



Österreichisches  
Umweltzeichen

## **Reisen nach Corona**

**Wie sieht eine nachhaltige Urlaubsplanung „nach Corona“ aus?**

### **Ergebnisse einer Online-Befragung**

Durchgeführt vom VKI im Rahmen des Projektes  
„Kommunikationsprozess zur Zertifizierung nachhaltiger Destinationen“

**Mai 2020**

## 1 Reisen nach Corona

### Wie sieht eine nachhaltige Urlaubsplanung „nach Corona“ aus?

Der Verein für Konsumenteninformation arbeitet im Auftrag des Ministeriums für Klimaschutz (BMK) unter dem Titel „Kommunikationsprozess zur Zertifizierung nachhaltiger Destinationen“ an einer Erhebung zum Potenzial eines Österreichischen Umweltzeichens für Destinationen. Ein Teil dieses Projektes ist es, die Ansprüche der Reisenden an ein „nachhaltiges Reiseziel“ zu erfassen. Aufgrund der Corona-Krise sind während des Projektzeitraums sehr plötzlich neue Rahmenbedingungen für den Tourismus und Reisen aufgetreten. Die geplante Befragung wurde kurzfristig nicht nur um einige Fragen zu diesem Thema erweitert, sondern auch unter diesen Titel gestellt, da zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht klar war, inwieweit Reisen in naher Zukunft überhaupt bzw. unter welchen Bedingungen möglich sein würde.

Um empirische Daten in Bezug auf diese Fragestellungen zu erhalten, wurde vom VKI eine Online-Umfrage durchgeführt. Der Fragebogen sollte abbilden, ob für die Attraktivität eines Reiseziel auch (bewusst oder unbewusst) nachhaltige Kriterien eine Rolle spielen, welche Rahmenbedingungen von KonsumentInnen als umweltfreundlich und/oder nachhaltig empfunden werden und wie wichtig sie Reisenden sind.

Der Großteil der Umfrage bestand aus geschlossenen Fragen mit mehreren Antwortmöglichkeiten, ergänzt durch offene Fragen, um den Befragten Möglichkeit zu Kommentaren zu geben und dadurch zusätzliche Informationen zu erhalten. Diese freien Antworten wurden mittels einer Inhaltsanalyse ausgewertet (und sind hier zusammengefasst dargestellt). Insgesamt beinhaltete die Umfrage 14 inhaltliche und einige statistische Fragen.

Der komplette Fragebogen ist beigelegt im [Anhang 1](#).

#### 1.1 Dauer, Reichweite und TeilnehmerInnen

Die mit dem Programm „QuestBack“ durchgeführte Umfrage wurde am 27.4.2020 gestartet und war rund drei Wochen bis zum 19.5.2020 online. In dieser Zeit nahmen 1017 Personen an der Umfrage teil. Davon haben 763 über den Desktop und 254 über ein mobiles Gerät teilgenommen. 186 haben die Umfrage begonnen, aber nicht beendet. **831 Personen haben den Fragebogen vollständig ausgefüllt.** Nur diese wurden bei der Auswertung berücksichtigt.

Über die Hälfte der Antwortenden war männlich (ca. 43% weiblich; ca. 57% männlich) und rund die Hälfte der Antworten kam von über 61 Jährigen, (30% zwischen 61 und 70 Jahren alt, rund 20 % älter als 71 Jahre). Die Gruppe bis 50 Jahre machte rund ein Viertel der TeilnehmerInnen aus, wobei die 21 bis 40-jährigen mit 10% vertreten waren. Die Altersgruppe 51 bis 60-jährigen war zu ca. 25% vertreten. Der Altersverteilung entsprechend waren zum Zeitpunkt der Befragung rund 42% PensionistInnen und rund 46% standen im Erwerbsleben als Angestellte beziehungsweise Arbeiter. Der Rest teilte sich auf Selbständige, Erwerbslose und StudentInnen/SchülerInnen auf.

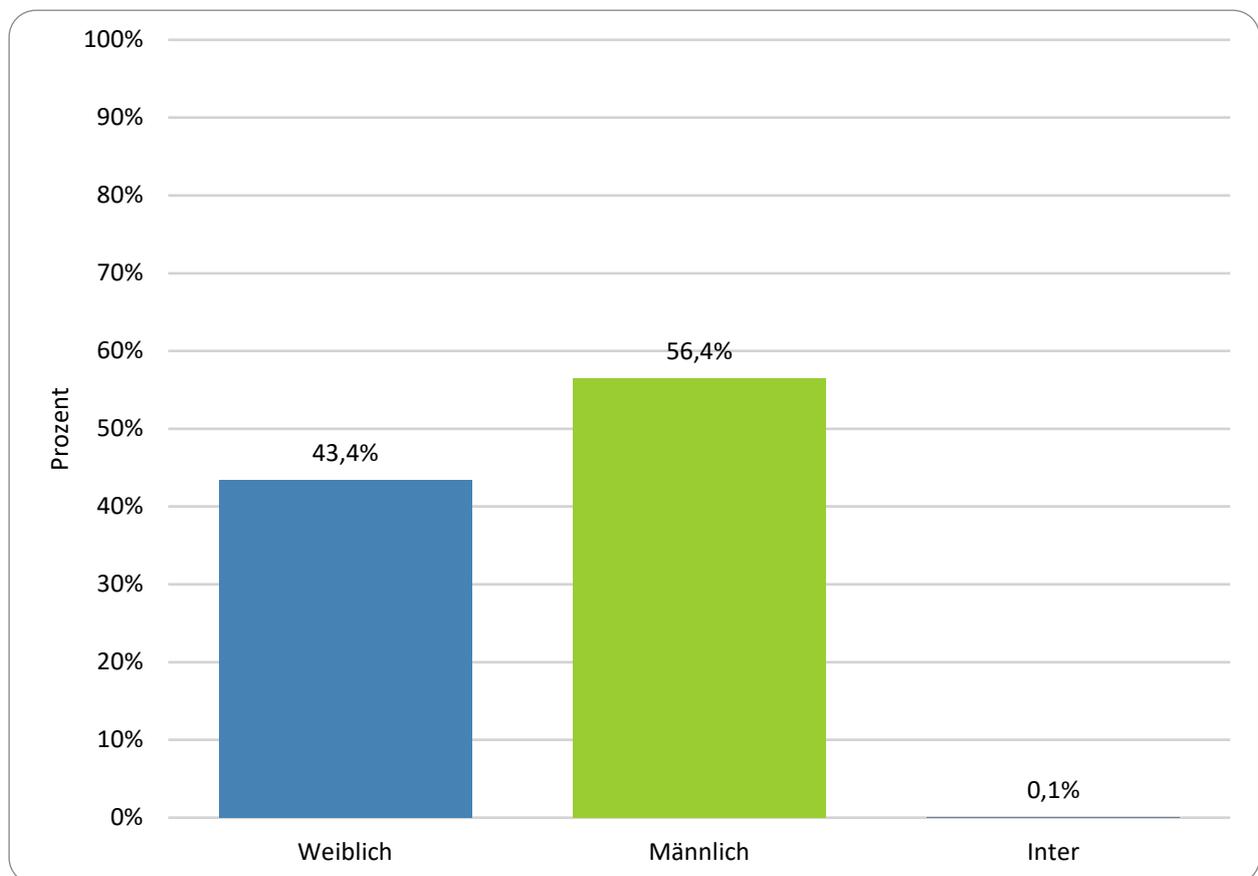


Abb.1: Geschlechtsverteilung der Antwortenden (n=831)

## Reisen nach Corona - Mai 2020

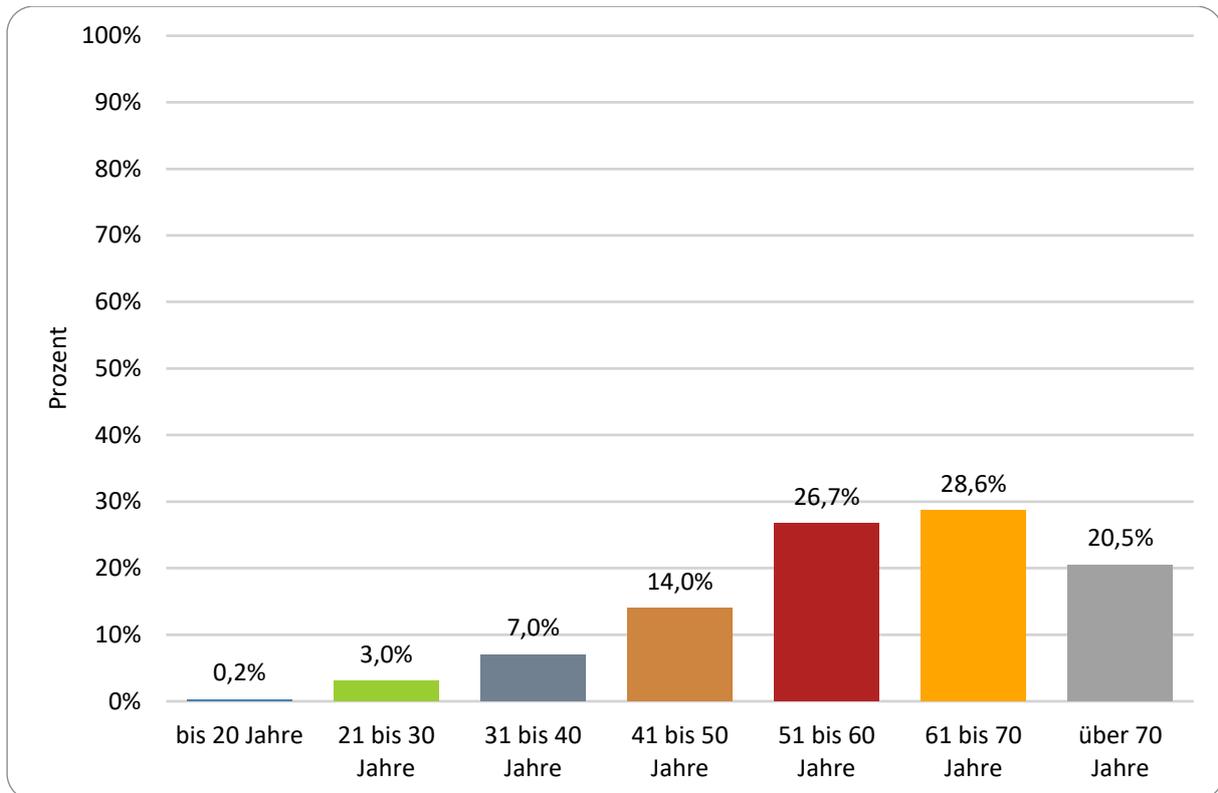


Abb.2: Altersverteilung der befragten TeilnehmerInnen (n=831)

Die Zusammensetzung der Befragten ist insofern interessant, als  $\frac{3}{4}$  der TeilnehmerInnen über den KONSUMENT-Newsletter (47%) und konsument.at (28%) auf die Umfrage gestoßen sind. Die Ergebnisse dieser Umfrage spiegeln also gut die **Meinungen der LeserInnen des KONSUMENT** wider, können jedoch aufgrund der generellen Ausrichtung einer freiwilligen online-Erhebung mit zufälliger Beteiligung **nicht als repräsentativ für die Bevölkerung** angesehen werden! (Das war allerdings auch kein Anspruch dieser Umfrage.)

Reisen nach Corona - Mai 2020

Die hohe Beteiligung ist auf die zahlreichen Kanäle mit großer Anhängerschaft zurückzuführen. Disseminiert wurde die Umfrage durch diverse Newsletter (z.B.: Newsletter des Konsument-Chefredakteurs, Umweltzeichen-Newsletter), auf Webseiten (konsument.at, umweltzeichen.at), facebook-Postings, via Twitter und über Email-Verteiler.

