

Prof. Dr. Christian Baumgartner

Nachhaltiger Tourismus – geht das überhaupt?

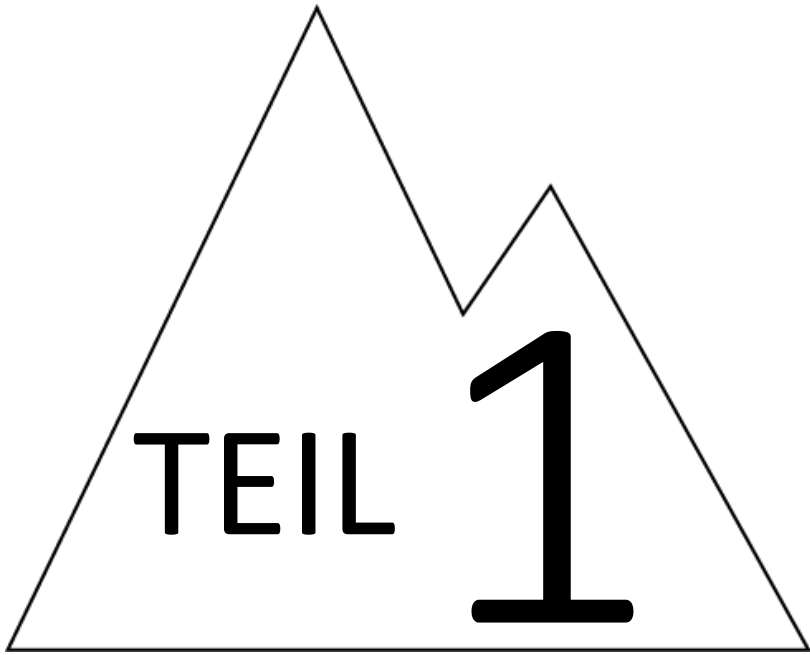
Reflexionen aus 30+ Jahren
Nachhaltigkeitsdiskurs





DAS KAMEL PASST

Aber es kann sein ...
... dass wir uns dafür anstrengen müssen.
Sie alle! Wir alle!



