind aber geringer, auch weil die Zahl der Personen größer ist. Bahnreisen dauern, bei geringeren Ausgaben, länger als Busreisen.

Tabelle 46: Ausgaben pro Person und Tag, nach Hauptverkehrsmittel

	Anzahl Urlaubsreisen (Mio.)	Ø Distanz (km)	Ø Dauer (Tage)	Ø Personenzahl	Ø Ausgaben pro Person und Tag
Alle Urlaubsreisen	64,5	1.877	13,1	2,1	109,50 €
Pkw	23,6	636	12,1	2,3	83,10 €
Wohnwagen, -mobil und Kleinbus	2,9	809	15,4	2,6	64,20 €
Flugzeug	30,2	3.166	14,0	2,0	134,40 €
Bahn	3,0	583	11,6	1,4	80,80 €
Bus	3,3	771	10,6	1,4	110,00 €
Schiff, Sonstiges	1,6	2.504	12,8	1,8	164,10 €
<i>Darin: Schiff</i>	<i>1,2</i>	<i>2.921</i>	<i>13,0</i>	<i>1,9</i>	<i>180,50€</i>

Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, Quelle: Reiseanalyse 2024

Berechnet man die Ausgaben nach dem Marktdurchschnitt für Distanz, Dauer und Personenzahl aus dem eigenen Haushalt, so werden für Flugreisen (+10 Euro pro Tag und Person) und Schiffsreisen (inkl. Sonstiges, + 39 Euro) höhere Ausgaben getätigt als im Durchschnitt zu

⁶ R^2 Adj. = 0.313, $F(3,6673) = 1016$, $p \leq .001$ für alle Parameter, Durbin-Watson = 1.65, $VIF \leq 1.16$, allerdings Abweichungen im Q-Q-Diagramm; β Distanz = .421, β Dauer = .347, β Personen = .294

erwarten, für Auto- und Busreisen hingegen rund 11 Euro weniger, für Bahnreisen sogar 34 Euro pro Tag und Person weniger.

3.4.2.4 Reiseausgaben nach Destinationen

Auch zwischen den Urlaubs-Destinationen zeigen sich deutliche Unterschiede bei den Reiseausgaben. Rund 43% aller Urlaubsreisen gingen in den Mittelmeerraum, hier wurden im Schnitt 113,10 € pro Person und Tag ausgegeben (Tabelle 47). Auch innerhalb des Mittelmeerraums gibt es deutliche Unterschiede: So werden für Reisen nach Spanien 127,60 €, für Reisen in die Türkei hingegen nur 98,10 € pro Person und Tag ausgegeben. Die höchsten Ausgaben pro Tag und Person entfallen auf Fernreisen (182,90 €). Deutschland, wie immer auf Rang 1 der Länderliste, kommt nur auf 82,70 €, Österreich hingegen auf 119,30 €.

Tabelle 47: Ausgaben pro Person und Tag, nach Destinationen

	Anzahl Urlaubsreisen (Mio.)	Ø Distanz (km)	Ø Dauer (Tage)	Ø Personenzahl	Ø Ausgaben pro Person und Tag
Alle Urlaubsreisen	64,5	1.877	13,1	2,1	109,50 €
Deutschland	14,2	414	10,5	2,0	82,70 €
Ausland	50,4	2.289	13,8	2,1	117,00 €
Darin: Mittelmeer	28,0	1.789	13,4	2,2	113,10 €
Darin: Fernreisen	6,0	8.531	18,3	1,8	182,90 €
Einzelne Länder					
Spanien (Rang 2)	9,3	1.895	12,9	1,9	127,60 €
Türkei (Rang 4)	5,3	2.255	14,7	2,3	98,10 €
Österreich (Rang 7)	2,5	559	10,6	2,1	119,30 €

Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, Quelle: Reiseanalyse 2024

3.4.2.5 Reiseausgaben nach Unterkunfts-kategorie

Die in Tabelle 48 dargestellten Ausgabendaten zeigen den erheblichen Einfluss, den die Unterkunftsart auf die Kosten der Urlaubsreise hat. So schneiden die typischen Selbstversorgerunterkünfte (Ferienwohnung und -haus sowie Camping) mit deutlich unterdurchschnittlichen Ausgaben pro Person und Tag ab, während die serviceintensiven Unterkunftsarten Hotel (inkl. Gasthof) und Kreuzfahrtschiff deutlich überdurchschnittliche Ausgaben nach sich ziehen. Deutlich wird aber auch wiederum der Effekt von Distanz (am höchsten bei Hotel/Gasthof und Kreuzfahrtschiff) und Dauer und Personenzahl (länger und mehr Personen bei Camping und Ferienwohnung/-haus).

Tabelle 48: Ausgaben pro Person und Tag, nach Unterkunftsart

	Anzahl Urlaubsreisen (Mio.)	Ø Distanz (km)	Ø Dauer (Tage)	Ø Personenzahl	Ø Ausgaben pro Person und Tag
Alle Urlaubsreisen	64,5	1.877	13,1	2,1	109,50 €
Hotel/Gasthof	34,9	2.351	12,2	2,0	134,90 €
Ferienwohnung/-haus	15,0	944	13,1	2,4	81,60 €
Camping	3,7	1.195	15,4	2,3	70,90 €
Pension/Privatzimmer	1,7	1.066	12,6	1,8	86,90 €
Kreuzfahrtschiff (See, Fluss)	1,4	3.005	12,5	2,0	180,20 €

Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, Quelle: Reiseanalyse 2024

Gemessen an den nach Distanz, Dauer und Personenzahl zu erwartenden Ausgaben geben Hotelkunden rund 13 Euro pro Tag und Person mehr aus als der Marktdurchschnitt, Kreuzfahrtskunden sogar fast 52 Euro pro Tag und Person. Dementsprechend sind Reisen in den übrigen Unterkunftsarten mit weniger Ausgaben als im Durchschnitt verbunden (Ferienwohnung/-haus: – 9 Euro, Camping: – 16 Euro, Pension/Privatzimmer: – 21 Euro pro Tag und Person).

3.4.2.6 Reiseausgaben nach Urlaubsreiseart

In der Reiseanalyse werden 16 Urlaubsreisearten (inkl. Sonstiges) erhoben. Wir betrachten hier nur die Angaben zur „Reiseart in erster Linie“ (Einfachnennungen). Zur besseren Übersicht haben wir vier Reisearten, die häufig zusammen genannt werden, kombiniert und uns auf die größten acht Gruppen beschränkt (Tabelle 49).

Im Ergebnis sehen wir deutlich überdurchschnittliche Ausgaben bei Erlebnis- und Entdeckungsreisen sowie bei der (neu kombinierten) Gruppe „Studienreise, Kulturreise, Sightseeingurlaub, Rundreise“. Diese beiden Reisearten haben auch die höchsten Distanzen. Besonders geringe Ausgaben pro Tag und Person fallen bei den Familienurlaubsreisen und bei den Besuchsreisen zu Verwandten/Freunden/Bekannten (VFR) auf.

Tabelle 49: Ausgaben pro Person und Tag, nach Urlaubsreiseart

	Anzahl Urlaubsreisen (Mio.)	Ø Distanz (km)	Ø Dauer (Tage)	Ø Personenzahl	Ø Ausgaben pro Person und Tag
Alle Urlaubsreisen	64,5	1.877	13,1	2,1	109,50 €
Erholungsreise/Entspannungsurlaub	16,5	1.573	12,8	2,0	113,70 €
Badeurlaub/Strandurlaub	14,4	2.064	13,2	2,1	111,70 €
Familienurlaub	9,4	1.300	13,3	3,3	76,40 €
Besuchsreise zu Verwandten/Freunden/Bekannten	5,9	1.618	15,2	1,9	53,60 €
Erlebnisreise/Entdeckungsreise	4,6	4.156	14,3	1,7	152,50 €
Studienreise, Kulturreise, Sightseeingurlaub, Rundreise	3,7	3.109	13,2	1,8	153,10 €
Natururlaub	2,4	941	12,6	1,8	99,60 €
Aktivurlaub	2,3	1.347	11,5	1,8	142,10 €

Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, Quelle: Reiseanalyse 2024

3.4.2.7 Reiseausgaben nach Nachhaltigkeitsmerkmalen

Die Analyse der Reiseausgaben pro Tag und Person nach Nachhaltigkeitsmerkmalen der Reise ergibt ein auf den ersten Blick widersprüchliches Bild: Für Reisen mit CO₂-Kompensation und mit Nachhaltigkeitskennzeichnung wird mehr Geld ausgegeben als in der Gegengruppe (Tabelle 50).

Gleichzeitig werden aber für Reisen, bei denen Nachhaltigkeit „den Ausschlag gegeben“ hat oder zumindest „ein Aspekt bei der Entscheidung für diese Reise“ war, weniger Geld ausgegeben als bei Reisen, bei denen Nachhaltigkeit keine Bedeutung hatte oder bei denen Nachhaltigkeit grundsätzlich kein Interesse findet.

Der Grund für diese Diskrepanzen liegt in den unterschiedlichen Strukturen der Urlaubsreisen, die sich hinter den Ausgabendaten verbergen. So sind die Reisen mit CO₂-Kompensation häufiger weiter und kürzer (Tabelle 50) und es sind häufiger eher teure Flug- und Hotelreisen und seltener eher günstige Inlandsreisen und Familienurlaube (Tabelle 51). Bei den Reisen mit Nachhaltigkeitskennzeichnungen (die sich in der Regel auf die Unterkunft beziehen) gibt es ebenfalls mehr teure Hotelreisen und weniger günstige Familienurlaube und VFR-Reisen.

Ähnliche Struktureffekte sehen wir bei der Bedeutung von Nachhaltigkeit: Je geringer die Rolle von Nachhaltigkeit, desto höher der Anteil teurer Flug- und Hotelreisen und desto geringer der Anteil von eher günstigen Inlandsreisen. Lediglich der Anteil der Familienurlaube und VFR-Reisen nimmt eine gegenläufige Tendenz und wird mit nachlassender Bedeutung von Nachhaltigkeit höher.

Tabelle 50: Ausgaben pro Person und Tag, nach Nachhaltigkeitsindikatoren

	Anzahl Urlaubsreisen (Mio.)	Ø Distanz (km)	Ø Dauer (Tage)	Ø Personenzahl	Ø Ausgaben pro Person und Tag
Alle Urlaubsreisen	64,5	1.877	13,1	2,1	109,50 €
CO ₂ -Kompensation					
Ja	3,4	2.113	12,9	2,1	122,80 €
Nein	52,4	1.846	13,3	2,1	107,30 €
CO ₂ -Kompensation (nur Flugreisen)					
Ja	1,8	3.288	13,2	2,0	142,90 €
Nein	24,2	3.135	14,2	2,0	134,30 €
Nachhaltigkeits kennzeichnung					
Ja	7,2	1.777	12,6	2,1	120,20 €
Nein	42,5	1.853	13,5	2,1	103,50 €
Nachhaltigkeits kennzeichnung (nur Hotelreisen)					
Ja	4,9	2.102	12,4	1,9	135,90 €
Nein	20,8	2.389	12,4	2,0	133,10 €
Bedeutung von Nachhaltigkeit					
Hat Ausschlag gegeben	1,7	1.256	12,6	2,2	90,90 €
War ein Aspekt	10,7	1.481	12,7	2,1	106,30 €
Keine Bedeutung	37,9	1.950	13,0	2,1	111,70 €
Interessiert generell nicht	14,2	2.054	13,6	2,1	108,20 €
Hat Ausschlag gegeben/war ein Aspekt	12,4	1.450	12,7	2,2	104,20 €
Keine Bedeutung/interessiert mich generell nicht	52,1	1.979	13,2	2,1	110,70 €

Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, Quelle: Reiseanalyse 2024

Tabelle 51: Strukturdaten nach Nachhaltigkeitsindikatoren

	Anteil Flug	Anteil Hotel/Gasthof	Anteil Deutschland	Anteil Familienurlaub/VFR
Alle Urlaubsreisen	47%	54%	22%	24%
CO ₂ -Kompensation				
Ja	53%	68%	18%	17%
Nein	46%	52%	23%	25%
Nachhaltigkeitskennzeichnung				
Ja	44%	68%	26%	16%
Nein	47%	49%	22%	27%
Bedeutung von Nachhaltigkeit				
Hat Ausschlag gegeben	22%	48%	36%	20%
War ein Aspekt	28%	51%	33%	21%
Keine Bedeutung	50%	56%	20%	23%
Interessiert generell nicht	55%	53%	17%	28%
Hat Ausschlag gegeben/war ein Aspekt	27%	50%	33%	21%
Keine Bedeutung/interessiert mich generell nicht	52%	55%	19%	24%

Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, Quelle: Reiseanalyse 2024

Um die Struktureffekte von Distanz, Dauer und Personenzahl auszugleichen, haben wir die Kosten berechnet, die bei gegebener Distanz, Dauer und Personenzahl zu erwarten wäre (z. B. bei Reisen mit Kompensation 2.113 km, 12,9 Tage und 2,1 Personen, bei Reisen ohne Kompensation 1.846 km, 13,3 Tage und ebenfalls 2,1 Personen, vgl. Tabelle 52). Als Ergebnis zeigt sich, dass für Reisen mit CO₂-Kompensation tatsächlich 9,40 € mehr als erwartet, für Reisen ohne CO₂-Kompensation hingegen rund 1 Euro weniger als erwartet ausgegeben werden. Daraus ergibt sich eine Ausgabendifferenz von rund 10,40 € pro Tag und Person. Bei der Nachhaltigkeitskennzeichnung ist die so ermittelte Differenz mit 13,80 € sogar noch etwas höher.

Bei beiden Werten sind die unterschiedlichen Strukturen im Hinblick auf Verkehrsmittel (bei Kompensation höherer Fluganteil, bei Nachhaltigkeitskennzeichnung höherer Hotelanteil) nicht berücksichtigt. Betrachtet man bei der CO₂-Kompensation nur die Flugreisen, reduziert sich die Ausgabendifferenz auf 2,30 € pro Tag und Person, betrachtet man bei der Nachhaltigkeitskennzeichnung nur die Hotelreisen, reduziert sich die Ausgabendifferenz auf 4,30 € pro Tag und Person.

Bei der Bedeutung der Nachhaltigkeit für die Reise hingegen ergibt sich kein solcher Effekt: Sowohl für „nachhaltigere“ als auch für „weniger nachhaltige“ Reisen wird in etwa genau so viel ausgegeben, wie nach Distanz, Dauer und Personenzahl zu erwarten.

Tabelle 52: Preisabstand für Nachhaltigkeit

	Ausgaben pro Person und Tag	Erwartete Ausgaben pro Person und Tag	Differenz	Preisabstand Nachhaltigkeit pro Person und Tag
Alle Urlaubsreisen	109,50 €	109,50 €	± 0,00 €	
CO ₂ -Kompensation				
Ja	122,80 €	113,30 €	+ 9,50 €	+ 10,40 €
Nein	107,30 €	108,20 €	– 0,90 €	
CO ₂ -Kompensation (nur Flugreisen)				
Ja	142,90 €	129,20 €	+13,80 €	+2,30 €
Nein	134,30 €	122,90 €	+11,40 €	
Nachhaltigkeitskennzeichnung				
Ja	120,20 €	110,40 €	+ 9,90 €	+ 13,80 €
Nein	103,50 €	107,40 €	– 3,90 €	
Nachhaltigkeitskennzeichnung (nur Hotelreisen)				
Ja	135,90 €	119,70 €	+ 16,20 €	+4,30 €
Nein	133,10 €	121,20 €	+ 11,90 €	
Bedeutung von Nachhaltigkeit				
Hat Ausschlag gegeben/war ein Aspekt	104,20 €	103,60 €	+ 0,60 €	+ 0,20 €
Keine Bedeutung/interessiert mich generell nicht	110,70 €	110,30 €	+ 0,40 €	

Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, Quelle: Reiseanalyse 2024; Erwartete Ausgaben: Nach Distanz, Dauer und Personenzahl dieser Kategorie zu erwarten

3.4.2.8 Exemplarische Reisen

Um herauszufinden, ob die Ausgaben bei nachhaltigeren Reisen höher oder niedriger als bei weniger nachhaltigen Reisen sind, haben wir volumenstarke Segmente miteinander verglichen, bei denen die bisher diskutierten Eigenschaften möglichst ähnlich sind. Diese Segmente sind:

- ▶ Flugreise ans Mittelmeer mit Unterkunft im Hotel
- ▶ Autoreise innerhalb Deutschlands mit Unterkunft in der Ferienwohnung

Tabelle 53 zeigt die Ergebnisse für die 18,7 Mio. Flugreisen ans Mittelmeer mit Unterkunft im Hotel.

Da der Einfluss von Distanz, Reisedauer und Personenzahl bekannt ist (vgl. die Abschnitte 3.4.2.1 und 3.4.2.2), kann ermittelt werden, wie teuer die Flugreisen ans Mittelmeer mit Unterkunft im Hotel (bei 1952 km Distanz, 12,5 Tagen Dauer und 2,1 Personen) im Marktdurchschnitt wären (113 Euro). Gemessen an den Ausgaben im Gesamtmarkt sind diese Reisen also rund 16 Euro teurer als nach der Kombination aus Distanz, Dauer und Personenzahl zu erwarten wäre. Die Ursache liegt in der gewählten Transport- und Unterkunftsart (Flugreise mit Hotel).

Vergleicht man so die nach Distanz, Dauer und Personenzahl zu erwartenden Ausgaben mit den tatsächlich getätigten Ausgaben, so sind Reisen mit CO₂-Kompensation rund fünf Euro günstiger und Reisen mit Nachhaltigkeitskennzeichnung etwa gleich teuer wie ihre weniger nachhaltige Alternative. Hat die Nachhaltigkeit den Ausschlag gegeben oder war ein Entscheidungsaspekt, werde für die Reisen rund zwei Euro mehr ausgegeben – ob für Nachhaltigkeit oder etwas anderes, können wir nicht sagen.

Tabelle 53: Flugreisen ans Mittelmeer mit Unterkunft im Hotel

	Anzahl Urlaubsreisen (Mio.)	Ø Distanz (km)	Ø Dauer (Tage)	Ø Personenzahl	Ø Ausgaben pro Person und Tag
Alle Urlaubsreisen	18,7	1.952	12,5	2,1	129,00 €
CO ₂ -Kompensation					
Ja	1,2	2.027	12,3	2,1	127,30 €
Nein	14,9	1.949	12,7	2,1	130,10 €
Nachhaltigkeits kennzeichnung					
Ja	2,3	1.962	12,8	2,1	128,90 €
Nein	11,8	1.953	12,6	2,1	129,70 €
Bedeutung von Nachhaltigkeit					
Hat Ausschlag gegeben/War ein Aspekt	2,2	2.011	12,3	2,2	129,10 €
Keine Bedeutung/Interessiert generell nicht	16,5	1.945	12,6	2,0	129,00 €

Quelle: Reiseanalyse 2024

Ein zweites Beispiel sind die 11,7 Mio. Autoreisen mit Unterkunft in Ferienwohnung oder -haus (Tabelle 54, da bei Autoreisen kaum CO₂-Kompensation genutzt wird, ist dieser Aspekt nicht ausgewertet).

Auch hier kann zunächst der in der Tabelle ablesbare Preisunterschied betrachtet werden. Danach sind Reisen mit Nachhaltigkeitskennzeichnung rund 3,50 € teurer als solche ohne Nachhaltigkeitskennzeichnung. Für Reisen, bei denen Nachhaltigkeit insgesamt bedeutsam war, werden hingegen 3,50 € pro Tag und Person weniger ausgegeben.

Dieser Effekt bleibt im Wesentlichen erhalten, wenn man die im Gesamtdurchschnitt nach Distanz, Dauer und Personenzahl erwarteten Ausgaben zugrunde legt: Auch dann sind Reisen mit Nachhaltigkeitskennzeichnung etwas teuer und Reisen, bei denen Nachhaltigkeit eine Rolle spielte, etwas günstiger als ihre Pendanten.

Tabelle 54: Autoreise mit Unterkunft Ferienwohnung/-haus

	Anzahl Urlaubsreisen (Mio.)	Ø Distanz (km)	Ø Dauer (Tage)	Ø Personenzahl	Ø Ausgaben pro Person und Tag
Alle Urlaubsreisen	11,7	627	12,8	2,5	77,60 €
Nachhaltigkeits kennzeichnung					
Ja	1,2	514	12,4	2,6	77,20 €
Nein	8,0	655	13,1	2,5	73,70 €
Bedeutung von Nachhaltigkeit					
Hat Ausschlag gegeben/War ein Aspekt	3,1	594	12,8	2,5	75,10 €
Keine Bedeutung/Interessiert generell nicht	8,5	638	12,8	2,5	78,60 €

Quelle: Reiseanalyse 2024, CO₂-Kompensation wegen zu geringer Fallzahlen nicht dargestellt

3.4.2.9 Fazit

Die Analyse hat gezeigt, dass die Ausgaben pro Person und Tag für eine Urlaubsreise von vielen Parametern abhängen. Dazu gehören die zurückgelegte Distanz (je weiter, je teurer), die Reisedauer (je länger, je günstiger) und die Personenzahl aus dem eigenen Haushalt (je mehr, je günstiger). Diese drei Parameter erklären zusammen rund 30 % der Ausgabenunterschiede.

Weitere Unterschiede ergeben sich durch die Wahl des Verkehrsmittels, der Unterkunftsart, des Reiseziels und der Urlaubsreiseart. Auch viele weitere Aspekte der Reise (z. B. die Komfortklasse, Serviceintensität oder Freizeitgestaltung vor Ort) und persönliche Merkmale der Reisenden (z. B. das verfügbare Einkommen und die Konsumpriorität von Reisen im Vergleich zu anderen Konsumbereichen) spielen eine Rolle.

All diese Faktoren sind in der Regel eng miteinander verwoben und kaum isoliert zu betrachten. Um der Frage, wie Nachhaltigkeitsmerkmale der Urlaubsreise die tatsächlichen Reiseausgaben beeinflussen, auf den Grund zu gehen, haben wir deshalb nicht nur die Durchschnittswerte nach Nachhaltigkeitsindikatoren betrachtet, sondern auch die nach Distanz,

Dauer und Personenzahl bereinigten Werte, sowohl für den Gesamtmarkt als auch für exemplarische Reisen.

