

Internationale Konferenz „Tourismus und Klimawandel in Mitteleuropa - Wissenschaft trifft Praxis“

Deutschland

Die Bewerbung von nahen Märkten als Klimaschutz- und Krisenbewältigungsstrategie

Holland.

Eke Eijgelaar

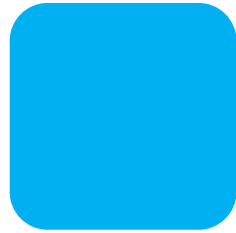
Potsdam, 23. September 2014



Inhalt

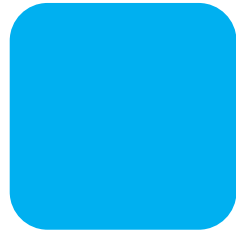
- CSTT / Daten
- Ausgangspunkte
- Gegensätze Tourismuspolitik
- Incoming Tourismus in Zahlen
- Urlaubsemissionen & *Eco-efficiency*
- Diskussion

↓
Hier: Verhältnis CO₂ Emissionen (Kg) gegenüber Ausgaben (€) eines Urlaubs → je niedriger der Wert, je besser (z.B. 200 Kg & 400 € = 0.5)



CSTT

- Centre for Sustainable Tourism and Transport
- Forschungsabteilung an der NHTV Breda University of Applied Sciences (Tourismushochschule seit 1966)
- Fokus auf die Folgen des Tourismus auf den Klimawandel (sprich: Emissionen) und entsprechenden Klimaschutz
- Monitoring Urlaubsemissionen & Eco-efficiency Niederländer (mittels Daten Kontinuierliche Urlaubsforschung - CVO), Serie 2002-2013
- Monitoring Urlaubsemissionen & Eco-efficiency Incoming Gäste in den Niederlanden (mittels NBTC Inbound Tourism Research Daten), für 2009



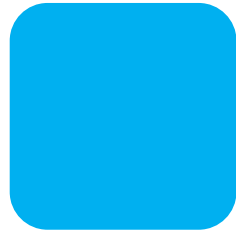
Ausgangspunkte

- Klimakrise → Klimaschutz auch im Tourismus unentbehrlich → Urlaubsemissionen aber zunehmend
- Finanzkrise → Klimaschutz außer Fokus?
- Gegensätze (Zukunfts)Strategien NBTC/DZT
- NBTC & DZT: „Incoming Tourismus größter Wachstumsfaktor“ → Marketingargument
- Wachstum im Tourismus – egal aus welchem Markt – steht (fast) nie zur Diskussion; Fokus meist „Internationaler“ Tourismus = Fern (BRIC!)



Gegensätze Tourismuspolitik (Beispiel DZT)

- Strategisches Handlungsfeld: Wachstum des Tourismus auf Weltniveau erzielen
 - Aufgabe: Weltweite Werbeaktionen
- vs.
- Strategisches Handlungsfeld: Herausforderungen des Klimawandels berücksichtigen
 - Umsetzung der politischen Leitlinie: Stärkung des nachhaltigen Tourismus
 - Weil: einseitige (Destinations)Perspektive zum nachhaltigen Tourismus: Kein Wort zum Auslandsmarketing im ‚Runder Tisch Nachhaltigkeit‘ DZT Jahresbericht 2013



Gegensätze (Beispiel NBTC Zukunftsperspektive 2025)

Umweltbewusstsein?