Teil 1: Einige Vorbemerkungen

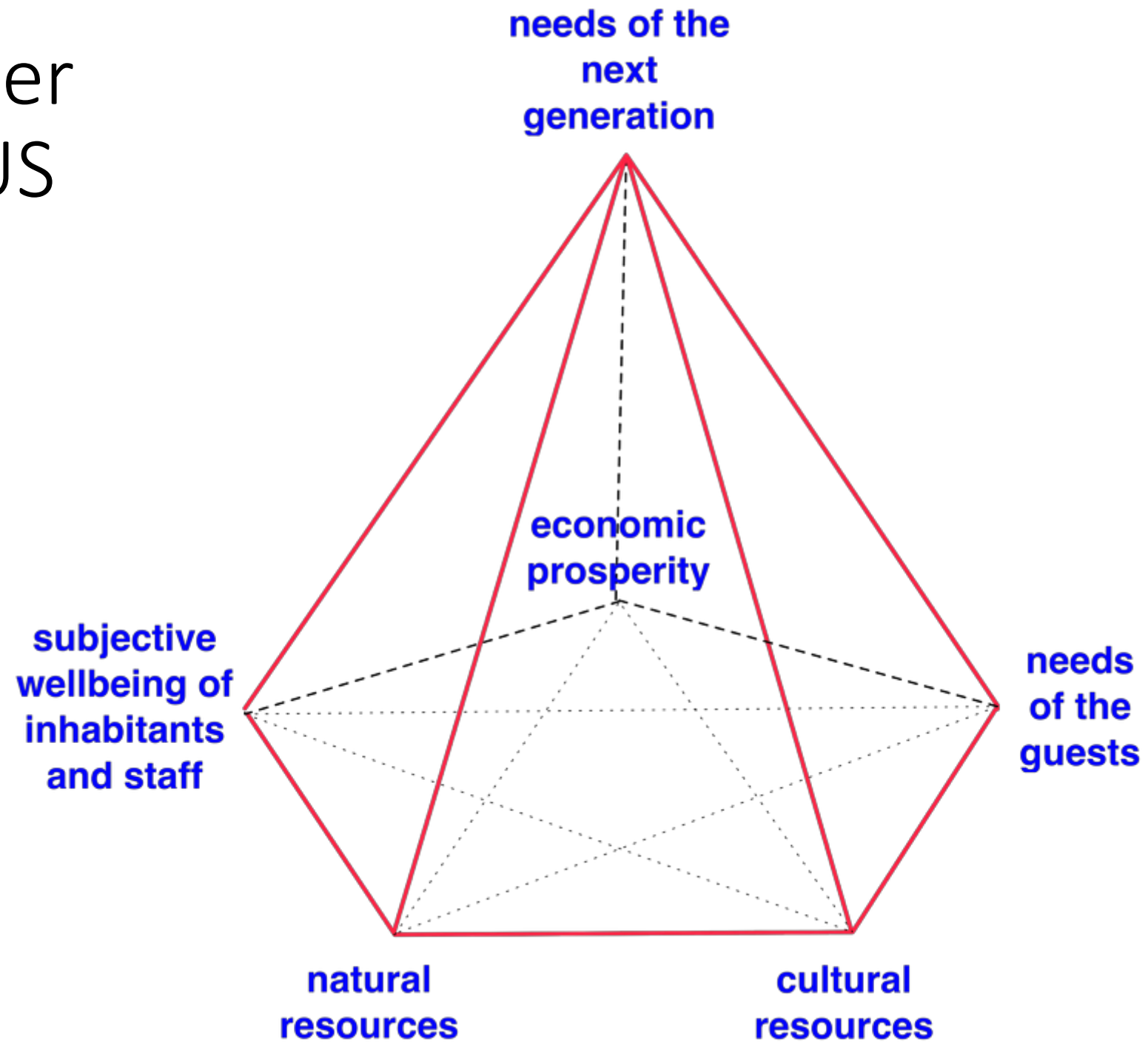
Teil 2: Innovative Erfolgsgeschichten

Teil 3: Herausforderungen



EINIGE VORBEMERKUNGEN

Nachhaltiger TOURISMUS



Die einfachen Zeiten sind vorüber ...

Die VUCA-World:

- Unbeständigkeit
(Volatility)
- Unsicherheit
(Uncertainty)
- Komplexität
(Complexity)
- Vieldeutigkeit
(Ambiguity)



Die Komplexität der neuen gesellschaftlichen Trends ...

