

FRAMEWORK ZUR ANALYSE UND GESTALTUNG NACHHALTIGER ANGEBOTE IM TOURISMUS

EINFÜHRUNG

Warum „nachhaltige Angebote“?

Die Nachfrage nach nachhaltigen Reiseangeboten steigt stetig. Die Ausrichtung oder Entwicklung nachhaltiger touristischer Angebote ist aus mehreren Gründen von großer Bedeutung. Der Tourismus kann starke Auswirkungen auf die Umwelt haben, beispielsweise durch die Beeinträchtigung natürlicher Lebensräume, einen erhöhten Ressourcenverbrauch oder Umweltverschmutzung. Nachhaltige Angebote sind darauf ausgerichtet, diese negativen Auswirkungen zu minimieren und ihnen wo möglich auch vorzubeugen. Auf lange Sicht können nachhaltige Angebote wirtschaftlich rentabler sein, da sie eine effizientere Nutzung von Ressourcen und die Vermeidung eventueller künftiger Kosten durch Umweltschäden ermöglichen.

Ein zukunftsfähiger Tourismus und eine nachhaltige Ausrichtung der Angebote berücksichtigen die Bedürfnisse und das Wohlbefinden der lokalen Gemeinschaften. Dadurch können Arbeitsplätze geschaffen und gesichert sowie die soziale Gerechtigkeit gefördert werden. Indem Nachhaltigkeit durch Angebote fass- und erlebbar gemacht wird, werden darüber hinaus Gäste und Anbietende sensibilisiert und ihr Bewusstsein für umweltfreundliches Handeln geschärft. Akteur:innen die auf Nachhaltigkeit setzen, verbessern ihr Image und können sich als verantwortungsbewusste Marken positionieren. Dies führt zu einer gesteigerten Attraktivität der Angebote für umweltbewusste Reisende, wodurch sich neue Marktpotenziale erschließen lassen.

Wann ist ein Angebot „nachhaltig“?

Ein nachhaltiges touristisches Angebot bringt ökologische, ökonomische und soziale Aspekte in Einklang und berücksichtigt die Bedürfnisse der aktuellen sowie zukünftiger Generationen. Durch die Festlegung spezifischer Kriterien, wie beispielsweise CO₂-Ausstoß, Wasserverbrauch, Unterstützung lokaler Gemeinschaften oder faire Arbeitsbedingungen, wird eine transparente und nachvollziehbare Bewertung der Nachhaltigkeit ermöglicht. Dies beinhaltet auch die Präsentation der erreichten Nachhaltigkeitsziele sowie die Offenlegung der Methoden und Prozesse, die zur Erreichung dieser Ziele eingesetzt werden.

Bestenfalls sollen nachhaltige Angebote innovativ gestaltet werden und eine Vorbildfunktion für andere annehmen. Mit ihrer Innovationskraft können sie demonstrieren, dass nachhaltige Praktiken nicht nur möglich, sondern auch wirtschaftlich rentabel und gesellschaftlich wünschenswert sind.

Die Gestaltung solcher Angebote ist jedoch sehr komplex, da zahlreiche Akteur:innen involviert werden und die Leistungen oft schwer abzugrenzen sind. Bei der Entwicklung nachhaltiger Angebote ist eine ganzheitliche Herangehensweise unerlässlich und trotzdem müssen die Grenzen der Einflussnahme berücksichtigt werden. Es bestehen bereits zahlreiche Leitfäden und Kriterienkataloge, die bei der Gestaltung nachhaltiger Tourismusangebote unterstützen. Die wenigsten berücksichtigen jedoch die Systemgrenzen und Möglichkeiten der Einflussnahme der Gestaltenden. Unser Framework hat das Ziel, diese Aspekte stärker in den Vordergrund zu rücken und ein ganzheitliches, realitätsnahes Bild der Angebotsgestaltung zu vermitteln.

FRAMEWORK

In unserer Bestrebung, touristische Angebote in den niedersächsischen Städten nachhaltiger zu gestalten, haben wir einen innovativen Ansatz entwickelt, der verschiedene Einflussmöglichkeiten berücksichtigt. Dieser Ansatz basiert auf den Prinzipien und dem Vokabular der Klimabilanzierung.