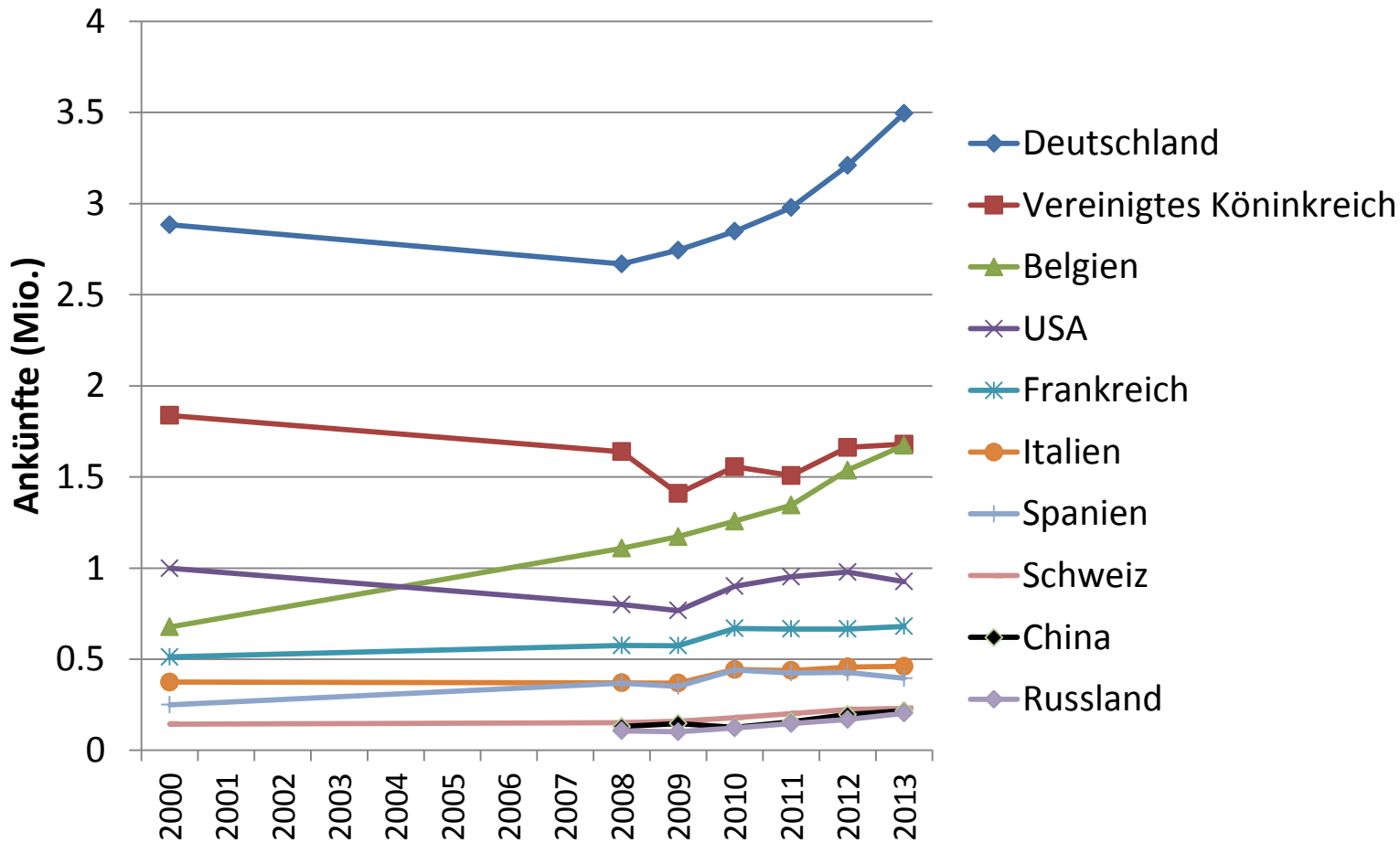
- Benennung zunehmende Klima- & Umweltproblematik Tourismus
- Erkennung bedeutend schlechtere *eco-efficiency* (Emissionen pro Ausgaben) Überseegäste als Europäische Gäste

Aber Empfehlungen:

- Flugverbindungen auf neue Herkunftsländer (z.B. BRIC) absolut notwendig (sonst kein großes Wachstum interkontinental?!)
- Wachstum Schiphol und regionale Flughäfen unentbehrlich