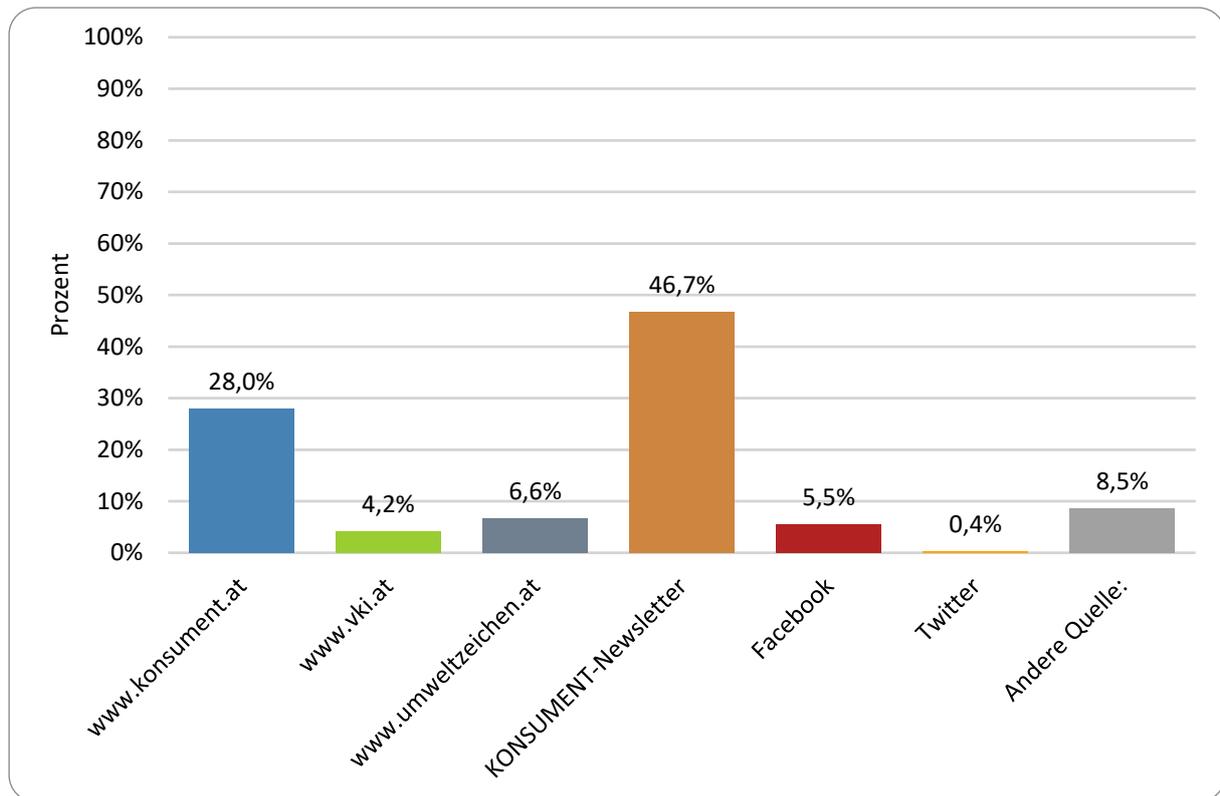


Abb.3: Herkunftsquellen der TeilnehmerInnen

#### Die Kanäle im Detail:

- VKI Chefredakteur Newsletter 27.4.2020 (geht an alle Konsument-Abonent\*innen): 33.906; Öffnungsrate des NL: 16.304 (48,23%); Klick auf Umfrage-Link: 622 (3,82% haben den Beitrag geöffnet, im Beitrag selbst haben 1,84% weiter geklickt)
- KONSUMENT Heft-Newsletter 30.4.2020 (alle Newsletter-Abonnenten exkl. die KONSUMENT-Abonnenten): 40.219; Öffnungsrate des NL: 20.442 (50,94%); Klick auf Umfrage-Link: 125 (0,61% haben den Beitrag geöffnet, im Beitrag selbst haben 0,31% weiter geklickt)
- Facebook konsument: 9.061 Fans; 99 Interaktionen
- Visits Artikel auf konsument.at: 349 Seitenansichten
- Newsletter des Österreichischen Umweltzeichens
- Facebook-Seite umweltzeichen
- Twitter (twitter.com/AEcolabel)
- Direkte Mail-Aussendungen an ca. 200 Personen (Berater-/PrüferInnen des Umweltzeichens, KollegInnen...)

Reisen nach Corona - Mai 2020



**KONSUMENT**  
Gepostet von Daniela Brindmayer (👤) · 27. April um 17:00

An den nächsten (möglichen) Urlaub zu denken fällt momentan schwer 🤔  
👉👈👉👈👉👈👉👈

Uns interessiert dennoch, wie deine Urlaubsplanung „nach Corona“ aussieht. Außerdem möchten wir gerne wissen, wie wichtig dir der Nachhaltigkeitsaspekt bei der Auswahl des Urlaubsziels, der Anreise sowie der Unterkunft und der Verpflegung ist. #EthischerKonsum #KONSUMENTumfrage

**Umfrage**  
**Urlaubs- und Reiseplanung**

RESPONSE.QUESTBACK.COM  
[www.QuestBack.com](http://www.QuestBack.com)

👍 Mehr „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte  
Wenn du diesen Beitrag bewirbst, wird er mehr Personen angezeigt

9.061 Erreichte Personen    99 Interaktionen    [Beitrag bewerben](#)

**Performance deines Beitrags**

**9.061** Erreichte Personen

**13** Reaktionen, Kommentare und geteilte Inhalte 📄

8	8	0
👍 Gefällt mir	Zu einem Beitrag	Zu geteilten Inhalten
1	1	0
👎 Weine	Zu einem Beitrag	Zu geteilten Inhalten
1	0	1
Kommentare	Zum Beitrag	Zu geteilten Inhalten
3	3	0
Geteilte Inhalte	Zum Beitrag	Zu geteilten Inhalten

**86** Klicks auf Beiträge

0	51	35
Fotografieren	Link-Klicks 📄	Andere Klicks 📄

**NEGATIVES FEEDBACK**

1	1
Beitrag verbergen	Alle Beiträge verbergen
0	0
Als Spam melden	Seite gefällt mir nicht mehr

Gemeldete Statistiken sind möglicherweise zeitversetzt und entsprechen nicht den Angaben in den Beiträgen

Abb.4: KONSUMENT-Facebook Posting und Reichweite

## 2 Zusammenfassung der Ergebnisse und Auswertung

### A) Reisen nach Corona

Die ersten Fragen richteten sich nach den allgemeinen Reiseplänen und den gegebenenfalls durch die Corona-Krise bedingten Änderungen in der Urlaubsplanung: Demnach hatten vor der Pandemie mehr als 65% der Befragten bereits einen Urlaub außerhalb Österreichs geplant (53,4% in Europa, 11,9% einem anderen Kontinent), rund ein Viertel (24,4%) innerhalb von Österreich (bzw. dem Land, in dem sie leben) der Rest hatte noch keine Pläne gehabt.

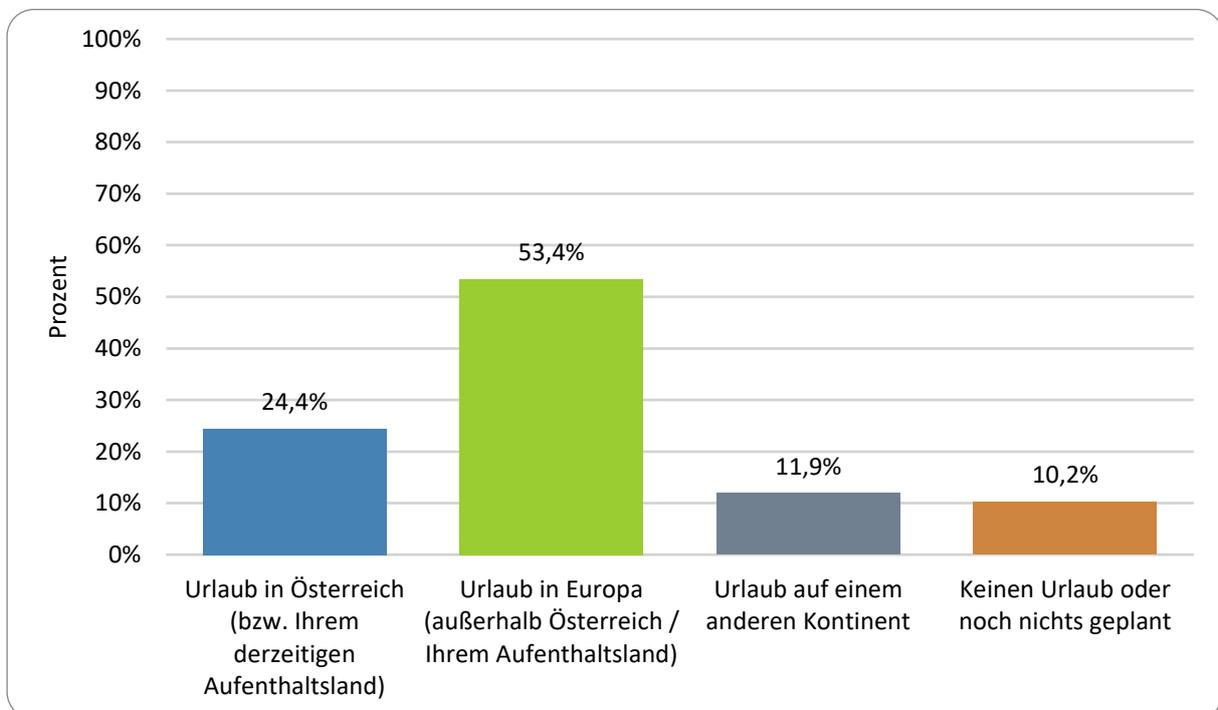


Abb.5: Ursprünglich geplantes Reiseziel

Reisen nach Corona - Mai 2020

Sollte dieser Urlaub nicht wie geplant stattfinden können, so würde beinahe die Hälfte auf eine alternative Destination ausweichen (z.B. Urlaub in Österreich; 47,1%), etwa ein Fünftel zieht es vor, den Urlaub zu verschieben (20,1%), Urlaub auf „Balkonien“ ziehen fast ein Viertel in Erwägung (23,2%) und nur 6,1% würden heuer gänzlich verzichten.

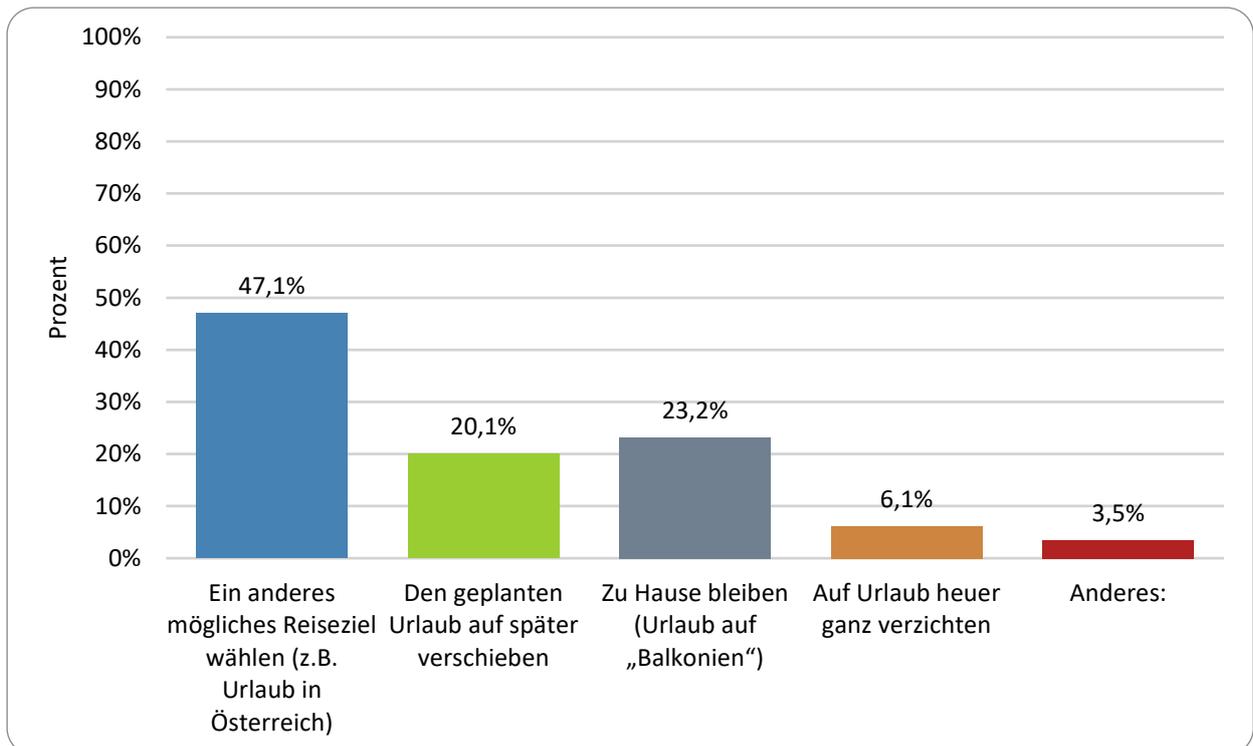


Abb.6: Alternative Urlaubsvarianten

## B) Buchungsverhalten und Urlaubsgründe

Einer individuellen und direkten Buchung sowohl von Unterkunft als auch Verkehrsmittel wird der Vorzug vor anderen Buchungsmöglichkeiten gegeben (58,7%), und auch individuelle online-Buchungen werden recht häufig getätigt (43,9%). Öfters wird auch die Kombination mehrerer Buchungsvarianten genannt. Reisebüros werden nach wie vor, aber nicht so häufig, genutzt. Den freien Antworten ist zu entnehmen, dass auch einige Reisende „ins Blaue“ hinein fahren, ohne vorab zu buchen, was mehrmals v.a. in Kombination mit Camping-Urlaub genannt wurde.

