

Klimakrise und jetzt?

Ansätze und Lösungen, wie der Tourismus in Kommunen klimafreundlicher und klimaresistenter werden kann.

Martin Baláš

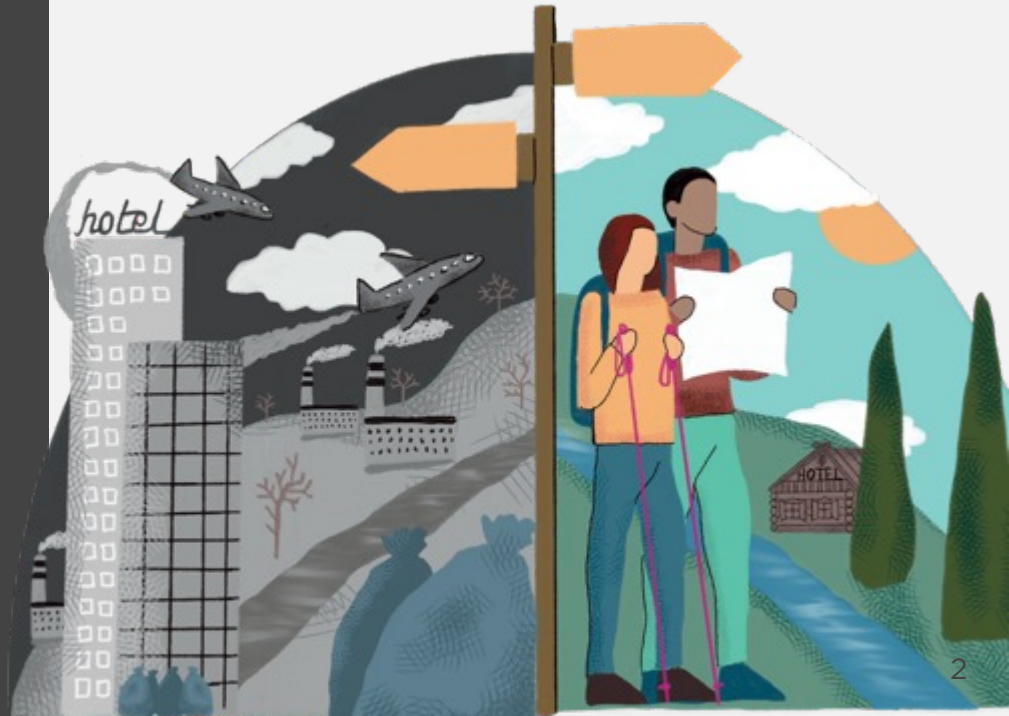
Tourismus-Branchentag
Mecklenburg-Schwerin 2023

Ludwigslust, 26. Oktober 2023



Session

- 01 Input: Klimafreundlicher & -resistenter Tourismus. Genereller Einstieg
- 02 Quick-Check: Was machen wir schon?
- 03 Unsere ersten Lösungen.





Ausgangssituation

Klimaschutz in Dtl. bedeutet, dass Emissionen zurückgehen auf:

- -65% bis zum Jahr 2030
- -88% bis zum Jahr 2040
- Net Zero bis zum Jahr 2045

In MV sogar bis 2040!

Gleichzeitig müssen wir uns auf die aktuellen und zukünftigen Folgen des Klimawandels einstellen!

proof of global warming



Tourismus ist bereits vom Klimawandel betroffen.

Sturmflut an der Ostsee: Wer trägt die finanziellen Schäden?

Haftungsfragen einer historischen Horrornacht

24.10.2023 von Ole Hecht

Nachdem allein in deutschen Ostsee-Häfen **mehr als 400 Yachten durch die Sturmflut beschädigt wurden** und davon 150 gesunken sind, analysiert der auf Fälle im maritimen Bereich spezialisierte Hamburger Jurist Ole Hecht die Situation für SR.



Vom Ost-Sturm dauerhaft auf den Steg in Schlicksee gedrückt.

Ostsee-Sturmhochwasser im Ticker: Fehmarn mit Schäden in zweistelliger Millionenhöhe

Mo 23.10.2023 | 15:30 Uhr - Redaktion - Quelle: dpa/mep



★ Wir laden die neusten Inhalte für Sie - gleich geht es weiter

Kontakt & Support

Sturm, Regen und Flut in Norddeutschland: Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern erlebten Millionenschäden Wasser-Höchststände. Alle aktuellen Infos hier im Ticker.