MEGATREND-MAP 2.0



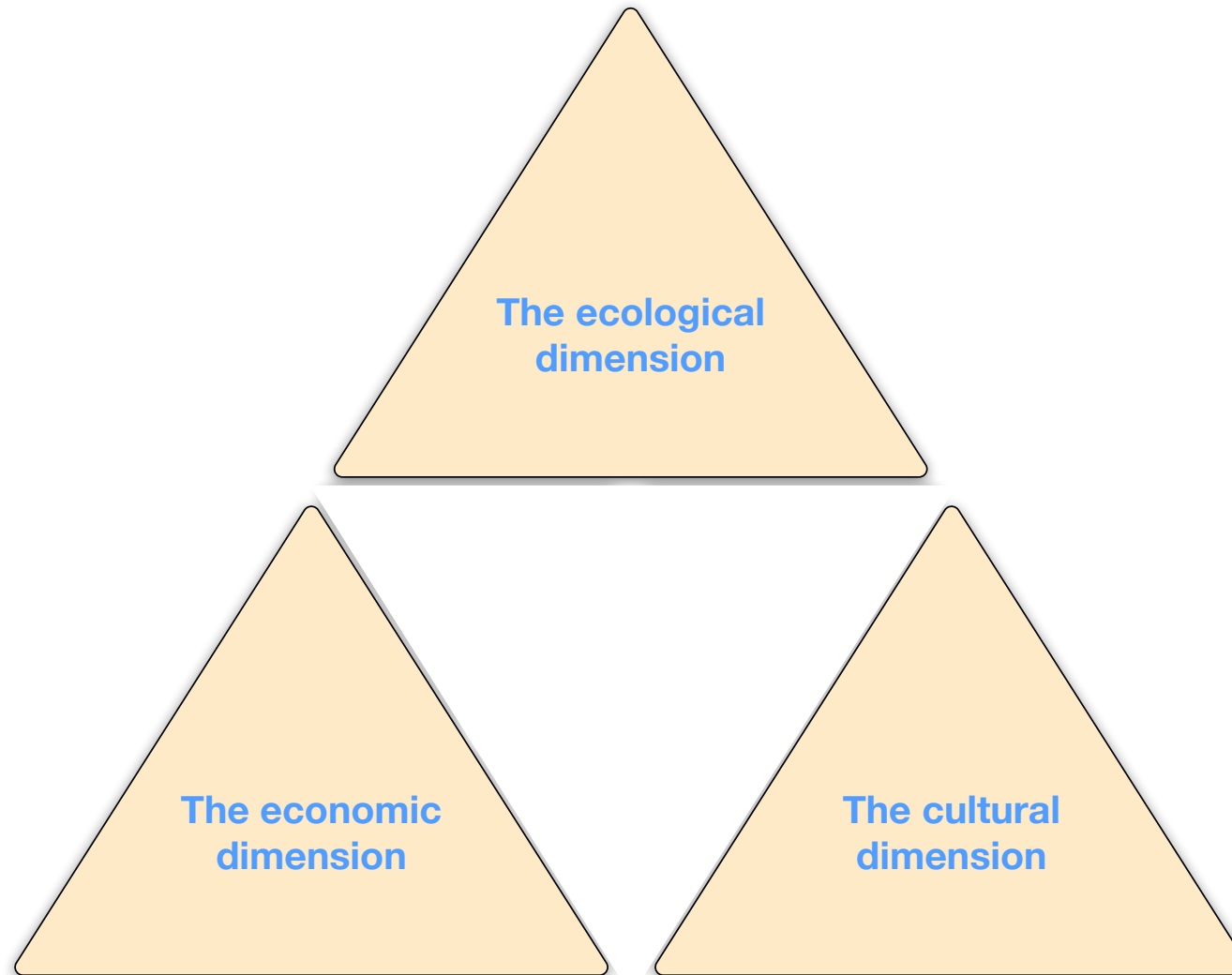
... sowie die 'neuen' Mega-Treiber:

- Klimawandel
- Globalisierung 4.0
- Neue Pandemien
- ...

... führen zu komplexen und anspruchsvollen Politiken und Strategien die den Tourismus (auch) betreffen