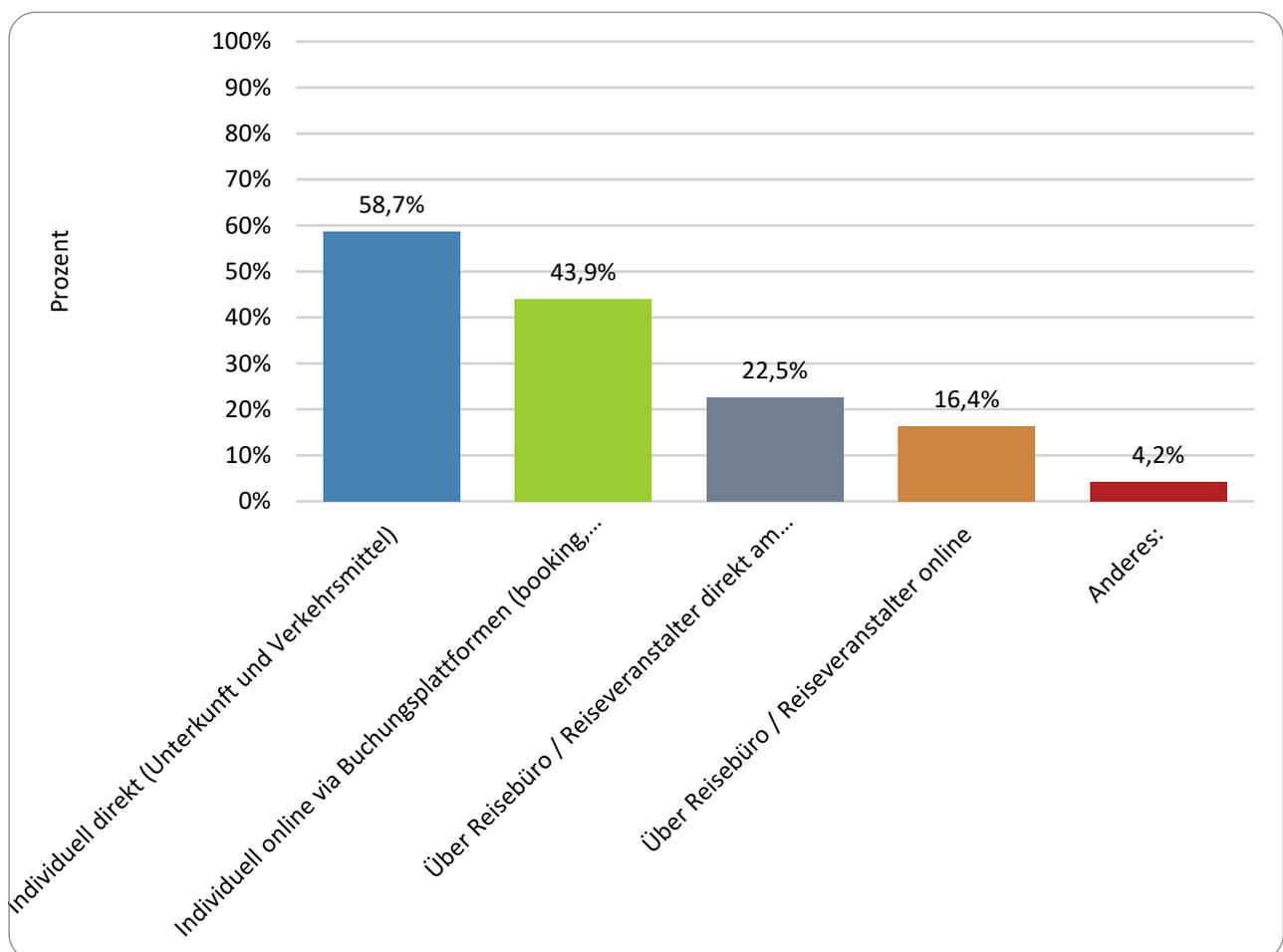


Abb.7: Übliches Buchungsverhalten

Reisen nach Corona - Mai 2020

Erholung und Entspannung ist für mehr als ein Drittel der UrlauberInnen immer noch der wichtigste Urlaubsgrund (34,2%), knapp ein Viertel (24,2%) nennt dazu das Kennenlernen fremder Länder und Kulturen aber auch das **Erleben von Natur und Umwelt** ist für mehr als ein Fünftel (22,9%) relevant.

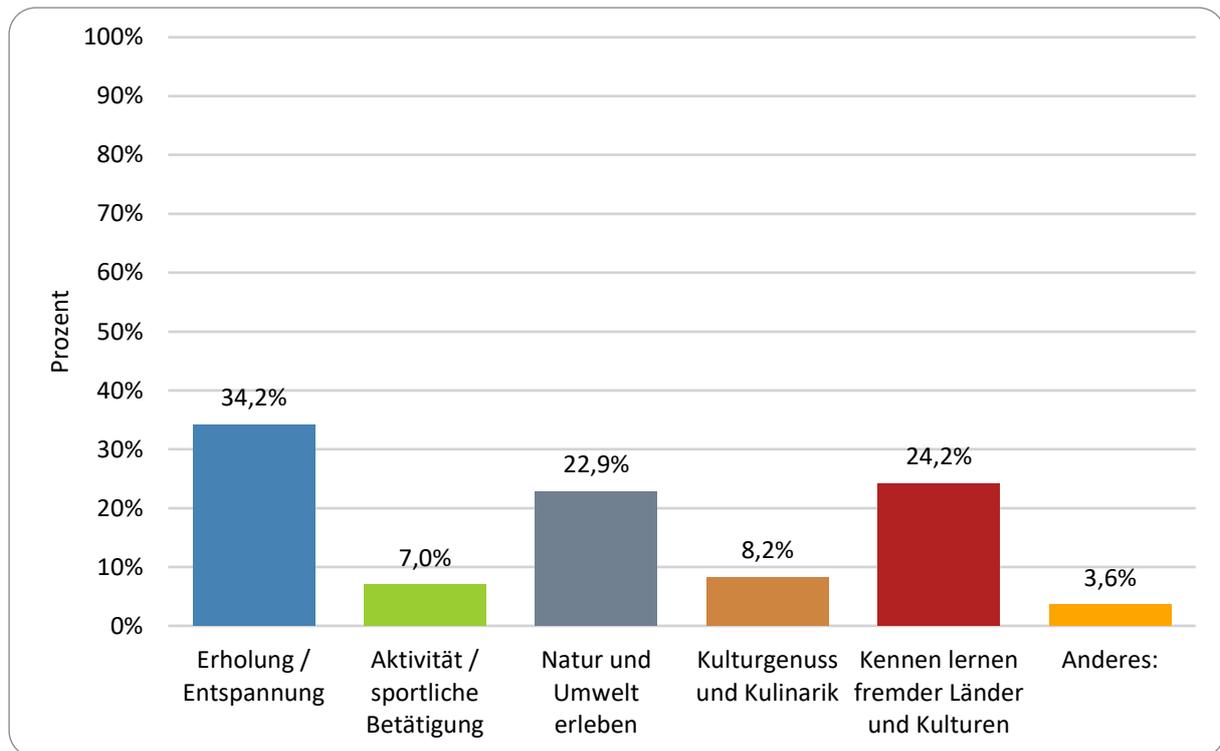


Abb.8: Wichtigste Gründe des Haupturlaubs

### C) Wichtigkeit bestimmter Merkmale eines Urlaubs

Unter anderem wurde gefragt, wie wichtig bestimmte Merkmale verschiedener Bereiche eines Urlaubs sind (Destination, Unterkunft, Gastronomie, Mobilität). Dabei sollten die TeilnehmerInnen nach dem Schulnotensystem 1= sehr wichtig und 5 = unwichtig bewerten. Im Folgenden werden die Ergebnisse präsentiert und auf nachhaltige Parameter analysiert. Im [Anhang 2](#) ist eine Übersicht über die am wichtigsten beurteilten Merkmale (bis Note 2,5) über alle Fragen hinweg zu finden.

#### Anforderungen an das „Urlaubsziel“

Bezüglich der Wünsche an das Urlaubsziel liegt **„Intakte natürliche Gegebenheiten z.B. Naturlandschaft, Naturpark, Nationalpark“** mit großem Abstand (1,72) an erster Stelle von sieben Merkmalen. Mit **„Ruhe / Stille / Einsamkeit“** liegt ein weiteres „sanftes“ Merkmal an zweiter Stelle, etwas weniger bedeutend werden an vierter und fünfter Stelle „Die Destination positioniert sich selbst als nachhaltig“ (Note 2,6) und „Das Urlaubsziel ist mit einem Gütesiegel als nachhaltig zertifiziert“ (Note 2,83) genannt.

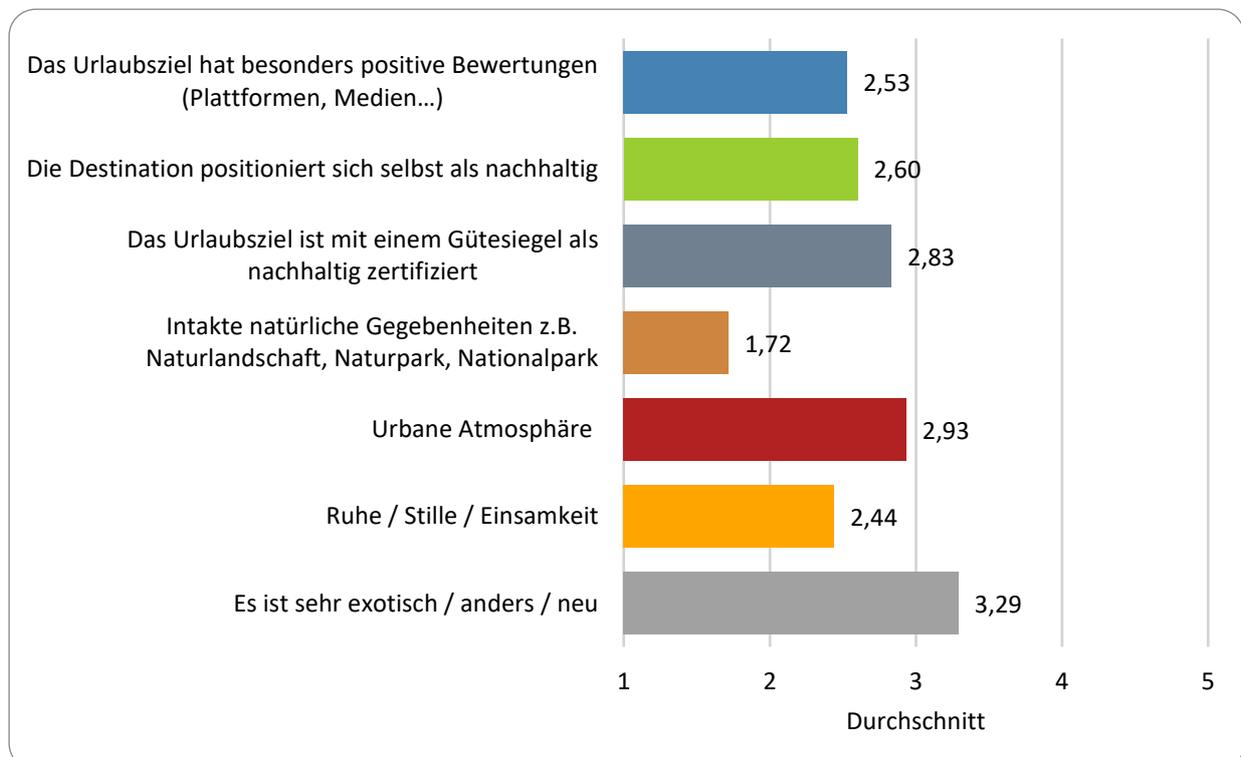


Abb.9: Bedeutung verschiedener Merkmale eines Urlaubsziels. Schulnotensystem. 1 = sehr wichtig, 5 = unwichtig. Je niedriger der Wert, desto wichtiger wurde das Merkmal bewertet.