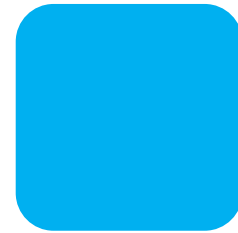
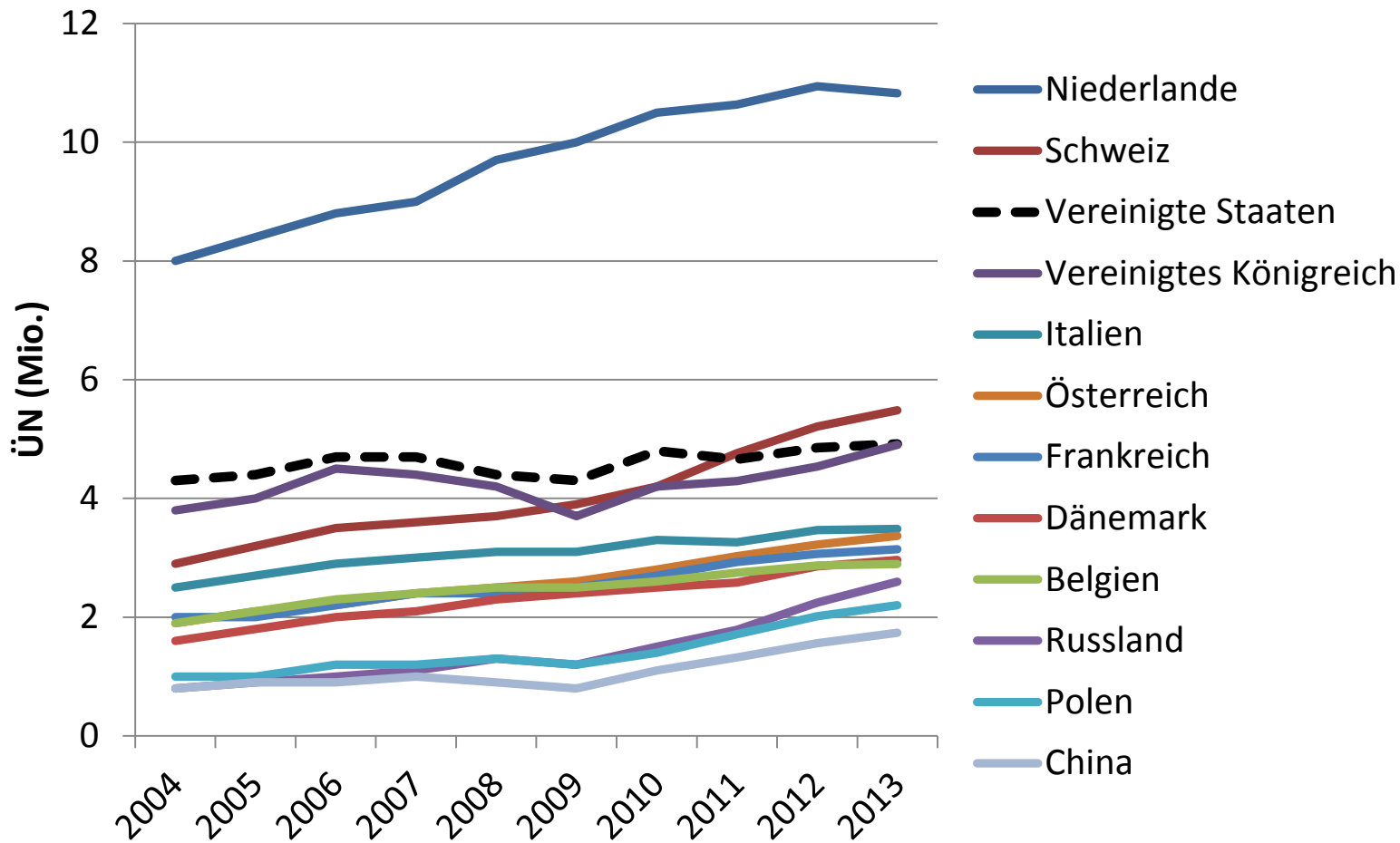
Ankünfte Top 10 in den Niederlanden