Im Ergebnis sehen wir im Gesamtmarkt etwas höhere Ausgaben für Reisen mit CO₂-Kompensation und Nachhaltigkeitskennzeichnung, als nach Distanz, Dauer und Personenzahl zu erwarten. Bei der von den Befragten berichteten Bedeutung der Nachhaltigkeit für die Reise sehen wir diesen Unterschied aber nicht.

In der Analyse von zwei volumenstarken Beispielreisetypen (18,7 Mio. Flugreisen ans Mittelmeer mit Unterkunft im Hotel, 11,7 Mio. Autoreisen mit Unterkunft Ferienwohnung/-haus) finden wir keine systematische ausgabensteigernde Funktion der Nachhaltigkeitsmerkmale „CO₂-Kompensation“, „Nachhaltigkeitskennzeichnung“ oder „Bedeutung der Nachhaltigkeit für die jeweilige Reise“. Mal sind die nachhaltigeren Reisen wenige Euro günstiger, mal etwas teurer, ein systematischer Zusammenhang ist aber nicht zu erkennen.

Wir vermuten, dass der Grund dafür in der großen Zahl unterschiedlicher Facetten liegt, die über die Ausgaben für eine Urlaubsreise entscheiden. Die Nachhaltigkeitsmerkmale sind dann eben nur ein Aspekt, und gemessen an den übrigen Ausgaben ein relativ kleiner Posten. So ist eine Flugreise mit CO₂-Kompensation natürlich etwas teurer als die gleiche Reise ohne Kompensation (die Kosten für die Kompensation werden ja zum Flugpreis hinzuaddiert). In den Gesamtausgaben für die Reise gehen diese relativ geringen Kosten aber offensichtlich unter und lassen sich, selbst in einer relativ großen und qualitativ hochwertigen Stichprobe wie der Reiseanalyse, nicht mehr isolieren.

3.4.3 Kostenbewertung

Neben den valenzneutral erhobenen tatsächlichen Ausgaben wurde in der Reiseanalyse 2024 auch nach der subjektiven Bewertung der Kosten für die Urlaubsreise gefragt. Auch diese Daten liegen für jede Urlaubsreise ab fünf Tagen Dauer vor. Die Befragten hatten vier Antwortoptionen, „sehr teuer“, „eher teuer“, „weder noch“ und „eher günstig“.

Erhebungsfrage: Und wie bewerten Sie die Kosten für diese Reise?

1. sehr teuer
2. eher teuer
3. weder noch
4. eher günstig

In diesem Abschnitt untersuchen wir, ob und wenn ja wie sich die Kostenwahrnehmung ja nach Nachhaltigkeitsmerkmalen der Reise unterscheidet. Dazu stellen wir zunächst die Basisdaten zur Kostenwahrnehmung dar.

3.4.3.1 Basisdaten zur Kostenbewertung

Obwohl die Frage zur Kostenwahrnehmung explizit nach der Bewertung fragt, ergibt sich ein enger Zusammenhang mit den tatsächlichen Ausgaben: Je höher die Ausgaben pro Tag und Person, desto häufiger wird die Reise als eher oder sehr teuer bewertet (Tabelle 55).

Dieses Muster der Kostenbewertung zieht sich durch praktisch alle Reisemerkmale: Die Reisen, für die höhere Ausgaben getätigt werden, werden häufiger als „sehr“ oder „eher teuer“ bewertet. Dieser enge Zusammenhang von tatsächlichen Ausgaben und Kostenbewertung ist für die

Interpretation wichtig, denn die Bewertung einer Reise als „sehr“ oder „eher teuer“ kann sowohl ein beklagenswerter Umstand („alles wird so teuer, jetzt auch Reisen“) oder einfach eine Konsequenz der eigenen Entscheidung sein („die Reise war teuer, weil ich viel Geld dafür ausgeben wollte“).

Für die Interpretation der Kostenbewertung „sehr“ oder „eher teuer“ als beklagenswerten Umstand würde es sprechen, wenn vor allem Menschen mit geringem Einkommen ihre Reisen als „sehr“ oder „eher teuer“ charakterisieren würden. Das ist aber nicht der Fall, im Gegenteil: Im unteren Einkommensviertel (Haushaltsnettoeinkommen bis 2.500 Euro, durchschnittliche Reiseausgaben 104 Euro pro Person und Tag) werden rund 30 % der Reisen als „sehr“ oder „eher teuer“ bewertet, im oberen Fünftel (ab 5.000 Euro, durchschnittliche Reiseausgaben 133 Euro pro Person und Tag) sind es 42 %.

Tabelle 55: Kostenbewertung bei allen Urlaubsreisen, nach Reiseausgaben

	Alle	Reiseausgaben pro Tag und Person			
		bis 65 €	> 65 bis 100 €	> 100 bis 140 €	> 140 €
Mio. Urlaubsreisen	64,5	17,9	18,0	12,5	16,1
Bewertung					
Sehr teuer	5	2	3	5	9
Eher teuer	33	20	31	39	46
Weder noch	46	44	51	48	40
Eher günstig	17	34	15	9	5

Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, Quelle: Reiseanalyse 2024

3.4.3.2 Kostenbewertung nach Nachhaltigkeitsmerkmalen

Wie oben dargestellt, haben die Ausgaben pro Person und Tag einen starken Einfluss auf die Kostenbewertung: Je höher die Ausgaben, desto eher werden die Kosten als „sehr“ oder „eher teuer“ bewertet. Dieser Zusammenhang wäre bei der Analyse der Nachhaltigkeitsmerkmale immer dann zu berücksichtigen, wenn zwischen den Nachhaltigkeitsmerkmalen große Unterschiede im Hinblick auf die Ausgaben bestehen. Das ist aber bei allen drei Merkmalen nur eingeschränkt der Fall, bei zwei von drei Merkmalen fallen die beiden Gruppen in dasselbe Dezil, in einem Fall in benachbarte Dezile⁷.

Vor allem bei den Reisen mit CO₂-Kompensation ist ein deutlich höherer Anteil von Bewertungen als „sehr“ oder „eher“ teuer festzustellen (Tabelle 56). In der Tendenz betrifft dies auch die Nachhaltigkeitskennzeichnung, wenn auch in geringerem Maße.

⁷ Wir haben die Ausgaben pro Person und Tag anhand der Dezile in zehn Kategorien mit etwa gleich vielen Fällen eingeteilt.

Tabelle 56: Kostenbewertung bei allen Urlaubsreisen, nach Nachhaltigkeitsmerkmalen

	CO ₂ -Kompensation		Nachhaltigkeitskennzeichnung		Nachhaltigkeitsbedeutung bei dieser Reise*	
	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein
Mio. Urlaubsreisen	3,4	52,4	7,2	42,5	12,4	52,1
Ø Ausgaben pro Person und Tag	122,80	107,30	102,20	103,50	104,20	110,70
Bewertung						
Sehr teuer	6	4	5	4	5	5
Eher teuer	44	33	35	33	29	34
Weder noch	41	45	49	44	49	45
Eher günstig	9	18	12	19	18	17

* Ja = Ausschlaggebend/ein Aspekt, Nein = Keine Bedeutung/interessiert mich nicht; Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, Quelle: Reiseanalyse 2024

Auch hier ist es aber möglich, dass Struktureffekte Einfluss auf die Kostenbewertung haben (so wie im vorhergehenden Kapitel auf die tatsächlichen Reiseausgaben).

3.4.3.3 Exemplarische Reisen

Wir haben die gleichen exemplarischen Reisetypen wie bei der Ausgabenanalyse verwendet. Bei den Flugreisen ans Mittelmeer mit Unterkunft im Hotel (Tabelle 57) zeigt sich, dass die Kostenbewertung bei den Reisen mit CO₂-Kompensation weiter „teurer“ ausfällt als bei den Reisen ohne CO₂-Kompensation (obwohl die durchschnittliche Tages-Personenausgaben geringer sind). Bei der Nachhaltigkeitskennzeichnung und der Nachhaltigkeitsbedeutung verkehrt sich der Effekt aber in das Gegenteil.

Auch bei den Autoreisen mit Unterkunft Ferienwohnung/-haus (Tabelle 58) werden die Reisen ohne Nachhaltigkeitskennzeichnung und ohne Nachhaltigkeitsbedeutung tendenziell als etwas teurer eingeschätzt. Insofern ergibt sich auch hier, wie schon bei der Analyse der tatsächlichen Ausgaben, ein uneinheitliches Bild.

Tabelle 57: Flugreisen ans Mittelmeer mit Unterkunft im Hotel

	CO ₂ -Kompensation		Nachhaltigkeitskennzeichnung		Nachhaltigkeitsbedeutung bei dieser Reise*	
	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein
Mio. Urlaubsreisen	1,2	14,9	2,3	11,8	2,2	16,5
Ø Ausgaben pro Person und Tag	127,30	130,10	128,90	129,70	129,10	129,00
Bewertung						
Sehr teuer	5	3	4	3	4	4

	CO ₂ -Kompensation		Nachhaltigkeitskennzeichnung		Nachhaltigkeitsbedeutung bei dieser Reise*	
Eher teuer	55	41	41	44	38	42
Weder noch	34	48	42	46	52	46
Eher günstig	6	9	13	7	6	8

* Ja = Ausschlaggebend/ein Aspekt, Nein = Keine Bedeutung/interessiert mich nicht; Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, Quelle: Reiseanalyse 2024

Tabelle 58: Autoreise mit Unterkunft Ferienwohnung/-haus

	Nachhaltigkeitskennzeichnung		Nachhaltigkeitsbedeutung bei dieser Reise*	
	Ja	Nein	Ja	Nein
Mio. Urlaubsreisen	1,2	8,0	3,1	8,5
∅ Ausgaben pro Person und Tag	77,20	73,70	75,10	78,60
Bewertung				
Sehr teuer	3	2	3	3
Eher teuer	25	28	25	29
Weder noch	59	46	47	51
Eher günstig	12	24	26	18

* Ja = Ausschlaggebend/ein Aspekt, Nein = Keine Bedeutung/interessiert mich nicht; Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, Quelle: Reiseanalyse 2024

3.4.3.4 Fazit

Die Bewertung einer Reise als mehr oder weniger teuer hängt unter anderem von den tatsächlichen Ausgaben ab. Daher kann man nicht davon ausgehen, dass „teuer“ automatisch „zu teuer“ bedeutet.

Ein klarer Einfluss von Nachhaltigkeitsmerkmalen auf die Preisbewertung lässt sich nicht feststellen: Zwar werden Reisen mit CO₂-Kompensation oder Nachhaltigkeitskennzeichnung etwas häufiger als „sehr“ oder „eher teuer“ bewertet als Reisen ohne CO₂-Kompensation; Reisen, bei denen Nachhaltigkeitsüberlegungen eine Rolle spielte, werden aber etwas seltener als „sehr“ oder „eher“ teuer bewertet. Auch bei den exemplarischen Reisen (Flugreise mit Hotel ans Mittelmeer und Autoreise mit Ferienwohnung) lässt sich kein klarer Zusammenhang feststellen.

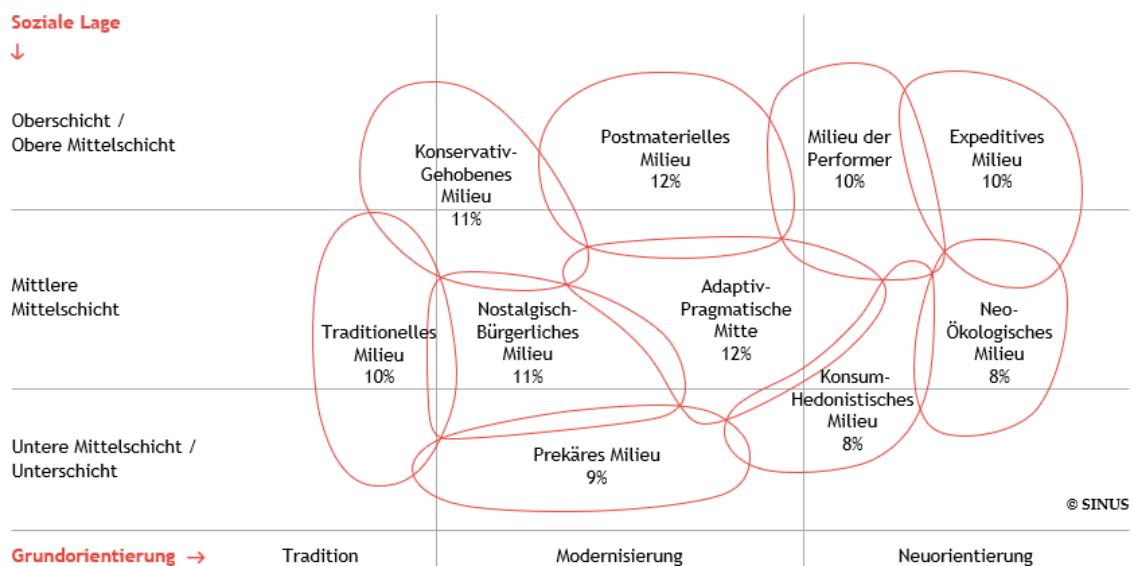
4 Exkurs: Nachhaltigkeitseinstellung und Reiseverhalten der SINUS-Milieus

Als bewährtes Instrument der Zielgruppenansprache und der Mediaplanung stellen die Sinus-Milieus eine wichtige Ergänzung des Standardfragenprogramms der Reiseanalyse dar. Die Sinus-Milieus sind ein Gesellschaftsmodell, welches Menschen entlang zweier Dimensionen (soziale Lage und normative Grundorientierung) in „Gruppen Gleichgesinnter“ segmentiert. Sie liefern ein Bild der soziokulturellen Vielfalt in der Gesellschaft. Mit Hilfe der Sinus-Milieus lässt sich leichter verstehen, was die Menschen bewegt und wie sie bewegt werden können.

Die Sinus-Modelle werden eingeordnet anhand von zwei Achsen: In der vertikalen Achse ist jeweils die soziale Lage (von niedrig bis hoch) dargestellt und in der horizontalen Achse die Wertorientierung (von traditionell bis postmodern). Je höher auf der vertikalen Achse ein Milieu in dieser Grafik angesiedelt ist, desto gehobener sind Bildung, Einkommen und Berufsgruppe; je weiter nach rechts es sich erstreckt, desto moderner im soziokulturellen Sinn ist die Grundorientierung des jeweiligen Milieus.

Die Sinus-Milieus verdeutlichen, was die verschiedenen Lebenswelten in unserer Gesellschaft bewegt (Werte, Lebensziele, Lifestyles) – und wie sie bewegt werden können (Mediennutzung, Kommunikationspräferenzen). Sie bieten dem Marketing Informationen und Entscheidungshilfen zur Zielgruppenansprache. Die Sinus-Milieus werden mit Hilfe einer Liste von Einstellungen erhoben. Auf Basis der Antworten werden die Befragten im Zuge der Auswertung den einzelnen Milieus zugeordnet.

Abbildung 16: SINUS-Milieus 2024



Basis: Personen aus der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, Quelle: Reiseanalyse 2024 *face-to-face*

Quelle: FUR

In diesem Exkurs werden die Nachhaltigkeitseinstellung und das Reiseverhalten dreier ausgewählter Sinus-Milieus exemplarisch im Vergleich beschrieben. Tabelle 59 zeigt die

Ergebnisse aller SINUS-Milieus bezüglich der Parameter zur Messung der Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen sowie der Einstellung der Milieus auf Personen-Basis.

Die Ergebnisse der SINUS-Milieus verdeutlichen eindrücklich die Schere zwischen Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen und dem gezeigten Reiseverhalten (Tabelle 59). Zur Verdeutlichung werden hier die Parameter der Postmateriellen, der Adaptiv-Pragmatischen und der Prekären beschrieben. Im Januar 2024 machte das Milieu der Postmateriellen einen Anteil von 12 % der Gesellschaft aus, dabei unternahmen sie 13 % aller Urlaubsreisen. Der Anteil des Milieus an allen Reisen ist also höher als der Anteil der Gruppe in der Bevölkerung, was auf eine hohe Reiseintensität und -Tätigkeit hinweist. Die Postmateriellen haben überdurchschnittlich häufig eine positive Einstellung zur ökologischen (67 %) und sozialen (78 %) Dimension der Nachhaltigkeit. Sie geben geringfügig häufiger als der Durchschnitt an, CO₂-Kompensation für ihre Reisen zu bezahlen (7 %), und geben etwas häufiger als der Durchschnitt an, die Nachhaltigkeit habe bei der Reiseentscheidung eine Rolle neben anderen Aspekten gespielt (24 %). Gleichzeitig reisen Personen aus diesem Milieu mit fast 1.950 km pro Urlaubsreise weiter als viele andere Milieus, legen mit insgesamt 16,9 Mrd. Kilometern deutlich mehr Strecke zurück als andere Milieus und stoßen damit auch mehr CO₂ aus. Hier zeigt sich also eine deutlich positive Einstellung zur Nachhaltigkeit bei gleichzeitig weniger nachhaltigem Reiseverhalten in Bezug auf die Mobilität beim Reisen. Im Vergleich dazu haben Personen aus der adaptiv-pragmatischen Mitte seltener eine positive Einstellung zur ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen (38 %) und legen pro Reise genauso viel Strecke zurück wie die Postmateriellen.

Auf der anderen Seite der Schere zwischen Einstellung und Reiseverhalten stehen die Personen aus dem Milieu der Prekären. Sie machen rund 9 % der Bevölkerung aus, unternehmen aber nur 5 % aller Urlaubsreisen. Die Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen ist insbesondere bei der ökologischen Dimension unterdurchschnittlich häufig positiv (45%), die Nachhaltigkeit hat seltener den Ausschlag gegeben (2 %) oder war ein Aspekt bei der Entscheidung für die Reise (17 %). Gleichzeitig reisen Personen aus diesem Milieu mit rund 1.230 km pro Reise und insgesamt 4,3 Mrd. Kilometern deutlich geringere Distanzen und stoßen damit deutlich weniger CO₂ aus als alle anderen Milieus. Dies legt nahe, dass neben individuellen Werthaltungen auch ökonomische, soziale und wertebasierte Faktoren einen wesentlichen Einfluss auf die Diskrepanz zwischen Einstellung zur Nachhaltigkeit und tatsächlichem Reiseverhalten haben.

Tabelle 59: Nachhaltigkeitseinstellung und Parameter zum Reiseverhalten der SINUS-Milieus

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer der SINUS-Milieus Jan–Dez											
	Bevölkerung	Konservativ-Ge- hobene	Postmaterielle	Performer	Expeditive	Adaptiv-Prag- matische	Nostalgisch- Bürgerliche	Traditionelle	Prekäre	Konsum- Hedo- nistische	Neo-Ökologische
Anteil des Milieus an allen Reisen	-	11%	13%	11%	11%	14%	10%	7%	5%	8%	8%

Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer der SINUS-Milieus Jan–Dez											
Anteil des Milieus in Gesellschaft	-	11%	12%	10%	10%	12%	11%	10%	9%	8%	8%
Relevanz bei der Reiseentscheidung											
<i>hat den Ausschlag gegeben</i>	3%	3%	4%	4%	3%	2%	1%	4%	2%	1%	4%
<i>Nachhaltigkeit war ein Aspekt</i>	17%	17%	22%	24%	16%	10%	14%	15%	17%	12%	15%
<i>für diese Reise keine Bedeutung</i>	59%	59%	58%	61%	54%	66%	62%	55%	60%	47%	51%
<i>interessiert mich generell nicht</i>	22%	22%	16%	12%	27%	23%	23%	26%	21%	41%	30%
Nachhaltigkeitskennzeichnung	11%	11%	17%	15%	9%	12%	9%	11%	10%	5%	9%
CO2-Kompensation	5%	5%	7%	6%	4%	5%	4%	5%	5%	3%	7%
Durchschnittliche Anreisedistanz (km)	1.877	1.870	1.948	2.296	2.259	1.981	1.490	1.272	1.228	1.948	1.901
Gesamtdistanz (Mrd. km)	121,1	13,8	16,9	16,4	15,9	17,6	10,1	5,8	4,3	9,9	10,4
Einstellung zur Nachhaltigkeit (Top2)											
ökologische Dimension	49%	53%	67%	48%	50%	38%	42%	45%	34%	47%	58%
soziale Dimension	64%	68%	78%	66%	74%	53%	54%	63%	55%	52%	70%

Basis: Personen aus der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren und ihre Urlaubsreisen, Quelle: Reiseanalyse 2024 *face-to-face*

5 Kommunikationsmodul

5.1 Einführung

Inhalt dieses Moduls war die Durchführung von Veranstaltungen, die dazu geeignet sind, die Ergebnisse der Studie in die Branche zu tragen und gegenüber der interessierten Öffentlichkeit zu kommunizieren. Dazu wurden in allen drei Projektjahren von der FUR jeweils kurz vor der Internationalen Tourismusbörse in Berlin (ITB) ausgewählte Zahlen aus der Erhebung im Rahmen ihrer Präsentation erster Ergebnisse aus der Reiseanalyse berichtet.

Die vollständigen Ergebnisse inklusive der Erkenntnisse aus den Vertiefungsmodulen wurden jeweils im September in einem 1,5 – 2-stündigen Web-Seminar vorgestellt und diskutiert. Hinzu kamen Präsentationen in verschiedenen Fachgremien nach Absprache und zahlreiche Interviews für unterschiedliche Medien.

Um einen Rahmen für einen noch intensiveren Austausch zum Studienthema zu anbieten, wurden darüber hinaus zwei Workshops jeweils im Juni 2023 (Mannheim) und 2024 (Dessau) durchgeführt. Beide Veranstaltungen standen in zeitlichem Zusammenhang mit der jeweiligen FUR-Auswertungstagung zur Reiseanalyse.

Alle Termine fanden ein reges Interesse in der Branche. Inhalte und Diskussionen sind nachfolgend dokumentiert.