### Angebote einer Urlaubsdestination

Im Bereich der Angebote einer Urlaubsdestination sind von acht Möglichkeiten auf Platz eins bis drei durchgängig nachhaltigkeitsrelevante Merkmale. Mit der Note 1,94 steht **„Angebote, die mir die Natur näher bringen“** an erster Stelle, gefolgt von **„Sanfte Sportmöglichkeiten (Walking, Wandern, Radfahren,...)“** mit der Note 2,04. Auf dem dritten Platz wird **„Angebot an traditioneller Kultur, Handwerk“** mit 2,6 bewertet.

„Attraktives Nachtleben“ sowie „Fun und Extremsportarten“ werden hier mit Abstand als am wenigsten wichtig betrachtet.

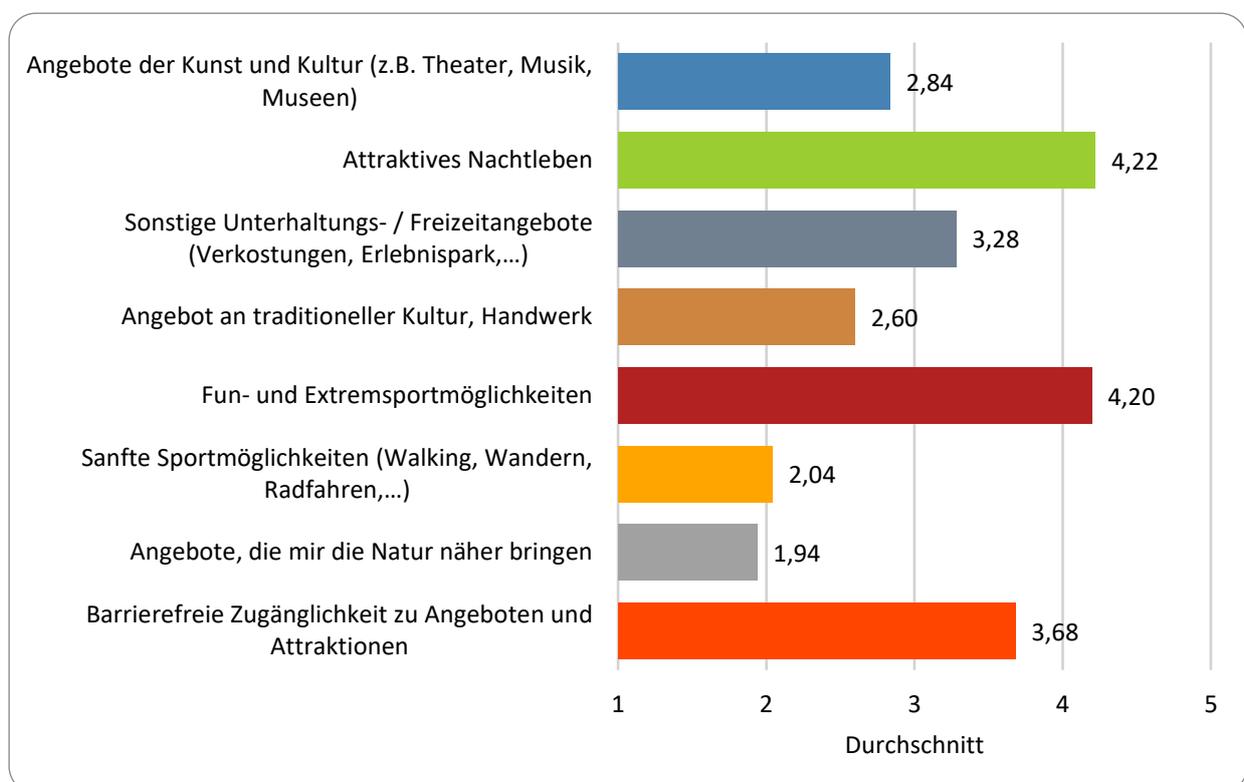


Abb.10: Bedeutung der Angebote einer Destination. Schulnotensystem. 1 = sehr wichtig, 5 = unwichtig. Je niedriger der Wert, desto wichtiger wurde das Merkmal bewertet.

### Ansprüche an die Mobilität

Im Themengebiet Mobilität wurde keine Möglichkeit als sehr wichtig bewertet. Die beste Note bekommt das Merkmal „**Verkehrsberuhigung / wenig Verkehrsaufkommen**“ mit 2,35, das somit in diesem Befragungsabschnitt den schwächsten ersten Platz abbildet. Auf dem zweiten Platz mit 2,66 liegt „Man braucht kein eigenes Auto, öffentliche Verkehrsmittel, Radverleih sind ausreichend und attraktiv verfügbar“. Mit der Note 3,00, also nur als eher wichtig, wird „Anreisemöglichkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln“ bewertet.

Die Gruppe der PensionistInnen bewertete die Punkte „Ausreichend Parkplätze vorhanden“ und „keine Mobilitätsbeschränkungen für den motorisierten Individualverkehr“ um 0,4 wichtiger als die Gruppe ohne Pensionisten, die sonstigen Themen wurden nur geringfügig verschieden bewertet.

Dass „wenig Verkehrsaufkommen am Urlaubsort“ wichtig ist, steht in interessanter Diskrepanz dazu, dass für die Urlaubsreise aus verschiedenen Gründen doch hauptsächlich auf das eigene Auto gesetzt wird (s.u).

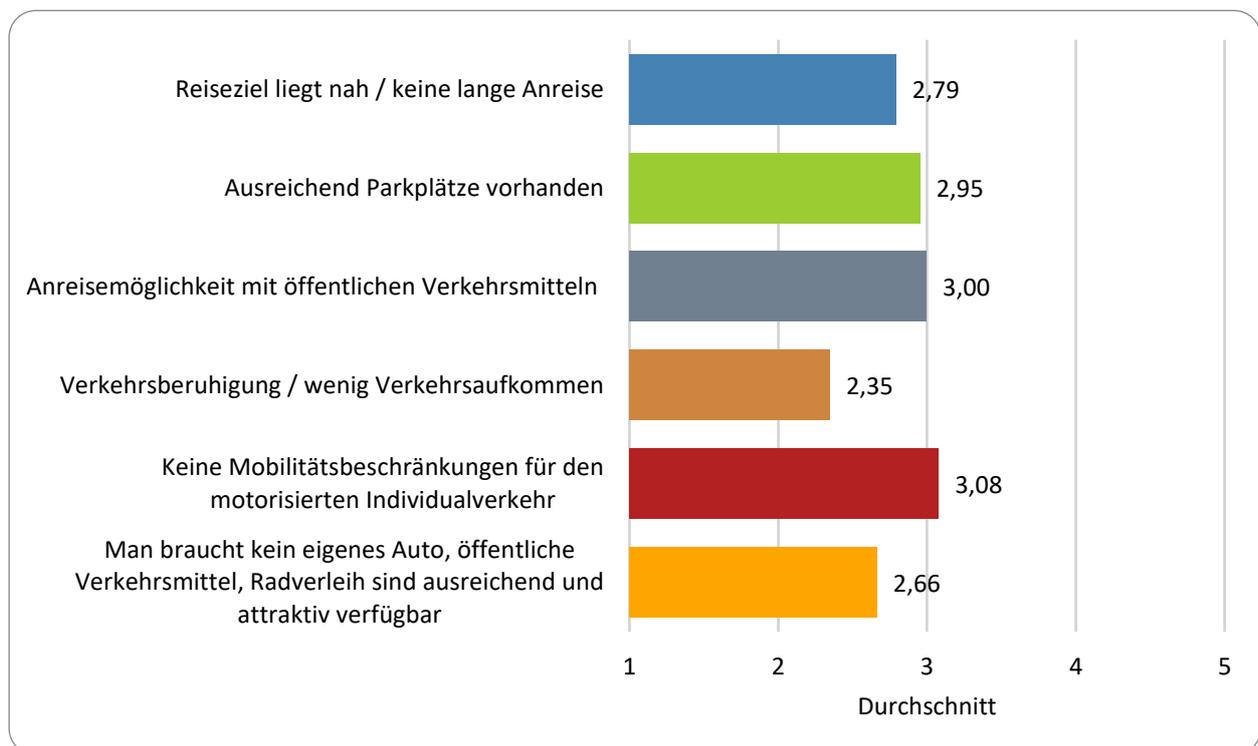


Abb.11: Bedeutung von Maßnahmen im Bereich Mobilität. Schulnotensystem. 1 = sehr wichtig, 5 = unwichtig. Je niedriger der Wert, desto wichtiger wurde das Merkmal bewertet.

## Wirtschaft und Soziales am Urlaubsort

Im Themenblock Wirtschaft und Soziales sind alle neun Aussagen zum größten Teil als sehr wichtig oder wichtig bewertet. Auf den ersten drei Plätzen stehen nicht verwunderlich die Punkte **Sicherheit und politische Stabilität**, die **Funktionsfähigkeit der Infrastruktur** und die **Sauberkeit der Destination**. Nachhaltig besonders relevant sind vor allem die „Einkaufsmöglichkeit regionaler Produkte“ mit 1,89 immer noch als wichtig bewertet, gefolgt von „Auch nicht touristisches Alltagsleben ist erfahrbar“ mit der immer noch guten Note 1,9. Auch, dass „Die Menschen in der Region gut vom und mit dem Tourismus leben“ finden die Antwortenden wichtig. Interessant ist, dass auf dem letzten Platz mit 2,54 „Günstige Preise für Unterkunft, Essen, Einkauf etc.“ steht. Offensichtlich sind doch viele Reisende bereit, im Urlaub Geld auszugeben.

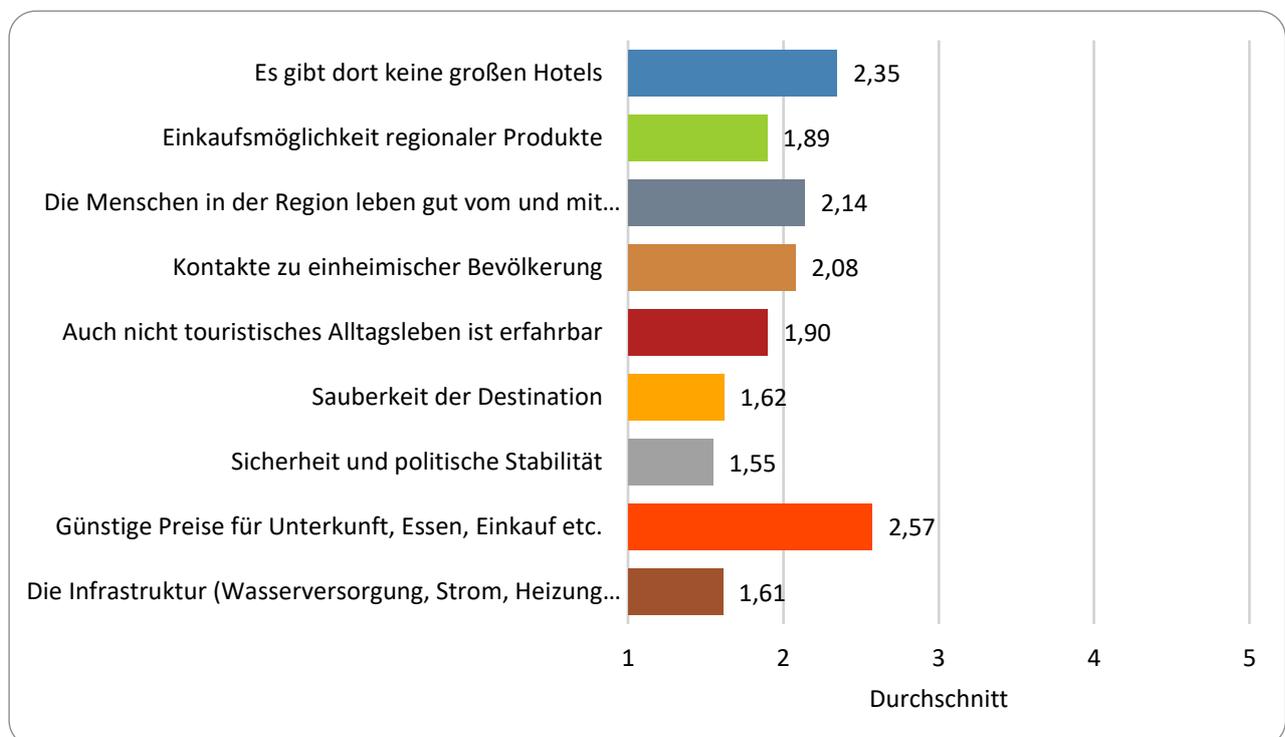


Abb.12: Bedeutung wirtschaftlicher und sozialer Aspekte der Urlaubsdestination. Schulnotensystem. 1 = sehr wichtig, 5 = unwichtig. Je niedriger der Wert, desto wichtiger wurde das Merkmal bewertet.

