

Wie Destinationen Gewinner des Klimawandels werden können

Stefan Gössling

Dept. of Service Management and Service Studies, Lund University

School of Business and Economics, Linnaeus University

Schweden



Eine Zeit der Krisen

- 2008 Finanzkrise
- 2016 Flüchtlingskrise
- 2018 Übertourismus
- 2020 Covid-19 Pandemie
- 2021 Energiepreiskrise

Hypothese 1:

Tourismussysteme sollen ökonomisch robust sein.

DIE AUSUFERENDE LISTE DER GESTRAUCHELTEN AIRLINES

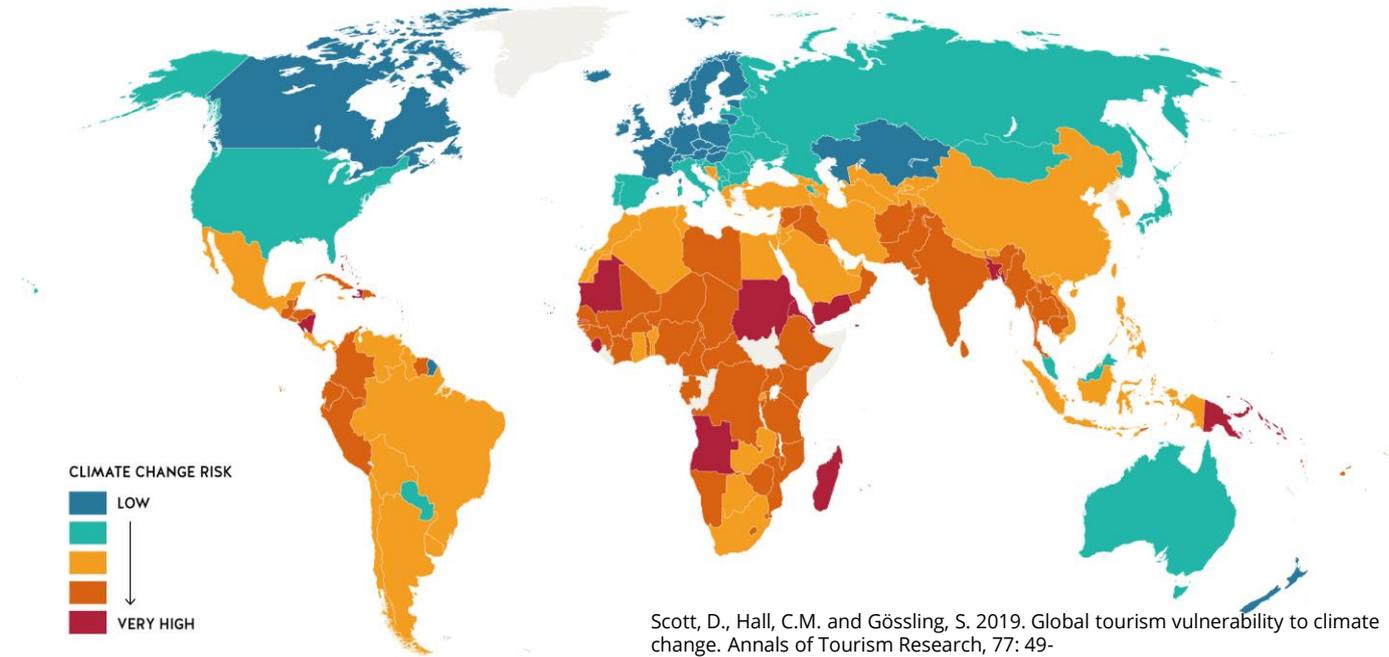
Jahresrückblick, 1. Teil – Airlines: 2019 geht als schlechtes Jahr für die Airline-Industrie in die Geschichte ein. Von den 23 Pleiten war auch der Schweizer Flugmarkt betroffen.

IM SCHATTEN DER THOMAS-COOK-PLEITE

Jahresrückblick, 2. Teil – Reiseanbieter: Der zweitgrösste Reiseveranstalter Europas geht pleite? Nie im Leben. Doch dann geschah es doch.



Der Klima-Imperativ



Scott, D., Hall, C.M. and Gössling, S. 2019. Global tourism vulnerability to climate change. *Annals of Tourism Research*, 77: 49-61, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.05.007>

Hypothese 2:
Jede Destinationsentscheidung muss vor dem Hintergrund des globalen net-zero Emissionsziels gesehen werden.



TRYSIL

Norwegens größtes Skigebiet

Scrollen Sie hinunter und lassen Sie sich
inspirieren oder legen Sie gleich los mit
der [Reiseplanung](#)

[Entdecken Sie Trysil im Sommer](#)

Hypothese 3:

Destinationen können ökonomisch und ökologisch optimiert werden.