5.2 Webseminare zu den Ergebnissen des Nachfragemonitors

Die Web-Seminare fanden am 27.09.2022 von 9:30 bis 11:30 Uhr, am 25.09.2023 von 11:00 bis 12:30 Uhr und am 18.09.2024 von 10:00 bis 11:30 Uhr statt. Die Zahl der Teilnehmenden lag zwischen 360 (2022) bzw. 305 (2023) und 250 (2024) Personen. Die Veranstaltungen wurden aufgezeichnet und stehen als Video zum Nachschauen für Interessierte unter Nachfragemonitor - YouTube und <https://reiseanalyse.de/ra-satelliten/ra-nachhaltigkeit/> zur Verfügung.

5.3 Workshop – „Zukunftsthema Nachhaltigkeit – Wo steht die Branche und wo soll sie hin?“ am 15. Juni 2023 in Mannheim

5.3.1 Hintergrund und Vorgehensweise

Im Rahmen der Auswertungstagung der Reiseanalyse 2023 wurde ein Workshop zum Zukunftsthema Nachhaltigkeit der Reisebranche durchgeführt. Der Workshop ist Teil des Projekts „Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren“, dass die FUR mit finanzieller Unterstützung des Umweltbundesamts aus Mitteln des Bundesumweltministeriums aktuell durchführt. Kernstück des Projekts ist ein jährlicher Monitoringbericht zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen auf Basis der Reiseanalyse. In dem Workshop ging es nun darum, das Thema Nachhaltigkeit vor dem Hintergrund der im Nachfragemonitor gewonnen Erkenntnisse mit Branchenvertretenden zu diskutieren.

Die insgesamt ca. 60 Teilnehmenden kamen aus den Bereichen Destinationsmanagement und -entwicklung, Marketing und Medien, Marktforschung, Reiseveranstalter, Tourismusverbände und Transportunternehmen. So konnten Ansichten aus verschiedensten Perspektiven in der Branche gesammelt, einander gegenübergestellt und diskutiert werden.

In dem Workshop ging es insgesamt um drei hauptsächliche Fragen:

1. Wo steht die Branche beim Thema Nachhaltigkeit?
2. Wie lässt sich mehr Nachhaltigkeit beim Reisen anregen?
3. Was kann die Reiseanalyse mit dem Nachhaltigkeitsmonitor dazu beitragen?

Nach einer kurzen Vorstellung der aktuellen Ergebnisse aus dem RA Nachfragemonitor für Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen wurde zunächst die Methode des „Lebenden Barometers“ angewandt. Sie ermöglicht den Teilnehmenden ihre Standpunkte zu visualisieren, indem sie sich physisch an verschiedenen Positionen im Raum platzieren, um ihre Zustimmung, Ablehnung oder Neutralität zu einer bestimmten Aussage auszudrücken. Dazu wurden Fragen und Aussagen zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen formuliert, zu denen sich die Teilnehmenden entsprechend ihrer Zustimmung oder Ablehnung z.B. zwischen „stimme voll zu“ und „stimme überhaupt nicht zu“ auf einer gedachten Linie im Raum positionieren sollten. Danach gingen die beiden Moderatoren herum und fragten einzelne Personen nach ihren Beweggründen für die eigene Positionierung und stellten Nachfragen.

Die Verteilung der Personen zu den verschiedenen Themen auf der gedachten Linie findet sich nachfolgend graphisch dargestellt: Je dichter, länger und dicker die vertikalen Striche sind, desto mehr Personen haben sich an dieser Position aufgestellt. Jeweils nachstehend werden die Statements zu den Nachfragen zusammenfassend wiedergegeben.

5.3.2 Themen und Statements

Thema 1: Wie nachhaltig ist die Tourismusbranche aktuell?



Statements zur Nachfrage: Wo fehlt es?

- Nicht vergessen werden darf bei der Frage, dass es sich bei dem Thema Nachhaltigkeit um ein sehr komplexes Thema handelt. Auch zu bedenken ist, dass sich die Tourismusbranche aktuell und in der Vergangenheit mit einer Vielzahl von Themen beschäftigen muss/musste. Im Vergleich zu vielen anderen Branchen steht die Tourismusbranche somit vor einer Vielzahl von Aufgaben, was die mögliche Umsetzungsgeschwindigkeit herabsetzt.
- Bei der Bewertung, wo der deutsche Reisemarkt hinsichtlich der Nachhaltigkeit steht, wird oft zu sehr aus der deutschen Perspektive gedacht. Der Tourismus ist aber international organisiert, gerade deswegen muss man die nachhaltige Entwicklung international denken. Das macht es schwieriger.
- Viele Naturschutzbemühungen (z. B. Nationalparks) sind nur wegen des Tourismus entstanden, also ist der Tourismus auch ein Förderer der Nachhaltigkeit.
- Es gibt einen starken Schwerpunkt auf der ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit. Zu wenig Beachtung findet dabei die Tatsache, dass der Tourismus vor allem in Entwicklungsländern (auch für ungelernte Arbeitskräfte) eine wichtige Einkommensquelle bietet, um die Grundbedürfnisse wie Nahrung und Wohnen finanzieren zu können.

- Menschen lassen sich nicht einfach ‚umerziehen‘, dies erschwert die Umsetzung.

Thema 2: Wo wird die Reisebranche bei der Nachhaltigkeit 2030 vermutlich stehen?



Statements zur Nachfrage: Welche Rolle kann dabei die Tourismusbranche spielen?

- Skepsis:
 - Der „Glaube in die Menschen“ fehlt, denn die Urlaubswünsche stehen der Nachhaltigkeit entgegen.
 - Es wird zu viel diskutiert und nicht gehandelt. Deswegen kommen wir nicht weiter.
- Optimismus:
 - Die Destinationen machen ganz viel. Sie sind die Treiber der Nachhaltigkeit in der Region.
- Dabei besteht die Frage, wie integral wir das Thema Nachhaltigkeit denken. Der Tourismus kann positive Auswirkungen für die ökologische, soziale und ökonomische Dimension der Nachhaltigkeit haben – gleichzeitig aber auch negative Auswirkungen auf all diese Dimensionen.
- Diese Auswirkungen sind teilweise auch entgegengesetzt: Manches, was positive Auswirkungen für die ökologische Nachhaltigkeit hat, bedeutet im Gegenzug auch negative Auswirkungen für die soziale Nachhaltigkeit. Die Branche muss also versuchen, negative Auswirkungen immer so gering wie möglich zu halten und positive Auswirkungen so stark wie möglich zu fördern.

Thema 3: Die regionalökonomischen Nachteile bei sinkenden Gästezahlen in touristischen Zielgebieten lassen sich mildern, wenn gleichzeitig mehr Geld pro Reisendem in der Region verbleibt.



Statements zur Nachfrage: Wie ließe sich das erreichen?

- Die einzige Möglichkeit dafür wäre eine Erhöhung der Preise vor Ort. Dies wäre nur kurzfristig eine Lösung, um damit rückläufige Gästezahlen (z. B. durch höhere Preise) zu kompensieren. Auf lange Sicht scheint es nicht tragfähig.
- Außerdem schlägt das negativ auf die Teilhabe am Tourismus aus. Diese negative Auswirkung könnte durch öffentlich geförderte Urlaubsprogramme gedämpft werden. Das ist aber keine Lösung für breite Massen der Gesellschaft.

Thema 4: Die Informationen zur Nachhaltigkeit beim Reisen müssen verstärkt werden.

Ja ---||-----|-----|-----|--|||||||||||||||||||||||-----|||---|Nein

Statements zur Nachfrage: Wie sorgen wir dafür?

- Die Informationen müssen an der richtigen Stelle platziert und in der richtigen Dosis vorgehalten werden (zu viele Informationen sind kontraproduktiv). Wichtig ist es, die Kunden gut zum Thema Nachhaltigkeit hinzuführen, dafür braucht es die entsprechenden Angebote und ein Bewusstsein für das Thema.
- Mehrere Teilnehmer merkten an, dass Sie sich recht weit unten auf der Skala nicht wegen zu geringen Informationen aufgestellt haben, sondern weil sie der Meinung sind, dass Informationen nicht ausreichen, um ein nachhaltiges Reiseverhalten zu erzielen.
- Erfahrungen zeigen, dass trotz gut sichtbarer Platzierung des CO₂-Fußabdrucks und der Möglichkeit auf freiwilliger Basis eine Kompensation dazu zu buchen, dies von der Mehrheit der Kunden nicht genutzt wird. Mögliche Lösung: die Kompensation gleich standardmäßig mit in den Reisepreis einzuschließen.
- Informationen zum Thema Nachhaltigkeit müssen verstärkt werden, um es in den Köpfen der Kunden durch häufige Wiederholung noch weiter als wichtiges Thema zu verankern. Das Thema Nachhaltigkeit lebt von der Sichtbarkeit.

Thema 5: Eine stärkere CO₂-Bepreisung wäre ein geeigneter Hebel, um das Reisen in Richtung Nachhaltigkeit zu bewegen.

Ja -|--||---||---|---|-----|--||||-|||||||||-----|||||||||||||-----|Nein

Statements zur Nachfrage: Was spricht aus Ihrer Sicht dafür, was dagegen?

- Die Nachhaltigkeit einer Reise sollte nicht nur vom CO₂-Ausstoß abhängig gemacht werden, da Nachhaltigkeit noch viele weitere Aspekte beinhaltet.
- Sinnvoll wäre es, wenn die nachhaltige Reise zum Standard werden würde und alle Angebote einen Aufpreis bekommen würden, die nicht nachhaltig sind. Nachhaltige Reisen sollten also standardmäßig günstiger sein, als nicht nachhaltige Reisen.
- Anmerkung zum Statement: Besser wäre folgende Aussage „Eine stärkere CO₂-Bepreisung führt zu einem geringeren Anteil an Flugreisen“. Nachhaltigkeit sollte nicht auf den CO₂-Ausstoß begrenzt werden. Wenn weniger Flugreisen unternommen werden, führt dies zu Einkommensausfällen in Entwicklungsländern, wodurch Effekte der sozialen Nachhaltigkeit vermindert werden.
- Eine Bepreisung wäre sinnvoll, weil vermutlich die meisten Menschen sich nicht freiwillig dazu entscheiden, für Nachhaltigkeit mehr zu zahlen.
- Auch wenn der Hebel sinnvoll wäre, die Bepreisung lässt sich aber auf der Langstrecke schwer umsetzen. Gerade internationale Carrier hätten die Möglichkeit, bei Umsteigeverbindungen die Bepreisung nur für die erste Teilstrecke zu berechnen. Dies

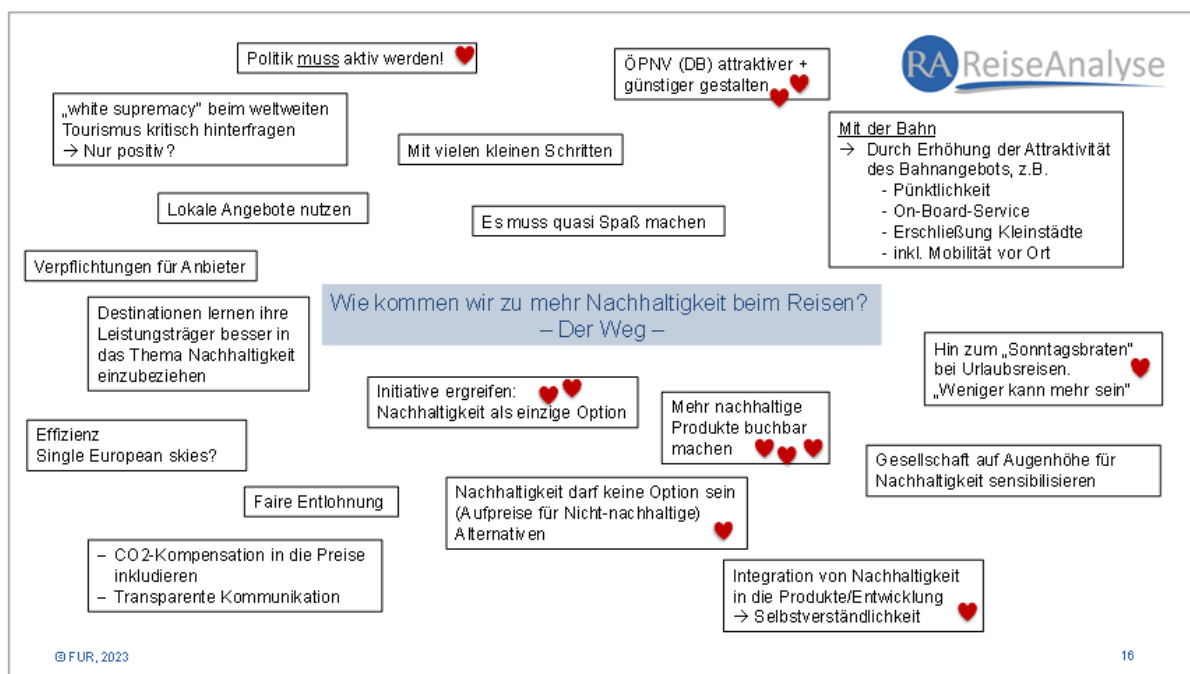
würde internationalen Carriern einen Wettbewerbsvorteil gegenüber deutschen Carriern verschaffen.

- Beim Flugverkehr sollten sich die Überlegungen nicht auf die CO2-Bepreisung beschränken. Wichtig ist auch das Thema SAF (Sustainable Aviation Fuel), es sollten Anreize gesetzt werden, um nachhaltiges Kerosin in ausreichenden Mengen zur Verfügung stellen zu können. Es geht also nicht nur um die Reduktion der Emissionen durch die Reduktion von Flugverkehr, sondern vor allem um technologische Weiterentwicklung.

5.3.3 Kartenabfragen zum Abschluss

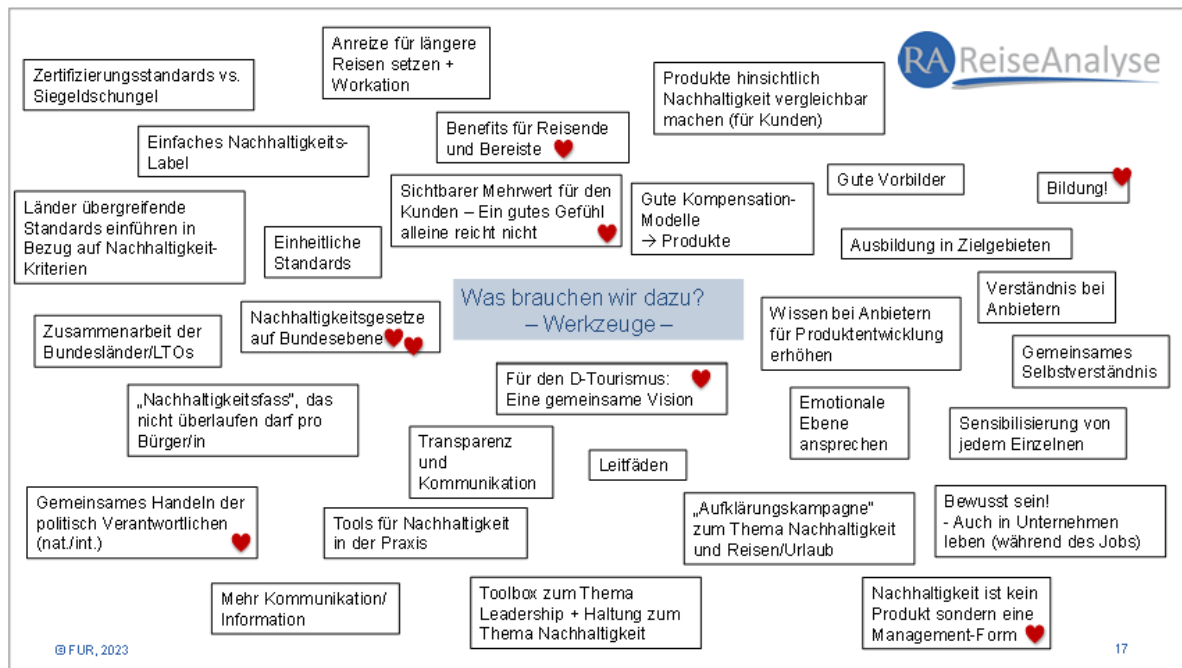
Zum Abschluss des Workshops wurden die Teilnehmenden gebeten, auf Moderationskarten einerseits Wege und Werkzeuge für die nötige Transformation zu mehr Nachhaltigkeit beim Reisen zu notieren und andererseits festzuhalten, wie der Nachhaltigkeitsmonitor und die Reiseanalyse zu dieser Entwicklung beitragen können. Auf drei Stellwänden konnten die Teilnehmenden ihre Karten anheften und für besonders positiv bewertete Inhalte „Herzchen“ verteilen. Das Ergebnis ist nachfolgend dargestellt.

Abbildung 17: Der Weg



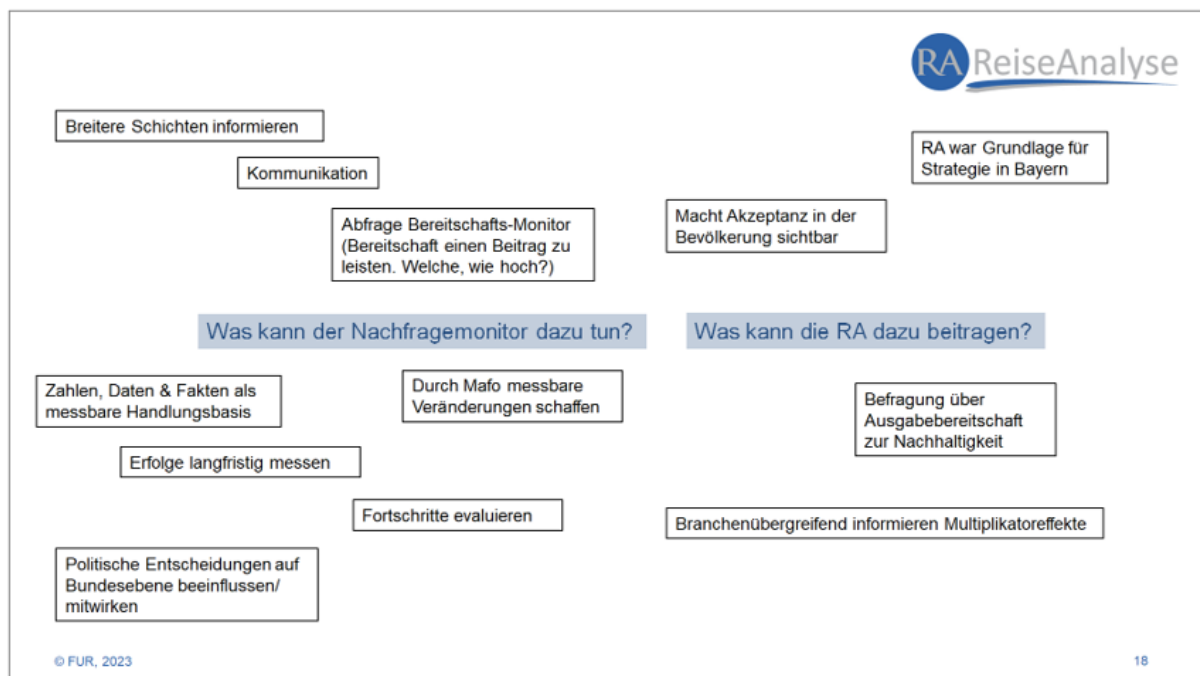
Quelle: FUR

Abbildung 18: Die Werkzeuge



Quelle: FUR

Abbildung 19: Beitrag RA und Nachfragemonitor zur Transformation



Quelle: FUR

5.3.4 Ausblick

Die Rückmeldungen aus der Diskussion flossen in die Weiterentwicklung des Nachfragemonitors und die Themenfindung für das Vertiefungsmodul im Monitoringbericht 2024 mit ein. Im Sommer 2024 wurde im Kommunikationsmodul des Projekts ein weiterer ganztägiger Workshop durchgeführt, bei dem gemeinsam Rückschau auf die dann drei Jahre

Nachfragemonitor gehalten wurde, um darauf aufbauend weitere Schritte zum Thema Nachhaltigkeit im Tourismus zu beschreiben.

5.4 Workshop „Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen – Transformation als Zukunftsaufgabe bei Angebot und Nachfrage“ am 06. Juni 2024

5.4.1 Hintergrund und Vorgehensweise

Nachhaltigkeit ist eine zentrale Zukunftsaufgabe für den Tourismus - das stellt kaum jemand in Frage.

- Was aber muss konkret geschehen, um künftig mehr Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen zu realisieren?
- Wie viel ist bereits erreicht?
- Und an welchen Stellschrauben müssen wir drehen, um eine weitere Transformation im Tourismus zu bewirken, die ihn langfristig zukunftsfähig macht?

Diese Fragen hat die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. in einem Workshop am 06. Juni 2024 von 10:00 bis 15:30 Uhr in den Räumen des Umweltbundesamts in Dessau-Roßlau mit Interessierten aus der Branche genauer diskutiert.

Als Hintergrundinformationen zur aktuellen Rolle der Nachhaltigkeit beim Reisen stellte die FUR dabei neue Zahlen und Entwicklungen aus dem Nachfragemonitor Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen 2024 vor (s. Präsentation im Anhang). Der Monitor auf Basis der Reiseanalyse der FUR informiert seit drei Jahren über die Einstellung der Reisenden zur Nachhaltigkeit aber auch ihr tatsächliches Reiseverhalten.

Workshop-Programm

Uhrzeit	Programmpunkt
10:00 Uhr	Begrüßung und Vorstellung des Tagungsprogramms Matthias Koller, Abteilungsleiter der Abteilung I 1 Nachhaltigkeitsstrategien, Ressourcenschonung und Instrumente (UBA); Ulf Sonntag, Wolfgang Günther (FUR)
10:15 Uhr	Drei Jahre Nachfragemonitor Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen - Erkennbare Entwicklungen und deren Einordnung Dr. Friedericke Kuhn (FUR)
10:45 Uhr	Nachhaltigkeit als Zukunftsaufgabe - Wie kann eine Transformation zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus gelingen? Podiumsdiskussion mit • Guido Wiegand (CMO, Studiosus Reisen) • Sybille Wiedenmann (Geschäftsführerin der pro Allgäu GmbH & Co.KG) • Álvaro F. Blanco Volmer (Direktor Spanisches Fremdenverkehrsamt Berlin, Turespaña) • Michaela Schultheiß-Münch (Leiterin Marktforschung, Prognose und Statistik bei Fraport)
11:30 Uhr	<i>Kaffeepause</i>
11:45 Uhr	Brainstorming zu Stellschrauben und Hebeln für eine Transformation in Richtung Nachhaltigkeit - Wo und wie können wir ansetzen? Kartenabfrage und Priorisierung im Plenum

Uhrzeit	Programmpunkt
12:30 Uhr	<i>Mittagspause</i>
13:30 Uhr	Bar Camp* light - Einführung, Session Planung, Session Leitthema: Tourismus in einer nachhaltigen Zukunft – wie reisen wir nach der Transformation?
15:00 Uhr	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen Skizzieren eines Transformationsfahrplans für den Tourismus
15:30 Uhr	Ausblick und Abschied

5.4.2 Drei Jahre Nachfragemonitor Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen – Erkennbare Entwicklungen und deren Einordnung

In einem Impulsvortrag stellte Friedericke Kuhn von der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) die aktuellen Forschungsergebnisse zur Nachfrage nach Nachhaltigkeit auf Basis der Reiseanalyse vor und erläutert deren Entwicklung über die letzten Jahre.