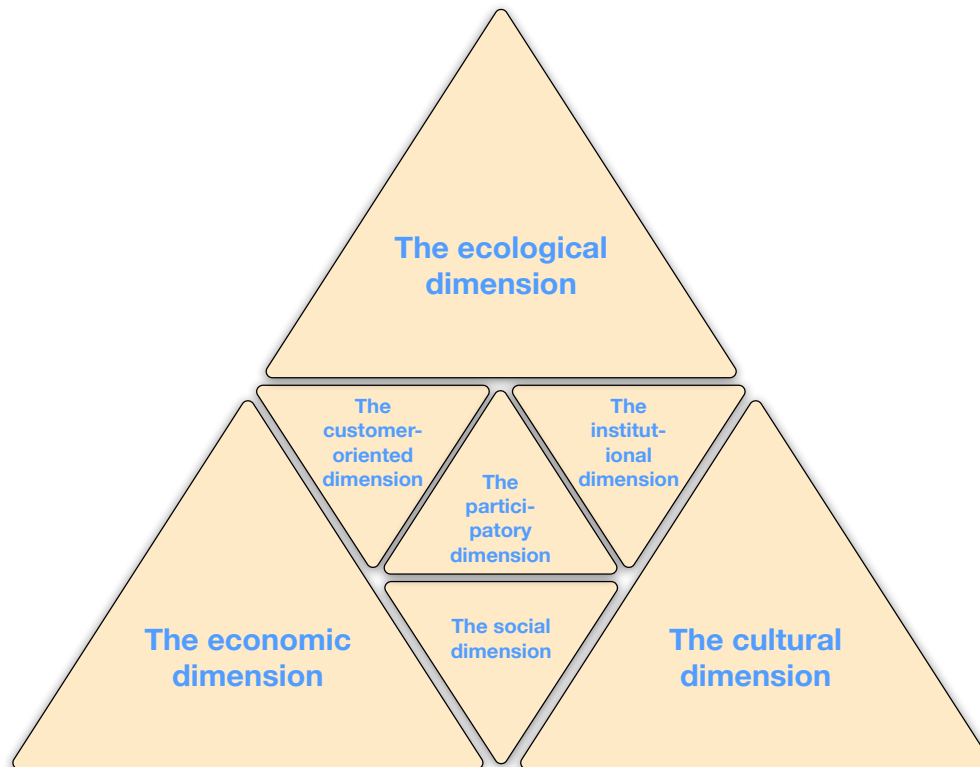
- SDGs
- Klimaziele
- EU Biodiversitäts Strategie
- ...

Nachhaltigkeit braucht Transformation



Sustainable Tourism Triangle
(© Baumgartner, 2019)

Nachhaltigkeit braucht Transformation



TEIL 2

Teil 1: Einige Vorbemerkungen

Teil 2: Innovative Erfolgsgeschichten

Teil 3: Herausforderungen



INNOVATIVE ERFOLGSGESCHICHTEN

Betriebe

Destinationen

Politik
-Strategien

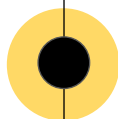
Gäste

Albergo Diffuso (Friaul/IT & CH)

Vnà / Ramosch / CH



Betriebe



Destinationen



Politik
-Strategien



Gäste



Hotel Hochschober (Turrach / Ktn)



Klimaneutrale Destination

Betriebe

Destinationen

Politik
-Strategien

Gäste



Betriebe

Destinationen

**Politik
-Strategien**

Gäste

Ausbaugrenzen
/ Bettenstop



Betriebe

Destinationen

Politik
-Strategien

Gäste

„Die Destinations- und
Tourismus-Management-
Organisationen auf Regions-
und Ortsebene verstehen sich
als Mitgestalter des
Lebensraumes Vorarlberg.“

(Entwurf der Tourismusstrategie
Vorarlberg, 2022)



'Innovation im
Tourismus' hat
heute oft nur noch
einen Fokus auf die
Hardware und führt
vielerorts zu einer
Disneylandisierung.



FLYING BRIDGE –
DIE MUTPROBE VON ISCHGL
ARCHITEKTUR – DESIGN – AUFREGUNG

Betriebe

Destinationen

Politik
-Strategien

Gäste

Juist
(DE)



Gemeinsamkeiten ?



Erfolg

Kooperation schafft Erfolg

Achtsamkeit schafft Erfolg

Nachhaltigkeit schafft Erfolg

(NICHT NUR) IN EUROPA GIBT ES EINE ZUNAHME VON ZERTIFIZIERTEN PRODUKTEN, SOWOHL IM TOURISMUS ALS AUCH IN ANDEREN SEKTOREN