Anschließend an diese Frage gab es für über die **offenen Frage „Gibt es noch etwas, das Ihnen bei der Auswahl Ihres Urlaubsziels wichtig ist?“** weitere Differenzierungen zu treffen. Es gab dazu 136 Antworten. Mehrmals wurde „**kein Massentourismus**“ genannt, zusammengenommen mit den Begriffen „Individualreise“ und „Ruhe“ waren es knapp 20 Wünsche nach nicht überlaufenden Gegenden. Generell waren auch die „**Lage**“ bzw. **Sonne und stabiles Wetter** relevant, gefolgt von **Natur und Landschaft** (hier vor allem das Meer) (je 12 Nennungen). Auch als wichtig wurde die **Sicherheit** am Urlaubsziel (8x genannt, politische, medizinische oder die Sicherheit der Infrastruktur)

Reisen nach Corona - Mai 2020

angesehen. Ebenso so hoch gehalten werden *Freundliches Personal und Gastfreundschaft*. Die Freundlichkeit Haustieren gegenüber wurde mehrmals erwähnt (7x), knapp darunter die Angabe der Kinder- bzw. Familienfreundlichkeit (5x). Dies hängt möglicherweise auch mit der Altersstruktur der Befragten zusammen, die nicht mehr mit Kindern verreisen. 4x wurde die öffentliche Anreise genannt, Merkmale wie Barrierefreiheit oder Wellness, die faire Bezahlung der Mitarbeiter wurde nur einzeln erwähnt.

### Verkehrsmittelwahl und sanfte Mobilität

Bei der Frage, welche Verkehrsmittel üblicherweise bei der An- und Abreise bevorzugt werden, geben fast 75% den eigenen PKW an, gefolgt von knapp 50% Flugzeug und knapp 40% Bus und Bahn (Mehrfachauswahl möglich). Etwas mehr als **8%** gaben hier **ausschließlich Mobilitätsformen des Umweltverbundes** (Bahn, Bus, Rad, zu Fuß) an. Hier ist zu erwähnen, dass die Gruppe der Nicht-Pensionisten 4 mal so oft diese Mobilitätsform angeben.

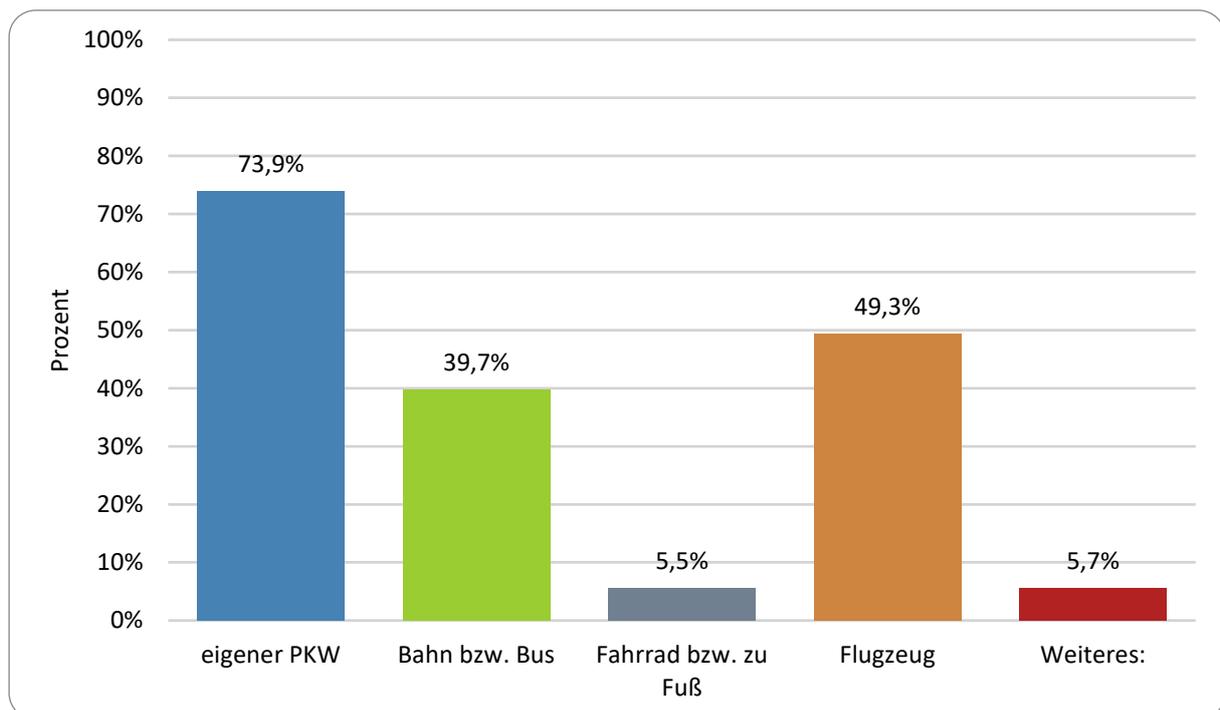


Abb.13: Bevorzugte Verkehrsmittel bei der An- und Abreise

Bei dieser Frage konnten die Befragten in einem Kommentarfeld ihre Angaben spezifizieren. Dabei gaben die Befragten am häufigsten das Wohnmobil an (13 Nennungen), gefolgt vom Motorrad (8x). Auch mehrmals erwähnt wurde das Mietauto (7 Nennungen).

Reisen nach Corona - Mai 2020

In Abb.14 ist dargestellt, wie wichtig einzelne Anreize für eine nachhaltige Mobilität (Bahn, Bus, Fahrrad,...) sind. Eine „**Unkomplizierte Ticketbeschaffung**“ wurde hier mit Abstand (1,57) als wichtigster Anreiz dafür gesehen. Auch wird erwartet, dass die Mobilität am Urlaubsort gut funktioniert, wobei dieser Punkt den Nicht-PensionistInnen um 0,4 wichtiger ist. Im Gegensatz dazu ist ein „Bonus für öffentliche Anreise“ den Befragten nicht besonders wichtig und steht mit Note 3,05 an letzter Stelle dieser Auswahl.

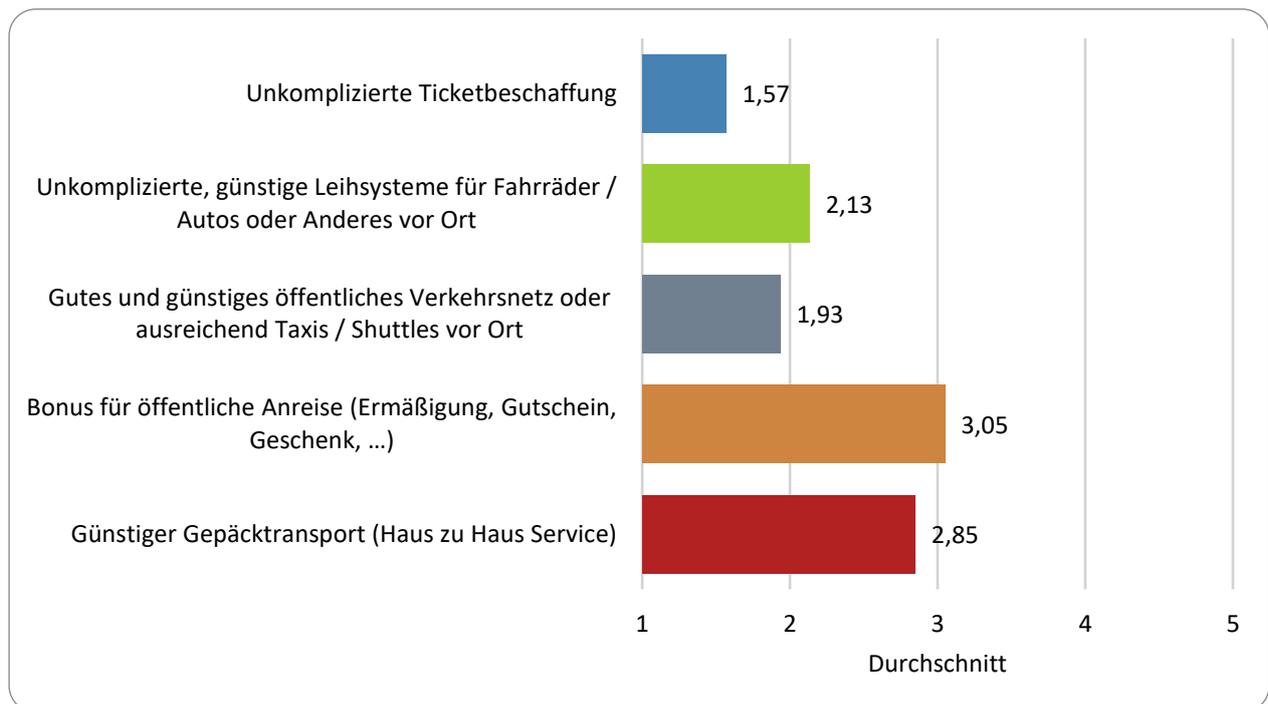


Abb.14: Bedeutung von Anreizen für eine nachhaltige Mobilität. Schulnotensystem. 1 = sehr wichtig, 5 = unwichtig. Je niedriger der Wert, desto wichtiger wurde das Merkmal bewertet.

Auch zur Anreise wurde eine **offenen Frage** gestellt: „**Gibt es noch etwas, das Ihnen bei der Anreise wichtig ist?**“ Hier gab es rund 70 Antworten.

Im Großen und Ganzen ging es den Befragten darum, **eine unkomplizierte Anreise zu haben**, sei es bezüglich des Gepäcks, Fahrrädern oder Kindern.

Rund 20% (17%) der Antworten kann man unter dem Stichwort „Anreise mit öffentlichen Verkehrsmittel soll **unkompliziert** sein“ kategorisieren. Dabei fielen vor allem Wortmeldungen wie: „Wenige Umstiege“ und „geeignete Transferzeiten“.

Antworten zum „Preis“, wurden bereits nur mehr halb so oft getätigt (6x/ca. 10%). Das waren z.B: Aussagen wie, dass die nachhaltige Anreise „nicht teurer sein darf als die Anreise z.B. mit dem PKW oder dem Flugzeug“. Diese Meldung wurde auch oft kombiniert mit der **Reisedauer** (z.B. Bahn vs. Flug).

Ebenso an die 10 Prozent (6x) wird auch der Wunsch nach einem **Shuttle** genannt, der die Urlauber vom Bahnhof bzw. Bus abholt – sozusagen „die letzte Meile“ – ein Teilnehmer schreibt sogar, „es wäre schön, wenn man das **gleich mitkaufen** könnte“. Auch Pünktlichkeit ist wichtig (3x).

Reisen nach Corona - Mai 2020

Die Fahrradmitnahme war zwei Befragten wichtig.

Manche geben an, dass sie das Auto nutzen, weil der Weg schon das Ziel ist und sie flexibel bleiben wollen bei der An- und Abreise.

### Erwartungen an die Unterkunft

In dieser Umfrage wurde die **Lage als das wichtigste Auswahlkriterium** für eine Unterkunft angegeben (wobei die Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz dabei nicht sehr wichtig ist), fast gleichauf mit „**Zufriedene, serviceorientierte und freundliche MitarbeiterInnen**“ und ein „**Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis**“. Mit knapp unter der Note 2 noch als sehr wichtig bewertet stehen auf Platz 4 bereits „**Umweltfreundlichkeit und soziale Aspekte**“, noch vor Qualitätsstandards oder speziellen Angeboten, aber auch weit vor der Wichtigkeit eines „Umweltzertifikats der Unterkunft (z.B. Umweltauszeichnung, Bio Zertifikat)“. Dieses liegt mit der Note 2,63 in etwa zwischen wichtig und eher wichtig. Dazwischen liegen andere nachhaltigkeitsrelevante Aussagen, wie die gute Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz oder das Angebot eines Shuttles. Mit 2,3, also mit gerundet „wichtig“ angegeben, ist auch der Punkt „Informationen über umweltrelevante Themen in der Umgebung (z.B. Projekte, Natur, nachhaltiges Einkaufen)“. Sehr interessant ist, dass auch bei der Unterkunft eine „Barrierefreie Zugänglichkeit für Menschen mit Behinderungen oder spezifischen Zugangsanforderungen“ als am wenigsten relevant betrachtet wird.