Das Volumen der Reisen und Reisenden liegt 2023 noch leicht unter dem Niveau von 2019 wobei 2023 wieder vermehrt ins Ausland und mit dem Flugzeug gereist wurde. Die Mehrheit der deutschen Bevölkerung möchte nachhaltig reisen, was Potenzial für entsprechende Angebote birgt. Soziale Nachhaltigkeit erhält dabei in der Bevölkerung weiterhin eine höhere Zustimmung als ökologische Nachhaltigkeit. Dennoch sind Nachhaltigkeitsaspekte bei Urlaubsreisen nach wie vor nur selten entscheidend, wobei eine leicht abnehmende Relevanz über die letzten Jahre zu verzeichnen ist.

Der Anteil der Urlaubsreisen, bei denen eine CO₂-Kompensation geleistet wurde, stagniert dabei auf einem niedrigen Niveau. Eine Nachhaltigkeitskennzeichnung ist bei etwa jeder zehnten Reise vorhanden, wobei Personen, die eine positive Einstellung zur Nachhaltigkeit haben, deutlich häufiger angeben, dass ihre Reise eine solche Kennzeichnung besaß. Die Verkehrsleistung und die Reisedistanz pro Tag sind bei Urlaubsreisen erneut angestiegen und liegen auf einem ähnlichen Niveau wie 2019. Hier spiegelt sich deutlich der Zuwachs von Fernreisen sowie Auslands- und Flugreisen wider.

Die Ergebnisse zeigen weiterhin keine bedeutende Veränderung hin zu einem nachhaltigeren Reiseverhalten in der Gesamtbevölkerung. Die meisten Verhaltensparameter befinden sich wieder auf dem Entwicklungspfad, der sich vor der Corona-Pandemie abzeichnete. Die gereisten Distanzen erreichen trotz der insgesamt geringeren Zahl an Urlaubsreisen fast wieder das Niveau von 2019. Insgesamt betrachtet gibt es keinen Trend zu näheren Zielen oder wesentlich längeren Aufenthalten. Unter den aktuellen Rahmenbedingungen ist eine nachfragegetriebene Transformation zu mehr Nachhaltigkeit unwahrscheinlich.

Die Charts der Präsentation sind diesem Bericht als Anhang B.3 angefügt.

5.4.3 Podiumsdiskussion: Nachhaltigkeit als Zukunftsaufgabe

Vor dem Hintergrund der Erkenntnisse aus dem Nachfragemonitor einerseits und dem Wissen um die vielfältigen ökologischen, sozialen und ökonomischen Herausforderungen für den

Tourismus in den vor uns liegenden Fragen ging es nun im zweiten Workshopteil um Lösungen und Hebel, die dafür geeignet sind, den Tourismus zukunftsfähig weiterzuentwickeln. Dazu hatten zunächst vier Gäste das Wort, die entlang zweier Leitfragen aus ihrem jeweiligen Arbeitsumfeld und ihren Erfahrungen aus ihrer Perspektive berichteten.

Unter Überschrift „Nachhaltigkeit als Zukunftsaufgabe - Wie kann eine Transformation zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus gelingen?“ nahmen folgende Personen am Podium teil:

- ▶ Guido Wiegand (CMO, Studiosus Reisen)
- ▶ Sybille Wiedenmann (Geschäftsführerin der pro Allgäu GmbH & Co.KG)
- ▶ Michaela Schultheiß-Münch
(Leiterin Marktforschung, Prognose und Statistik bei Fraport)
- ▶ Álvaro F. Blanco Volmer
(Direktor Spanisches Fremdenverkehrsamt Berlin,TURESPAÑA)

Die Antworten sind nachfolgend in Stichworten zusammengefasst:

1. Fragenrunde:

Welche Lösungen sind in Ihrem Arbeitsumfeld erkennbar, die geeignet sind, die Transformation zu mehr Nachhaltigkeit zu befördern?

Guido Wiegand, Studiosus:

- ▶ Nachhaltigkeit steht bei Studiosus seit 30 Jahren auf der Agenda. Es ist nicht nur ein Zeitgeistreflex, sondern stark inhaltlich getrieben.
- ▶ Nachhaltigkeit ist kein Marketingthema, sondern durch Corporate Social Responsibility (CSR) in den Unternehmenswerten integriert.
- ▶ Nachhaltigkeit ist als Managementprozess im Unternehmen etabliert und wird regelmäßig auditiert und zertifiziert. Unter Nachhaltigkeit versteht Studiosus mehr als Umwelt, nämlich auch soziale und wirtschaftliche Aspekte.
- ▶ Insgesamt wurden 700 Nachhaltigkeitsmaßnahmen umgesetzt. Zwei Beispiele:
 - Die Achillesferse im Tourismus ist das Fliegen. Studiosus hat den "Zug zum Flug" erfunden und gefördert; inkludierte Zugreise wird subventioniert, was inländische Flugreisen um 80% reduzierte.
 - Wo immer sinnvoll möglich, werden die Reisen alternativ mit Flug- und Bahnreise gleichwertig ausgeschrieben. Der CO2-Fußabdruck wird bei jeder Urlaubsreise ausgewiesen. Reisen mit attraktiver Bahnanbindung erreichen so einen Bahnanteil von 60%.
- ▶ Größtes Hindernis für den weiteren Ausbau des Bahnanteils: fehlende europaweite Koordination und Organisation des Bahnverkehrs. Das ist einer der größten verkehrspolitischen Fehler der letzten Jahrzehnte.

Sybille Wiedenmann, Pro Allgäu GmbH:

- ▶ Kooperation von 80 familiengeführten Hotels im Allgäu; Zusammenschluss 1998/1999 von familiengeführten Betrieben mit dem Ziel eine starke Destination und Marke „Allgäu“ aufzubauen, strategische gemeinsame Entwicklung, die von den Unternehmern vor Ort vor 25 Jahren gefordert wurde.
- ▶ Es wurden von Anfang an 30 weitere Stakeholder einbezogen (Autohäuser, Banken, Bauunternehmer, Brauer, Großhändler, etc.) um die regionale Vernetzung der Branche sichtbar zu machen und die regionale Bedeutung und Akzeptanz des Tourismus zu stärken.
- ▶ Nachhaltigkeit ist Grundlage der Marke „Allgäu“, die branchenübergreifend entwickelt wurde. Jede Branche hat einen spezifischen Leitfaden, der erfüllt werden muss und alle 3 Jahre rezertifiziert wird. Aktuell sind es rund 700 Partner.
- ▶ Grassroots-Bewegung:
 - Nachhaltigkeit wird von allen Beteiligten gemeinsam entwickelt
 - Die Mitglieder des Netzwerks unterstützen sich dabei gegenseitig und erreichen nach dem Prinzip „Aus der Praxis für die Praxis“ in wichtigen Zukunftsfeldern.
 - Je nach Herausforderung erfolgt eine Unterstützung durch spezifische Experten mit denen Workshops durchgeführt werden, z.B. Revenue-Management oder KI.
 - Es gibt seit vielen Jahren einen Hotel Energieeffizienz „Stammtisch“ für den Austausch zur Energienutzung und Ressourcenschonung unter professioneller Leitung (EZA)
 - Unternehmer der AllgäuTopHotels sind starke Partner des Bündnisses „Klimaneutrales Allgäu 2030“, an dem über 100 Betriebe aus allen Branchen teilnehmen.
- ▶ Soziale Komponente: Grundsätzlich gibt die Marke Allgäu allen Beteiligten auf Unternehmerseite als auch Mitarbeitenden und Einheimischen Zuversicht für die Zukunft auf Basis einer hohen Identität und einer gemeinsamen Strategie.
- ▶ Seitens der AllgäuTopHotels sind folgende spezifischen Projekte entwickelt worden:
 - Vorfahrt für den Nachwuchs: Mit 11 greifbaren Vorteilen inkl. einer eigenen Akademie zur Persönlichkeitsentwicklung sind die Allgäu AzubiTopHotels ein Vorzeigeprojekt für exzellente Ausbildung in der Branche.
 - Ein gutes Leben durch und mit der Hotellerie: Allgäuer Top Team Hotel: Bietet umfangreiche Leistungen für die Mitarbeitenden, u.a. werden sie in die nachhaltige Entwicklung einbezogen, um den Sinn der gemeinsamen Arbeit zu erhöhen und Bewusstsein zu verankern. Erweiterte Angebote: umfassen u.a. die Nutzung von Fahrrädern vor Ort, E-Car-Sharing etc.
 - Starke NextGen: Die nächste Generation in den Unternehmen trifft sich viermal im Jahr um die Herausforderungen der Unternehmensnachfolge gemeinsam zu lösen und Impulse für die Zukunft der Kooperation zu setzen.

Michaela Schultheiß-Münch, Fraport:

- ▶ Die größte technische und finanzielle Herausforderung ist es, Flugreisen nachhaltig zu gestalten.
- ▶ Menschen suchen hauptsächlich schöne Reisen, nicht notwendigerweise nachhaltige Reisen.
- ▶ Fraport setzt gleichwohl seit Jahrzehnten auf das Prinzip "People, Planet, Prosperity".
- ▶ EMAS-Zertifizierung seit 25 Jahren, Nachhaltigkeitsbeauftragter im Unternehmen.
- ▶ Abfall und Abwasser:
 - Abfälle werden am Flughafen getrennt gesammelt und sofern nötig einer nach Sortierung zugeführt, insgesamt sammeln wir über 60 Abfallarten getrennt,
 - PET-Flaschen auf dem Vorfeld werden getrennt gesammelt und in einem „Closed Loop“ wieder zu 100% neuen PET-Flaschen; hoch technologische Trennanlage; ständig wachsende Anteile der Wiederverwertbarkeit und Recycling. Fraport AG ist in der Verantwortung, Entwässerungsnetze zu betreiben und zu nutzen. Für Schmutz- und Niederschlagswasser betreiben wir sogar zwei getrennte Kanalsysteme, um die Kläranlagen konstanter auszulasten und von großen Niederschlagswassermengen zu entlasten. Systematische Kontrollen prüfen die Qualität und Mengen der Abwässer, um so vorgegebene Grenzwerte einzuhalten. Wir betreiben ein eigenes Klärwerk.
- ▶ Lärmreduktion: finanzielle Anreize für Airlines über Lärmaufschlag für laute Flugzeuge; neuere Flugmodelle mit weniger Lärm und Emissionen werden finanziell begünstigt.
- ▶ Maßnahmen zur Reduktion der CO₂-Emissionen:
 - Scope 1 und 2: Umstellung der Fahrzeugflotte von fossilen Brennstoffen auf E-Fahrzeuge und Wasserstoff (hier nur Testlauf, noch nicht ausgereift).
 - Effiziente Steuerung der Energieversorgung (über einen Digital Twin); Energiequellen wechseln von Halogen auf LED; Energiebeschaffung von on-shore Windkraft; ab 2026 wird off-shore Windenergie direkt zum Flughafen geleitet. Ziel ist Klimaneutralität in Scope 1 und Scope 2 bis 2045.
 - Scope 3: Technische Entwicklung alternativer Flugzeuge und Treibstoffe geht leider nicht schnell genug voran. Eine wichtige Anforderung bei der SAF-Produktion ist, dass sie nicht in Konkurrenz zu Lebensmittelanbau stehen soll.
 - Elektrische, strombasierte Treibstoffe / Power to Liquid: Nur wenige Anlagen vorhanden. Achillesferse des Luftverkehrs ist die Menge in der Produktion von nachhaltigem Treibstoff. Hier fehlt noch der nötige Invest für eine Hochskalierung der Produktion und entsprechende Unterstützung durch den Staat
 - Kooperationen zur Förderung der Multimodalität (Anreise mit Zug oder Flixbus).
 - Anreize für Mitarbeiter, mit dem Fahrrad zur Arbeit zu kommen, indem Fraport für entsprechende Infrastruktur sorgt.
 - Schutz der Biodiversität um Fraport herum.

- Photovoltaik entlang der Lande- und Startbahnen.

Álvaro F. Blanco Volmer, Turespaña:

► Herausforderungen:

- Nur 1-2% der Reisen auf das spanische Festland erfolgen mit dem Zug
- Bevölkerung vor Ort fühlt sich z.T. aktuell durch den Tourismus unwohl.

► Maßnahmen in Spanien:

- Spanien hat, gemeinsam mit Österreich, den Impuls zur Entwicklung eines international einheitlichen Messsystems gegeben: Arbeitsgruppe der UN Tourism „Framework for Measuring Sustainability in Tourism“
 - UN-Entscheidung über Qualitätsstandards des Frameworks steht an.
- Notwendigkeit von Kriterien für „richtige“ Nachhaltigkeitskennzeichnungen. Berlin Office von Turespaña setzt sich dafür ein.
- Spanien leidet stark unter dem Klimawandel: Wasserknappheit in Katalonien, Barcelona, Andalusien; auch weitere Mittelmeerländer betroffen.
- Überlegung, Reisezeiten zu verschieben: Frühsommer oder Spätsommer statt Hochsommer.
- Aktivitäten zur Vernetzung im Berlin Office: Turespaña ist Futouris-Mitglied; Mitglied im DRV-Ausschuss für Nachhaltigkeit.
- Mit Futouris: Entwicklung und Durchführung nachhaltiger Pressereisen nach Spanien, um nachhaltiges Reisen über die Medien zu kommunizieren.
- Finanzielle Maßnahmen: Nachhaltigkeitsfond ins Leben gerufen und Gelder an kleine Regionen verteilt.
- Insgesamt wichtig: Reisende sollen sich nicht für das Reisen schuldig fühlen; das Angebot muss sich verändern, buchbar und zahlreicher werden.

2. Fragenrunde:

Was muss aus Ihrer Sicht passieren, damit die Transformation den nötigen Schwung erhält.

Guido Wiegand, Studiosus:

- Der Zustand der Bahn ist eine absolute Katastrophe. Es gibt eine Nachfrage nach Nachtzügen, die sich sehr einfach verkaufen lassen würden, aber es gibt einfach keine Züge.
- Entbürokratisierung ist absolut wichtig.
 - Compliance vs. Impact: Neues Berichtswesen aus der EU (CRSD) verlangt z.B. über 5000 Messdaten von einem Unternehmen wie Studiosus, die berichtet werden müssen. Zusätzlich gibt es den EMAS-Bericht, der ohne inhaltliche Abstimmung mit CRSD existiert. Auch das Lieferkettengesetz mit großem bürokratischem Aufwand

kommt hinzu. Die CR-Abteilung verbringt 75% seiner Zeit mit staatlich vorgegebenen Dokumentationspflichten, anstatt sich um Nachhaltigkeit zu kümmern

Sybille Wiedenmann, Pro Allgäu GmbH:

- ▶ Konzept „Cradle to Cradle“ ist ein Schritt zur Weiterentwicklung; wir müssen weg von negativen Gedankenspiralen hin zu positiven Gedanken: nicht weniger schädlich, sondern nützlich für die Natur und das Klima. Mitarbeitende und Gäste sollen das Gefühl bekommen, positiv zur Transformation beizutragen. Dies trägt auch zur Sinnstiftung und zur positiven Motivation aller Beteiligten bei.
- ▶ Es braucht stabile Rahmenbedingungen. Der Tourismus wurde in den vergangenen Jahren stark durchgeschüttelt, daher brauchen wir verlässliche Leitplanken für die Zukunft als Basis für Investitionen.
- ▶ Durch ein gemeinsames, starkes Nachhaltigkeitszertifikat, das alle kennen, würde die Sichtbarkeit und Akzeptanz für nachhaltige Konzepte gestärkt.
- ▶ Das Thema „bezahlbarer Wohnraum“ ist eine wichtige Stellschraube für die Zukunft. Mit Wohnungen im Umfeld der Unternehmen werden die Anfahrtswege verringert und der Zeitbedarf für das Pendeln entfällt.
- ▶ Bezüglich der Mobilität ist ein Mobilitätsmanagement auf der betrieblichen, als auch auf der örtlichen und regionalen Ebene erforderlich. Ohne das können keine neuen gemeinsame Konzepte entwickelt und umgesetzt werden.

Michaela Schultheiß-Münch, Fraport:

- ▶ Es braucht Flugverkehr und nachhaltigen Flugverkehr. Menschen müssen weiterhin von A nach B gelangen können. Luftverkehr sorgt auch für positive globale Vernetzung.
- ▶ Bürokratie und Überregulierung ersticken die Bemühungen und Ressourcen werden ineffektiv genutzt. Man wird gehindert, tatsächlich etwas zu bewirken.
- ▶ Wettbewerbsbedingungen sind international zum Teil unfair. Innerhalb der EU gibt es viele Regularien, die für das Ausland nicht gelten (werden). Die derzeitigen Fitfor55 Regularien führen dazu, dass Passagiere über andere Drehkreuze fliegen, die nicht von diesen Regeln betroffen sind. Dies führt zu mehr Stopps, Umwegen und letztlich nicht der gewünschten CO2 Reduzierung. Es braucht ein „Level Playing Field“ international (gleiche Bedingungen für alle Flughäfen).
- ▶ Flugsteuern sollten direkt für die Entwicklung von nachhaltigen Treibstoffen verwendet werden. Der Bund nimmt jährlich eine Milliarde Euro an Flugsteuern ein, die für andere Zwecke verwendet werden.
- ▶ Die Bahn muss besser werden. Es kann nicht sein, dass S-Bahnen auf Fernbahngleisen fahren, weil nicht genügend Kapazität für S-Bahnen vorhanden ist, was dazu führt, dass Fernzüge warten müssen.

Álvaro F. Blanco Volmer, Turespaña:

- ▶ „Im Urlaub sind wir diejenigen, über die wir zuhause den Kopf schütteln.“ Mit dem Verhalten von Touristen und ihren Urlaubswünschen müssen wir arbeiten.
- ▶ Keine Schuldzuweisungen an die Reisenden machen.
- ▶ Angebote müssen einfach nachhaltiger werden, ohne groß darüber zu sprechen. „Tu Gutes und sprich nicht darüber“
- ▶ Ohne Hektik, aber auch ohne Pause kontinuierlich und stetig Schritte zur Nachhaltigkeit unternehmen. Eine drastische Transformation ist nicht erreichbar.
- ▶ Wir dürfen keine Ungleichheiten im Wettbewerb schaffen.
- ▶ Nachhaltigkeit muss als Mehrwert verstanden werden.
- ▶ Initiative von Spanien: „Spain Talks - Caring for the future“ (27. November 2024 in Berlin): Meeting mit Veranstaltern, um den Austausch zu fördern und gemeinsam zu nachhaltigeren Angeboten zu bewegen.

5.4.4 Brainstorming zu Stellschrauben und Hebeln für eine Transformation in Richtung Nachhaltigkeit

Nach der Podiumsdiskussion wurden auch die Teilnehmenden in Form einer Kartenabfrage in die Diskussion einbezogen. Die Teilnehmenden wurden dabei gebeten, auf Moderationskarten ihre Ideen zu Stellschrauben und Hebeln für eine Transformation des Tourismus in Richtung Nachhaltigkeit zu notieren und an Stellwänden zu platzieren. Dabei sollten, wenn möglich sowohl Vorschläge zum „Wo (ansetzen)?“ wie auch zum „Wie (vorgehen)?“ aufgeschrieben werden. In einem zweiten Schritt konnten die Teilnehmenden ihre Zustimmung oder Skepsis/Ablehnung für die Ideen mit grünen bzw. roten Punkten auf den Karten mitteilen. Das Ergebnis ist auf den folgenden Charts dargestellt.

Bei der Frage, wo Stellschrauben und Hebel angesetzt werden sollten, wurden unterschiedliche Akteure und Themenfelder genannt. Angesetzt werden sollte danach auf den unterschiedlichsten Ebenen der Politik aber auch in der Tourismusbranche sowohl bei Destinationen wie auch bei den Veranstaltern. Weiter wird der ÖPNV (mit Schwerpunkt bei der Bahn) als Ort angegeben, bei dem eine Hebelwirkung gesehen wird. Besonders viel Zustimmung erhielten dabei der Vorschlag, koordiniert europaweit vorzugehen. Nur wenige Karten adressierten schließlich auch die Konsumentinnen und Konsumenten.