Quelle: CBS (2014) *Daten nur für markierte Jahren



ÜN Top 11 (+China) in Deutschland



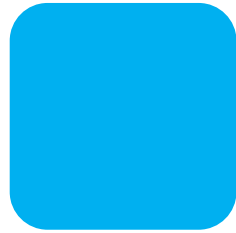
Zusammenfassung (1)

Reiseland Niederlande:

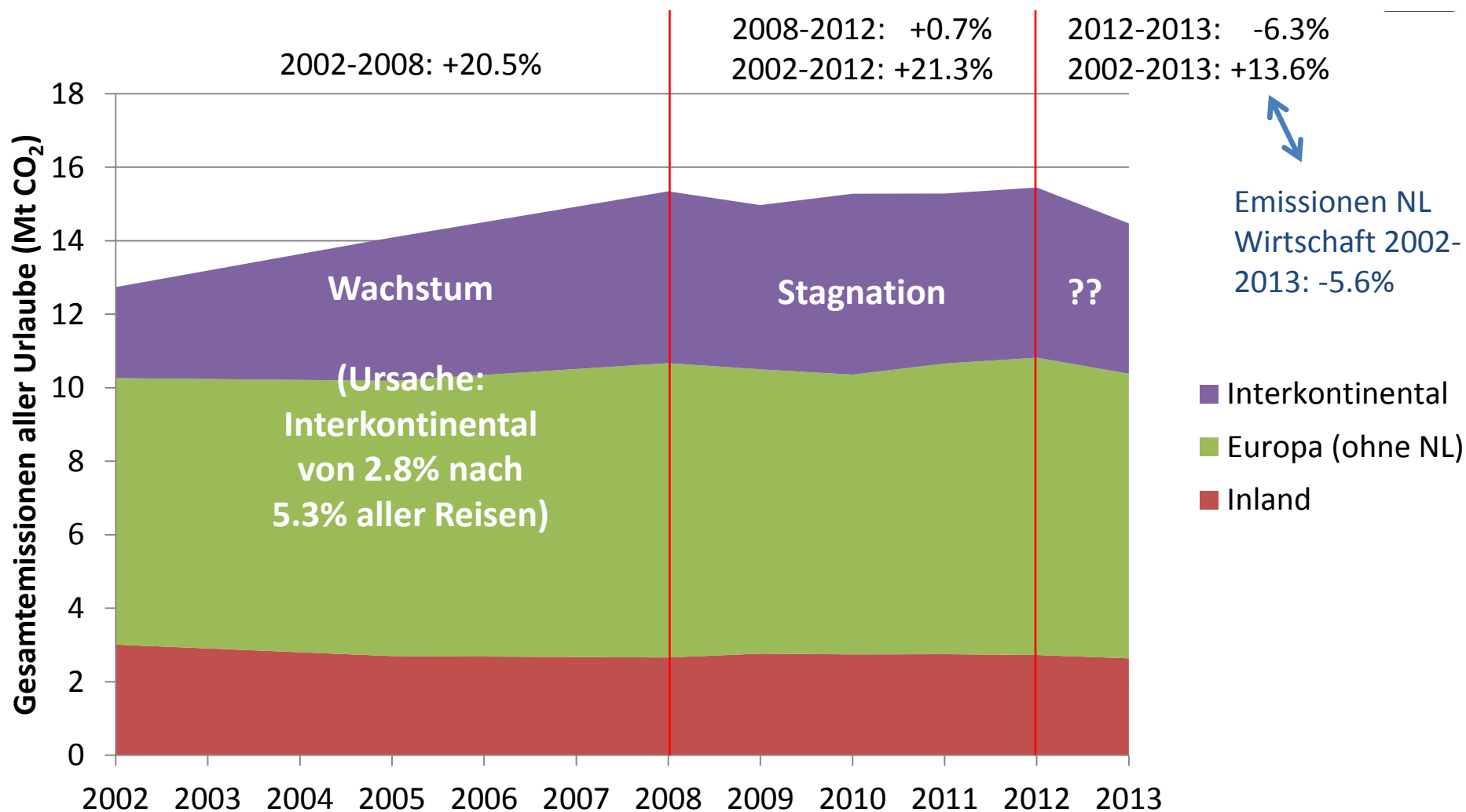
- 50% des absoluten Incoming Wachstums NL seit 2000 durch Belgien und Deutschland; Europa 77%
- 53% des Incoming Tourismus 2012 aus Nachbarländer (DE/ENG/BE), 80% aus Europa; Prognose 2018: Europa 78%