Tourismus ist **klimaabhängig**



„Schlechtes Wetter kann einen Urlaub verderben;
schlechtes Klima kann eine Destination ruinieren!“



Klimakrise ist ein **gesellschaftliches Thema!**

physisch

- Klimawandel **direkt** (Temperaturen, Niederschläge, Extremereignisse ...)
- Klimawandel **indirekt** (Auswirkungen auf Landschaftsbild, Biodiversität, Gewässer ...)

gesellschaftlich

- **Anpassungsmaßnahmen anderer Akteure** (Land-, Forst-, Wasserwirtschaft ...)
- **Politische Mitigationsmaßnahmen** (steigende Energiepreise, Transportkosten)
- **Imageveränderungen** (Deutschland-Urlaub versus Flugreisen)
- **Nachfrageverlagerungen** (räuml./zeitl.):
a) Anpassung, b) Mitigation
- **Gesamtgesellschaftliche Risiken**



Aktuelle Diskurse zum klimafreundlichen und -resilienten Tourismus (in Kommunen)

01

Einbettung des Tourismus in Strategien und Initiativen

02

Kommunikation und Darstellung von klimafreundlichen Produkten und Angeboten

03

Vernetzung und Kooperationen als Schlüsselfaktoren

Aktuelle Diskurse zum klimafreundlichen und -resilienten Tourismus (in Kommunen)

01

Einbettung des Tourismus in Strategien und Initiativen

02

Kommunikation und Darstellung von klimafreundlichen Produkten und Angeboten

03

Vernetzung und Kooperationen als Schlüsselfaktoren

Allgemeine Prinzipien eines „Klimahandelns“



Kompensation (auch lokal): Immer nur das letzte Mittel



Klima-Management als Handlungsbasis

Tourismus eingebettet in
allgemeine Strategie

Tourismusspezifisches
Klimamanagement

Aktuelle Diskurse zum klimafreundlichen und -resilienten Tourismus (in Kommunen)

01

Einbettung des Tourismus in Strategien und Initiativen

Kommunikation und Darstellung von klimafreundlichen Produkten und Angeboten

02

03

Vernetzung und Kooperationen als Schlüsselfaktoren

Klimafreundliche Angebote im Tourismus



Arosu
Klima neutral.net
umweltbewusste Ferien

Die erste klimaneutrale Winterferienpauschale

3, 5 oder 7 Übernachtungen mit Frühstück oder Halbpension plus Skipass, Langlaufpass oder Wanderpass für 3, 5 oder 6 Tage für das Sch...



CO-SPECIAL
viventura

viventura Blog Startseite > News > ...

klimafreundlich reisen

Bei Buchung im Oktober übernehmen wir alle CO₂-Kompensationen Ihrer Flüge!



ZUMO[®]
ZUKUNFTSMOBILITÄT
IN DER FERIEENREGION
SCHWARZWALD

Das Projekt der
mobilen Zukunftsmobilität

www.zumo.de

Wie geht das?

Klimafreundlichkeit beginnt in der Kommune

...erst danach bei den Angeboten.

- Zunächst kommunale Maßnahmen ergreifen
 - Erst Vermeiden & Ersetzen, dann kompensieren.
- **Marketing:** Klimafreundlichkeit ausdrücklich kommunizieren – es ist ein Wohlfühlfaktor für die Gäste.

Eine reine Ausrichtung der Klimafreundlichkeit auf vereinzelte Angebote kann einen Boomerang-Effekt auslösen und zu einem Greenwashing-Image führen!

Erst Frage beantworten: Was trägt die Kommune zur Klimafreundlichkeit bei?

**CO₂e-Fußabdruck
für den Tourismus in der Nordeifel**

250.000 t CO₂e⁹/Jahr



Maßnahme
Abstimmung mit ÖPNV
Information und Sensibilisierung Gastgeber
Zertifizierung klimafreundliche Gastgeber
Information und Sensibilisierung Naturzentren
Regionalmarke Eifel ist Klimaschutz
Entwicklung Internetportal & CO ₂ -Rechner
Entwicklung Angebotspauschalen mit TSCs
Öffentlichkeitsarbeit

Klimafreundlich auf dem Wildnis-Trail!



Rureifel Tourismus ermöglicht klimafreundlichen Bildungsurlaub

Heimbach-Hasenfeld, 19. Februar 2014. Nachhaltiges Reisen ist zurzeit in aller Munde. Die Nachfrage nach klimafreundlichen Urlaubsangeboten steigt. Eine Umfrage ergab jüngst, dass 40 Prozent der Deutschen sich einen möglichst umwelt- und ressourcenschonenden Urlaub wünschen (FUR, Reiseanalyse 2013). Die Naturerlebnisregion Eifel bietet mit einem vielfältigen und attraktiven Angebot für die ganze Familie hierfür die besten Voraussetzungen. Urlaub in der Eifel sind Ferien fürs Klima! Mit dem Projekt KlimaTour Eifel hat der **Naturpark Nordeifel** zusammen mit vielen regionalen Partnern ein Bündel an Maßnahmen zusammengestellt, darunter auch die Entwicklung von klimafreundlichen Urlaubsangeboten. In diesem Zusammenhang hat der **Rureifel Tourismus** e.V. mit Geschäftsführer Gotthard Kirch ihr Erfolgsprodukt „Bildungsurlaub auf dem Wildnis-Trail“ unter die Lupe genommen:

