

ReThinking Tourism:

wir können auch anders!

#gemeinwohl #zukunft #lebensraum

08.11.2023



Darf ich mich vorstellen? Florian Bauhuber

Geschäftsführer, Mentor &
Change Maker von Realizing Progress

Hi!

Leidenschaft: Marke & Positionierung,
Zielgruppe & Design Thinking

Themen: Digitalisierung & Nachhaltigkeit

Perspektive: Gemeinwohl und lebenswerte
Lebensräume

Werte: Neugier, Offenheit & Verlässlichkeit



florian@realizingprogress.com
+49 160 99189560

Ein Netzwerk voller Enthusiast*innen

16 Expert*innen

16 Standorte

Persönlicher Habitus und
gemeinsame Werte relevant

Individuelle Schwerpunkte,
Themen und Kompetenzen



Ein Netzwerk voller Enthusiast*innen

16 Netzwerkpartner*innen

16 Standorte

Persönlicher Habitus und
gemeinsame Werte relevant

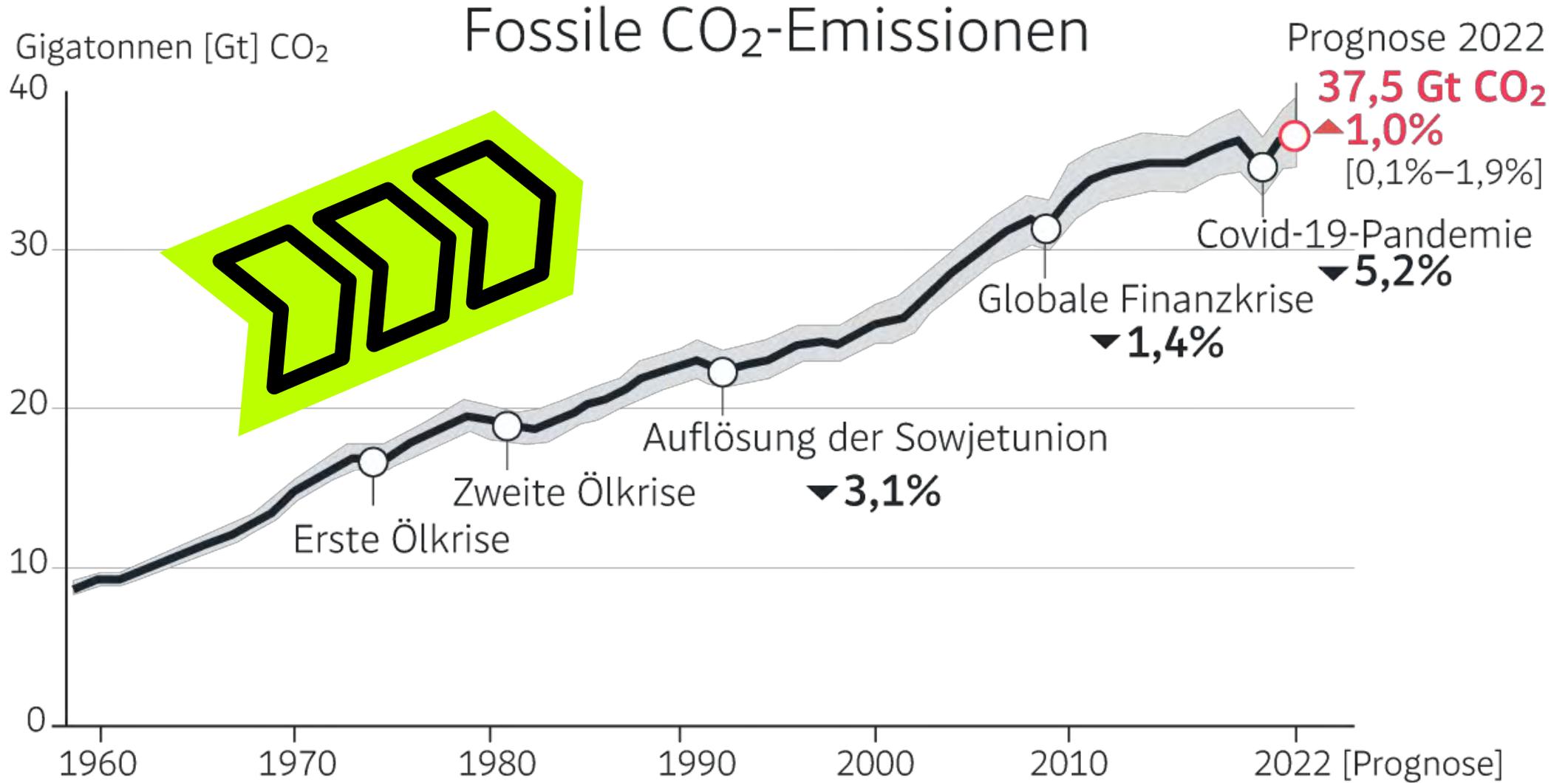
Individuelle Schwerpunkte
und Kompetenzen

