

Zusammenfassung der Masterarbeit mit dem Thema „Green Travel Transformation – Kennzeichnung nachhaltiger Pauschalreisen in digitalen Vertriebssystemen“

Schlagworte: Tourismus, Nachhaltigkeit, nachhaltiger Konsum, Digitalisierung

## 1. Einleitung

Der Tourismus entwickelt sich aufgrund weltweiter Nachfrage mit großer Dynamik. Aus diesem dynamischen Wachstum resultiert eine besondere Brisanz der Auswirkungen des Tourismus auf die Umwelt. Dazu zählen die CO<sub>2</sub>-Emissionen des Flugverkehrs, Eingriffe in die Natur durch touristische Infrastruktur, aber auch soziale Auswirkungen wie eine Beeinträchtigung der kulturellen Identität der lokalen Bevölkerung.

Tourismus kann jedoch auch positive Wirkungen entfalten, indem es gerade in Entwicklungs- und Schwellenländern für Einkommen der lokalen Bevölkerung und damit zur Armutsbekämpfung beiträgt.

Aufgrund des zu erwartenden Wachstums wird ein nachhaltiger Tourismus, der die natürlichen Grundlagen erhält und positive ökonomische und soziale Wirkung entfaltet, immer wichtiger. Immer mehr Reiseveranstalter, Hotels und Zielgebiete setzen auf Nachhaltigkeit und lassen sich dies von Siegelanbietern zertifizieren. Diese Information steht dem Kunden jedoch ohne intensive Recherche häufig nicht zur Verfügung.

Die Bewertung der Nachhaltigkeit einer kompletten Pauschalreise ist für den Konsumenten aufgrund der verschiedenen Bestandteile jedoch äußerst komplex und es existiert noch kein Siegel, das nachhaltige Pauschalreisen in den Reisebürosystemen oder Reiseportalen kenntlich macht.

## 2. Forschungsfrage

In dieser Masterarbeit wurde deshalb die Fragestellung bearbeitet, wie Nachhaltigkeitsinformationen zu einer Pauschalreise sinnvoll in den Such- und Buchungsprozess des Reisebüros integriert werden könnten. Anhand der typischen Schritte des Such- und Buchungsprozesses einer Pauschalreise im Reisebürosystem *Bistro Portal* wurde erarbeitet, welche Nachhaltigkeitsinformationen an welcher Stelle integriert werden können. Da im Projekt „Green Travel Transformation“ der Universität der zweite Schritt der Suche (Hotelauswahl) bereits abgedeckt wurde, lag der Fokus in

dieser Arbeit auf dem ersten Schritt (Auswahl des Zielgebietes) und der Auswahl des konkreten Angebotes im letzten Schritt des Suchprozesses.

### 3. Vorgehensweise / Methodik

Mittels Literaturrecherche wurden jeweils die für die Nachhaltigkeit der Fluganreise, des Zielgebietes und des konkreten Angebotes in Frage kommenden Kriterien ermittelt. Dadurch wurden mögliche Nachhaltigkeitsinformationen zur Kennzeichnung von Reiseangeboten identifiziert und definiert. Zur Zusammenfassung der Nachhaltigkeitsinformationen auf Zielgebiets- und Angebotsebene wurden jeweils Indizes beispielhaft erarbeitet, um dem Anwender einen schnellen Überblick über die Nachhaltigkeit zu ermöglichen.

Im Anschluß wurden konkrete Vorschläge zur Integration der erarbeiteten Nachhaltigkeitskriterien und -indizes erarbeitet, indem Screenshots des Reisebürosystems *Bistro Portal* mittels eines Bildbearbeitungsprogrammes entsprechend angepasst wurden. Mittels Experteninterviews wurden die ermittelten Nachhaltigkeitskriterien und -indizes, sowie die erarbeiteten Vorschläge zur Integration in *Bistro Portal* hinsichtlich ihrer Akzeptanz und Relevanz für den Kunden untersucht. Als Experten wurden sieben Reisebüros interviewt.

### 4. Ergebnisse

Die Ergebnisse der Reisebüro-Interviews lassen es fraglich erscheinen, dass eine Integration von Nachhaltigkeitsinformationen in *Bistro Portal* einen Trendwechsel zur verstärkten Buchung von nachhaltigen Reiseangeboten bewirken kann. Mehrere Faktoren hemmen offensichtlich den potentiellen Erfolg einer solchen Integration. Zu nennen sind hier insbesondere folgende drei Hemmnisse:

- 1) geringe Relevanz von Nachhaltigkeitsaspekten beim Endkunden
- 2) der Preis als dominierender Faktor für die Buchungsentscheidung
- 3) die Schwierigkeit, Aspekte der Nachhaltigkeit im Beratungsgespräch zu thematisieren

Aufgrund der dargestellten schwierigen Thematisierung im Beratungsgespräch wird von den meisten Reisebüros eine Integration der Nachhaltigkeitsinformationen in die per Email an den Kunden versandten Angebote favorisiert. Der Kunde kann sich dann zuhause in Ruhe mit den Nachhaltigkeitsinformationen auseinandersetzen, ohne dass dies im Beratungsgespräch thematisiert werden müsste.