Voraussetzungen für Angebote

- Die **Kernleistung** des jeweiligen Angebots sollte auf jeden Fall klimafreundlich sein und **klare Kriterien erfüllen**.
- **Voraussetzung:** der Betrieb, bei dem der Gast bucht, erfüllt Kriterien für Klimafreundlichkeit.
- Bei kombinierten Angeboten sollte, auf ein **Pool** mit „anerkannten“ klimafreundlichen/-neutralen Angebotselementen zurückgreifen.
- Die **Klimaneutralität** der Angebote sollte **schlussendlich durch Kompensation** erzielt werden.



Kommunikation nach außen

- **Ansprechende Oberbegriffe:** Schutz des Klimas / der Natur, sauber, gesund; Lust auf Handeln machen → Utopien zeigen
- **Mehrwerte, Vorteile und die Einfachheit** kommunizieren, nicht die Komplexität - Geschichten erzählen; indirekte Mehrwerte geben
- **Positive emotionale Nähe schaffen:** (Leute wie) wir können etwas tun; hier; jetzt; wissenschaftlicher Konsens
- **Zielgruppenspezifisch und themenspezifisch** kommunizieren - aber in Medien mit Breitenwirkung



Kommunikation nach außen



So mögen wir:
Warmduscher

Über die warmen Sonnenstrahlen aus der heißen Dusche spüren: Wohlige Wärme, zitterndes Zähneputzen – warmes Wasser ist für uns längst unverzichtbar geworden. Ebenso wie viele andere energiehungrige tägliche Helfer. Dumm nur, dass wir mit unseren Komfortbedürfnissen unser Klima schädigen. Doch das geht auch anders. Mit Solarkollektoren zum Beispiel, die emissionsfrei Wärme liefern. So haben Opa und Enkelin Spaß, ohne dass einer Nieren muss. www.gemeinsam-fuer-klimaschutz.de

gemeinsam G für klimaschutz

Logo of the German Climate Alliance (Deutsche Klimabündnis) and other partners.



**GUT IN BIO.
SCHLECHT IN
CHEMIE.**


www.bio-nade.com



**DU SCHÜTZT
DEINEN
KASTEN!**

Gemeinsam schützen wir unser Klima!

Jetzt auf jetztklimachen.de

JETZT KLIMACHEN!

STUTTGART

Aktuelle Diskurse zum klimafreundlichen und -resilienten Tourismus (in Kommunen)

01

Einbettung des Tourismus in Strategien und Initiativen

02

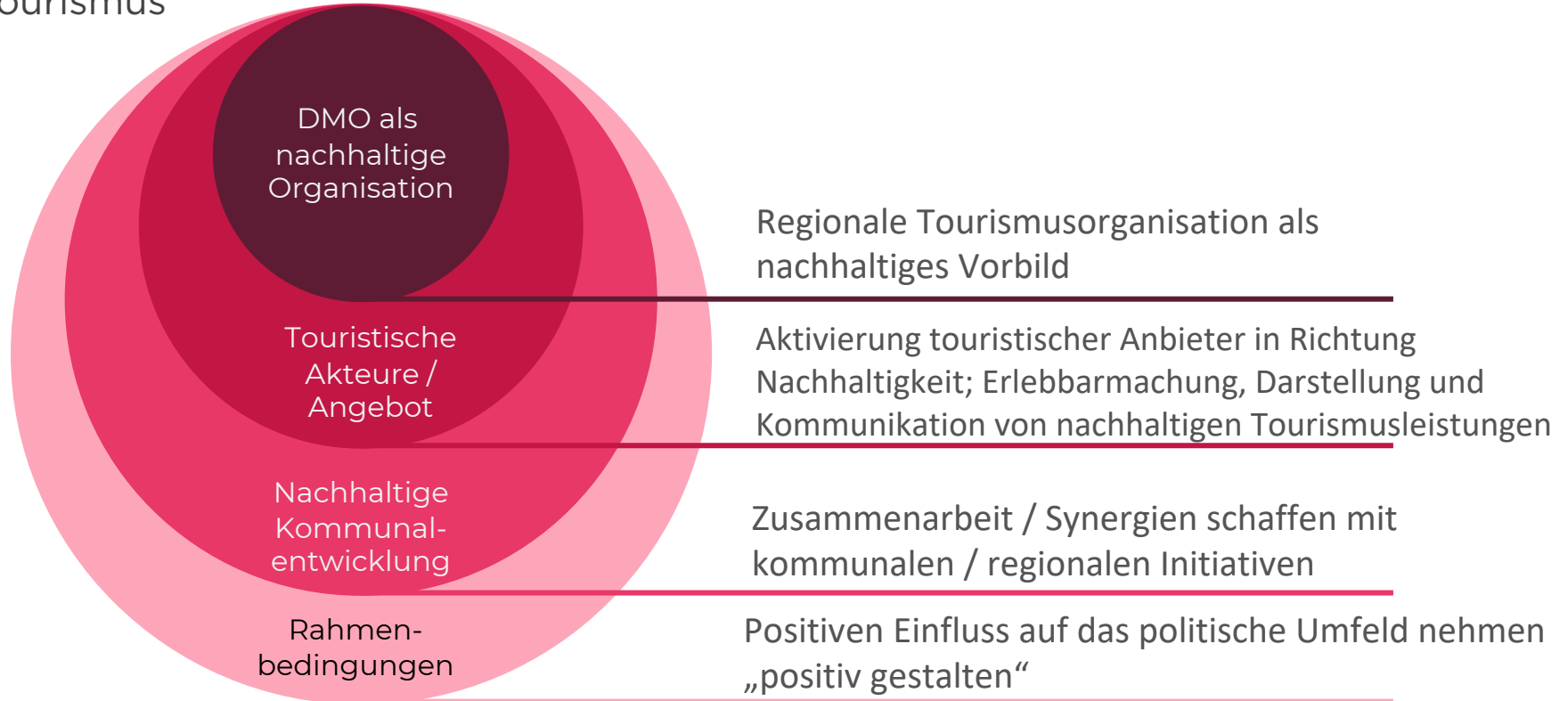
Kommunikation und Darstellung von klimafreundlichen Produkten und Angeboten