Reiseland Deutschland:

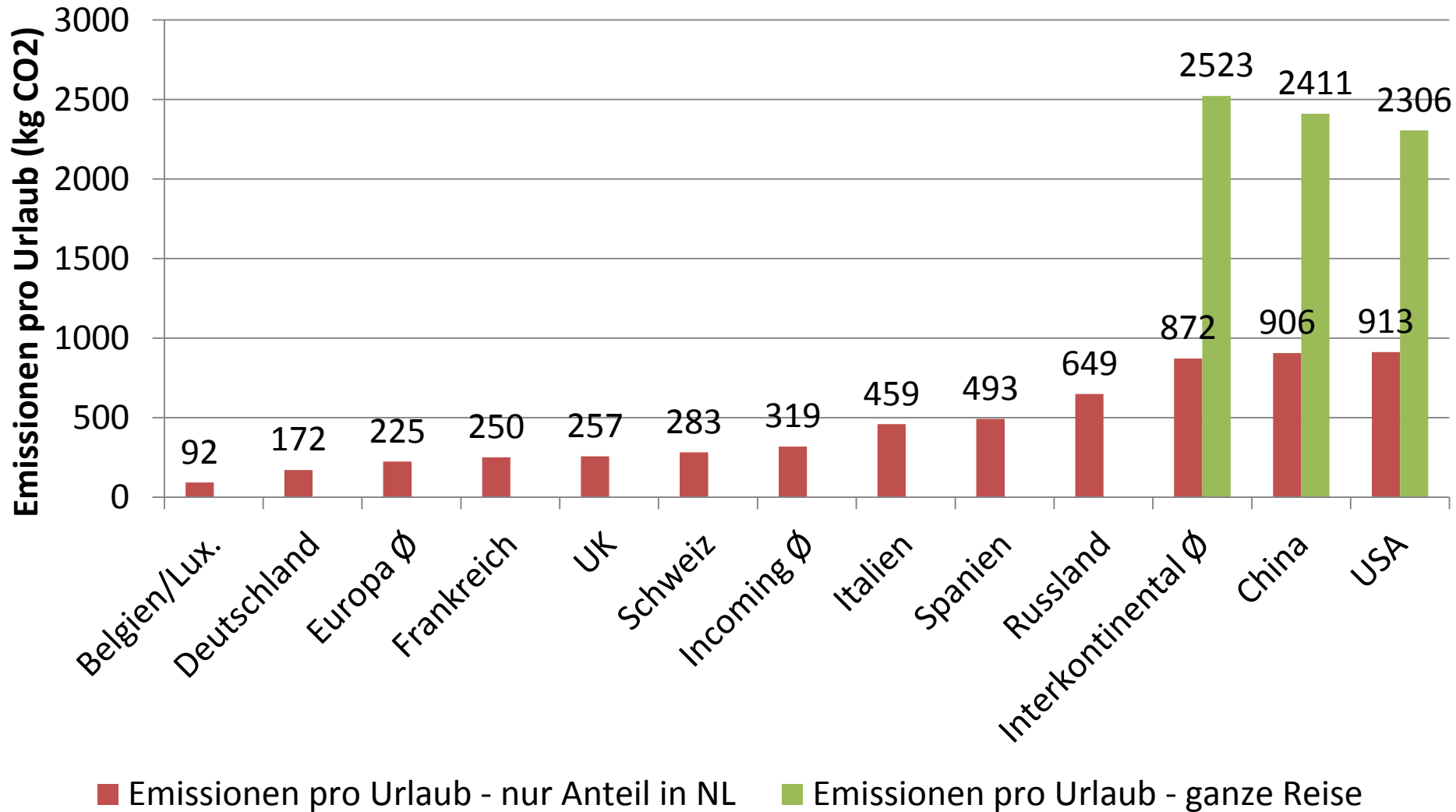
- Europa 75% der Incoming Übernachtungen in 2013; Prognose 2020: Europa 75%
- 1) Finanzkrise: Wachstum meist aus Nachbarländer!
 - 2) Fernmärkte spielen absolut (sehr) geringe Rolle, außer USA → stagniert aber
 - 3) Incoming = regionales Geschäft