Ein Destinationsmodell für die Zukunft

Treibhausgase

- Messen und überwachen
- Durchschnittliche Reisedistanz mindern
- Transportmittel: weniger Flugverkehr
- Aufenthaltsdauer verlängern
- Gastronomie neu denken

*klimateutral,
ökonomisch robust,
innovationsgesteuert*

Wertschöpfung

- Ausgaben (spending) & Profite
- Produkte ohne CO₂-Abdruck (Aktivitäten, Essen)
- Abgaben (z.B. Emissionssteuer)
- Indirekte Einnahmen

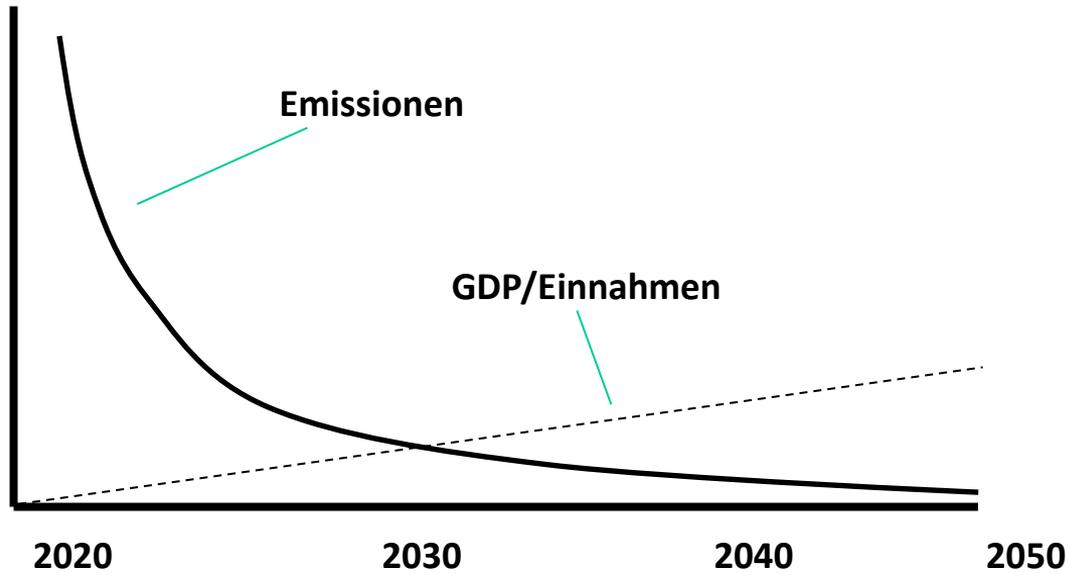
Verluste

- Abhängigkeit von der Plattformökonomie reduzieren
- Abhängigkeit von Franchises mindern, regionale Wertschöpfung stärken
- Bezahlsysteme überdenken

Gössling, S. and Higham, J. 2020. The low carbon imperative: Destination management under urgent climate change. Journal of Travel Research, <https://doi.org/10.1177/0047287520933679>

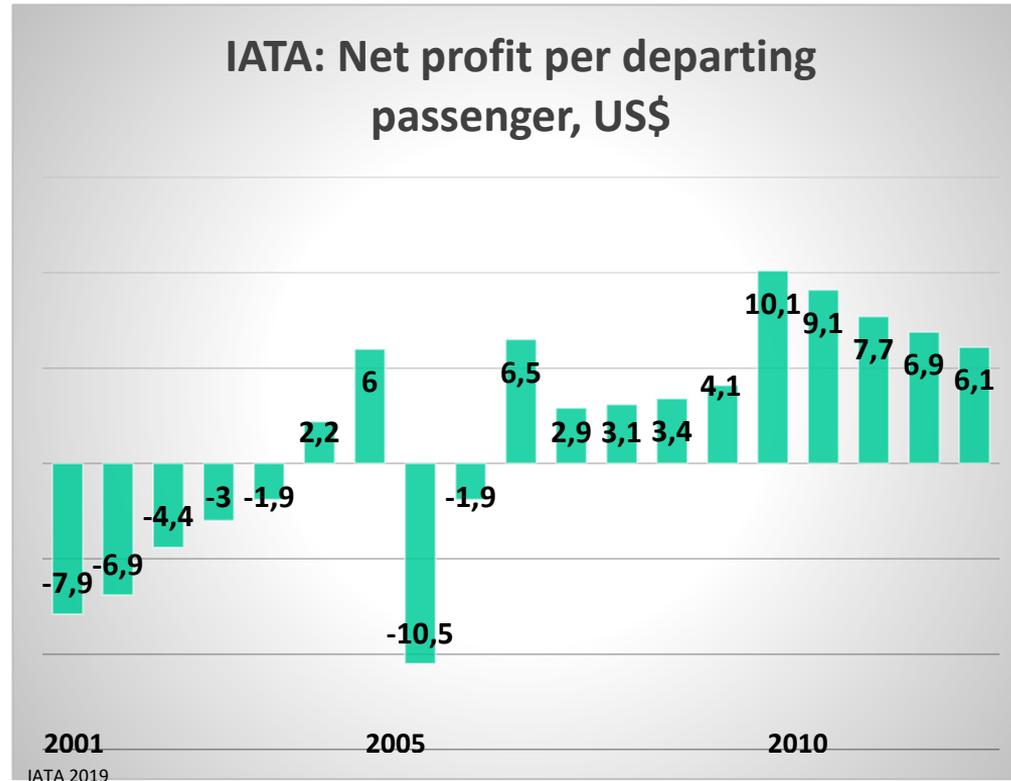


Systemische Erwägungen: Emissionen im Verhältnis zu Einnahmen



Die Achillessehne: Flugverkehr

- Reale Kosten des Fliegens sind in den letzten 20 Jahren um etwa 60% gesunken.
- Während der Krise haben Fluggesellschaften ca. \$250 Milliarden an Staatshilfen bekommen