Green hushing

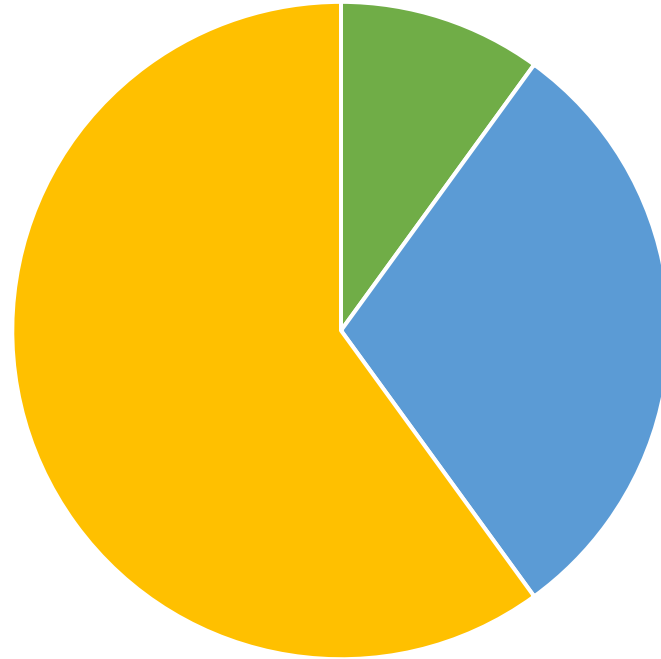
viele Touristiker*innen praktizieren Nachhaltigkeit ganz gut,
können sie aber nicht gut kommunizieren



Nachhaltigkeits-Typologie der Touristen

Was habe ich davon?

Suchen nach neuen Erfahrungen und sind bereit, "Nachhaltigkeit" zu kaufen, wenn es einen klaren persönlichen Vorteil gibt.



Ich Sorge mich um den Planeten und die Gesellschaft

Sachkundig, bereit, zu recherchieren und mehr zu zahlen

Unbeteiligt und zynisch

Reisen zum Entspannen oder zur Arbeit, erwarten, dass die grundlegenden (auch ökologischen) Bedürfnisse erfüllt sind, und wollen nicht extra bezahlen

Wechsel der Handtücher

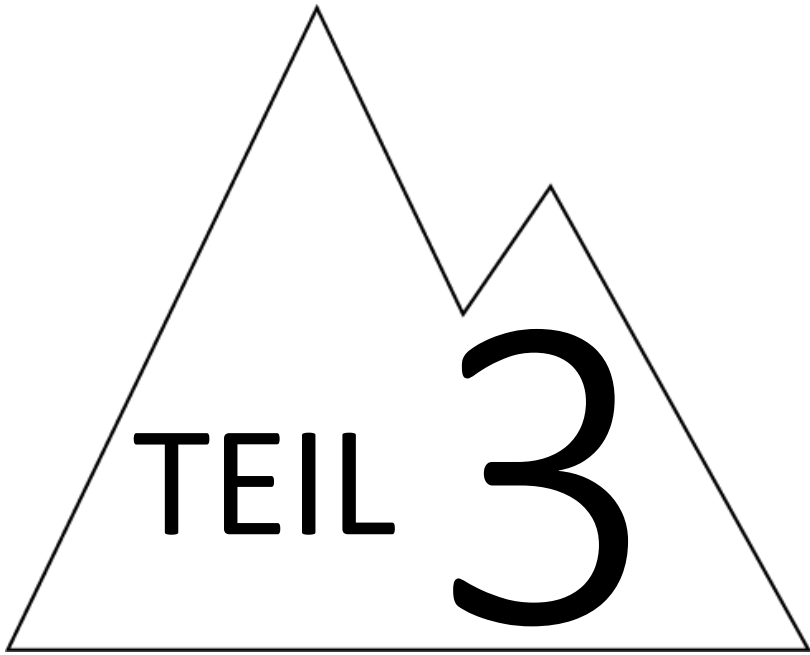
Zusätzliche Massnahmen:

1. Schulung des Personals
2. Sicherstellung des raschen Trocknens der Handtücher in den Zimmern
3. Klare Ansage, was getan werden sollte
4. Belohnung der Bemühungen der Kunden

Alternative Massnahme: Opt-In statt Opt-Out

Machen Sie den Handtuchwechsel zur Standardoption und bitten Sie die Gäste, die ein frisches Handtuch benötigen, es an der Rezeption zu verlangen.