Um klarer abzugrenzen, welche Aspekte eines Angebots von den Gestaltenden selbst beeinflusst werden können und welche nicht, wurden die Kriterien in drei sogenannte Scopes (Bereiche) unterteilt. Jeder Scope umfasst zwei Einflussbereiche, die zusammen ein umfassendes Bild der Auswirkungen und Möglichkeiten der Einflussnahme bei bestehenden sowie neuen Angeboten liefern. Durch die Betrachtung aller drei Scopes können Akteur:innen ihre Angebote systematisch evaluieren und nachhaltig verbessern.

Im Folgenden werden die Scopes und deren Inhalte näher erläutert. Diese Einteilung ist ein wegweisender Schritt, der eine klare Struktur und Handlungsanleitung für alle Beteiligten bietet und gleichzeitig die aktuellen Gegebenheiten berücksichtigt. Die Einteilung in die drei Scopes erleichtert es den Akteur:innen, gezielt und effektiv Maßnahmen zu ergreifen, um nachhaltigen Tourismus zu fördern und gleichzeitig die Einzigartigkeit und Attraktivität ihrer Angebote zu bewahren.

3 Scopes



Scope 1 umfasst alle Faktoren, die direkt durch die Angebotsgestaltenden beeinflusst werden können. Er betrifft das Design des Angebots an sich und liegt vollständig im Einflussbereich der Akteur:innen. Es handelt sich um die folgenden zwei Einflussbereiche:

- ▶ **Ressourcen bei der Angebotsnutzung:** Umweltfußabdruck (z.B. Energie- und Wasserverbrauch, Abfall) des Nutzers/der Nutzerin während der Nutzung des Angebots.
- ▶ **Sozio-kulturelle Gestaltung des Angebots:** Strategische Ausrichtung des Angebots auf gesellschaftliche Belange (wie z.B. Beitrag zu den Sustainable Development Goals, Barrierefreiheit, Chancengleichheit).

Scope 2 umfasst Faktoren, die nur begrenzt durch die Angebotsgestaltenden beeinflusst werden können oder die nur langfristig beeinflussbar sind. Der Einfluss ist begrenzt, da die Akteur:innen Produkte, Dienstleistungen etc. einkaufen und mit anderen Akteur:innen sowie Lieferant:innen zusammenarbeiten. Die Auswirkungen entstehen somit nicht direkt im Unternehmen, sondern bei der Produktion der eingekauften Produkte und Dienstleistungen. In diesem Scope werden die folgenden Einflussbereiche betrachtet:

- ▶ **Lieferkette:** Einbindung der Lieferant:innen und Leistungsträger:innen als Bestandteile des Angebots. Einflussnahme ist möglich durch die Auswahl nachhaltiger Alternativen, jedoch können die internen Prozesse der Partner:innen nicht direkt beeinflusst oder kontrolliert werden.
- ▶ **Infrastruktur:** Integration des Angebots in die Umwelt. Bei Aspekten wie der Infrastruktur ist Einflussnahme teilweise nur langfristig möglich und aus Nachhaltigkeitssicht sinnvoll, da strukturelle Veränderungen oft umfassende Planungen, erhebliche Investitionen und längere Umsetzungszeiträume erfordern und entsprechende Umweltauswirkungen mit sich bringen.

Scope 3 umfasst die Faktoren die nur sehr begrenzt durch die Angebotsgestaltenden beeinflusst werden können. Die Auswirkungen oder Entscheidungen liegen oft außerhalb der direkten Kontrolle der Akteur:innen. Diese Faktoren sind komplexer zu messen und zu reduzieren, da sie verschiedene Aktivitäten von anderen Parteien umfassen und die gewünschte Veränderung „nur“ inspiriert werden kann. In diesem Scope werden die folgenden Einflussbereiche betrachtet:

- ▶ **Gästeverhalten:** Anreize und Kommunikationsmaßnahmen für ein nachhaltiges Gästeverhalten.
- ▶ **Anreise:** Inspiration zu einer nachhaltigen Anreise.