IATA 2019

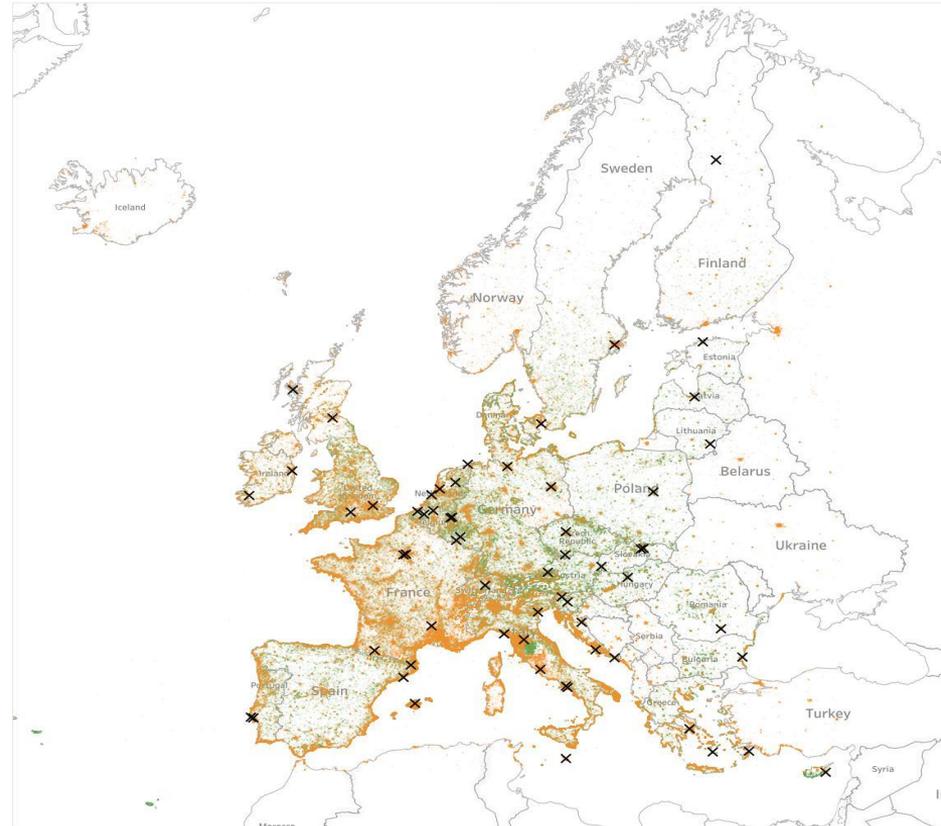


Die Plattformökonomie

- Zusätzliches Angebot durch Hotelneubauten und Airbnb;
- Zusätzliche Kapazitäten führen zum Preisverfall;
- Fallende Preise führen zu steigendem Tourismuskonsum;
- Destinationen reagieren nicht selten damit, Transportkapazitäten zu erhöhen.

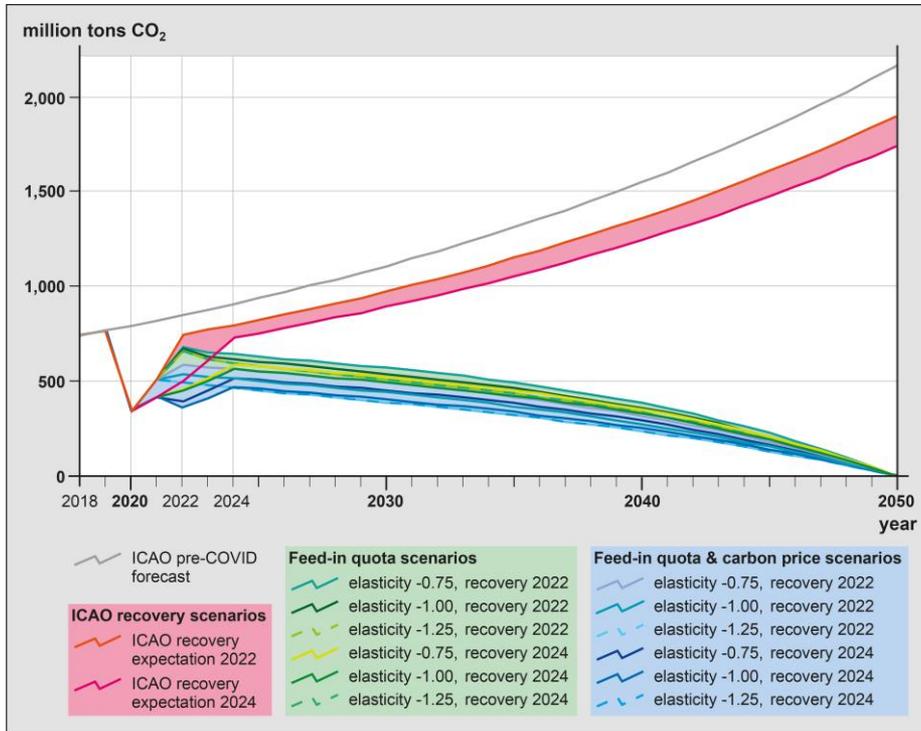
Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., Eijgelaar, E., Hartman, S., Heslinga, J., Isaac, R., Mitas, O., Moretti, S., Nawijn, J., Papp, B., and Postma, A. 2018. Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses.
[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL_STU\(2018\)629184_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL_STU(2018)629184_EN.pdf)