Hi!





Unsere Lebensräume sind bedroht...



Regulativ
handelt
nicht, wie es
müsste!



Global greenhouse gas emissions and warming scenarios



- Each pathway comes with uncertainty, marked by the shading from low to high emissions under each scenario.
- Warming refers to the expected global temperature rise by 2100, relative to pre-industrial temperatures.

Annual global greenhouse gas emissions
in gigatonnes of carbon dioxide-equivalents

150 Gt

100 Gt

50 Gt

Greenhouse gas emissions
up to the present

0

1990 2000 2010 2020 2030 2040 2050 2060 2070 2080 2090 2100

No climate policies

4.1 – 4.8 °C

→ expected emissions in a baseline scenario if countries had not implemented climate reduction policies.

Current policies

2.7 – 3.1 °C

→ emissions with current climate policies in place result in warming of 2.7 to 3.1°C by 2100.

Pledges & targets (2.4 °C)

→ emissions if all countries delivered on reduction pledges result in warming of 2.4°C by 2100.

2°C pathways

1.5°C pathways

Und alles läuft viel
schneller ab als
gedacht...



tagesschau

Sendung verpasst? 



[Startseite](#) ▶ [Wissen](#) ▶ [Klima & Umwelt](#) ▶ [Studie: Erderwärmung auf 1,5 Grad könnte schneller kommen als angenommen](#)