Urlaubsemissionen: Folgen Fernreisen groß (Beispiel Niederländische Urlaube)

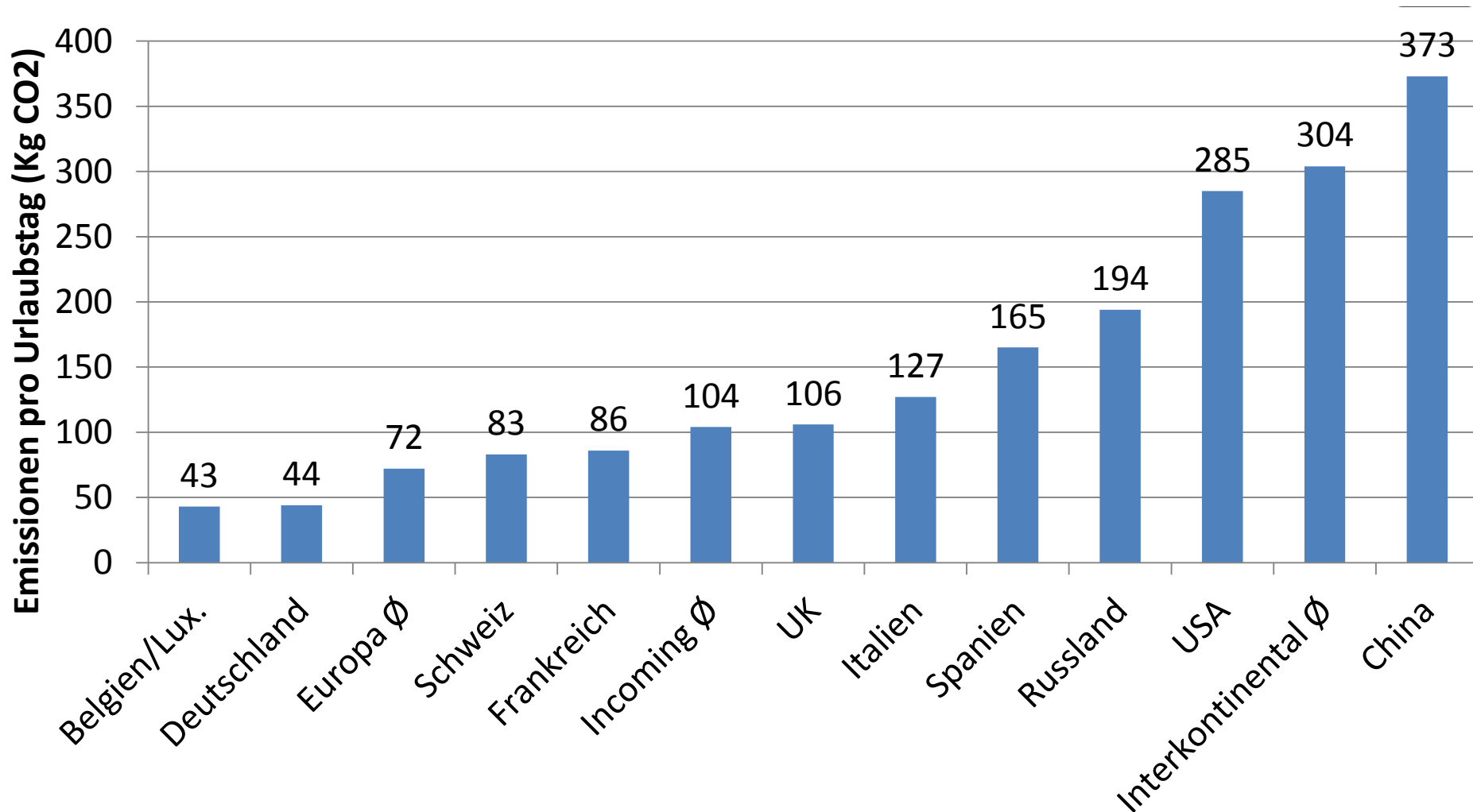
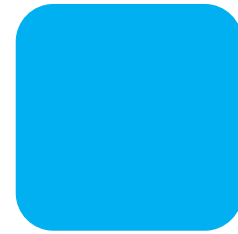