Europe Airbnb and booking.com densities



Type

- Airbnb
- Booking.com

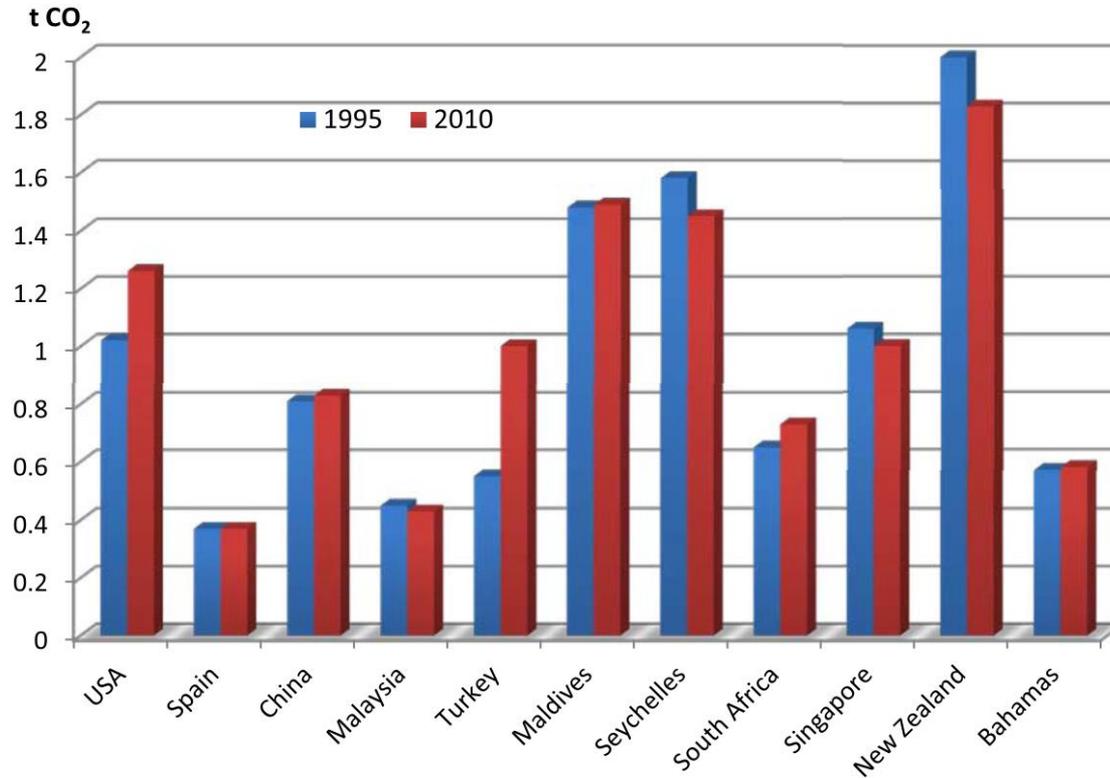


Werlte 2022:
10 t synthetisches Öl pro Tag
 =
Verbrauch eines A350 in 120
Minuten

Eine Drosselung des
Flugverkehrs ist notwendig,
um net-zero zu erreichen.



Die Bedeutung des Märktemixes: Emissionen der Anreise pro Gast



Gössling, S., Scott, D., and Hall, C.M. 2015. Inter-market variability in CO₂ emission-intensities in tourism: Implications for destination marketing and carbon management. *Tourism Management* 46: 203-212.



Macht es Sinn, auf Fernmärkte zu setzen?