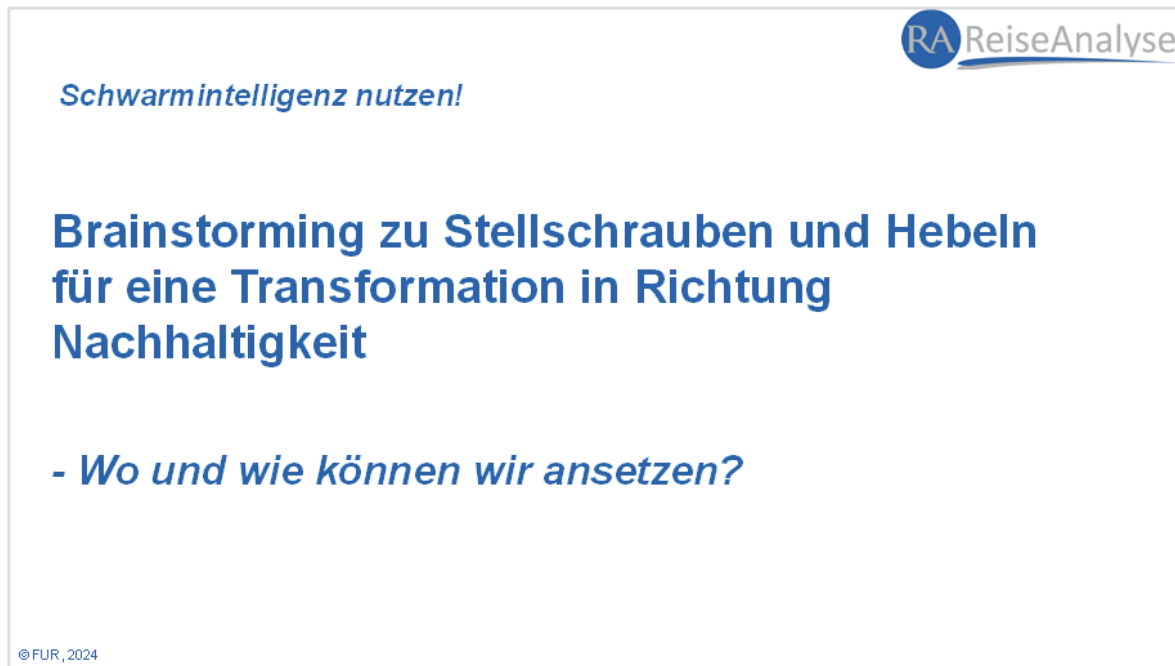
Die Ideen, wie diese Stellschrauben und Hebel angesetzt werden sollten, sind vielfältig. Angebotsverbesserungen und -erweiterungen bei der Bahn und der E-Mobilität standen im Bereich Mobilität im Vordergrund. Ein zweiter Block von Vorschlägen sieht Handlungsmöglichkeiten mit Blick auf weniger Bürokratie, finanzielle Fördermittel oder eine effizientere Vernetzung. Auch ordnungsrechtliche Vorgaben und Verbote wurden angeführt, wurden aber gleichzeitig auch von einigen Teilnehmenden kritisch gesehen. Dagegen fanden der Abbau umweltschädlicher Subventionen und (finanzielle) Anreize für „nachhaltige“ Akteure wie auch ein strategisches Bekenntnis des Bundes zu nachhaltigem Tourismus besondere Zustimmung.

Weitere Ideen bezogen sich auf die Kommunikation von Nachhaltigkeit im Tourismus. Besonders viel Zustimmung fand hier der Vorschlag, den Kund:innen den Mehrwert von Nachhaltigkeit noch deutlicher zu machen und sein Image zu verbessern. Dabei solle Schutz und

Erhalt der Natur als Verantwortungsthema fester Bestandteil der touristischen Kommunikation sein. Strittig war dagegen, ob Nachhaltigkeit kein Einschränken bedeuten darf.

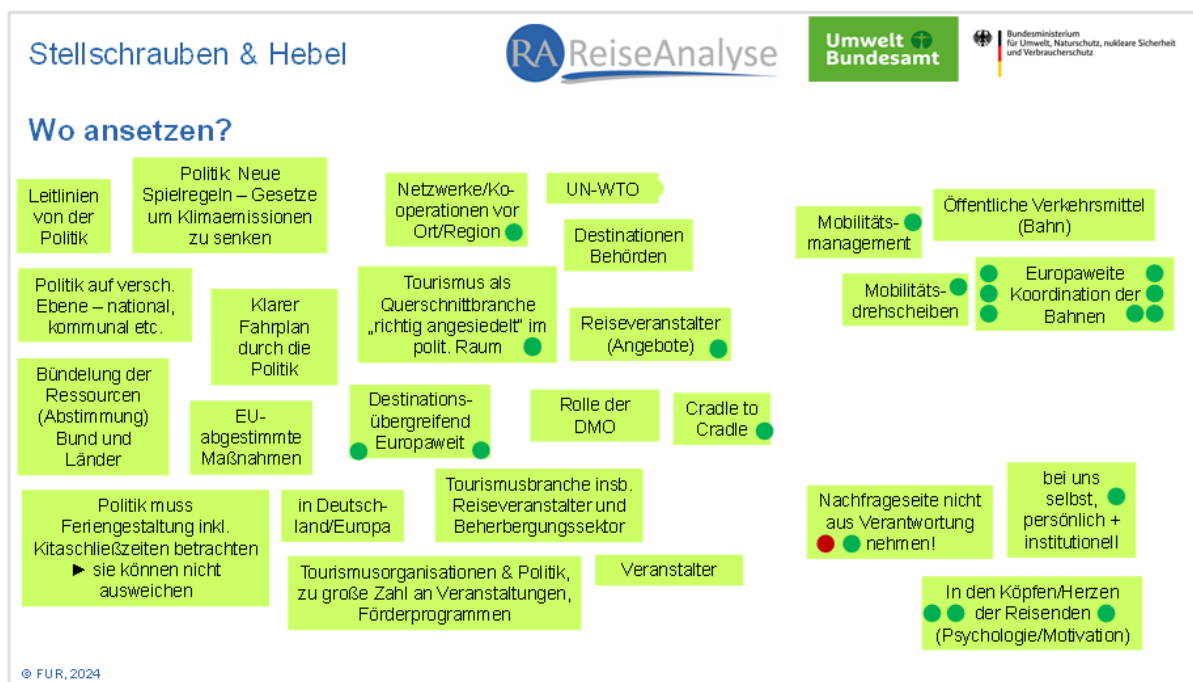
Schließlich gab es eine Reihe von Vorschlägen, die das Messen und transparente Sichtbarmachen von Nachhaltigkeit bei Reiseangeboten als wichtigen Hebel hervorheben.

Abbildung 20: Brainstorming zu Stellschrauben und Hebeln



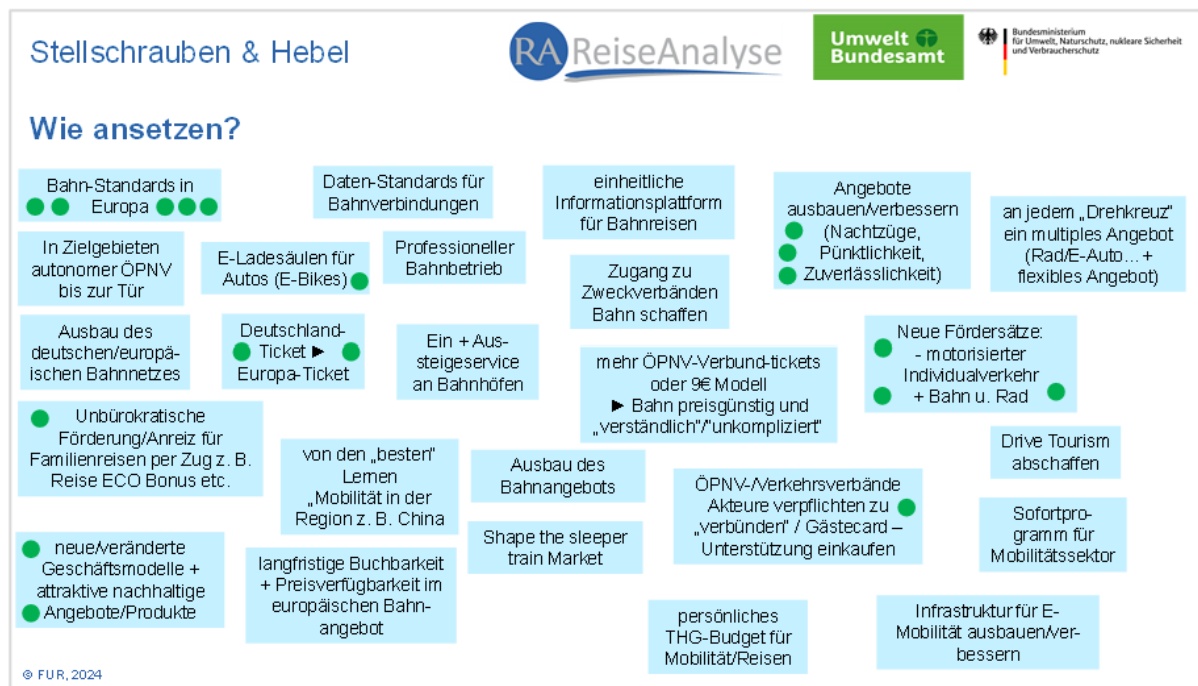
Quelle: FUR

Abbildung 21: Stellschrauben und Hebeln – wo ansetzen?



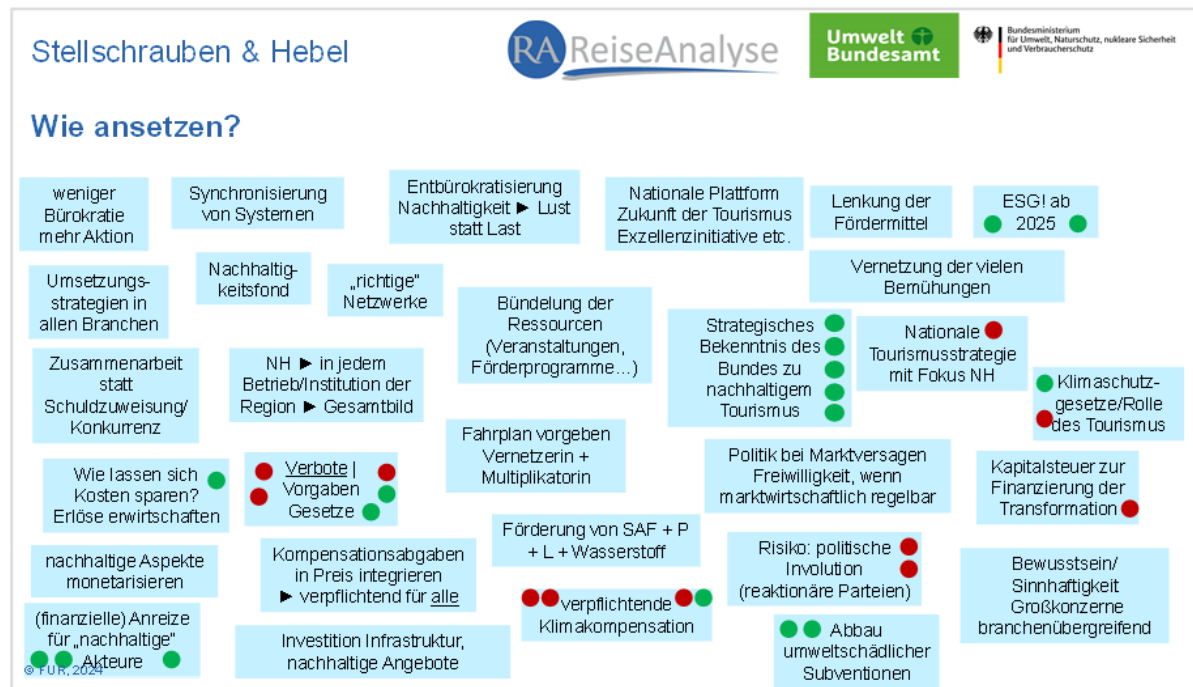
Quelle: FUR

Abbildung 22: Stellschrauben und Hebeln – wo ansetzen? I



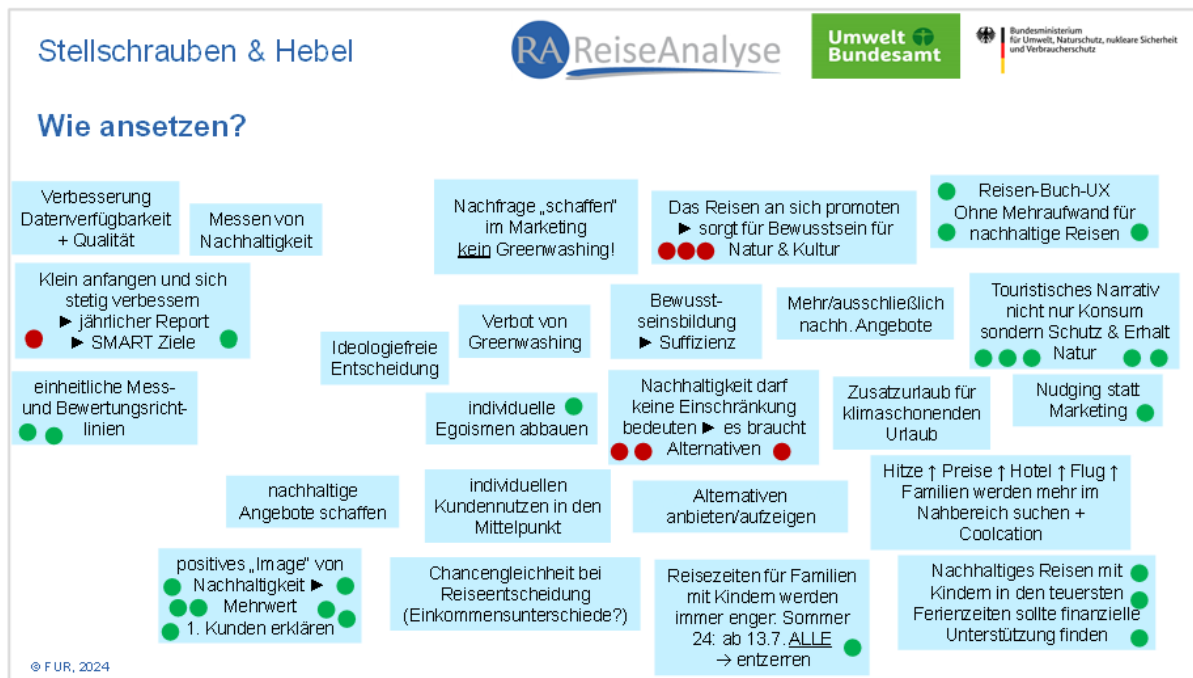
Quelle: FUR

Abbildung 23: Stellschrauben und Hebeln – wo ansetzen? II



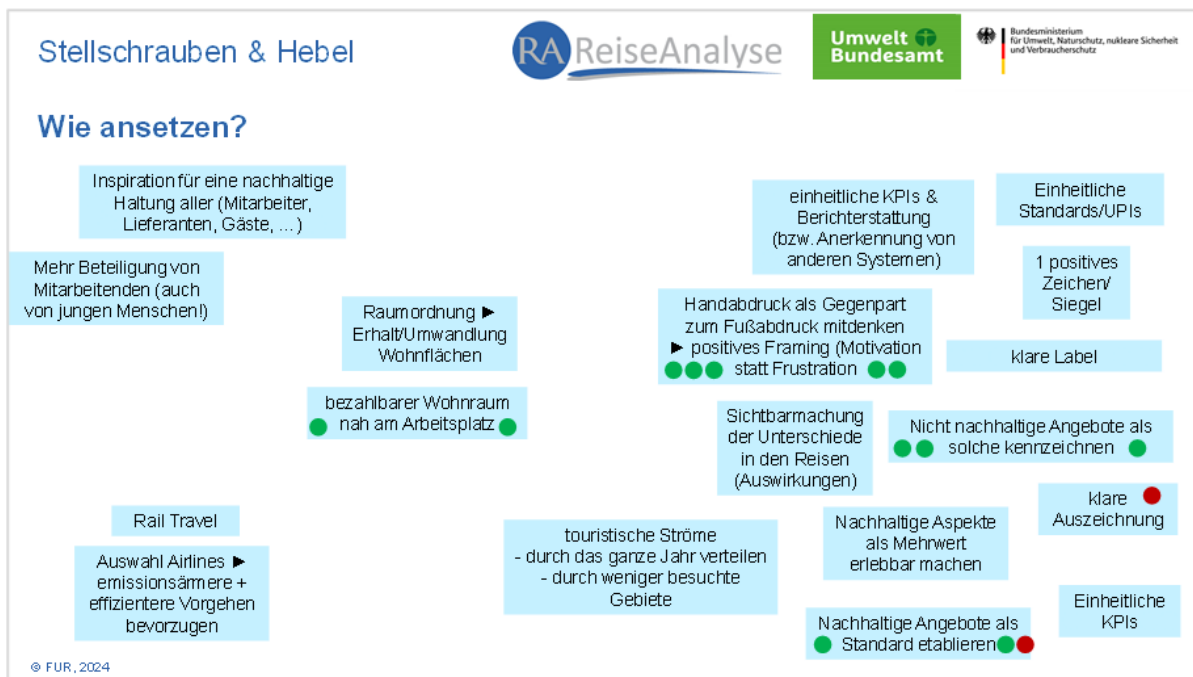
Quelle: FUR

Abbildung 24: Stellschrauben und Hebeln – wo ansetzen? III



Quelle: FUR

Abbildung 25: Stellschrauben und Hebeln – wo ansetzen? IV



Quelle: FUR

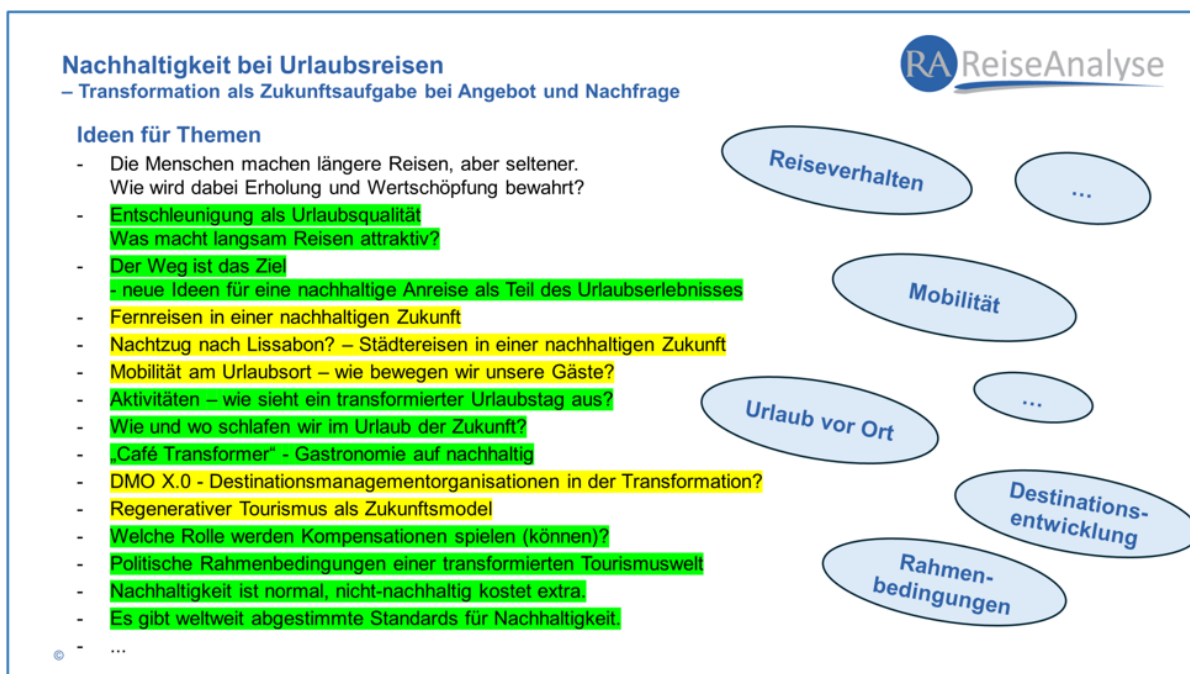
5.4.5 BarCamp light „Tourismus in einer nachhaltigen Zukunft – wie reisen wir nach der Transformation?“

Nach der Mittagspause wurde die Diskussion noch weiter geöffnet. In Anlehnung an die BarCamp Methode waren die Teilnehmenden eingeladen, Themen zu nennen, die sie gern mit anderen Teilnehmenden vertiefend diskutieren wollten. Allerdings konnte bei diesem Barcamp light nur eine Gesprächssession von ca. einer Stunde angeboten werden, da der Zeitrahmen des Workshops keine weiteren Durchgänge erlaubte.

Leitthema für die Vorschläge war „Tourismus in einer nachhaltigen Zukunft – wie reisen wir nach der Transformation?“. Die Diskussionsrunden sollten zu ihrem Thema Zukunftsbilder für einen Tourismus nach der Transformation entwerfen und auf Plakaten festhalten.

Als Anregung zu möglichen Themen wurden eingangs einige Vorschläge vorgestellt.

Abbildung 26: Ideen für Themen



Quelle: FUR

Folgende Themen wurden von den Teilnehmer:innen letztlich gewählt und anschließend in vier Gruppen diskutiert:

- Nachhaltiger Familienurlaub
- Politische Rahmenbedingungen global
- Mobilität ohne CO₂-Emissionen
- Nachhaltigkeit als Grundhaltung

Die Ergebnisse der Arbeitsgruppen wurden anschließend im Plenum vorgestellt und entlang eines Zeitstrahls von 2024 bis 2100 eingeordnet. Die dazu gezeigten Plakate sind auf den nächsten Seiten dargestellt.