03

Vernetzung und Kooperationen als Schlüsselfaktoren

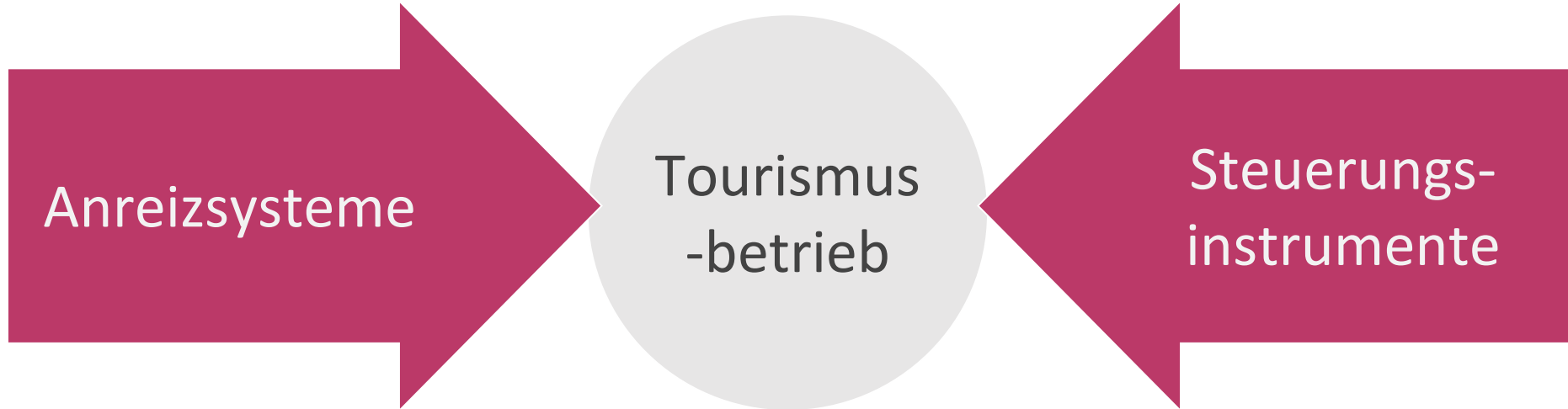
Benötigte Koordination

Es braucht eine gut funktionierende Schnittstelle im komplexen Gesamtsystem
Tourismus



Benötigte **Koordination**

Im Spannungsfeld zwischen Anreiz und Steuerung



Benötigte Koordination

Verantwortlichkeiten
brauchen strukturelles
und finanzielles
Commitment:

Neuausrichtung des "M"
in DMO



Jeder Plan ist nur so gut wie seine Umsetzung.

- Klarheit über den **Weg zur Klimaneutralität** schaffen und an die Branche vermitteln.
- **Ehrlichkeit:** Klima-Management im Tourismus ist abhängig von vielen externen Faktoren.
- Es funktioniert nur, wenn die DMO ihre **Koordinierungs- und Vernetzungsrolle** einnehmen kann (Thema Management) und insgesamt **Rollen geklärt** sind.



Danke!

Gibt es Fragen?

Martin Baláš
Martin.Balas@reCET.de
0176 - 363 466 53