Emissionen pro Urlaub Incoming Top 10 Niederlande, 2009

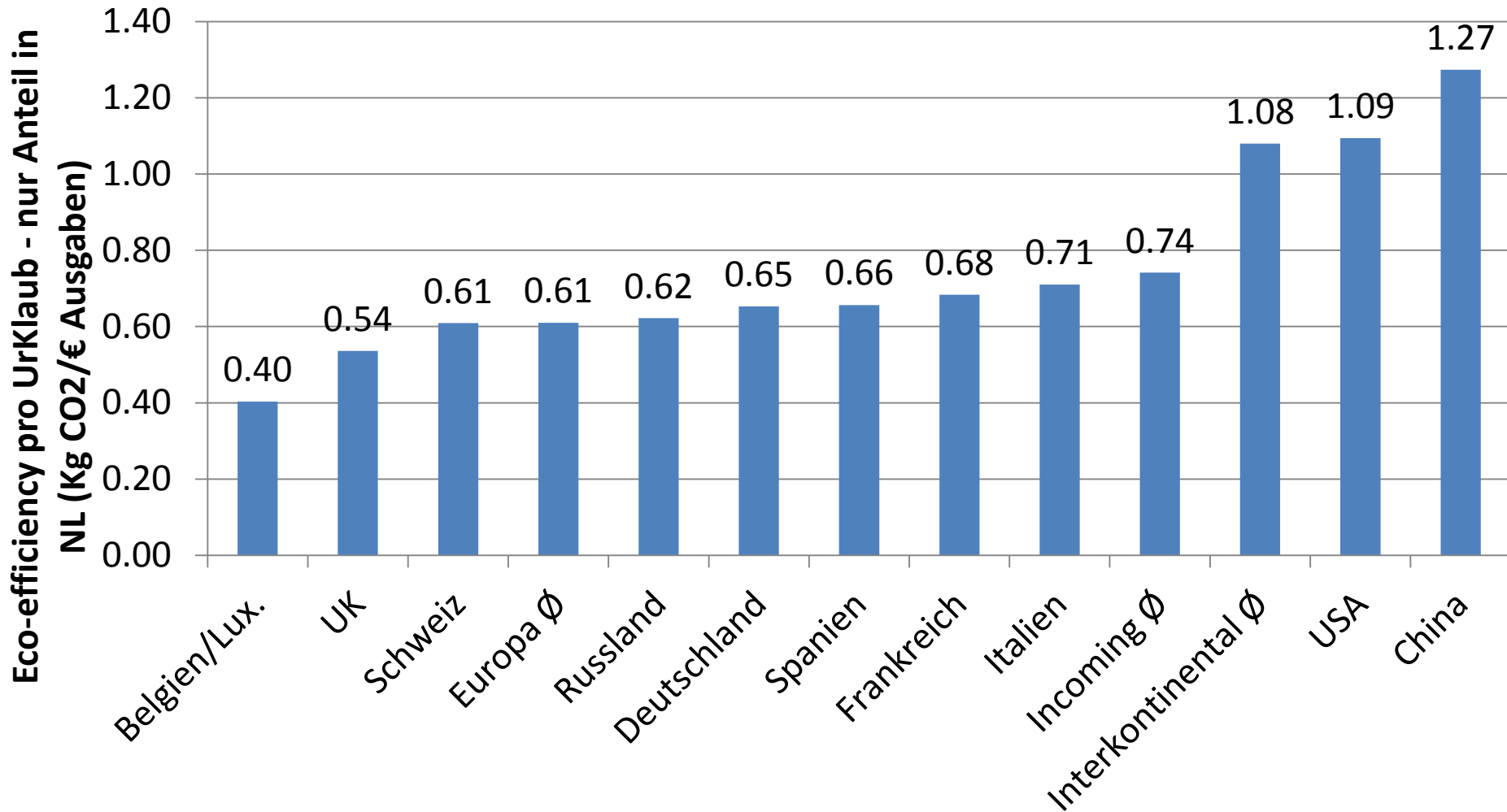


Emissionen pro Urlaubstag Incoming

Top 10 NL (nur Anteil in NL), 2009



Eco-efficiency Incoming Top 10 NL (nur Anteil in NL), 2009



Zusammenfassung (2)

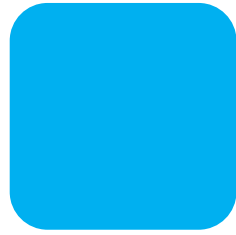
Ein interkontinentaler Gast der Niederlande:

- verursacht im Schnitt **4x** die Urlaubsemissionen eines Europäischen Gastes wenn nur der **Anteil in den Niederlanden** beachtet wird
- verursacht im Schnitt **10x** die Urlaubsemissionen eines Europäischen Gastes über den **Gesamturlaub** berechnet
- verursacht **pro Tag** im Schnitt **7x** die Urlaubsemissionen eines Gastes aus den Nachbarländern
- gibt zwar im Schnitt etwas mehr aus als ein Europäischer Gast, aber viel weniger in Verhältnis zu seinen Urlaubsemissionen



Diskussionpunkte zum Auslandsmarketing

- Weltweites Marketing nicht kompatibel mit Klimaschutzengagement/-zielen?
- DZT/NBTC vertreten Reiseland Deutschland & Holland i.A. der Regierung → (politische) Verantwortung für Incoming-Emissionen?
- Fernmärkte instabiler & viel kleiner als die meisten Europäischen, v.a. Nachbarländer