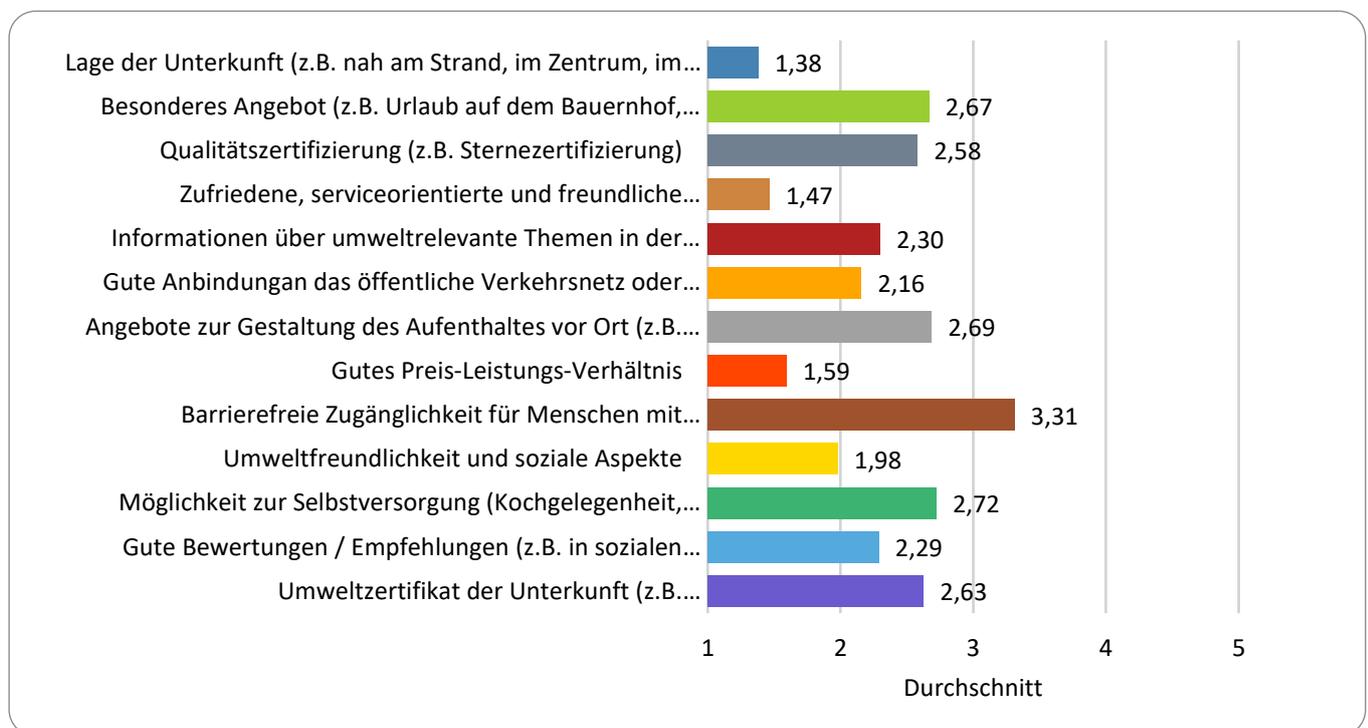


Abb.15: Bedeutung der Auswahlkriterien Unterkunft. Schulnotensystem. 1 = sehr wichtig, 5 = unwichtig. Je niedriger der Wert, desto wichtiger wurde das Merkmal bewertet.

### Anforderungen an die Verpflegung

Die beliebteste Art der Verpflegung ist mit 68,4% eine „**Mischung aus Eigenverpflegung oder Frühstück in der Unterkunft und Besuch externer Gastronomie**“. Für 22,5% der UrlauberInnen steht die Verpflegung in der Unterkunft in Form von Voll- oder Halbpension bzw. All inclusive für vollendeten Urlaubsgenuss, etwa 6,5% bevorzugen (fast) ausschließlich Eigenverpflegung.

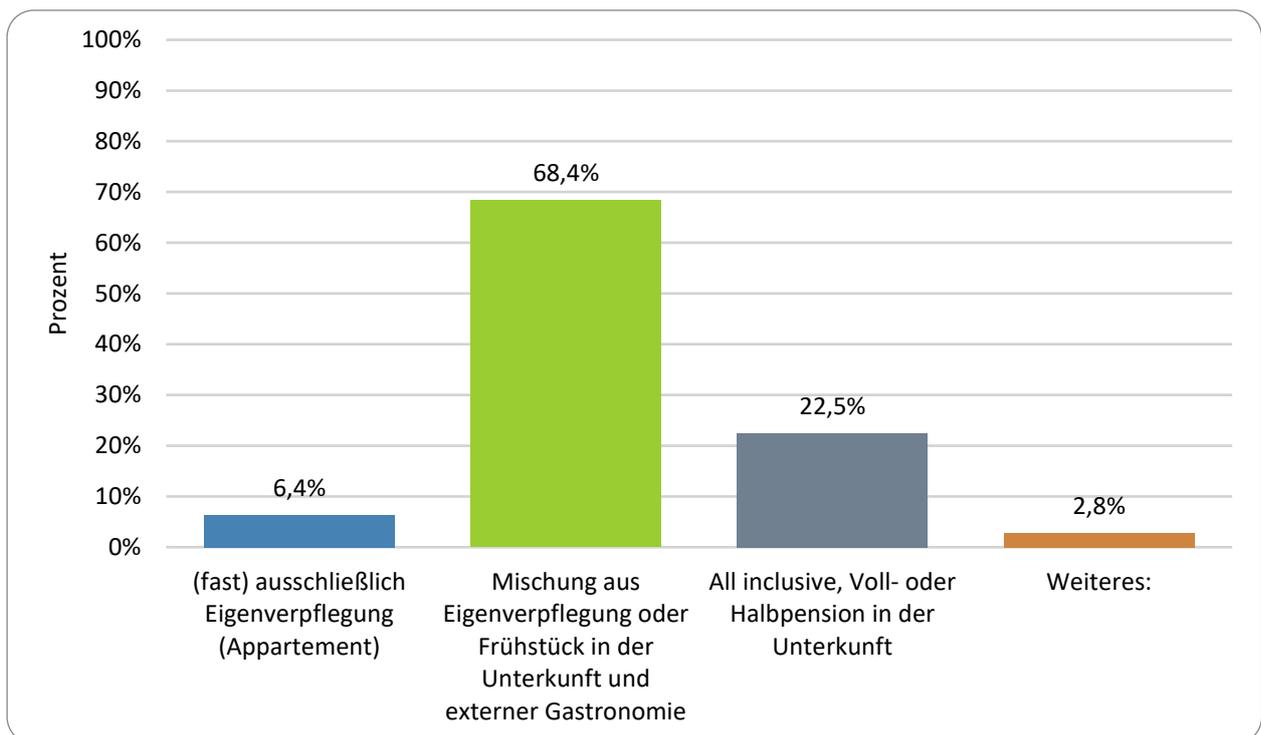


Abb.16: Übliche Art der Verpflegung im Urlaub

Reisen nach Corona - Mai 2020

Bei der Verpflegung wurde als besonders wichtig, die **Regionalität** mit den Aussagen „*Ich möchte für die Region typische Köstlichkeiten probieren*“ und „*Gastronomen verwenden regionale Produkte*“ genannt.

Mit etwas Abstand dahinter liegt die Bedeutung biologischer Produkte sowie von Produkten aus fairem Handel, sowohl was Verwendung in der Gastronomie betrifft, als auch hinsichtlich deren Verfügbarkeit im Handel.

Angesichts derzeitiger Trends etwas verwunderlich ist, dass der Punkt „*Es gibt vegetarische/vegane Gerichte*“ als vergleichsweise weniger wichtig bewertet wird als die zuvor genannten Punkte. Hier sind auch kaum altersbedingte Unterschiede in den jeweiligen Gruppen erkennbar. (Nur 0,3 Notenpunkte Unterschied - 2,9 Gruppe ohne Pensionisten vs. 3,2 bei den Pensionisten - dieser Punkt ist aber trotzdem bei dieser Frage die am weitesten auseinander gehende Meinung).

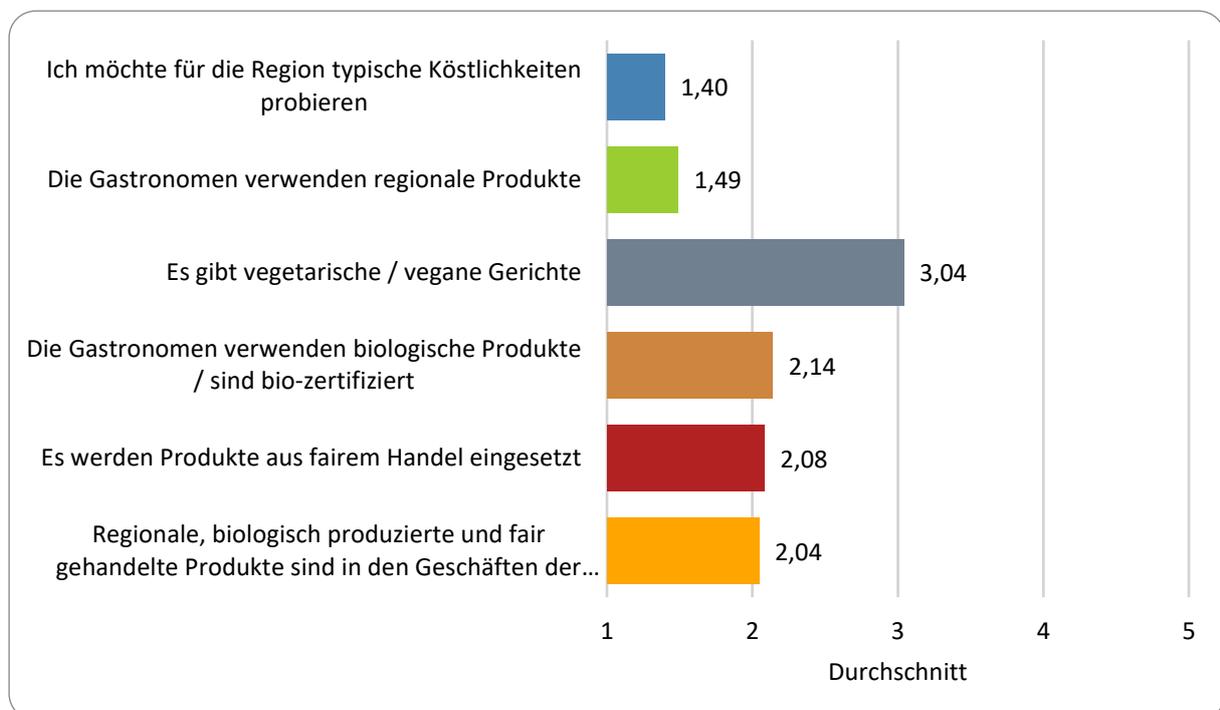


Abb.17: Wichtige Punkte für die Verpflegung im Urlaub. Schulnotensystem. 1 = sehr wichtig, 5 = unwichtig. Je niedriger der Wert, desto wichtiger wurde das Merkmal bewertet.

Auch an dieser Stelle gab es mit der Frage „**Gibt es noch etwas, das Ihnen bei der Unterkunft und bei der Verpflegung wichtig ist?**“ eine Möglichkeit für offene Antworten. Es wurden 57 Antworten gegeben. Am häufigsten ging es um den Bereich „**Regionalität**“ mit rund 10 Meldungen, dabei werden z.B. *regionale Produkte und Speisen, Fisch direkt vom Fischer und Tradition und Brauchtum* genannt. Das Thema „**Sauberkeit und Hygiene**“ folgte mit 8 Nennungen. Ruhe wurde von rund einem Zehntel (6x) als wichtig erwähnt. Abwechslung beim Essen wurde fünf Mal angegeben, wobei zweimal dezidiert erwähnt wurde, dass es wichtig sei, dass auch ein veganes bzw. vegetari-

Reisen nach Corona - Mai 2020

sches Essen angeboten werden sollte. Es gab noch einzelne Meldungen zur Verpflegung, wie „reichhaltiges Frühstücksbuffet“, „kein Buffet“; „laktosefreie Kost“ oder Angaben zur Herkunft der Zutaten.

### Treibhausgas-Kompensation

Fast ein Fünftel der Antwortenden gab an, bereits eine Treibhausgas-Kompensation für die durch eine Reise verursachten Emissionen geleistet zu haben. Dies ist ein wesentlich höherer Anteil als für durchschnittliche Reisen, der für Flugreisen in Deutschland 2019 bei unter 1% lag<sup>1</sup>.