A graphic consisting of two overlapping triangles. The larger triangle on the left contains the word "TEIL" in a bold, black, sans-serif font. The smaller triangle on the right contains a large, bold, black number "3".

TEIL 3

Teil 1: Einige Vorbemerkungen

Teil 2: Innovative Erfolgsgeschichten

Teil 3: Herausforderungen



10 (*HERAUS*)FORDERUNGEN

VOM LEUCHTTURM IN DIE FLÄCHE



KEINE NACHHALTIGKEITS-KONFERENZEN MEHR ...

Solange es notwendig ist, gute Praktiken und Leuchtturm-Modelle vorzustellen, haben wir unser Ziel nicht erreicht. Wir müssen über Misserfolge, Hindernisse und ToDos reden.



ECHTE POLITISCHE STRATEGIEN



SDG-ORIENTIERUNG ALLEIN IST NICHT GENUG

Nachhaltigkeit vom Lippenbekenntnis zu Strategien mit klaren Inhalten: Was, Wer, Wie, bis Wann, ...

NACHHALTIGKEIT BRAUCHT STEUERUNG

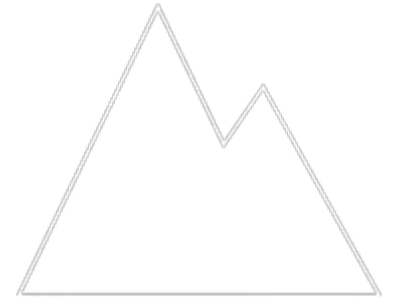


ZUCKERBROT UND PEITSCH

Nachhaltigkeit ist schlussendlich ein normatives Konzept und erfordert staatliche Eingriffe:
Anreizsysteme sowie rechtliche Rahmenbedingungen.



NEUE INDIKATOREN FÜR ERFOLG



GEMEINWOHLWIRTSCHAFT

Es geht um mehr als Ankünfte, Nächtigungszahlen und Umsätze.
Umweltqualität, das Wohlbefinden der Gäste, Mitarbeitenden und Einheimischen muss sich in der
Erfolgsbewertung niederschlagen.



MOTIVIERENDES ARBEITSUMFELD



NEW CULTURE OF WORK

Nachhaltiger Tourismus braucht junge Menschen in den Zielgebieten.
Tourismusbetriebe müssen (wieder) attraktive Arbeitgeber werden.



WORKATION STATT ‚3 LÄNDER IN 5 TAGEN‘



NEW CULTURE OF TRAVELLING

Nicht ‚der Gast ist König‘, dem alle Bedürfnisse erfüllt werden,
sondern wir suchen uns die Gäste, die zu uns passen.



„RICHTIGE“ KOMMUNIKATION



„NACHHALTIGKEIT“ IST FÜR'S MARKETING NICHT GUT GEEIGNET

Ansprache und Nudging der Zielgruppen mit den richtigen Werten und Worten.



Neue BETEILIGUNGS- und GOVERNANCE MODELLE



SUSTAINABLE GOVERNANCE

"Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind." (A. Einstein)



LEBENSRAUM AGENTUREN



FOCUS AUF DIE BEVÖLKERUNG

Neue Aufgaben für DMOs und Tourismusbüros, um Parallelitäten mit anderen Entwicklungsstrukturen zu vermeiden. Der Tourismus wird eingebettet in eine übergreifende Regionalentwicklung.



ALPINER FOKUS AUF GESUNDHEIT



GESUNDHEITSTOURISMUS KÖNNTE VIELE TRANSFORMATIVE ELEMENTE KOMBINIEREN

Ein Gesundheitstourismus, der sich (auch) an den Bedürfnissen der Bevölkerung orientiert, kann deutlich zum Wandel hin zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus beitragen.





Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!

christian.baumgartner@
responseandability.com



**Liegt der Unbehaglichkeitsspiegel unter
der Reizschwelle, bietet sich Ignorieren an.**

Christine Hartmann