Schlussfolgerungen

- Klimaschutz auch im Auslandsmarketing berücksichtigen (= nachhaltiger Tourismus!)
- Marketing Fernmärkte nicht gerechtfertigt
- Promotion von regionalem Tourismus (v.a. ohne Flug) unterstützt internationale Klimaschutzziele und ist ‚krisensicher‘
- Bewerbung von nahen Märkten ist damit eine erfolgreiche Klimaschutz-, aber auch Krisenanpassungsstrategie
- *Eco-efficiency* als legitime, strategische Entscheidungshilfe



Weitere Informationen & Literatur

- CSTT Webseite:
www.cstt.nl
- de Bruijn, K., Dirven, R., Eijgelaar, E., & Peeters, P. (2013). Travelling large in 2012: The carbon footprint of Dutch holidaymakers in 2012 and the development since 2002. Breda, The Netherlands: NHTV. ([PDF](#)) – *demnächst über 2013*
- Pels, J., Eijgelaar, E., Peeters, P., Landré, M., & Dirven, R. (2014). Travelling Large in 2009 'Inbound tourism': The carbon footprint of inbound tourism to the Netherlands in 2009. Breda, The Netherlands: NHTV. ([PDF](#))



Kontakt

Eke Eijgelaar

Centre for Sustainable Tourism & Transport

NHTV Breda University of Applied Sciences

eijgelaar.e@nhtv.nl

www.cstt.nl



Abb.: EPA (2014) in www.nos.nl