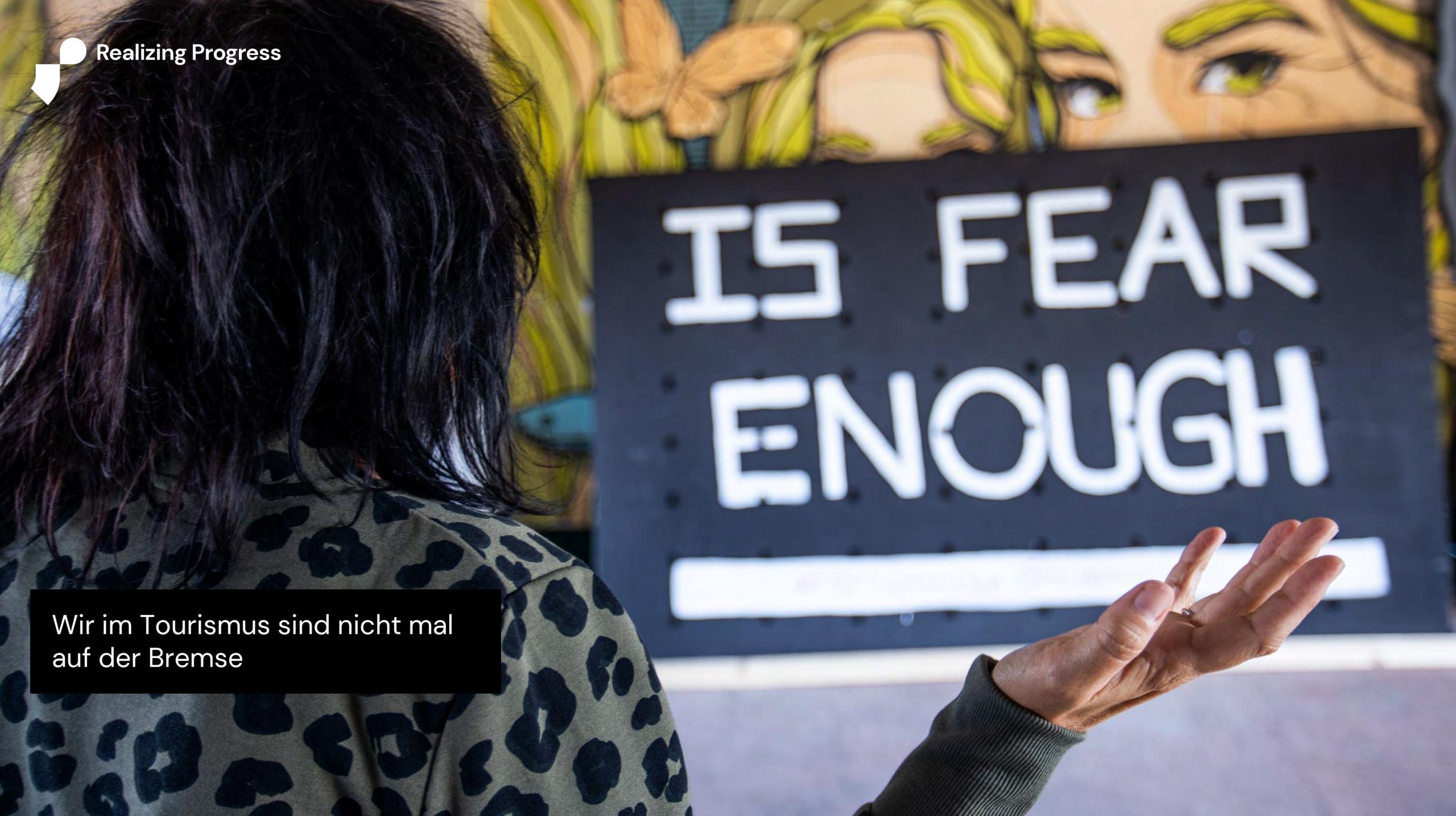


Neue Studie

Noch weniger Zeit für 1,5-Grad-Klimaziel?

Stand: 30.10.2023 18:01 Uhr

Wie viel Zeit hat die Menschheit noch, um das 1,5-Grad-Ziel des Klimaabkommens zu erreichen? Eine neue Studie kommt zu dem Schluss, dass das CO₂-Budget schneller aufgebraucht sein könnte als bislang berechnet.



IS FEAR
ENOUGH

Wir im Tourismus sind nicht mal
auf der Bremse

Wir sind mehr als ein
Teil des Problems.



ABO SHOP AKADEMIE JOBS MEHR ▾ E-PAPER AUDIO APPS ARCHIV MERKLISTE  ANMELDEN

ZEIT  ONLINE

Suche 

Politik **Gesellschaft** Wirtschaft Kultur ▾ Wissen Gesundheit ▾ Digital Campus ▾ Sinn Arbeit ZEITmagazin ▾ mehr ▾ 

Klima

Tourismus für acht Prozent des Treibhausgasausstoßes verantwortlich

Reisen verursacht mehr schädliche Emissionen als bisher bekannt, wie eine Studie zeigt. Die Forscher fügen ihren Erkenntnissen eine Warnung hinzu.

8. Mai 2018, 4:26 Uhr / Quelle: ZEIT ONLINE, dpa, dsc / [322 Kommentare](#) / 

Auf dem Weg zur Zigarette des 21. Jahrhunderts...



tagesschau

Sendung verpasst? 



[Startseite](#) ▶ [Wirtschaft](#) ▶ [Rekordzahl an Flügen trotz steigender Preise](#)



HINTERGRUND Weltweiter Luftverkehr

Rekordzahl an Flügen trotz steigender Preise

Stand: 13.07.2023 05:49 Uhr

Weder Klima-Skrupel noch gestiegene Preise können die Reiselust der Menschen bremsen. Viele scheinen nach Corona etwas nachholen zu wollen. Die Folge: Der Himmel ist so voll wie nie zuvor.



Was heißt es, wenn es so weitergeht...