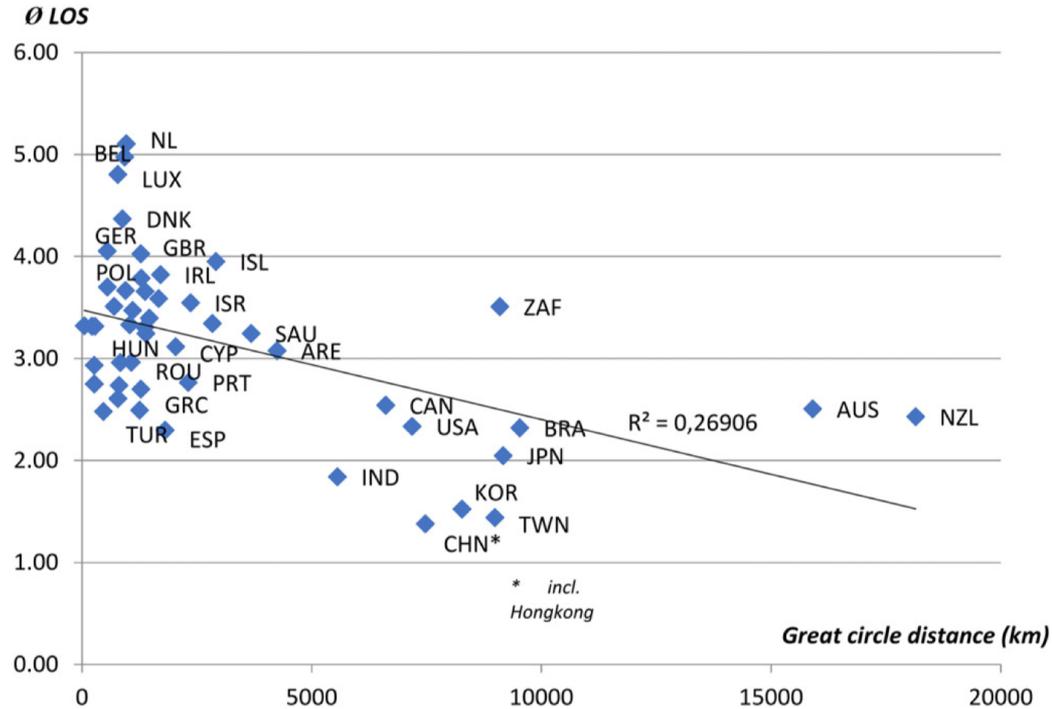


Figure 4. Length of stay, international tourist arrivals in Austria (2015). Source: Statistics Austria 2017.

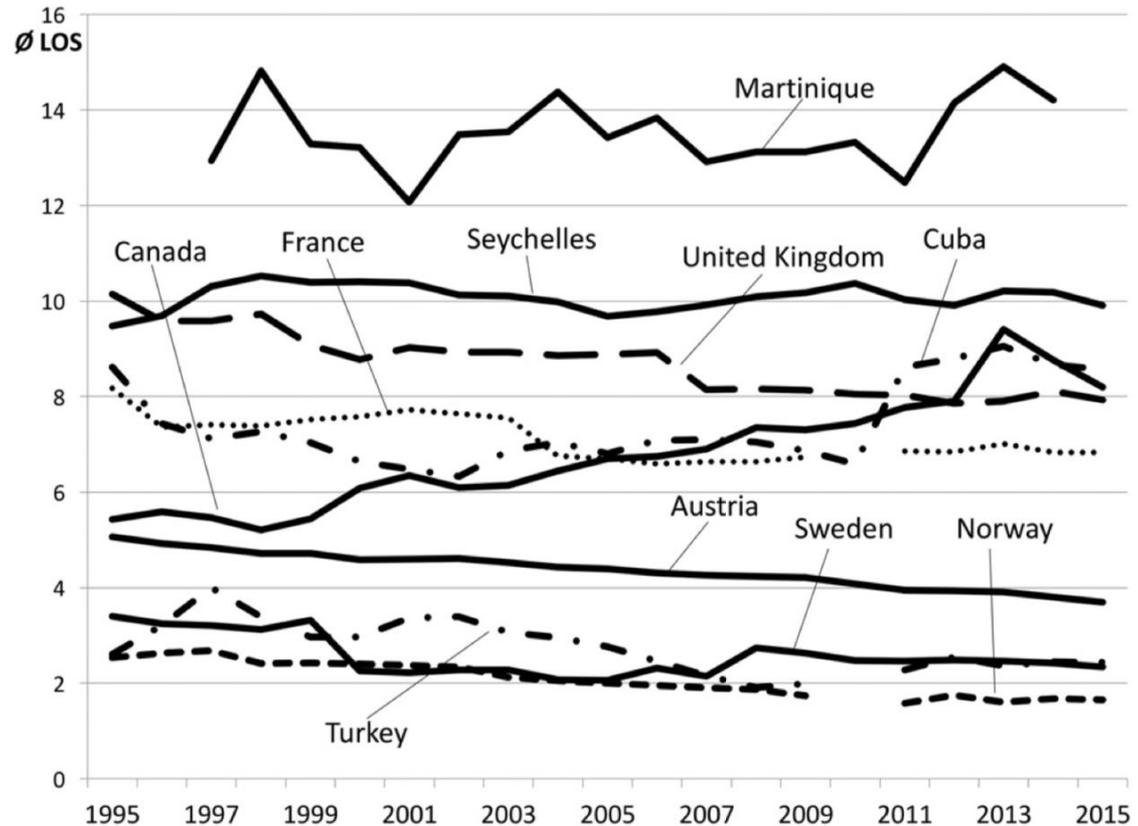
Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2018). Global trends in length of stay: implications for destination management and climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(12), 2087-2101.