Abbildung 27: Nachhaltiger Familienurlaub 2024



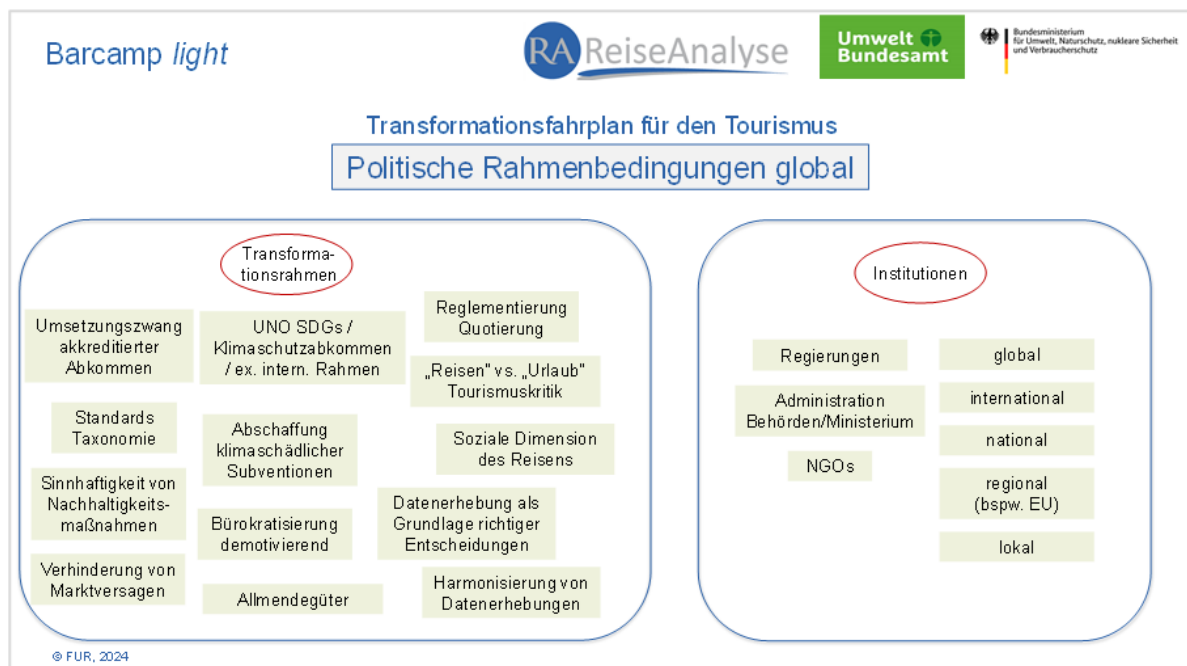
Quelle: FUR

Abbildung 28: Nachhaltiger Familienurlaub 2035



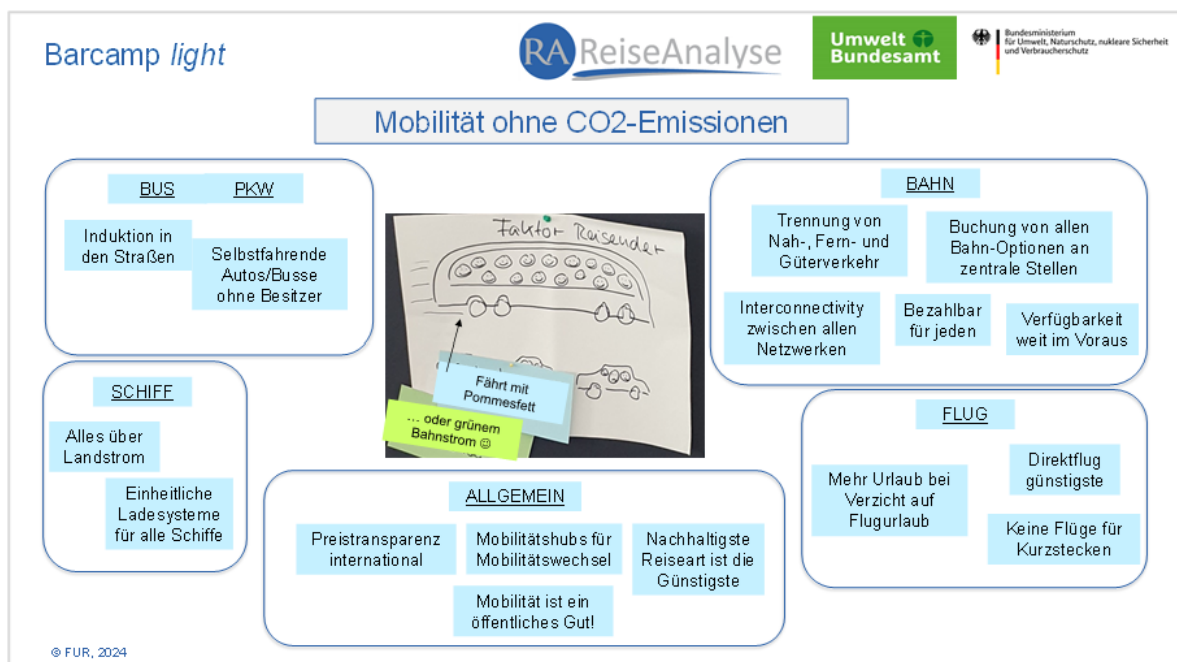
Quelle: FUR

Abbildung 29: Politische Rahmenbedingungen global



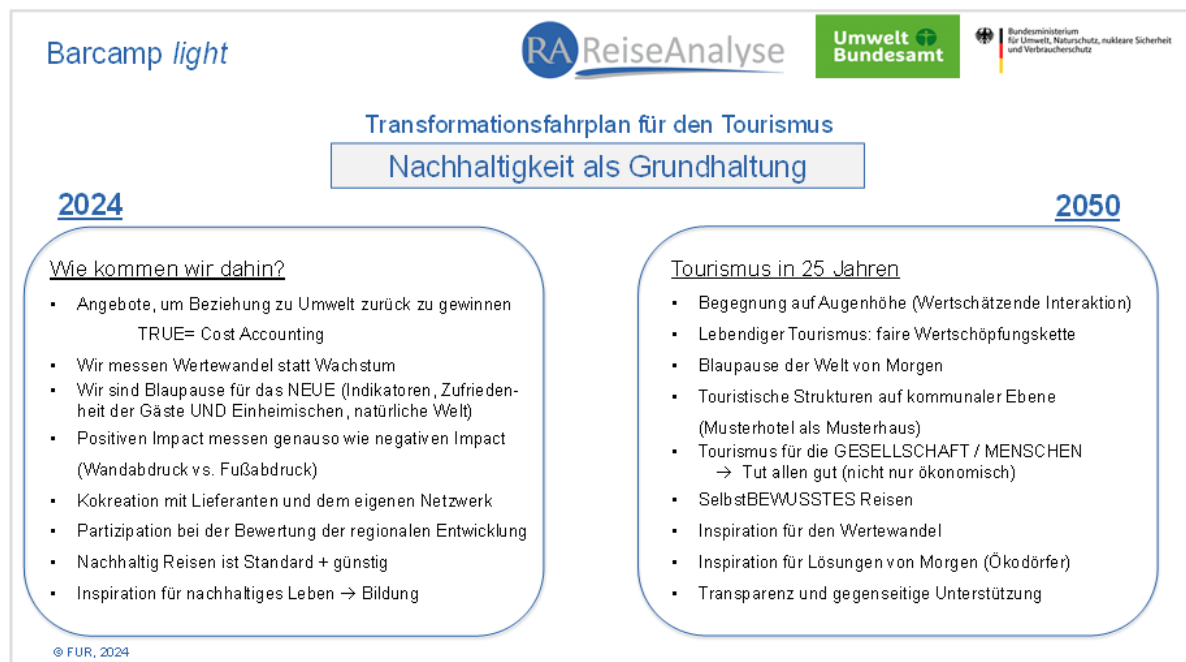
Quelle: FUR

Abbildung 30: Mobilität ohne CO₂-Emissionen



Quelle: FUR

Abbildung 31: Nachhaltigkeit als Grundhaltung



Quelle: FUR

5.4.6 Zusammenschau und Ausblick

Angesichts der großen ökologischen, sozialen und ökonomischen Herausforderungen wird sich der Tourismus weiterentwickeln müssen, um auch dauerhaft bestehen zu können. Im Workshop „Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen“ wurde dazu einerseits der besondere Wert des Tourismus für die Menschen und andererseits die Verantwortung der Branche für die gemeinsame Zukunft unserer Weltgemeinschaft hervorgehoben. Daraus ergibt sich eine klare Notwendigkeit zur Transformation in Richtung Nachhaltigkeit.

Die Beiträge in Vortrag, Podiumsdiskussion, Plenumsarbeit und Arbeitsgruppen liefern Hintergrundinformationen, Beispiele, Ideen, Lösungsvorschläge und Forderungen, zur Frage, wie eine solche Transformation gelingen kann. Sie spiegeln dabei die vielfältigen Themen und Perspektiven, die die unterschiedlichen Teilnehmenden aus der Branche auf das Thema haben. Dieses Spektrum zu kennen, ist wichtig, um besser zu verstehen, wo und wie die nötigen Veränderungen ansetzen müssen aber auch wo Widerstände und Konflikte zu erwarten sind.

Das Engagement, mit dem die Teilnehmenden sich in die Diskussion einbrachten und die Bereitschaft, ihre Erfahrungen und Ideen mit anderen für das gemeinsame Ziel zu teilen, macht Mut, dass eine Transformation aus der Branche heraus gelingen kann. Gleichzeitig wurde aber auch deutlich, dass die Transformation nicht von heute auf morgen zu erwarten ist, obschon der Druck zum Handeln enorm ist, und dass für den Tourismus verlässliche und für die Transformation förderliche Rahmenbedingungen sehr wichtig sind, um diesen Zukunftsbeitrag leisten zu können.

Der Workshop hat eine Fülle von Ideen und Vorschlägen dazu geliefert, an welchen Stellen wie und unter welchen Bedingungen die Transformation unterstützt werden kann. Diese Ergebnisse werden als wertvolle Impulse in künftige Projekte und Prozesse einfließen, die von FUR und dem UBA zum Thema durchgeführt werden.

6 Schlussbetrachtung und Ausblick

Mit dem vorliegenden Forschungsvorhaben wurde erstmals ein datenbasiertes Monitoring zur Nachfrage nach Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen bereitgestellt, aus dem sich ablesen lässt, wie sich die Nachhaltigkeitsperformance der Deutschen beim Reisen entwickelt.

Nach drei Projektjahren zeigt sich ein relativ klares Bild:

- Die deutliche Mehrheit der deutschen Bevölkerung **möchte nachhaltig reisen**. (2024: 67% ökologisch oder sozial verträglich). Diese Zustimmung hat seit der ersten Messung im Jahr 2012 im langjährigen Mittel zugenommen.
- Die soziale Nachhaltigkeit erfährt hier regelmäßig eine noch höhere Zustimmung als die ökologische Nachhaltigkeit.
- Nachhaltigkeit war bei der konkreten Reiseentscheidung am Ende aber nur **selten ausschlaggebend** (3-5% der Reisen).
- Die **gereisten Distanzen** erreichen trotz einer geringeren Anzahl an Urlaubsreisen zuletzt wieder fast den bisherigen Spitzenwert von 2019.
- Ein Zuwachs vor allem bei Fern- und Auslandsreisen führt dabei in 2023 zu einem neuen **Rekordwert bei touristischen Verkehrsleistungen mit dem Flugzeug**.
- Eine **gravierende Veränderung** hin zu einem grundlegend nachhaltigeren Reiseverhalten in der Gesamtbevölkerung ist insgesamt nicht zu erkennen.

Damit besteht eine erhebliche Diskrepanz zwischen der berichteten Einstellung und dem tatsächlichen Verhalten („Attitude-Behaviour-Gap“). Wesentlicher Hintergrund ist, dass Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung nur einer unter vielen Wünschen ist, die das Reiseangebot erfüllen soll. Zwischen der Vielzahl von Ansprüchen wird abgewogen. Dabei reisen die Deutschen zumeist nicht in erster Linie, um sich für Nachhaltigkeit zu engagieren oder um den Menschen in den Zielgebieten etwas Gutes zu tun, sondern um Abstand vom Alltag zu gewinnen, sich zu erholen und Spaß bzw. Freude zu haben (FUR, 2024).

Was bedeuten diese Zahlen nun für die Entwicklung von Nachhaltigkeit im Tourismus in Deutschland?

Offensichtlich ist Nachhaltigkeit zwar für viele ein Wunsch aber keine Bedingung beim Reisen. Wenn keine passende nachhaltigere Reise im Angebot ist, wird ein Urlaub ohne solche Merkmale gebucht. Es besteht **nachfrageseitig** keine unmittelbare Notwendigkeit für touristische Leistungsträger, in mehr Nachhaltigkeit zu investieren. Die große Zahl der Reisenden mit positiver Einstellung zur Nachhaltigkeit bedeutet andererseits aber schon auch ein interessantes Potenzial für Anbieter, denen es gelingt, attraktive Angebote mit glaubwürdiger Nachhaltigkeit überzeugend zu verbinden.

Nun ist Nachhaltigkeit nicht allein ein Nachfragethema. Der fortschreitende Klimawandel, der globale Verlust von Biodiversität und die Notwendigkeit zur Stärkung der sozialen Gerechtigkeit bleiben auch für den Tourismus nicht ohne Konsequenzen. Nicht nur aus gesellschaftlicher Mitverantwortung, sondern auch zur Sicherung der eigenen Geschäftsgrundlagen hat die Tourismusbranche weltweit anerkannt (One Planet Sustainable Tourism Program, 2021; World Tourism Organisation, 2010), dass sie sich in Richtung Nachhaltigkeit weiterentwickeln muss, um zukunftsfähig zu sein.

An dieser Stelle erhalten die Zahlen aus dem Nachfragemonitor noch einmal zusätzlich Bedeutung. Die weit überwiegend positive Einstellung zum umwelt- und sozialverträglichen Reisen zeigt, dass Nachhaltigkeit bei Reiseprodukten von den Kunden grundsätzlich begrüßt wird. Es bedeutet also kein Risiko, sondern eher eine Chance, angebotsseitig mehr Nachhaltigkeit zu wagen. Voraussetzung ist dabei allerdings, dass die Angebote auch weiter attraktiv sind und zu den Reisesehnsüchten der Deutschen passen. Nachhaltigkeit allein wird nicht reichen.

Die Reisebranche hat in der Vergangenheit immer wieder bewiesen, dass sie in der Lage ist, durch geeignete Kommunikation auch neue Sehnsüchte zu wecken und alternative Reiseideen am Markt zu platzieren. Reisen muss in der Zukunft nicht genauso aussehen, wie es sich heute darstellt. Die Nachfrage lässt Spielraum für Veränderungen – gerade in Richtung Nachhaltigkeit. Betrachtet man den aktuellen ökologischen und sozialen Fußabdruck des Reisens und stellt ihn neben die international verabredeten Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (Vereinte Nationen, 2015: Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung), kann Reisen in Zukunft auch nicht so aussehen wie heute.

Es wäre aus fachlicher Sicht daher vorausschauend, wenn der Tourismus angebotsseitig diesen Spielraum in der Nachfrage nutzt, um mit guten Ideen mehr vielfältige Reisen innerhalb der planetaren Grenzen zu entwickeln und Nachhaltigkeit als selbstverständlichen und gemeinsamen Standard für die Reisebranche zu etablieren.

Eine initial von der Nachfrage getriebene Transformation in Richtung Nachhaltigkeit im Tourismus ist nach den vorliegenden Ergebnissen absehbar nicht zu erwarten. Eine Reaktion aus dem politischen Raum, die Impulse und Rahmenbedingungen setzt, um eine solche Transformation zu erreichen, erscheint hingegen wahrscheinlich.

Als verlässliche Datenquelle und zur Nachfrage nach Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen hat der Nachfragemonitor viel Interesse sowohl in der Fachwelt als auch in der Öffentlichkeit gefunden und sich als Orientierungsinstrument etabliert. Mit den in der vorliegenden Studie eingesetzten Indikatoren lässt sich auch in Zukunft nachzeichnen, in welche Richtung sich das Reiseverhalten der Deutschen mit Blick auf Nachhaltigkeit entwickelt. Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. ist gern bereit, mit der Reiseanalyse weiter zu Nachhaltigkeit im Tourismus zu arbeiten und Nachfragedaten zum Thema bereitzustellen.

7 Quellenverzeichnis

- Aguiló, E., Rosselló, J., & Vila, M. (2017). Length of stay and daily tourist expenditure: A joint analysis. *Tourism Management Perspectives*, 21(Jan 2017), 10–17. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.10.008>
- Assaker, G. (2024). Does awareness of SDGs influence tourists' behavior? An examination of the determinants of sustainable travel behavior considering the UN2030 Agenda. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/CBTH-01-2024-0001>
- Balaš, M., Strasdas, W., Neumann, F., Mattes, A., Polanía Giese, J. C., Renner, A., Weber, A., Kohl, K., Pinnow, D., Zeiner, M., Rein, H., & Heck, S. (2021). Messung der Nachhaltigkeit des Tourismus in Deutschland—Entwicklung eines Tourismus-Nachhaltigkeits-Satellitenkontos (Zwischenbericht TEXTE 61/2021; S. 176). Umweltbundesamt. Download unter: <https://www.umweltbundesamt.de/en/publikationen/messung-der-nachhaltigkeit-des-tourismus-in>
- Barros, C. P., & Machado, L. P. (2010). The length of stay in tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 692–706. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.005>
- Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nygaard, C. A. (2023). Regenerative tourism: A conceptual framework leveraging theory and practice. *Tourism Geographies*, 25(4), 1026–1046. <https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2044376>
- Bellato, L., & Pollock, A. (2023). Regenerative tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1–10. <https://doi.org/10.1080/14616688.2023.2294366>
- BMDV (Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur) (2018). Mobilität in Deutschland - MiD Ergebnisbericht. Download unter: https://bmdv.bund.de/SharedDocs/DE/Anlage/G/mid-ergebnisbericht.pdf?__blob=publicationFile
- BMWK (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie) (2017): Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung. Download unter: <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Tourismus/tourismuspolitischer-bericht.html>
- Bogner, K., & Landrock, U. (2015). Antworttendenzen in standardisierten Umfragen (SDM Survey Guidelines). https://doi.org/10.15465/sdm-sg_016
- Brözel, C., & Freitag, L. (2022). Erkenntnisgewinn zum Online-Buchungsverhalten nachhaltiger Angebote durch Untersuchung von Kriterienpriorisierung, der Wirksamkeit von Priming/Nudging sowie des Nachhaltigkeitsverständnisses aus Kundenperspektive—Mittels quantitativer und qualitativer Panelbefragung (Teil 1) (ESKINAT Teilbericht; S. 22). HNEE, FB Nachhaltige Wirtschaft.
- Buckley, R. (2019). Measuring Sustainability of Individual Tourist Behavior. *Journal of Travel Research*, 58(4), 709–710. <https://doi.org/10.1177/0047287518765694>
- Cohen, S. A., Hanna, P., & Gössling, S. (2018). The dark side of business travel: A media comments analysis. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 61, 406–419. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2017.01.004>
- Dickhut, H., Strasdas, W., Georg, M. & Düding, J. S. (2023). Messung der Nachhaltigkeit des Tourismus in Deutschland. Umweltbundesamt. Download unter: <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/abschlussbericht-messung-der-nachhaltigkeit-des>
- European Commission & TNS Political & Social. (2021). Attitudes of Europeans towards tourism. Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2873/035869>

- Eurostat (2014). Methodological manual for tourism statistics. Version 3.1. Download unter: <https://data.europa.eu/doi/10.2785/892233>
- Felser, G. (2007). Werbe- und Konsumentenpsychologie (3. Aufl.). Springer.
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) (2024). Reiseanalyse 2024 Erste ausgewählte Ergebnisse. Download unter: https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2024/03/RA2024_Erste_Ergebnisse_Broschuere.pdf
- Fusté-Forné, F., & Hussain, A. (2023). Regenerative leisure and tourism: A pathway for mindful futures. *Leisure/Loisir*, 1–12. <https://doi.org/10.1080/14927713.2023.2271924>
- Gerstenberg, K. (2022, Dezember 8). Proveg-Preisstudie: Tierische oder pflanzliche Produkte—Was ist günstiger? <https://proveg.com/de/blog/preisstudie>
- Gössling, S., Lohmann, M., Grimm, B., & Scott, D. (2017). Leisure travel distribution patterns of Germans: Insights for climate policy. *Case Studies on Transport Policy*, 5(4), 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. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(12), 2087–2101. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1529771>
- Grunenberg, S., Bauer, A., & Hilpert, M. (2022). Low Touch Tourism: Ziele, Instrumente und Handlungsfelder des CCC-Konzeptes. *Zeitschrift Für Tourismuswissenschaft*, 14(2), 184–198. <https://doi.org/10.1515/tw-2022-0004>
- Günther, W., Grimm, B., Koch, A., Lohmann, M., & Schmücker, D. (2014). Nachfrage für Nachhaltigen Tourismus (S. 77). <https://www.bmu.de/forschungsbericht/nachfrage-fuer-nachhaltigen-tourismus-erhebung-und-analyse-des-verhaltens-von-reisenden-im-rahmen-der-reiseanalyse-ra>
- Höpfken, W. (2022). Analyse der Akzeptanz unterschiedlicher Darstellungsformen nachhaltiger Angebote in touristischen Online-Plattformen (A/B-Test) (S. 28) [ESKINAT Teilbericht]. FH Ravensburg-Weingarten. https://forschung.rwu.de/sites/forschung/files/2022-04/Analyse_der_Akzeptanz_%20nachhaltiger_Angebote.pdf
- Ji, Y. G., Tao, W., & Rim, H. (2022). Theoretical Insights of CSR Research in Communication from 1980 to 2018: A Bibliometric Network Analysis. *Journal of Business Ethics*, 177(2), 327–349. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04748-w>
- Juvan, E., Ring, A., Leisch, F., & Dolnicar, S. (2016). Tourist segments’ justifications for behaving in an environmentally unsustainable way. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(11), 1506–1522. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1136635>
- Kerlinger, F. K. (1974). Foundations of behavioral research (2. Aufl.) New York.
- Kreilkamp, E. (2020). Zur Bedeutung der Forschung im Tourismus: Keynote im Rahmen der Eröffnung des Deutschen Instituts für Tourismusforschung (DITF).
- Kreilkamp, E., Krampitz, J., & Maas-Deipenbrock, R. M. (2017). Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Wunsch und Wirklichkeit Green Travel Transformation—Endkundenbefragung 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.