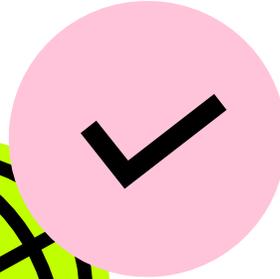


Wir zerstören unsere Lebensgrundlage vor allem im Tourismus

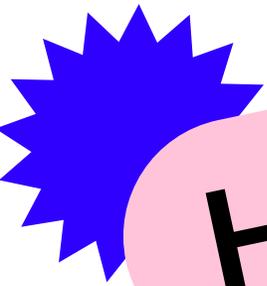
Moin

Moin

Serv



Ein paar Meta- Thesen zur Zukunft



Hi!



no

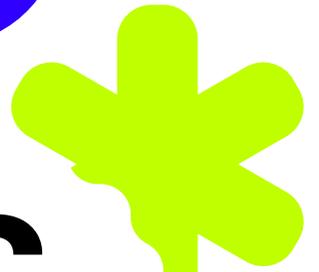
ervus



neu

ok

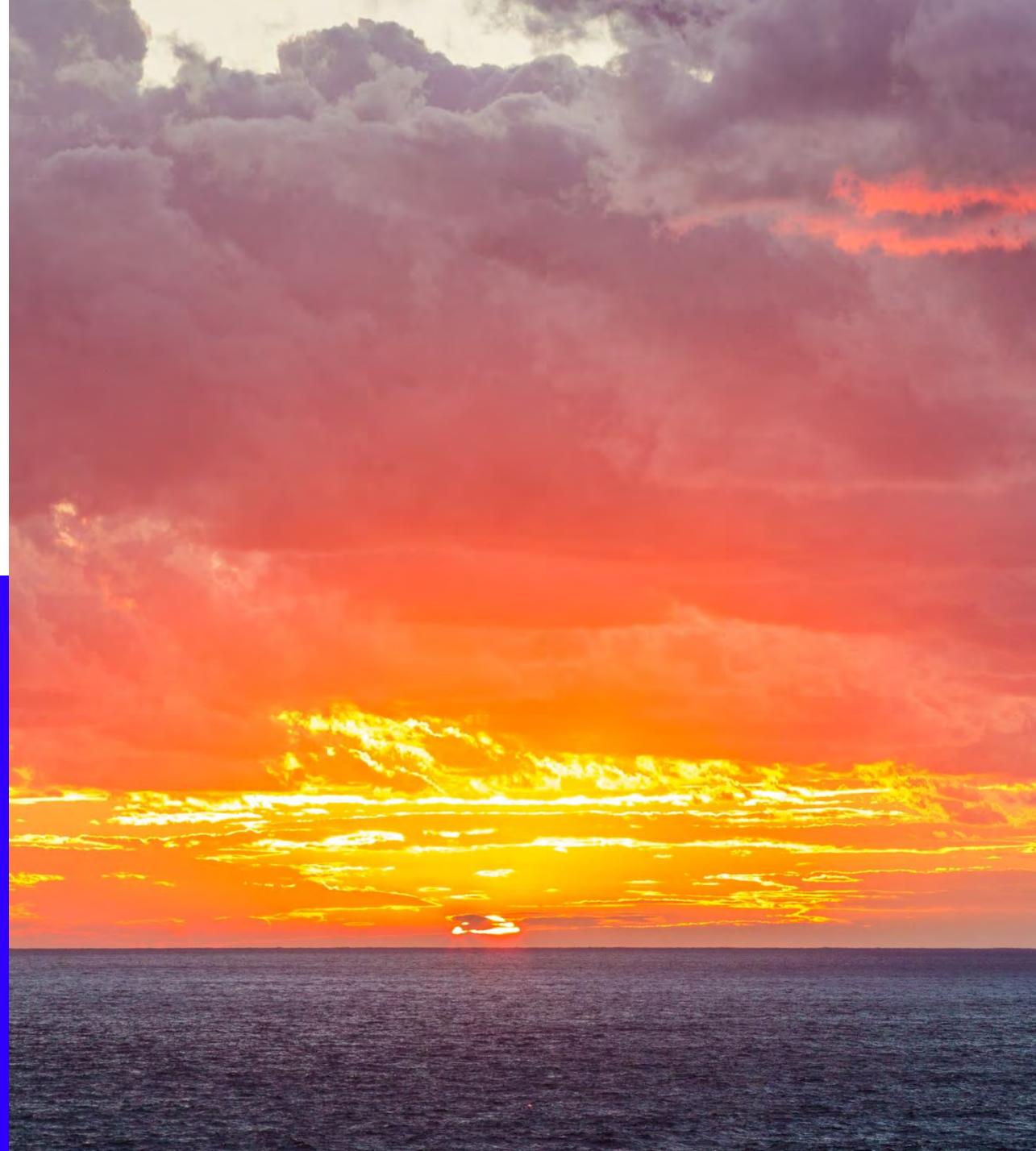
ciac



Veränderung der Reiseströme (Sommer)

Städte & Mittelmeer werden zu heiß:
v.a. in der „Hauptferienzeit“

- Top-Destinationen werden nicht mehr erstrebenswerte Ziele für den Sommer sein.
- Nord & Ostsee-Anrainer werden die mittelfristigen Gewinner sein
- Auch alpine Gebiete werden mittelfristig im Sommer profitieren



Veränderung der Reisesströme (Winter)

Der klassische schneeorientierte Wintertourismus wird sich radikal transformieren (müssen)

- 100-Tage Rentabilitätsgrenzen für Skigebiete wird nur noch von wenigen Skigebieten in besonderen Gunstlagen erfüllt werden können.
- Skiurlaub wird zum zeitlich begrenzten und finanziellen Luxusgut.
- Alternative Winterurlaube werden attraktiver.



Regulativ wird eingreifen müssen, irgendwann.

Airlines sind nicht auf den regulativen Eingriff vorbereitet, Innovationen sind nicht verfügbar.

- Keine klimaneutralen Flüge in absehbarer Zeit verfügbar
- Flüge werden massiv teurer oder gar komplett verboten (für bestimmte Strecken)
- Massentourismus wird keine „billigen“ Flüge mehr erhalten