Entwicklung der durchschnittlichen Reisedauer

Österreich:

Für 100 Millionen Nächtigungen
19.6 Mill. Ankünfte notwendig in
1995, 27 Mill. in 2015.

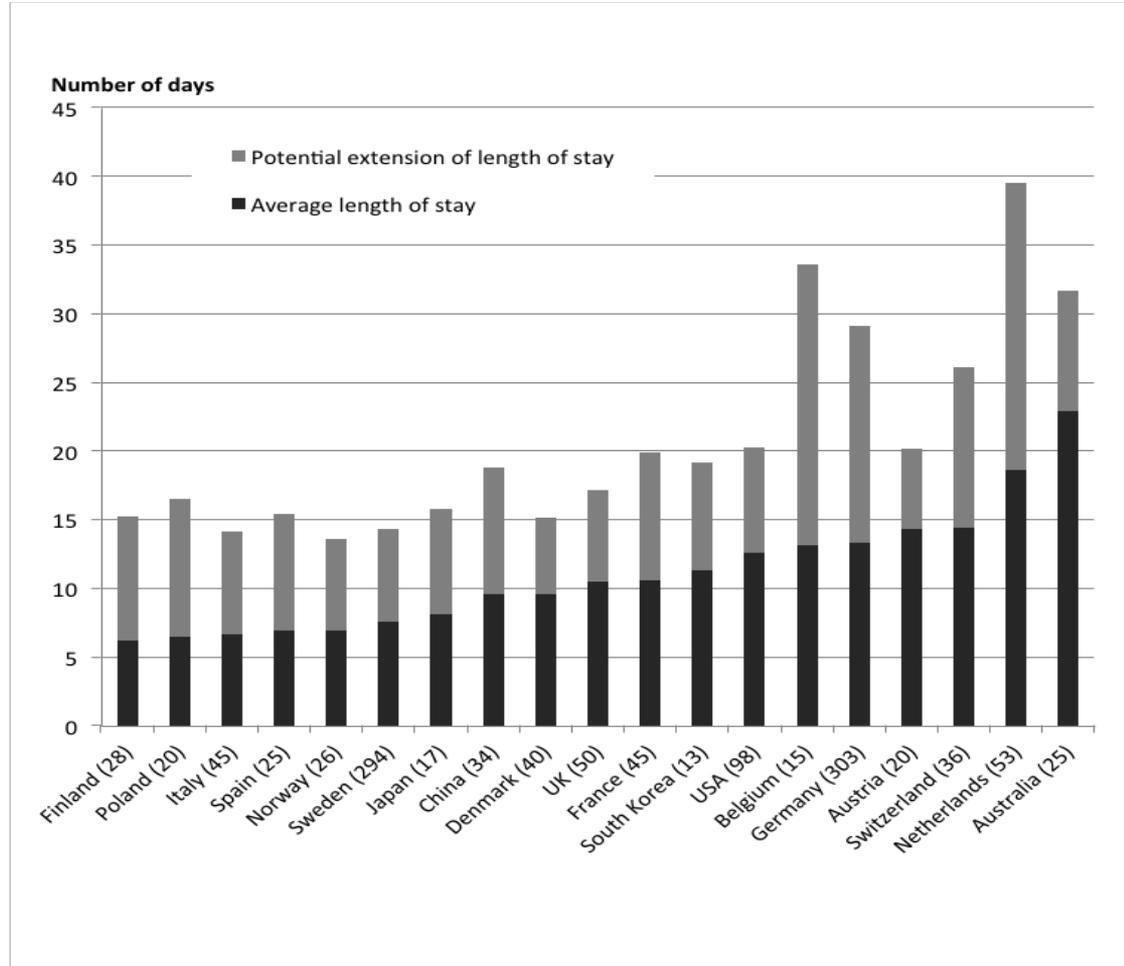


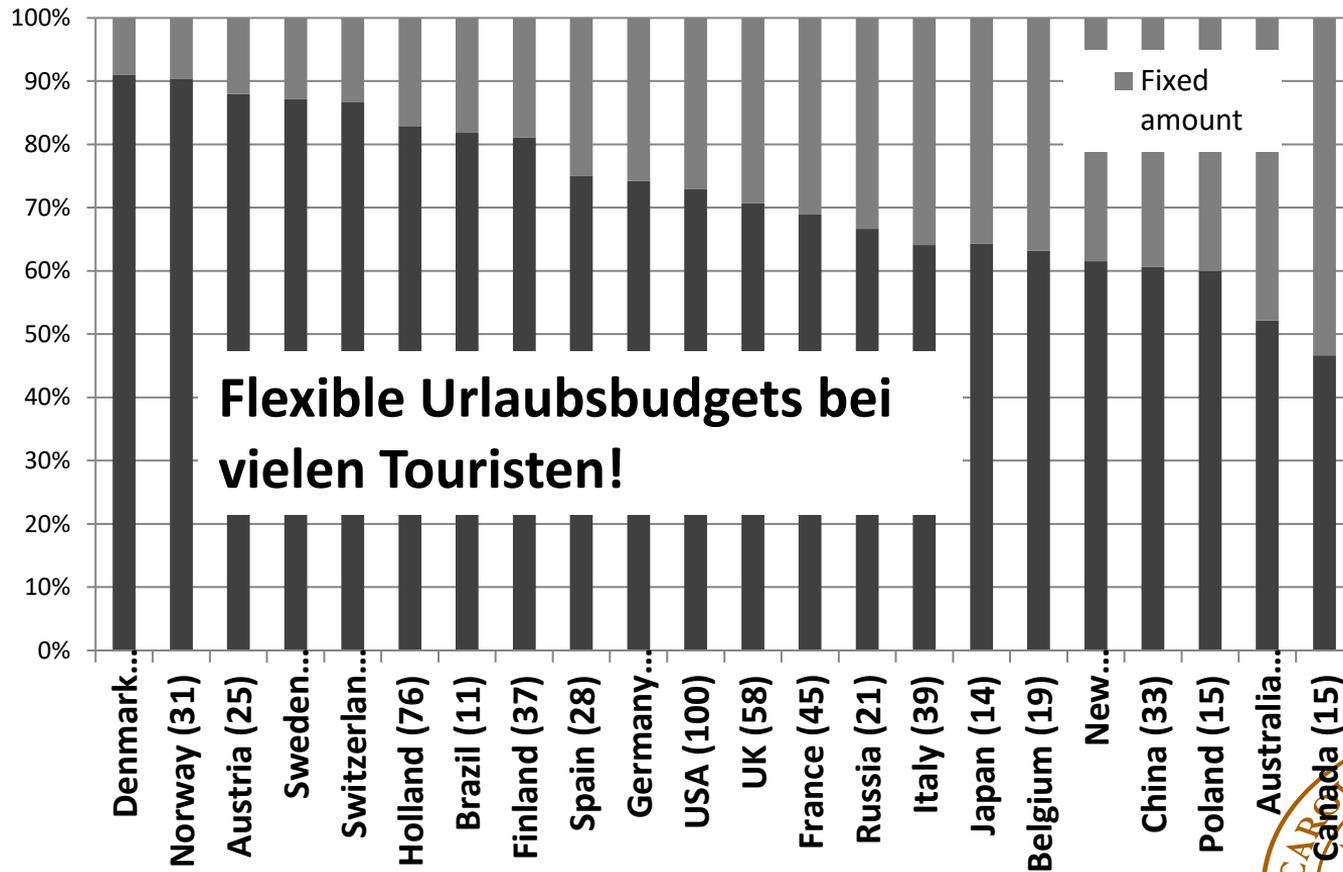
Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2018). Global trends in length of stay: implications for destination management and climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(12), 2087-2101.



Nächtigungen verlängern? Prinzipiell möglich!

Gössling, S., Ring, A., Dwyer, L.,
Andersson, A.-C. and C.M. Hall. 2015.
Optimizing or maximizing? A challenge
to sustainable tourism. Journal of
Sustainable
Tourism, <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2015.1085869>





Trinkgelder

+

	FR	GE	NL	NO	SP	SE	CH
N	168	300	299	300	300	285	127
Age	38.94 (15.30)	46.41 (16.55)	36.01 (12.80)	31.67 (11.58)	38.58 (12.53)	40.79 (12.90)	35.21 (12.12)
Gender (1= males)	48.8%	54%	61.9%	44%	48.7%	51.2%	58.3%
Salary	3.16 (1.26)	3.37 (1.37)	2.87 (1.03)	2.82 (1.28)	3.24 (1.42)	3.71 (1.12)	3.46 (1.33)
Restaurant exp.	30.5%	22.3%	32.8%	25.7%	27.7%	15.4%	37%