Die im Emailversand integrierten Nachhaltigkeitsinformationen bzgl. des Zielgebietes und der CO<sub>2</sub>-Emissionen könnten insbesondere dann ein Kriterium der Buchungsentscheidung sein, wenn Angebote mehrerer Zielgebiete verschickt werden und die Entscheidung für ein Zielgebiet noch nicht gefallen ist. Selbst wenn diese Informationen die Entscheidung nicht beeinflussen, tragen Sie zumindest zur Bewusstseinsbildung beim Endkunden bei und sind deshalb zu befürworten. Eine Integration auf Rechnungen und Reiseunterlagen trägt ebenfalls zur Sensibilisierung bei, auch wenn die Buchungsentscheidung an dieser Stelle bereits getroffen wurde.

Die meisten Kunden, die nachhaltig reisen wollen, gehen offensichtlich nicht in ein Reisebüro, sondern informieren sich online. Ein alternativer Ansatz wäre daher, die erarbeiteten Nachhaltigkeitsinformationen in Online-Buchungssysteme zu integrieren. Hier fällt ebenfalls die Schwierigkeit weg, negativ behaftete Themen wie CO<sub>2</sub>-Emissionen, in ein Beratungsgespräch zu integrieren. Da die meisten Internet-Portale in Deutschland nach dem gleichen dreistufigen Suchschema arbeiten wie *Bistro Portal*, können die hier gewonnenen Erkenntnisse bzgl. der Platzierung der Nachhaltigkeitsinformationen gut auf den Online-Bereich übertragen werden. Dies bietet Reiseportalen zudem die Möglichkeit sich von anderen Anbietern zu differenzieren und sich als „grünes Reiseportal“ zu positionieren. Das Internet bietet zudem weitere Möglichkeiten der Darstellung, wie z. B. der automatisierte Vorschlag von nachhaltigeren Alternativen auf Zielgebiets, Hotel- oder Angebotsebene aufgrund der vorherigen Auswahl des Kunden. Dies wird bereits von erfolgreichen Internetportalen wie Amazon und Ebay praktiziert, wenn auch nicht mit dem Ziel nachhaltigere Angebote vorzuschlagen, sondern allgemein für den Kunden passende. Auch der *Bistro Portal*-Anbieter *Traveltainment GmbH* bietet für seine von vielen Portalen genutzte Internet Booking Engine (IBE) bereits ein solches automatisches Vorschlagssystem an (Traveltainment 2019). Ein automatisierter Vorschlag nachhaltiger Alternativen auf Zielgebiets- und Angebotsebene könnte auf in dieser Masterarbeit erarbeiteten Vorschläge für Indizes und Punktesysteme zurückgreifen.

Das größte Potential haben offensichtlich Nachhaltigkeitsinformationen hinsichtlich des Hotels, da hierzu offensichtlich konkrete Nachfrage besteht und eine Hotelzertifizierung eher positiv behaftet ist, als z. B. die CO<sub>2</sub>-Emissionen. Daher bietet es sich an, die Nachhaltigkeitsinformationen des Hotels neben *Bistro Portal* auch in Online-Portalen und in die Programme zum Angebotsversand zu integrieren. Für den Ausbau der Hotelinformationen über die bloße Kennzeichnung der Zertifizierung hinaus, könnten bereits existierende Portale, die sich auf nachhaltige Hotels spezialisiert haben, analysiert werden, wie z. B. *goodtravel.de* oder *bookdifferent.com*.

Aus dem Reisebüro-Feedback dieser Masterarbeit ist zu schließen, dass eine Integration von Nachhaltigkeitsinformationen in *Bistro Portal* und anderen Systemen vermutlich nicht zu einer signifikanten Transformation des Buchungsverhaltens führen wird. Daher sind gesetzliche Steuerungsmaßnahmen in Erwägung zu ziehen, die eine solche Transformation fördern könnten.

Zur Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen wäre zunächst ein EU-weiter Abbau von klimaschädlichen Subventionen notwendig, insbesondere der Steuerbefreiung von Kerosin und der Mehrwertsteuerbefreiung für internationale Flüge.

Für eine Transformation zu mehr Nachhaltigkeit in den Zielgebieten sind staatliche Steuerungsmaßnahmen im jeweiligen Zielland erforderlich. Im ökonomischen bzw. sozialen Bereich sind hier vor allem Mindestlöhne und Mindeststandards hinsichtlich der Arbeitsbedingungen zu nennen. Zur Verbesserung der Mietsituation wäre eine Begrenzung der Umwandlung von privaten Mietwohnungen in Ferienunterkünfte sinnvoll, so dass sich die alt eingesessenen Einwohner und kleine lokale Geschäfte die Mieten wieder leisten können. Zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit könnte, gemäß des Verursacherprinzips, eine Steuer von den Urlaubsgästen vereinnahmt und die dadurch erzielten Erträge für Nachhaltigkeitsprojekte eingesetzt werden. Auf Mallorca wurde diese sogenannte „Ökosteuer“ 2016 mit Erfolg eingeführt.

Die vorgestellten staatlichen Maßnahmen haben vermutlich eine weitaus größere Wirkung als eine Förderung des nachhaltigen Buchungsverhalten. Trotzdem ist die Bereitstellung von Nachhaltigkeitsinformationen sehr wichtig für das Schaffen von Transparenz und zur Sensibilisierung der Urlauber. Denn nur wenn eine breite Zustimmung in der Bevölkerung existiert, können auch Maßnahmen wie eine Ökosteuer oder die Besteuerung von Kerosin letztendlich umgesetzt werden.

Hiermit bestätige ich, dass diese Zusammenfassung auf der Infernum-Homepage veröffentlicht werden kann.

Potsdam, 21.02.2019,