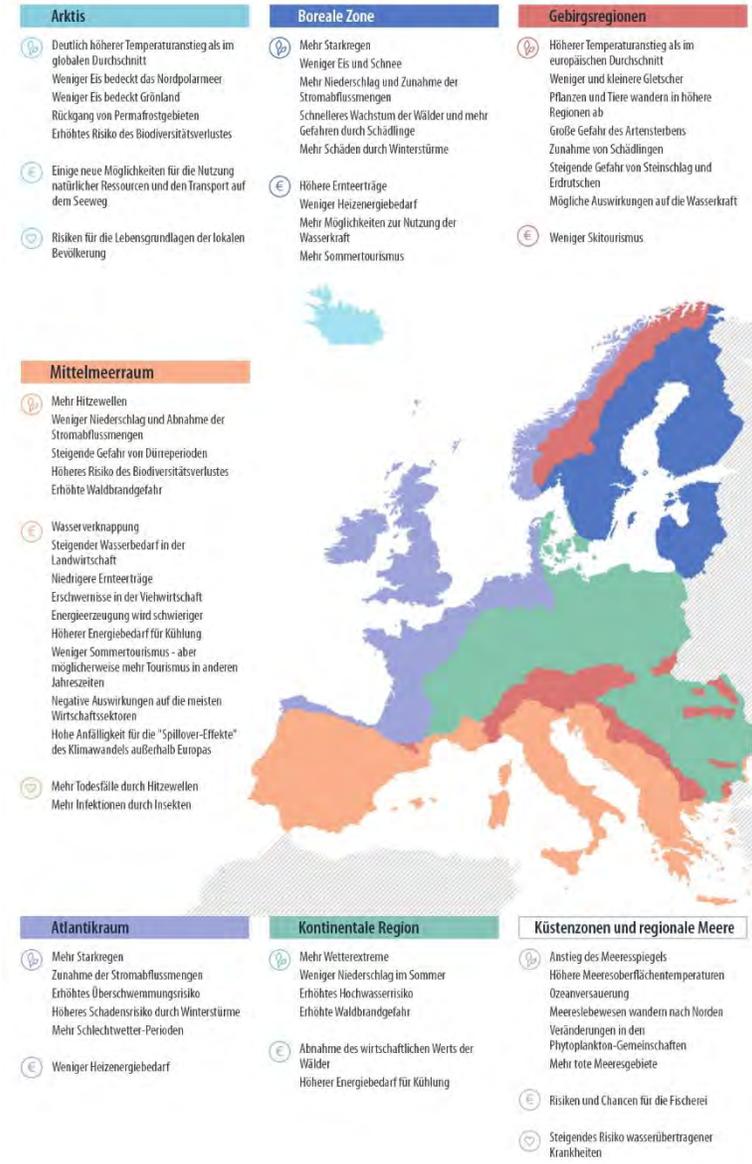


Treiber wird die EU sein!

Und die EU wird auch noch konsequentere Entscheidungen von den Mitgliedsländern einfordern. Der Green Deal und die CSR-Direktive der EU werden sein übriges tun.

Bis 2050 soll Europa klimaneutral sein.

AUSWIRKUNGEN DES KLIMAWANDELS IN EUROPA



Globale Reisesströme werden massiv gestört und verändert.

Lokal, regional, erdgebunden wird die neue Reiserealität

- Keine klimaneutralen Flüge in absehbarer Zeit verfügbar
- Flüge werden massiv teurer oder gar komplett verboten (für bestimmte Strecken)
- Massentourismus wird keine „billigen“ Flüge mehr erhalten



Moin

Moin

Serv

Was heißt das
für Niedersachsen?

@

Hi!

!

no

ervus

?

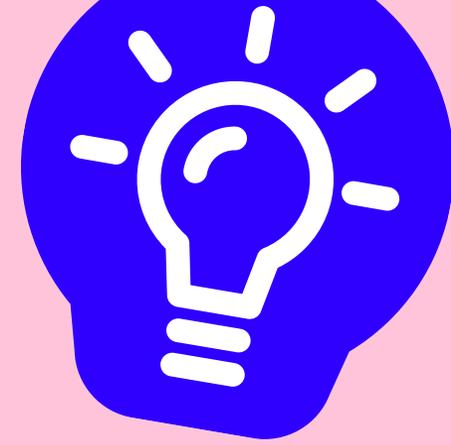
neu

ok

Ciac

&

*



„Insgesamt entstehen durch den Klimawandel für den niedersächsischen Tourismus deutlich mehr Risiken als Chancen.“

Klimawandel anpacken – Anpassungsstrategien für den
Tourismus in Niedersachsen

Management Summary

Die wichtigsten Projektergebnisse
auf einen Blick

Aus ökologischer Perspektive ist
das richtig, aber...



Die Nachfrage wird steigen!
(ökonomische Perspektive)

Aber: Viele Regionen werden nicht mehr vom Tourismus leben können & wollen

Migration, neue Disparitäten und massive soziale Verwerfungen werden folgen.

- Neue Überforderungen und Aufstände der Bereisten – auch in Niedersachsen.
- Crowding und Overtourism-Effekte werden früher oder später Einzug halten.
- Fokus auf Individualgäste und hochwertige Zielgruppen



Die Tourismus- akzeptanz wird auf die Probe gestellt... (soziale Perspektive)

Wenn die Tourismusintensität steigt und dadurch die klassischen „sozialen Herausforderungen“ des Tourismus zu Tage treten.

Startseite > Mecklenburg-Vorpommern > Studie: Akzeptanz für Tourismus in MV sinkt

Studie zum Fremdenverkehr

Genervt vom Gäste-Ansturm: Akzeptanz für Tourismus in MV schwindet



Artikel anhören • 2 Minuten

Vor allem in der Saison spüren die Menschen in Mecklenburg-Vorpommern, dass sie dort leben, wo andere gerne Urlaub machen. Wie stehen die Menschen im Nordosten zu den Besuchern? Eine aktuelle Studie gibt Einblicke.