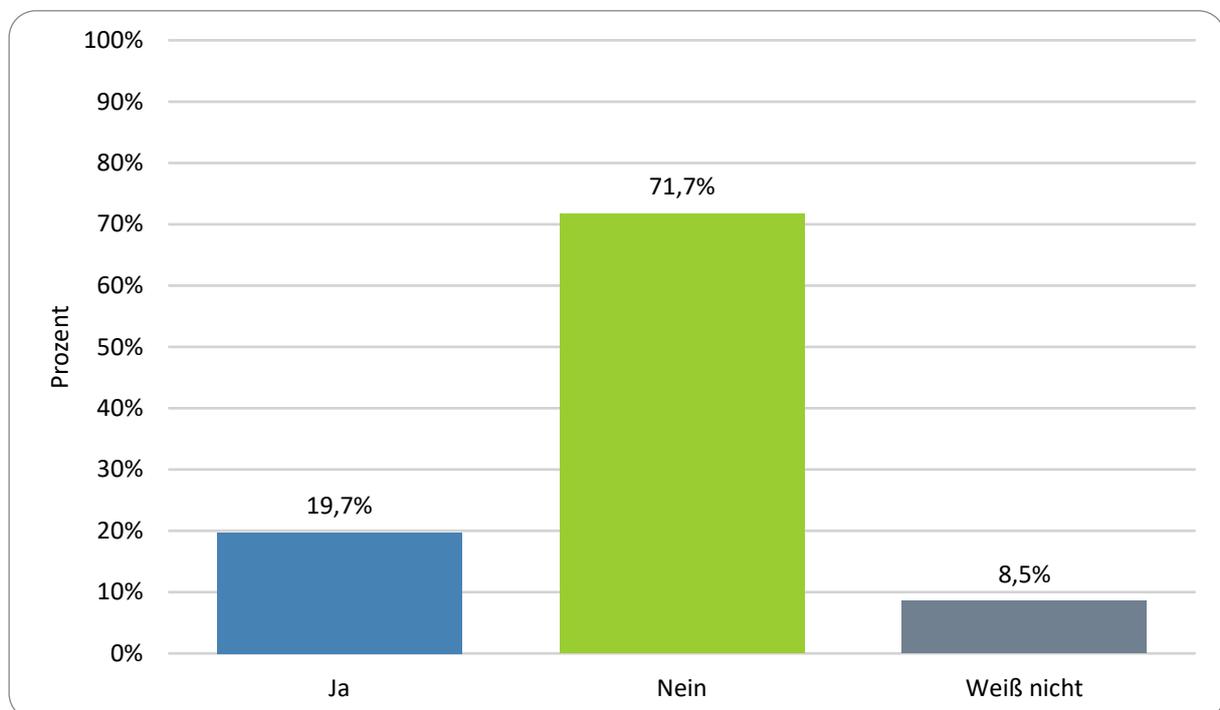


Abb.18: Durchgeführte CO<sub>2</sub>-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt

### Offene Frage „Welche Bedürfnisse haben Sie im Urlaub, die mitunter schwierig mit nachhaltigem Handeln vereinbar sein könnten? Warum?“

Diese Frage wurde zahlreich kommentiert, mit knapp unter 300 Meldungen zu mehreren Themenkomplexen.

Allgemein gehaltene Kommentare zum Thema Mobilität machen ca. 15% der gesamten Antworten aus. Mehrfach werden kurz und bündig die An- und Abreise an sich genannt, mehrfach das Bedürfnis nach Abgeschiedenheit und Ruhe und die Sehnsucht nach dem Meer. **Zeitersparnis**, teilweise gekoppelt mit **Geldersparnis**, wird kommentiert und auch, dass kurzfristiges Planen teilweise schwer mit dem Bedürfnis nach Nachhaltigkeit zu vereinen ist.

<sup>1</sup> Quelle: Interview mit Julia Zhu, eine der Sprecherinnen der „atmosfair gGmbH“: „Insgesamt zahlt aber deutlich unter ein Prozent aller Privat- und Geschäftsreisenden, die fliegen, eine Kompensation...“ (der Tagesspiegel, 16.6.2019)

Reisen nach Corona - Mai 2020

Wie nicht anders zu erwarten, war das Topthema „**Fliegen**“ knapp gefolgt von „**Individualverkehr**“ durch Nutzung des eigenen oder einen Mietwagens. Es scheint hier also durchaus ein Problembewusstsein zu geben.

Rund 30% der gesamten Angaben fallen unter den Themenblock Fliegen, wobei von diesen rund 100 Kommentaren 60% das **Bedürfnis nach Fernreisen**, Reisen auf andere Kontinente bzw. Inseln und das Kennenlernen und Bereisen von fremden Ländern und Kulturen angaben. Ein Teil erklärte auch, durch das Ausüben einer **bestimmten Sportart** (z.B. fischen in Norwegen, oder tauchen im Meer) Flugreisen nutzen zu müssen. 10% erwähnten das Bedürfnis der Zeitersparnis durch das Fliegen – einerseits das Fliegen selbst und andererseits auch die **Buchung**, die **beim Fliegen, im Gegensatz zur Buchung von anderen Verkehrsmitteln, einfacher** sei.

Unter den Themenblock (Miet-)auto wurde allen voran das Bedürfnis nach **unabhängiger Mobilität** genannt -rund 2/3 der Angaben! Dabei ging es um die An- und Abreise und auch die **Unabhängigkeit und Flexibilität** vor Ort, die mit einem Auto gewährleistet ist. Das Bedürfnis nach individueller Mobilität wurde in vielen unterschiedlichen Blickwinkeln dargestellt, z.B. aus **medizinischen Gründen** (Rollstuhl), oder Mitnahme des Hundes, oder die Reisenden sind **Raucher**. Rund 10% gaben die Nutzung des Autos aus dem Bedürfnis heraus an, dass sie (viel) **Gepäck** transportieren müssen, weil sie z. B. als Familie mit kleinen Kindern, die auch noch sportlich aktiv sind, verreisen, oder im Urlaub gerne Wein kaufen und mitnehmen. Weitere 10% gaben dezidiert den Faktor **Komfort** im Zusammenhang mit der Reise mit dem Auto an. Auch im Zusammenhang mit dem Auto wird das Bedürfnis der **Zeitersparnis** genannt. Einige argumentieren die Nutzung des Autos mit der **nicht öffentlichen Erreichbarkeit** von z. B. Wandereinstiegen. Hervorzuheben ist die zweimalige Erwähnung der Elektro-Mobilität in dem Zusammenhang nicht nachhaltig zu reisen: „*Reisen mit unserem Elektroauto, da die Betankung vor Ort mit Strom mitunter nicht über nachhaltig erzeugten Strom möglich ist.*“

Außerdem wurden neben dem Auto und dem Flugzeug in ein paar wenigen Kommentaren weitere motorbetriebene Verkehrsmittel oder Hobbies genannt, die nachhaltigem Verhalten im Urlaub entgegenstehen. Neben **Schiffsreisen** und dem **Motorboot fahren**, wurden die Nutzung des **Wohnmobils** oder -wagens und die Fahrten mit dem **Motorrad** genannt.

Rund 10% der Kommentare waren nicht dem Bereich „Mobilität“ zuzuordnen, sondern betrafen Angebote/Dienstleistungen vor Ort. Am häufigsten wurde dabei erwähnt, dass Nachhaltigkeit aus vielen Blickwinkeln vor Ort am Urlaubsziel schwierig umzusetzen sei. Z.B. **Mülltrennung** und **Plastikvermeidung** oder überhaupt nachhaltige Produkte im Supermarkt zu finden. Öfters werden auch **Attraktionen** genannt oder **Unterhaltung für Kinder**, die nicht nachhaltig sind, aber trotzdem gemacht werden – sozusagen den Kindern zuliebe. Der **Komfort der Unterkunft** mit z.B. täglich wechselnden Handtüchern wurde thematisiert. Interessant ist, dass nur einmal die Stichworte Wellness, Massentierhaltung und Skifahren (!) erwähnt wurden.

Rund 18% kommentierten, keine Bedürfnisse im Urlaub zu haben, die mit nachhaltigem Handeln nicht vereinbar wären.

Reisen nach Corona - Mai 2020

### **Offene Frage „Was finden Sie sonst noch wichtig für einen nachhaltigen Urlaub (Soziales, Freizeitmöglichkeiten,...)“**

Zu dieser Frage gab es knapp 240 Kommentare.

**Am Häufigsten** erwähnten die Befragten die **Regionalität** (35x), in den Kontexten Wertschöpfung, Kulinarik, Produkte und Tradition.

21x wurde die **faire Behandlung und Entlohnung der Mitarbeiter** in der Unterkunft und im Gastronomiebetrieb vor Ort genannt. (Lediglich eine Wortmeldung gab es zu der fairen Behandlung der Gäste).

Ein weiteres wichtiges Thema waren **„Müll und Abwasser“** (17). Nicht nur die groß angelegte Infrastruktur fand Erwähnung, sondern beispielsweise auch die Möglichkeit der Mülltrennung in der Unterkunft, bzw. Müllvermeidung. Beinahe ebenso oft genannt wurde der Themenblock **„Ressourcen einsparen“** mit 16 Kommentaren. Dabei ging es hauptsächlich um die Ressource Wasser, zum Duschen und das tägliche bzw. häufige Wechseln und Waschen der Handtücher aber auch um die Verschwendung bei Buffets. Weitere wichtige und häufig genannte Punkte waren: kein Massentourismus, die Nähe zu den Einheimischen und das Bedürfnis nach Ruhe. jeweils mit 10 Erwähnungen.

Die **Unterkunft und deren Angebote** wurden als wichtiger Faktor der Nachhaltigkeit gesehen. Neben dem Wohlfühlen durch **Gastfreundschaft**, nennen die Befragten auch die Relevanz von **Umweltstandards, Informationen zu nachhaltigen Themen und Angeboten zu nachhaltigem Handeln** *„Ideen vom Veranstalter bzw. Vermieter zum Umweltschutz wie z.B. eigene wiederverwendbare Trinkflaschen und Wasserfüllstationen“*. Oder: *„Das Personal muss aufgeschlossen/informiert sein über Nachhaltigkeitsthemen“*, *„oft Widerspruch zwischen z. B. Umweltzeichenzertifizierung und Handeln der Mitarbeiter im Betrieb, Auskunft der Mitarbeiter im Betrieb“*.

Die **Kultur der bereisten Region** wurde fünfmal dezidiert genannt.

Die öffentliche Erreichbarkeit war bei dieser Frage kaum Thema (2 Meldungen), sehr wohl aber **öffentliche Verkehrsmittel, Ausleihmöglichkeiten von Elektromobilen und von Fahrrädern vor Ort**. Dabei soll auch die Qualität stimmen. Eine Wortmeldung bezieht sich auch auf die Mitnahme des Fahrrads in der Bahn, *„Fahrradmitnahme mit der Bahn im Railjet wäre wichtig, zu wenige Plätze, man muss schon zu frühzeitig buchen!“*.

Naturbezogene Themen wie authentische Natur, Wanderwege, schonender Umgang mit der Natur, sanfter Tourismus und die Balance zwischen Umwelt und Tourismus wurden jeweils nur vereinzelt angeführt. Ebenso wurden Fair Trade, Bio-Qualität und Tierwohl nur einzeln genannt, wie auch politisches Handeln durch die Möglichkeit die Tickets für Flug- und Schiffsreisen zu verteuern.

Zwei Meldungen gab es das Fliegen generell zu meiden bzw. überhaupt die Reisehäufigkeit zu reduzieren, eine Meldung keine Kurzstrecken zu fliegen.

Ein Kommentar fasste die Ergebnisse und vielleicht das Gefühl vieler Menschen treffend zusammen: *Nachhaltiger Urlaub muss einfach zu konsumieren sein - das ist derzeit meist nicht der Fall.“*

### 3 Anhänge

#### Anhang 1

##### Reisen nach Corona

Nach einer Zeit des „coronabedingten“ Rückzuges und des homeoffice naht nun der Sommer und mit Öffnung von Betrieben und schrittweiser Rückkehr in die Normalität rückt auch der Wunsch nach Urlaub wieder zunehmend in den Vordergrund.

Der VKI führt im Auftrag des Ministeriums für Klimaschutz eine Tourismusstudie durch, Ihre Teilnahme ist eine große Unterstützung: Wie sieht Ihre Urlaubsplanung „nach Corona“ aus, (wie) hat sich diese geändert und welche Rolle spielen dabei Aspekte der Nachhaltigkeit?

Bitte nehmen Sie sich etwa **10 Minuten** für die folgenden Fragen Zeit, die Beantwortung erfolgt anonym.