- Kuhn, F., Kock, F. & Lohmann, M. (2021). Personal prestige through travel? – Developing and testing the Personal Prestige Inventory in a tourism context. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 18(3), <https://doi.org/10.1108/CBTH-03-2022-0073>
- Kuhn, F., Günther, W., Braun, M., Yarar, N., Schmücker, D. & Grimm, B. (2023). Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung: Grundlagenstudie auf Basis von Daten der Reiseanalyse 2023. FUR.
- Luong, V. H., Manthiou, A., Kang, J., & Nguyen, C. (2024). The building blocks of regenerative tourism and hospitality: A text-mining approach. *Current Issues in Tourism*, 27(3), 361–380. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2228974>
- Neligan, A., & Mertens, A. (2023). Inflationsdämpfer Bio-Lebensmittel (IW Kurzbericht 80). IW. Download unter: <https://hdl.handle.net/10419/279688>
- Neuts, B., & Nijkamp, P. (2012). Tourist Crowding Perception and Acceptability in Cities. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2133–2153. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.016>
- One Planet Sustainable Tourism Program. (2021) – Glasgow Declaration: A Commitment to a Decade of Climate Action. Download unter: <https://www.oneplanetnetwork.org/programmes/sustainable-tourism/glasgow-declaration>
- Pappas, N. (2014) The effect of distance, expenditure and culture on the expression of social status through tourism. *Tourism Planning and Development* 11(4): 387–404. DOI: 10.1080/21568316.2014.883425
- Pedersen, E. R. G., & Gwozd, W. (2014). From Resistance to Opportunity-Seeking: Strategic Responses to Institutional Pressures for Corporate Social Responsibility in the Nordic Fashion Industry. *Journal of Business Ethics*, 119(2), 245–264. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1630-5>
- Plaikner, A. & Kammerer, N. (2022). Die Transformation des Tourismus durch COVID-19. In: Pechlaner, H., Zacher, D., Störmann, E. (Herausgeber) Resilienz als Strategie in Region, Destination und Unternehmen. *Entrepreneurial Management und Standortentwicklung*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-37296-5_12
- Reif, J. (2019). Touristische Aktionsräume und die Wahrnehmung von Crowding: Das Beispiel Tagestourismus in Hamburg. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 11(2), 257–287. <https://doi.org/10.1515/tw-2019-0015>
- 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). BfN Bundesamt für Naturschutz. <https://doi.org/10.19217/skr505>
- Schmücker, D., Sonntag, U., & Günther, W. (2019). Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung: Grundlagenstudie auf Basis von Daten der Reiseanalyse 2019 (FKZ UM18165020; S. 81). BMU. https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Forschungsdatenbank/fkz_um18_16_502_nachhaltigkeit_reiseanalyse_2019_bf.pdf
- Schmücker, D., Yarar, N., Sonntag, U. & Günther, W. (2023). Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren – Monitoringbericht auf Basis von Daten der Reiseanalyse 2022. FUR.
- Schmücker, D., Oldsen, R., Yarar, N., Braun, M., Kuhn, F. & Günther, W. (2024). Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren – Monitoringbericht auf Basis von Daten der Reiseanalyse 2024. FUR.

- Seraphin, H. (2019). Overtourism: Excesses, Discontents and Measures in Travel and Tourism. *Journal of Tourism Futures*, 5(3), 295–296. <https://doi.org/10.1108/JTF-09-2019-088>
- Shelby, B., Vaske, J. J., & Heberlein, T. A. (1989). Comparative analysis of crowding in multiple locations: Results from fifteen years of research. *Leisure Sciences*, 11(4), 269–291. <https://doi.org/10.1080/01490408909512227>
- Statistisches Bundesamt. (o. J.). Statistik über die touristische Nachfrage—Reiseverhalten. Abgerufen 19. Oktober 2022, von <https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Gastgewerbe-Tourismus/tourismus-reiseverhalten.html>
- World Tourism Organization. (2010), Tourism and Biodiversity – Achieving Common Goals Towards Sustainability, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284413713>
- Vereinte Nationen. (2015). Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung. Download unter: <https://www.un.org/depts/german/gv-70/band1/ar70001.pdf>
- WWF Deutschland. (2023, Juni 13). Grillsaison ist Billigfleischsaison: Der WWF-Grillfleischcheck 2023. <https://www.wwf.de/themen-projekte/landwirtschaft/ernaehrung-konsum/fleisch/grillsaison-ist-billigfleischsaison>
- Zehrer, A., & Raich, F. (2016). The Impact of Perceived Crowding on Customer Satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 29, 88–98. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.06.007>

A Anhang: Distanzberechnungsmethode

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

A.1 Referenzdaten

A.1.1 Heimatort

Verwendet wurden die bevölkerungsgewichteten Schwerpunkte der deutschen Bundesländer. 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.

A.1.2 Zielort

Für die Urlaubsreisen ab fünf Tagen 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 nordamerikanischen 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).

A.2 Distanzberechnung

A.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.

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

D=Distanz (Großkreis)

r=Erdradius, hier 6.378 Kilometer

H=Heimatkoordinate, Z=Zielkoordinate

A.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 60 dargestellten Korrekturfaktoren ermittelt.

Tabelle 60: 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

B Anhang: Anmerkungen zur Empirie

B.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%.

Tabelle 61: Fehlertoleranztabelle für die RA *face-to-face*

n	p									
	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

	p									
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 Auswahlssatzes ist wegen der sehr großen Grundgesamtheit nicht berücksichtigt.

B.2 Erhebungsfragen in der Reiseanalyse

B.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 CO₂-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt getätigt (z. B. bei Atmosfair, MyClimate)?

1. Ja
2. Nein
3. Weiß nicht

Frage 4

Nun geht es um die Kennzeichnung von nachhaltigen Reiseangeboten. Welche der folgenden Siegel für nachhaltige Reiseangebote kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach? (Mehrfachauswahl)

1. TourCert
2. Green Key
3. Green Pearls
4. Nachhaltige Hotels bei Bio-hotels
5. Travelife
6. Viabono
7. DEHOGA Umweltcheck
8. Green Sign
9. Green Globe Certification
10. Certified green hotel
11. EcoLabelLux
12. Earth Check
13. Nordic Swan
14. Biosphere Hotel Certificati-on
15. Österreichisches Umwelt-zeichen für Tourismus und Freizeitwirtschaft
16. EU-Ecolabel
17. Blauer Engel

Frage F7C

Und wie bewerten Sie die Kosten für diese Reise?

[Intervieweranweisung: Liste 7C vorlegen! Nur EINE Nennung möglich!]

1. sehr teuer
2. eher teuer
3. weder noch
4. eher günstig

B.2.2 In der RA *face-to-face*

Erhebung für jede Urlaubsreise ab fünf Tagen 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 CO₂-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 abstimmen.

- 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).
- Ich organisiere meinen Urlaub am liebsten ganz auf eigene Faust (abgesehen vom Kauf der Fahrkarten und der Reservierung meiner Unterkunft), um unabhängig zu sein und meinen Urlaub möglichst individuell gestalten zu können.
- Ich buche am liebsten eine (mehr oder weniger) organisierte Reise, wo Anreise und Unterkunft organisiert sind und in einem Paket zu einem festen Preis angeboten werden.
- Ich möchte unbedingt in 2023 reisen, sofern es irgendwie geht. Dazu bin ich notfalls auch bereit, in Länder und Regionen zu reisen, die sonst nicht meine erste Wahl wären.
- Ich würde gerne gelegentlich von einem anderen Ort als am Arbeitsplatz oder von zu Hause arbeiten und dies mit einer Urlaubsreise verbinden.

Erhebungsfrage zur Gesamtmobilität

Wie oft nutzen Sie in der Regel die folgenden Verkehrsmittel? Bitte denken Sie dabei an alle Fahrten, also Fahrten zur Schule oder zur Arbeit, zu alltäglichen Geschäften, bei Besuchen, aber auch Dienstreisen, Urlaubsreisen und andere private Reisen.

Bitte geben Sie an, wie häufig Sie in der Regel folgende Verkehrsmittel benutzen:

Verkehrsmittel

- Auto
- Fahrrad
- Bus oder die Bahn im Regionalverkehr
- Bus oder die Bahn im Fernverkehr
- Flugzeug

Antwortoptionen

1. täglich bzw. fast täglich
2. an 1-3 Tagen pro Woche
3. an 1-3 Tagen pro Monat
4. an 5-10 Tagen pro Jahr
5. seltener als 5 Tage im Jahr
6. nie bzw. fast nie

Erhebungsfrage zu vor Ort genutzten Verkehrsmitteln:

Kommen wir noch einmal auf Ihre Haupturlaubsreise nach [...] zurück. Sie hatten ja gesagt, dass Sie hauptsächlich mit [...] angereist sind. Welche dieser Fortbewegungsmittel haben Sie vor Ort genutzt? (Mehrfachnennungen möglich)

Antwortoptionen

1. Flugzeug
2. Eigener PKW (inkl. Wohnmobil)
3. Mietwagen (inkl. CarSharing)
4. Motorrad
5. Fahrrad
6. E-Bike/Pedelec
7. Bahn-Fernverkehr
8. Regionalbahn, S-Bahn, Straßenbahn, U-Bahn o.ä.
9. Linienbus (regional oder innerörtlich)
10. Fernlinienbus
11. Reisebus (kein Linienbus)
12. Shuttle-Service, Transferbus (z. B. vom/zum Bahnhof, Flughafen)
13. Taxi
14. E-Scooter
15. Fähre
16. Ausflugschiff
17. Seilbahn, Bergbahn
18. Die eigenen Füße (weiter als bis zum Auto oder zur Haltestelle)
19. Anderes nicht-motorisiertes Fortbewegungsmittel
20. Anderes motorisiertes Fortbewegungsmittel
21. Keines davon

B.2.3 Gruppenzusammenfassungen

	Statement/Antwortoption in der RA <i>face-to-face</i>	Statement/Antwortoption in der RA <i>online</i>
Ziele		
Deutschland	<i>nach Landkarte</i>	Deutsche Städte oder Deutschland
Ausland	<i>nach Landkarte</i>	(Außer- Europäische Städte, (Außer-) Europäisches Land
Verkehrsmittel		
Flugzeug	Flugzeug	Flugzeug
Auto	PKW, PKW mit Wohnwagen, Wohn- mobil/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, Jugendher- berge/Hostel	Hotel/Motel, Gasthof, Pension, Ju- gendherberge/Hostel, Ferien- park/Center Parc
Selbstverpflegung	Ferienwohnung-gemietet, Ferien- wohnung-Eigentum, Ferienhaus- gemietet, Ferienhaus-Eigentum, Privatzimmer, Verwandte/Bekannte	Privatzimmer, Ferienwohnung/-haus (gemietet), Ferienwohnung/-haus: Eigentum bzw. von Verwand- ten/Bekannten zur Verfügung gestellt, Verwandte/Bekannte
Camping	Camping im Zelt, Wohnwagen, Wohnmobil	Camping (Zelt), Camping (Wohn- wagen/Wohnmobil)
Schiff, Sonstiges	Kreuzfahrtschiff auf See, Flusskreuz- fahrtschiff, Sonstiges	Kreuzfahrtschiff (inkl. Flusskreuz- fahrtschiff), 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

B.3 Reiseanalyse Forschungsprojekt: Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen (Präsentation F. Kuhn im Rahmen des Projektworkshops am 06. Juni 2024)



Reiseanalyse Forschungsprojekt
Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen:
Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren

Workshop: Transformation als Zukunftsaufgabe bei Angebot und Nachfrage

Donnerstag, den 6. Juni 2024 in Dessau
Friederike Kuhn, FUR/NIT



Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz

Dieses Projekt wurde gefördert durch das Umweltbundesamt und das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz. Die Mittelbereitstellung erfolgt auf Beschluss des Deutschen Bundestages.

© FUR, 2024



Monitoringberichte auf Basis der Reiseanalyse



© FUR, 2024

Die Erhebungen zur RA 2024



Persönliche Befragungen:

- Bevölkerungsrepräsentative Untersuchung; kontinuierliche Durchführung seit 54 Jahren!
- Grundgesamtheit (= berichtet über): Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre; 70,1 Mio. Personen und deren Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer)
- Zufallsstichprobe (3-stufig, Random-Route) auf Personenbasis
- $n = 7.288$; Durchführung im Dezember 2023/Januar 2024
- Umfassender Fragenkatalog zu Verhalten, Motiven, Präferenzen, Einstellungen

Online Befragungen:

- Online Befragungen mit insgesamt $n = 7.188$ Interviews im Mai, September und November 2023

Alle Erhebungen wurden durchgeführt von der Ipsos GmbH, Hamburg.

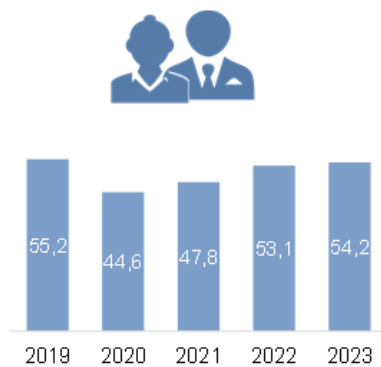


© FUR, 2024

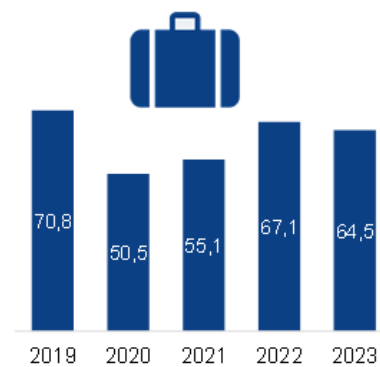
Entwicklung des Reiseaufkommens



Urlaubsreisende in Mio.



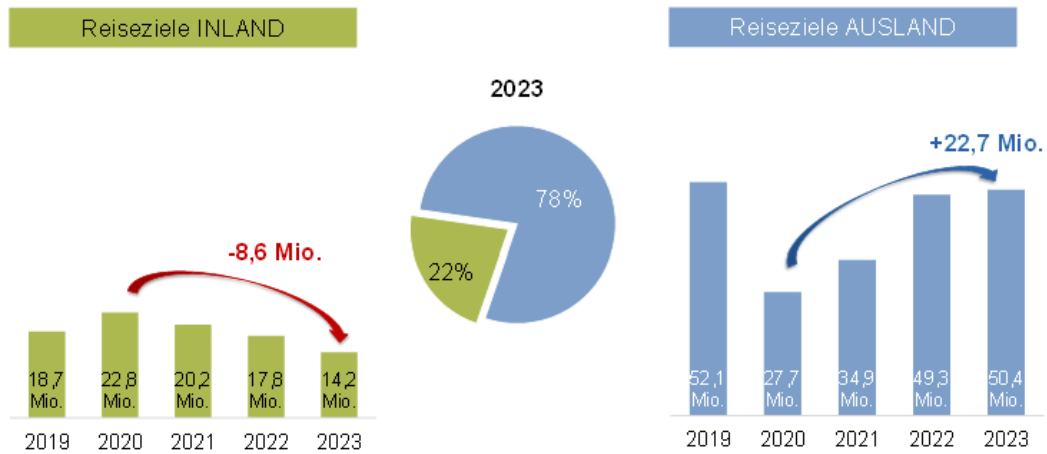
Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer in Mio.



Basic: Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre und Urlaubsreisen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre
Quelle: RA 2020-2024 face-to-face

© FUR, 2024

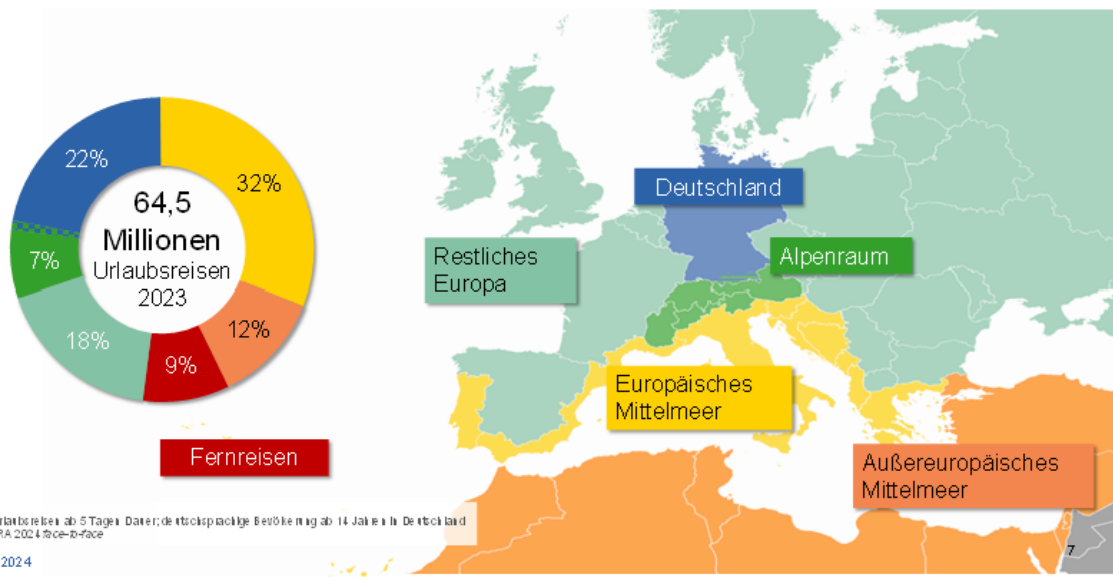
2023: Erneuter Zuwachs bei den Auslandsreisen



Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre und Urlaubsreisen in der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre
Quelle: RA 2020-2024 face-to-face

Reisezielregionen 2023

RA ReiseAnalyse

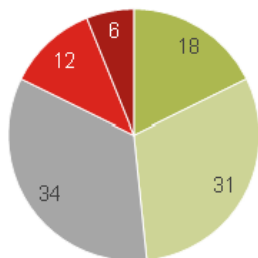




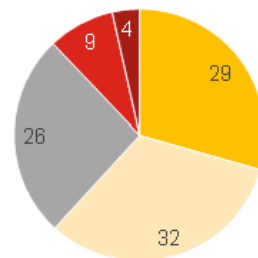
Einstellungen zur ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen 2024



Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.



Mein Urlaub soll möglichst sozial verträglich sein (d.h. faire Arbeitsbedingungen und Respektieren der Bevölkerung).



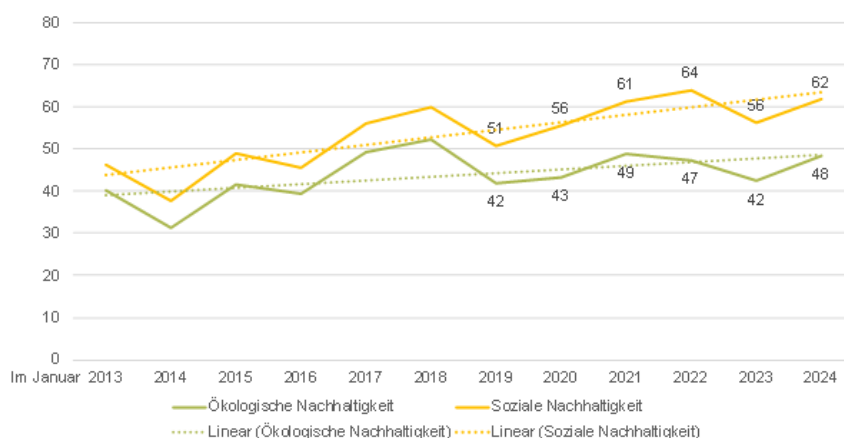
■ 1 trifft voll und ganz zu ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 trifft ganz und gar nicht zu

■ 1 trifft voll und ganz zu ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 trifft ganz und gar nicht zu

„Wenn Sie einmal ganz allgemein an Urlaubsreisen denken – unabhängig von einem konkreten Reiseziel: Auf welche Weise gestalten Sie am liebsten Ihre Urlaubsreisen? An dieser Liste stehen einige Aussagen und Meinungen zur Gestaltung von Urlaubsreisen. Bitte sagen Sie mir, inwieweit die folgende Aussagen auf Sie persönlich zutreffen. Dabei bedeuten die „1“ „trifft voll und ganz zu“ und die „5“ „trifft ganz und gar nicht zu“. „Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.“, „Mein Urlaub soll möglichst sozial verträglich sein (d.h. faire Arbeitsbedingungen und Respektieren der Bevölkerung).“ Angabe in Prozent. Quelle: RA 2024 face-to-face, Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre

© FUR, 2024

Einstellungen zur ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen 2013 - 2024

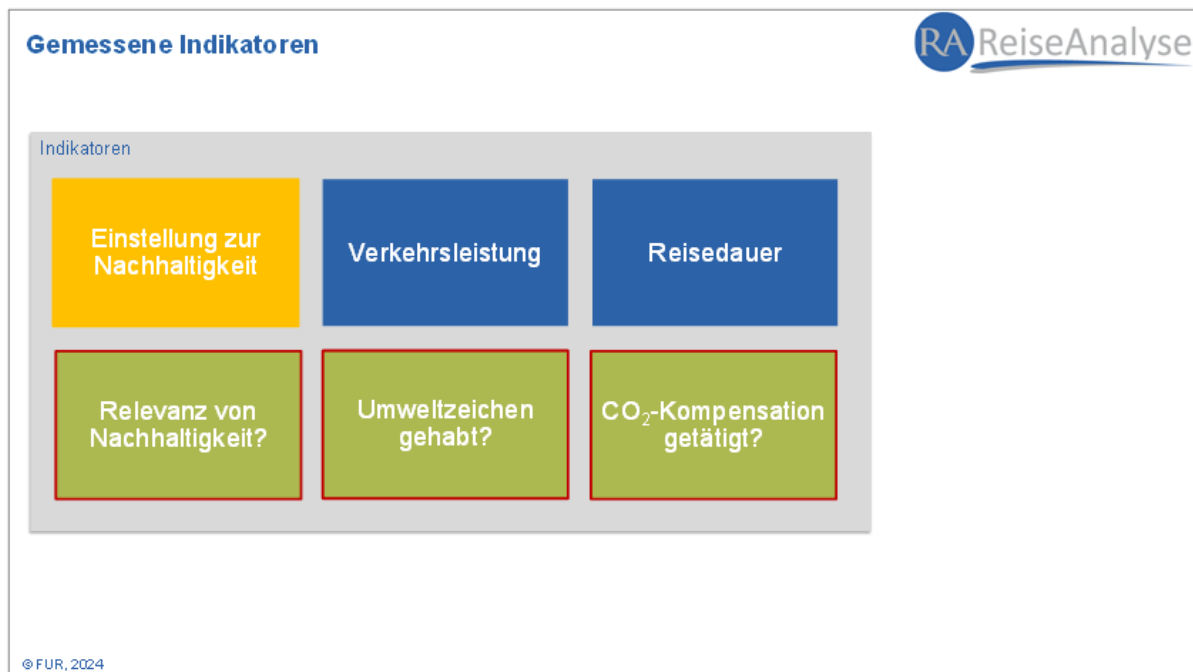
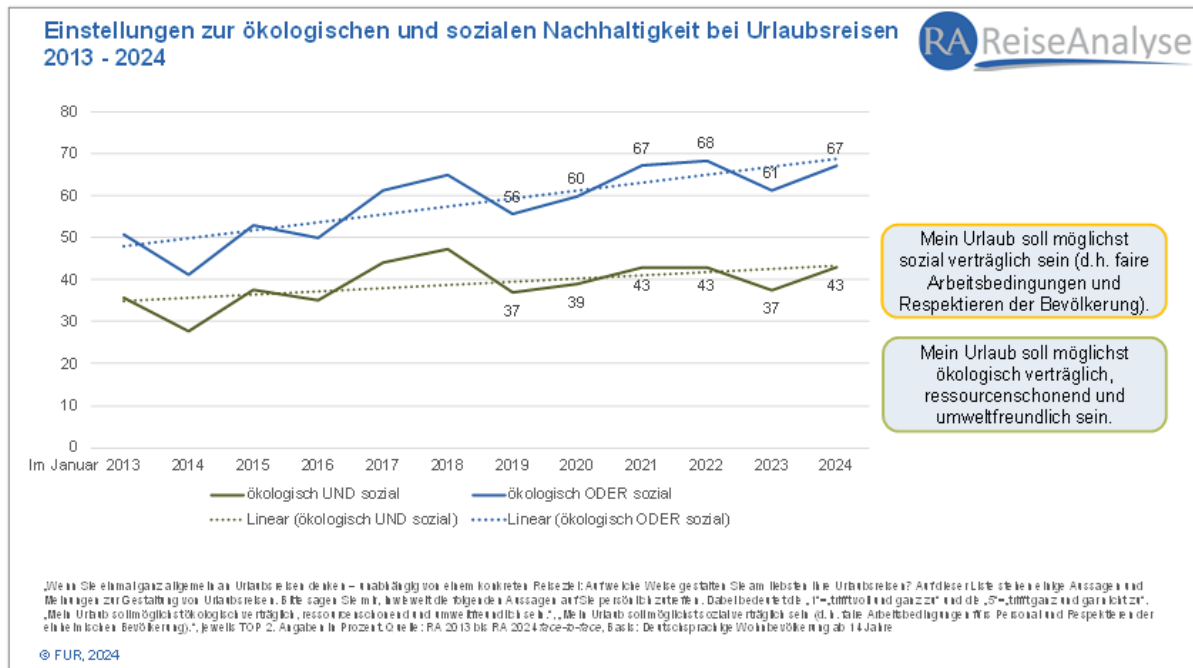


Mein Urlaub soll möglichst sozial verträglich sein (d.h. faire Arbeitsbedingungen und Respektieren der Bevölkerung).

Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.

„Wenn Sie einmal ganz allgemein an Urlaubsreisen denken – unabhängig von einem konkreten Reiseziel: Auf welche Weise gestalten Sie am liebsten Ihre Urlaubsreisen? An dieser Liste stehen einige Aussagen und Meinungen zur Gestaltung von Urlaubsreisen. Bitte sagen Sie mir, inwieweit die folgende Aussagen auf Sie persönlich zutreffen. Dabei bedeuten die „1“ „trifft voll und ganz zu“ und die „5“ „trifft ganz und gar nicht zu“. „Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.“, „Mein Urlaub soll möglichst sozial verträglich sein (d.h. faire Arbeitsbedingungen und Respektieren der Bevölkerung).“ Angabe in Prozent. Quelle: RA 2013 bis RA 2024 face-to-face, Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre

© FUR, 2024

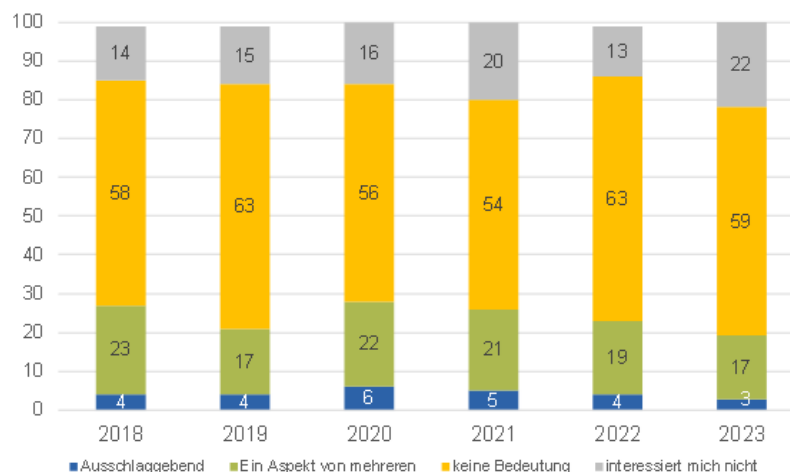


Relevanz der Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung im Zeitverlauf 2018 – 2023



Wenn Sie einmal an diese Urlaubsreise zurückdenken: Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie 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**.



Basis: Urlaubsreisen ab 14 Tage. Daten der deutschlandspiegel.de Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, in Prozent der Reisen. Abweichungen zu 100% aufgrund von „keine Angabe“.

Quelle: RA 2019-2024 face-to-face

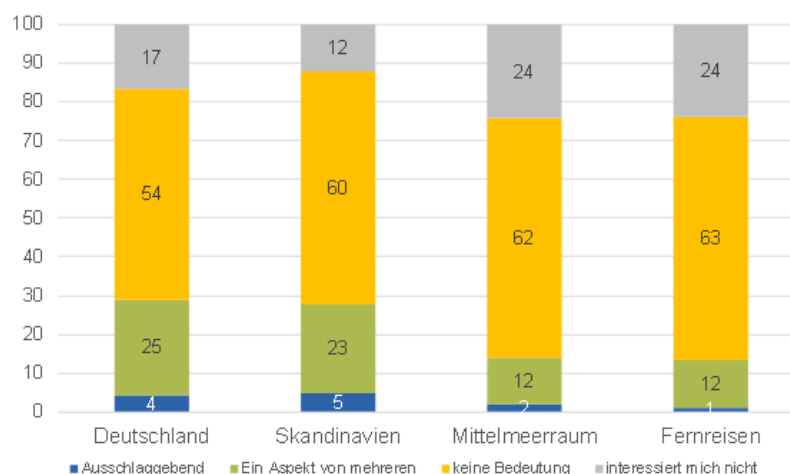
© FUR, 2024

Relevanz der Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung nach Reiseziel 2023



Wenn Sie einmal an diese Urlaubsreise zurückdenken: Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie 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**.

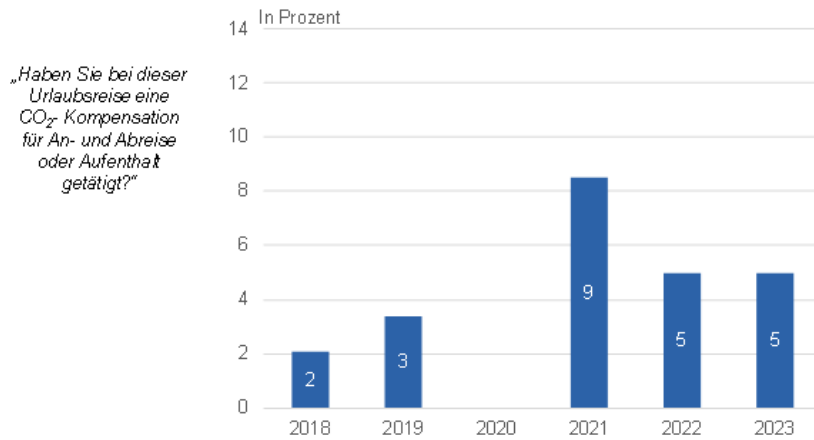


Basis: Urlaubsreisen ab 14 Tage. Daten der deutschlandspiegel.de Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre, in Prozent der Reisen.

Quelle: RA 2024 face-to-face

© FUR, 2024

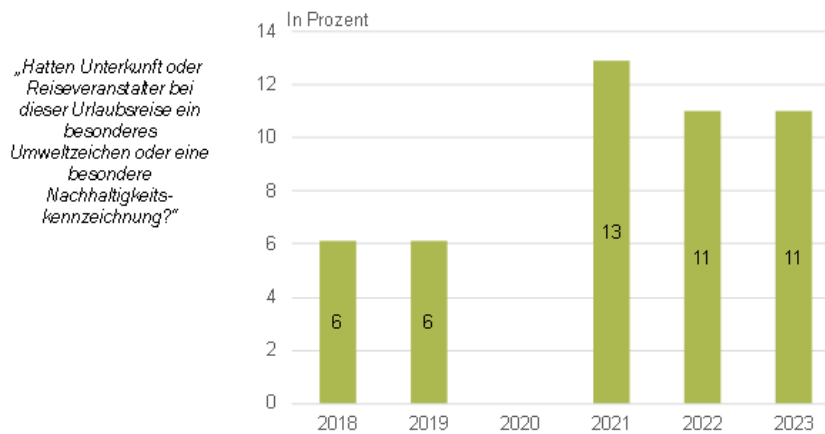
CO₂-Kompensation getätigt?



Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage, Daten der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre
 Quelle: RA 2019-2024 face-to-face

© FUR, 2024

Nachhaltigkeitskennzeichnung

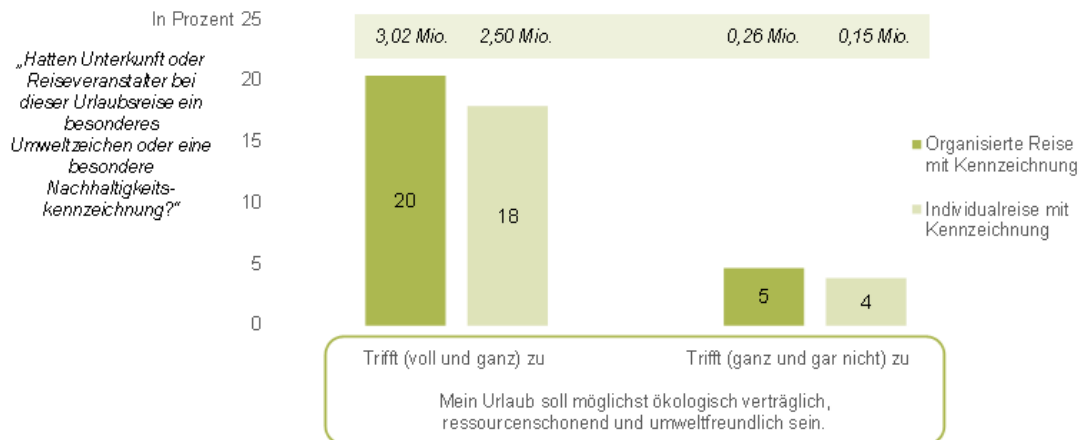


Basis: Urlaubsreisen ab fünf Tage, Daten der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre
 Quelle: RA 2019-2024 face-to-face

© FUR, 2024

Nachhaltigkeitskennzeichnung

Bei organisierten Reisen häufiger vorhanden als bei Individualreisen



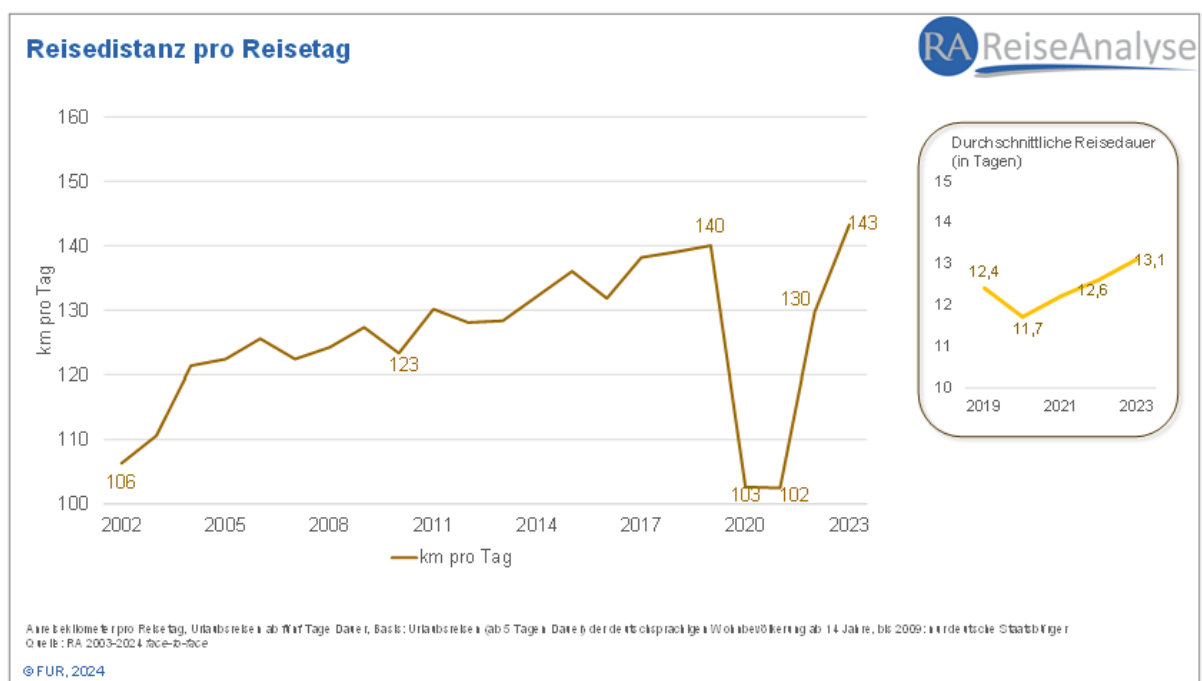
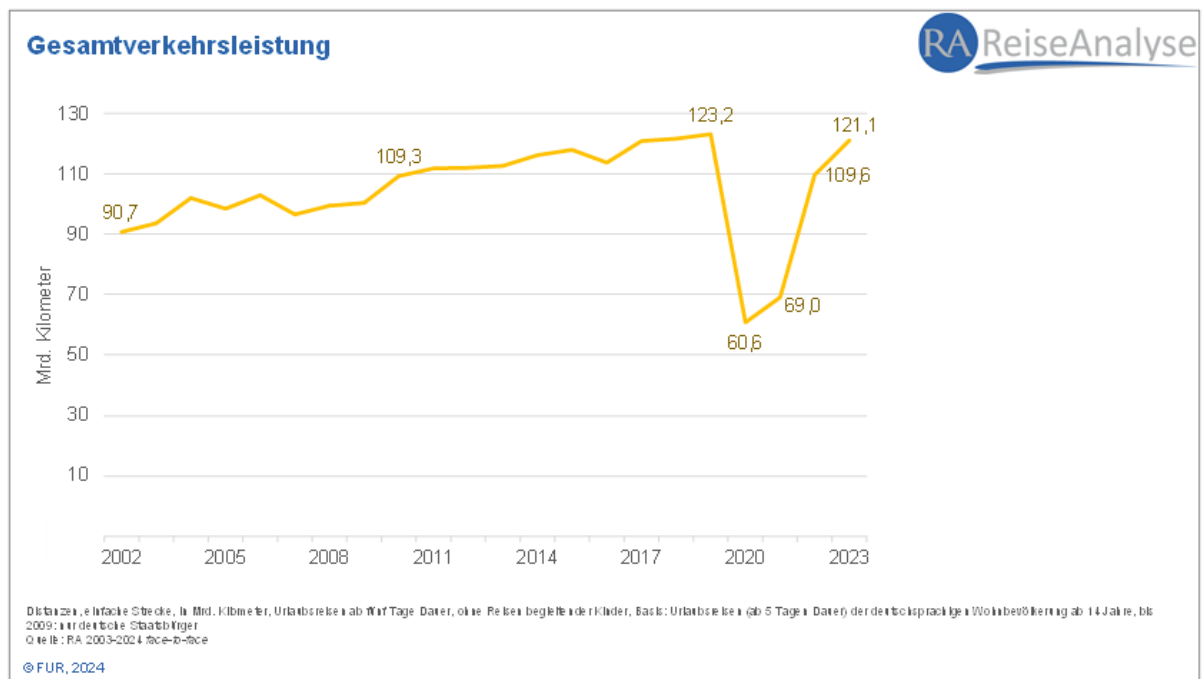
Basic: Urlaubsreise ab 14 Tage; Daten der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre
Indikatorkategorie: Tische/Fahrräder/Unterhaltungselektronik einzeln gebucht; Organisierte Reise: Pauschal-/Modell-/Gastronomie
Quelle: RA 2024 face-to-face

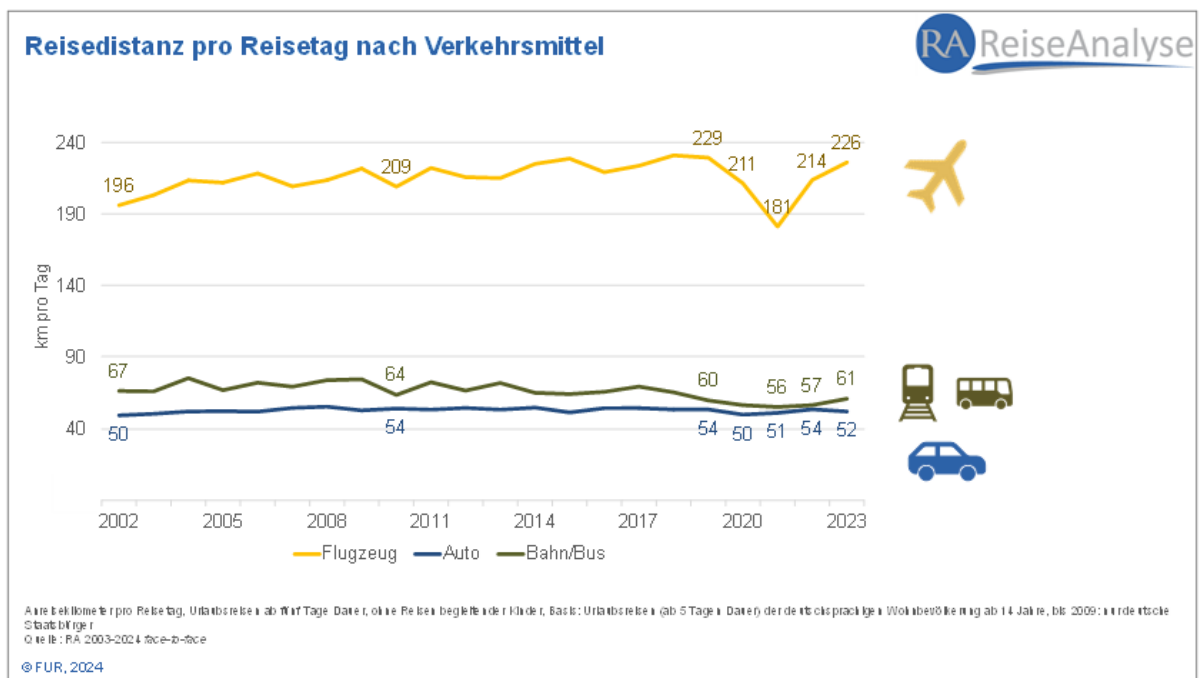
Gemessene Indikatoren



Indikatoren







Take aways: Daten



Reiseaufkommen und Verhalten

- Das Volumen der Reisen und Reisenden liegt 2023 noch leicht unter dem Niveau von 2019
- 2023 wurde wieder vermehrt ins Ausland und mit dem Flugzeug verreist

Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen

- Die Mehrheit der deutschen Bevölkerung *möchte* nachhaltig reisen. Darin steckt Potenzial für Angebote, die auf Nachhaltigkeit einzahlen
- Soziale Nachhaltigkeit erfährt weiterhin höhere Zustimmung als ökologische Nachhaltigkeit

Relevanz der Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung

- Nachhaltigkeit ist bei Urlaubsreisen nach wie vor nur selten entscheidend
- Leicht abnehmende Relevanz über die letzten Jahre zu verzeichnen

© FUR, 2024

Take aways: Daten



CO₂-Kompensation

- Stagniert mit ca. 5 % der Urlaubsreisen auf niedrigem Niveau

Nachhaltigkeitskennzeichnung

- Bei rund 11 % der Reisen vorhanden
- Bei Reisen von Personen mit positiver Einstellung zur Nachhaltigkeit deutlich häufiger
- Bei organisierten Reisen etwas häufiger berichtet als bei Individualreisen

Verkehrsleistung und Reisedauer

- Verkehrsleistung und Reisedistanz pro Tag sind bei Urlaubsreisen erneut angestiegen und auf ähnlichem Niveau wie 2019
- Zuwachs vor allem bei Fern-, Auslands- und Flugreisen

© FUR, 2024

Alle Ergebnisse gibt's im September





Vertiefungsmodul
RA 2024:
Nachhaltigkeit
und Preise

© FUR, 2024

Take aways: Einordnung

Trendwende? - nicht erkennbar

- Die Ergebnisse zeigen weiter **keine gravierende Veränderung** hin zu einem grundlegend nachhaltigeren Reiseverhalten in der Gesamtbevölkerung.
- Die meisten Verhaltensparameter sind **wieder auf dem Entwicklungspfad**, der sich vor der Corona Pandemie abzeichnete.
- Die **gereisten Distanzen** erreichen trotz weniger Urlaubsreisen wieder fast den Wert von 2019. Es zeigt sich bisher **kein Trend hin zu näheren Zielen oder wesentlich längeren Aufenthalten bei dafür weniger Reisen**.

➔ In der aktuellen Angebotslandschaft und unter den derzeitigen Reiserahmenbedingungen ist eine **durch die Nachfrage getriebene Transformation** zu mehr Nachhaltigkeit **wenig wahrscheinlich**.

...was tun?



© FUR, 2024

Impressum



Vielen Dank!

Bearbeitung:

INIT - Institut für Tourismus- und
Bäderforschung in Nordeuropa GmbH
Fleethörn 23
D - 24103 Kiel

Tel. +49 431 666 567 0
info@nit-kiel.de
www.nit-kiel.de

Herausgeber:

FUR – Forschungsgemeinschaft
Urlaub und Reisen e. V.
Fleethörn 23
D - 24103 Kiel

Tel. +49 431 88 88 800
info@reiseanalyse.de
www.reiseanalyse.de

Dieses Projekt wurde gefördert durch das Umweltbundesamt und das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz. Die Mittelbereitstellung erfolgt auf Beschluss des Deutschen Bundestages.



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit
und Verbraucherschutz

**Umwelt
Bundesamt**