Frequency_restaurant	2.77 (1.30)	2.88 (1.02)	2.01 (.77)	2.85 (1.14)	2.88 (1.22)	2.27 (1.02)	3.06 (1.21)
Regular customer	53% ¹	59.7%	37.1%	59.7%	61.7%	29.8%	62.2%
Food quality	2.98 (1.00)	3.06 (.88)	3.73 (.94)	3.21 (.95)	2.88 (.94)	3.27 (.92)	3.00 (1.05)
Service quality	2.98 (.98)	3.03 (.96)	3.09 (.77)	2.71 (.94)	2.89 (1.03)	3.20 (1.06)	2.70 (.99)
Price fairness	2.69 (.96)	2.79 (.96)	2.45 (.56)	2.05 (.72)	2.60 (.89)	2.63 (.86)	2.51 (1.01)
Overall satisfaction	3.67 (.81)	4.20 (.80)	4.17 (.60)	3.14 (.85)	3.46 (.75)	3.55 (.71)	3.61 (.78)
Number guests	2.85 (.46)	2.65 (1.44)	3.42 (1.40)	3.02 (1.66)	3.63 (1.87)	3.17 (1.49)	2.55 (1.26)
Payment by cash only	15%	87.3%	49.8%	6.7%	54.7%	7.4%	38.6%
Split bill	42.9%	33.3%	50.5%	80.3%	0%	40.4%	26.8%
Bill size	56.02 (38.92)	37.55 (44.95)	25.41 (19.82)	660.72 (1998.55)	76.06 (81.19)	658.28 (447.33)	72.88 (68.99)
Tip size	1.08 (2.11)	2.82 (3.46)	1.18 (1.46)	30.62 (158.54)	1.72 (3.00)	59.64 (60.45)	2.41 (2.62)
Tip percentage	2.20 (4.84)	7.85 (3.68)	5.22 (6.97)	1.36 (3.80)	2.43 (2.60)	8.38 (5.58)	3.50 (3.61)
Tip in cash	39%	91.3%	72.9%	24.5%	100%	24.2%	50.4%
Frequency tip	3.09 (1.22)	4.80 (.48)	3.04 (.94)	2.29 (1.00)	3.28 (1.09)	3.30 (1.16)	3.89 (1.09)