1. Welches Reiseziel haben Sie heuer für Ihren Haupturlaub **ursprünglich** geplant? (Bitte wählen Sie 1 Antwort aus)
  - Urlaub in Österreich (bzw. Ihrem derzeitigen Aufenthaltsland)
  - Urlaub in Europa (außerhalb Österreich/Ihrem Aufenthaltsland)
  - Urlaub auf einem anderen Kontinent
  
2. Falls diese Pläne **nicht** verwirklichtbar sind (z.B. aufgrund von Aus- oder Einreisebeschränkungen), welche Alternative kommt für Sie in Frage? (Bitte wählen Sie 1 Antwort aus)
  - Ein anderes mögliches Reiseziel wählen (z.B. Urlaub in Österreich)
  - Den geplanten Urlaub auf später verschieben
  - Zu Hause bleiben (Urlaub auf „Balkonien“)
  - Auf Urlaub heuer ganz verzichten
  - Andere [Kommentarfeld]
  
3. Wie buchen Sie üblicherweise Ihre Reise(n)? (Mehrfachauswahl möglich)
  - Individuell direkt (Unterkunft und Verkehrsmittel)
  - Individuell online via Buchungsplattformen (booking, expedia, ...)
  - Über Reisebüro / Reiseveranstalter direkt am Schalter/Telefon
  - Über Reisebüro / Reiseveranstalter online
  - Anderes [Kommentarfeld]
  
4. Was ist üblicherweise der wichtigste Grund Ihres Haupturlaubes (Bitte wählen Sie 1 Antwort aus)
  - Erholung / Entspannung
  - Aktivität / sportliche Betätigung
  - Natur und Umwelt erleben
  - Kulturgenuss und Kulinarik
  - Kennen lernen fremder Länder und Kulturen
  - Sonstiger [Kommentarfeld]

## AUSWAHL IHRES URLAUBSZIELS

5. Wenn Sie ganz allgemein an Ihr Urlaubsziel / Ihre Urlaubsdestination denken – Wie wichtig sind Ihnen persönlich folgende Punkte?  
Bitte bewerten Sie nach Schulnotensystem: 1 = sehr wichtig bis 5 = unwichtig; keine Angabe

### Urlaubsziel

- Das Urlaubsziel hat besonders positive Bewertungen (Plattformen, Medien...)
- Die Destination positioniert sich selbst als nachhaltig
- Das Urlaubsziel ist mit einem Gütesiegel als nachhaltig zertifiziert
- Intakte natürliche Gegebenheiten z.B. Naturlandschaft, Naturpark, Nationalpark
- Urbane Atmosphäre
- Ruhe / Stille / Einsamkeit
- Es ist sehr exotisch/anders/neu

### Angebote

- Angebote der Kunst und Kultur (z.B. Theater, Musik, Museen)
- Attraktives Nachtleben
- Sonstige Unterhaltungs-/Freizeitangebote (Verkostungen, Erlebnispark,...)
- Angebot an traditioneller Kultur, Handwerk
- Fun- und Extremsportmöglichkeiten
- Sanfte Sportmöglichkeiten (Walking, Wandern, Radfahren,...)
- Angebote, die mir die Natur näher bringen
- Barrierefreie Zugänglichkeit zu Angeboten und Attraktionen

### Mobilität

- Reiseziel liegt nah/keine lange Anreise
- Ausreichend Parkplätze vorhanden
- Anreisemöglichkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- Verkehrsberuhigung / wenig Verkehrsaufkommen
- Keine Mobilitätsbeschränkungen für den motorisierten Individualverkehr
- Man braucht kein eigenes Auto, öffentliche Verkehrsmittel, Radverleih sind ausreichend und attraktiv verfügbar

### Wirtschaft und Soziales

- Es gibt dort keine großen Hotels
- Einkaufsmöglichkeit regionaler Produkte
- Die Menschen in der Region leben gut vom und mit dem Tourismus
- Kontakte zu einheimischer Bevölkerung
- Auch nicht touristisches Alltagsleben ist erfahrbar
- Sauberkeit der Destination
- Sicherheit und politische Stabilität
- Günstige Preise für Unterkunft, Essen, Einkauf etc.
- Die Infrastruktur (Wasserversorgung, Strom, Heizung etc.) funktioniert gut und sicher

6. Gibt es noch etwas, das Ihnen bei der Auswahl Ihres Urlaubsziels wichtig ist? (Offene Frage)

**ANREISE**

7. Welche Verkehrsmittel bevorzugen Sie üblicherweise bei der An- und Abreise? (Mehrfachauswahl mögl.)
- eigener PKW
  - Bahn bzw. Bus
  - Fahrrad bzw. zu Fuß
  - Flugzeug
  - Weiteres [Kommentarfeld]
8. Wie wichtig sind folgende Anreize für eine nachhaltige Mobilität (Bahn, Bus, Fahrrad,...)?  
Bitte bewerten Sie nach Schulnotensystem: 1 = sehr wichtig bis 5 = unwichtig; keine Angabe
- Unkomplizierte Ticketbeschaffung
  - Unkomplizierte, günstige Leihsysteme für Fahrräder/Autos oder Anderes vor Ort
  - Gutes und günstiges öffentliches Verkehrsnetz oder ausreichend Taxis / Shuttles vor Ort
  - Bonus für öffentliche Anreise (Ermäßigung, Gutschein, Geschenk...)
  - Günstiger Gepäcktransport (Haus zu Haus Service)
9. Gibt es noch etwas, das Ihnen bei der Anreise wichtig ist? (offene Frage)

**UNTERKUNFT UND VERPFLEGUNG**

10. Welche Unterkunftsart bevorzugen Sie üblicherweise für Ihren Haupturlaub?
- Hotels gehobene Klasse (ab 4-Stern)
  - Hotels / Pensionen Mittelklasse
  - Einfache Hotels / Pensionen
  - Clubhotels / Resorts
  - Appartements / Ferienwohnungen
  - Privatvermieter / Bauernhof
  - Camping
  - Weiteres [Kommentarfeld]
11. Wie wichtig sind folgende Punkte bei der Entscheidung für eine Unterkunft?  
Bitte bewerten Sie nach Schulnotensystem: 1 = sehr wichtig bis 5 = unwichtig; keine Angabe
- Lage der Unterkunft (z.B. nah am Strand, im Zentrum, im Grünen...)
  - Besonderes Angebot (z.B. Urlaub auf dem Bauernhof, Wellness, spezielles Thema).
  - Qualitätszertifizierung (z.B. Sterne-zertifizierung)
  - Zufriedene, serviceorientierte und freundliche MitarbeiterInnen
  - Informationen über umweltrelevante Themen in der Umgebung (z.B. Projekte, Natur, nachhaltiges Einkaufen...).

Reisen nach Corona - Mai 2020

- Gute Anbindungen das öffentliche Verkehrsnetz oder Angebot eines Shuttles.
- Angebote zur Gestaltung des Aufenthaltes vor Ort (z.B. Gästekarten, Mobilitätsangebote, organisierte Ausflüge).
- Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis.
- Barrierefreie Zugänglichkeit für Menschen mit Behinderungen oder spezifischen Zugangsanforderungen
- Umweltfreundlichkeit und soziale Aspekte
- Möglichkeit zur Selbstversorgung (Kochgelegenheit, Kühlschrank etc.)
- Gute Bewertungen / Empfehlungen(z.B. in sozialen Netzwerken, von Freunden...).
- Umweltzertifikat der Unterkunft (z.B. Umweltauszeichnung, Bio Zertifikat)

12. Wie verpflegen Sie sich im Urlaub üblicherweise? (Bitte wählen Sie 1 Antwort aus)

- (fast) ausschließlich Eigenverpflegung (Appartement).
- Mischung aus Eigenverpflegung oder Frühstück in der Unterkunft und externer Gastronomie
- All inclusive, Voll- oder Halbpension in der Unterkunft
- Weiteres [Kommentarfeld?]

13. Welche Punkte sind Ihnen für die Verpflegung im Urlaub wichtig?

Bitte bewerten Sie nach Schulnotensystem: 1 = sehr wichtig bis 5 = unwichtig, keine Angabe

- Ich möchte für die Region typische Köstlichkeiten probieren.
- Die Gastronomen verwenden regionale Produkte
- Es gibt vegetarische/vegane Gerichte.
- Die Gastronomen verwenden biologische Produkte / sind bio-zertifiziert.
- Es werden Produkte aus fairem Handel eingesetzt.
- Regionale, biologisch produzierte und fair gehandelte Produkte sind in den Geschäften der Destination erhältlich.

14. Gibt es noch etwas, das ihnen bei der Unterkunft und bei der Verpflegung wichtig ist?

15. Haben Sie schon einmal eine CO<sub>2</sub>-Kompensation für An- und Abreise oder Aufenthalt gemacht (z. B. bei Atmosfair, MyClimate)? Auch durch Reisen verursachte CO<sub>2</sub>- Emissionen können durch finanzielle Unterstützung von Klimaschutzprojekten ausgeglichen werden.

*Zur Erklärung: Im Zuge der Energienutzung aus fossilen Energieträgern, (Strom, Heizwärme, Warmwasser und Mobilität) entsteht CO<sub>2</sub>. Diese CO<sub>2</sub>-Emissionen können nicht komplett verhindert werden. Man kann daher Klimaschutzprojekte unterstützen und so die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Ausmaß der verursachten Emissionen (z.B. für eine Flugreise) vermeiden bzw. ausgleichen. Diesen Vorgang bezeichnet man als CO<sub>2</sub>-Kompensation.*

Ja – nein – weiß nicht

Reisen nach Corona - Mai 2020

16. Welche Bedürfnisse haben Sie im Urlaub, die mitunter schwierig mit nachhaltigem Handeln vereinbar sein könnten? Warum? (offene Frage)

17. Was finden Sie sonst noch wichtig für einen nachhaltigen Urlaub (Soziales, Freizeitmöglichkeiten,...)? Offene Frage

## STATISTISCHE ABFRAGE

Sie sind?

- Weiblich
- Männlich
- Inter

Wie alt sind Sie?

- bis 20 Jahre
- 21 bis 30 Jahre
- 31 bis 40 Jahre
- 41 bis 50 Jahre
- 51 bis 60 Jahre
- 61 bis 70 Jahre
- Über 70 Jahre

Welcher Berufsgruppe gehören Sie an?

- Schüler / Student
- Angestellter / Arbeiter
- Selbständig
- Freier Dienstnehmer
- Ohne Beschäftigung
- Pensionist
- Arbeitsunfähig / behindert
- Keine Angabe

Wie sind Sie auf die Umfrage gestoßen?

- [www.konsument.at](http://www.konsument.at)
- [www.vki.at](http://www.vki.at)
- [www.umweltzeichen.at](http://www.umweltzeichen.at)
- KONSUMENT-Newsletter
- Facebook
- Twitter
- Andere Quelle:

Reisen nach Corona - Mai 2020

## Anhang 2

Die Merkmale mit den Bewertungen sehr wichtig (bis Note 2) oder ziemlich wichtig (bis Note 2,5) über alle Fragen hinweg.

Merkmale	Note	
Lage der Unterkunft	1,38	sehr wichtig
Für die Region typische Köstlichkeiten in der Gastronomie	1,4	
Zufriedene, serviceorientierte und freundliche MitarbeiterInnen	1,47	
Die Gastronomen verwenden regionale Produkte	1,49	
Sicherheit, politische Stabilität	1,55	
Unkomplizierte Ticketbeschaffung für die öffentliche Anreise	1,57	
Gutes Preis-Leistungsverhältnis der Unterkunft	1,59	
Die Infrastruktur (Wasser, Strom etc.) funktioniert gut	1,61	
Sauberkeit der Destination	1,62	
Intakte natürliche Gegenheiten, z.B. Naturlandschaft, Nationalpark, Naturpark	1,72	
Einkaufsmöglichkeit regionaler Produkte	1,89	
Auch nicht touristisches Alltagsleben ist erfahrbar	1,9	
Gutes und günstiges Verkehrsnetz vor Ort	1,93	
Angebote, die mir die Natur näher bringen	1,94	
Umweltfreundlichkeit und soziale Aspekte der Unterkunft	1,98	wichtig
Sanfte Sportmöglichkeiten (Walking, Wandern, Radfahren..)	2,04	
Regionale, biologische und fair gehandelte Produkte sind auch in den Geschäft	2,04	
Kontakte zur einheimische Bevölkerung	2,08	
Die Gastronomen verwenden fair gehandelte Produkte	2,08	
Unkomplizierte und günstige Leihsystem (Fahrrad, Auto etc.) vor Ort	2,13	
Die Menschen in der Region leben gut vom und mit dem Tourismus	2,14	
Die Gastronomen verwenden biologische Produkte, sind bio-zertifiziert	2,14	
Gute Anbindung an das Öffentliche Verkehrsnetz	2,16	
Gute Bewertung oder Empfehlungen der Unterkunft	2,29	
Informationen zu umweltrelevanten Themen in der Unterkunft	2,3	
Verkehrsberuhigung, wenig Verkehrsaufkommen	2,35	
Es gibt dort keine großen Hotels	2,35	
Ruhe, Stille, Einsamkeit	2,44	