Welche Touristen? Beispiel Norwegen

Table 3. Markets identified as suitable for the marketing of activities.

Segment for marketing	Price perception ^a	Net income (€) ^b	Length of stay ^c	Activities, # per day ^d	Spending per day (€) ^e	Activity intention ^f
AirBnB	8.77	49,183	8.60	0.62	126	5.32
Asia	8.49	104,687	8.07	0.53	192	4.61
USA	8.55	120,517	8.61	0.59	214	3.94
Italy	8.58	83,767	10.21	0.43	161	4.63
The Netherlands	8.78	40,974	15.20	0.28	154	2.94
<i>Survey average</i>	<i>8.73</i>	<i>58,942</i>	<i>11.00</i>	<i>0.44</i>	<i>139</i>	<i>3.95</i>

Note: a: measured on a scale 1–10, where 1 is very cheap and 10 is very expensive; b: Annual net income. c: Number of days in Norway. d: Number of activities per day. e: Total spending per day and person; f: number of activities considered attractive for participation.





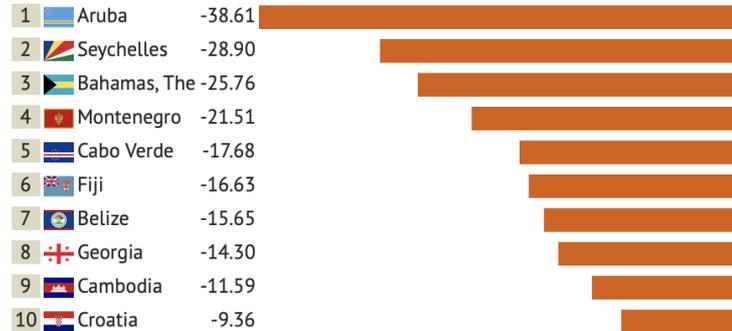
STARBUCKS®



Lektionen aus der Pandemie

GDP Loss Due to Global Tourism Crisis, 2020

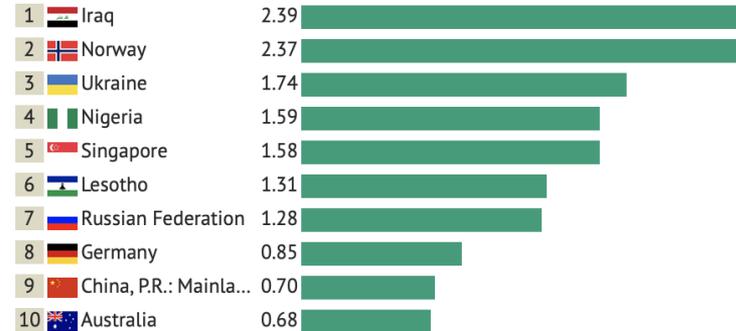
Change in Net Trade in Travel Services, % of GDP



Source: IMF; Knoema

GDP Growth Due to Global Tourism Crisis, 2020

Change in Net Trade in Travel Services, % of GDP



Source: IMF; Knoema

<https://knoema.com/infographics/dbjbscc/international-tourism-in-2020-thirty-winners-and-seventy-losers>

Abhängigkeit von Destinationen steigt mit dem Grad des Incoming Tourism, Verluste entstehen vor allem durch Tourismusexporte.



Wie können Destinationen Gewinner des Klimawandels werden?

- Das alte Volumenwachstumsmodell birgt wachsende Risiken und ist auf Subventionen angewiesen;
- Die Kernproblematik ist der Flugverkehr, Nahmärkte sollten präferiert werden;
- Anreisen mit dem Auto sind vergleichsweise unproblematisch, wenn auch ein Umstieg auf die Bahn aus anderen Gründen wünschenswert ist;
- Der Beherbergungssektor kann 80% der Emissionen vermeiden, indem er zum Heizen keine Ölprodukte mehr verwendet und grünen Strom bezieht;
- Jeder Betrieb sollte beginnen, Emissionen zu messen, um Ineffizienzen zu analysieren und Kosten zu sparen;
- Es gibt zahllose Möglichkeiten, Einnahmen zu erhöhen und Destinationsverluste zu reduzieren;
- Stabilität liegt in der Innovation, nicht im Beharren auf alten Strukturen.