MEHR AUS MECKLENBURG-VORPOMMERN

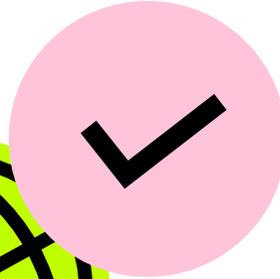
- Feuer gelöscht
650 000 Euro Schaden bei Lkw-Brand nahe Wittenburg: A 24 in Richtung Berlin vorerst wieder freigegeben
- „Gehe lieber in den Knast“
+ 85 Euro für fünf Minuten: Rostocker Straßenmusiker soll Bußgeld zahlen – und weigert sich
- Politisches Jubiläum
Empfang in Schwerin: SPD feiert 25 Jahre Regierungsverantwortung
- Newsletter „Freizeit in MV“
Später Herbst in MV: Licht ins Dunkel bringen
- Erwerbslosenzahl stagniert
Arbeitsmarkt MV: Die erwartete Herbstbelegung ist ausgeblieben

RINASCENTE

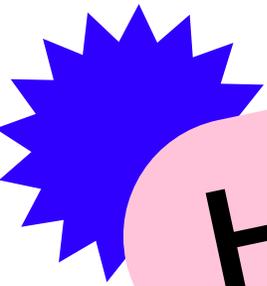
Moin

Moin

Serv



Das ist keine Frage
von Generationen...



Hi!



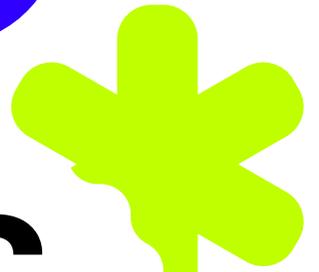
no

ervus



ok

ciac



neu





Wenn wir nicht in den nächsten paar Jahren umsteuern...

Und alles läuft viel schneller ab als gedacht...

 *Made for minds.* [IM FOKUS](#) [Krieg in Nahost](#) [Aufarbeitung der deutschen Kolonialgeschichte](#) [Krieg in der Ukraine](#) ▶ [Neueste Videos](#)

POLITIK | GRIECHENLAND

Griechenland: Schlimmster Waldbrand in der Geschichte der EU

Florian Schmitz aus Nordgriechenland
29.08.2023

Das Großfeuer in Nordgriechenland hat eine Schneise der Zerstörung hinterlassen. Naturschutzgebiete sind verbrannt, Lebensgrundlagen vernichtet. Viele Menschen vor Ort machen Geflüchtete für das Unglück verantwortlich.

[f](#) [X](#) [v](#)



77.000 Hektar Wald-, Natur- und Nutzfläche sind am Evros innerhalb weniger Tage verbrannt Bild: Florian Schmitz/DW



Werden die Enkel keine lebenswerte Zukunft mehr haben...

Moin

Moin

Serv

Wir brauchen ein
enkeltaugliches
Wirtschaftssystem.

@

!

no

ervus

?

neu

ok

ciac

&

*

Moin

Moin Serv

Wir brauchen einen
enkeltauglichen
Tourismus!

@

Hi!

!

ervus

?

neu

ok

*

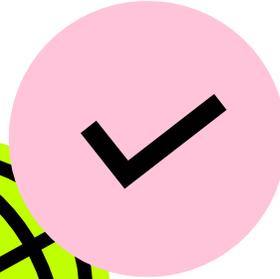
&

ciac

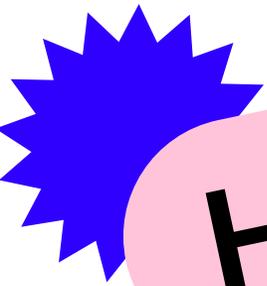
Moin

Moin

Serv



Verrückt, ja auch
in Niedersachsen!



Hi!



no

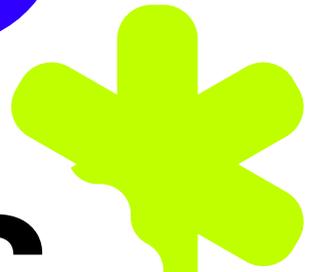
ervus



neu

ok

ciac



MITHALFENDE BANK!

Ja, dafür gibt es eine Lösung.

Die Gemeinwohl-Ökonomie als Lösungsstrategie!



**WIRTSCHAFT
NEU DENKEN**

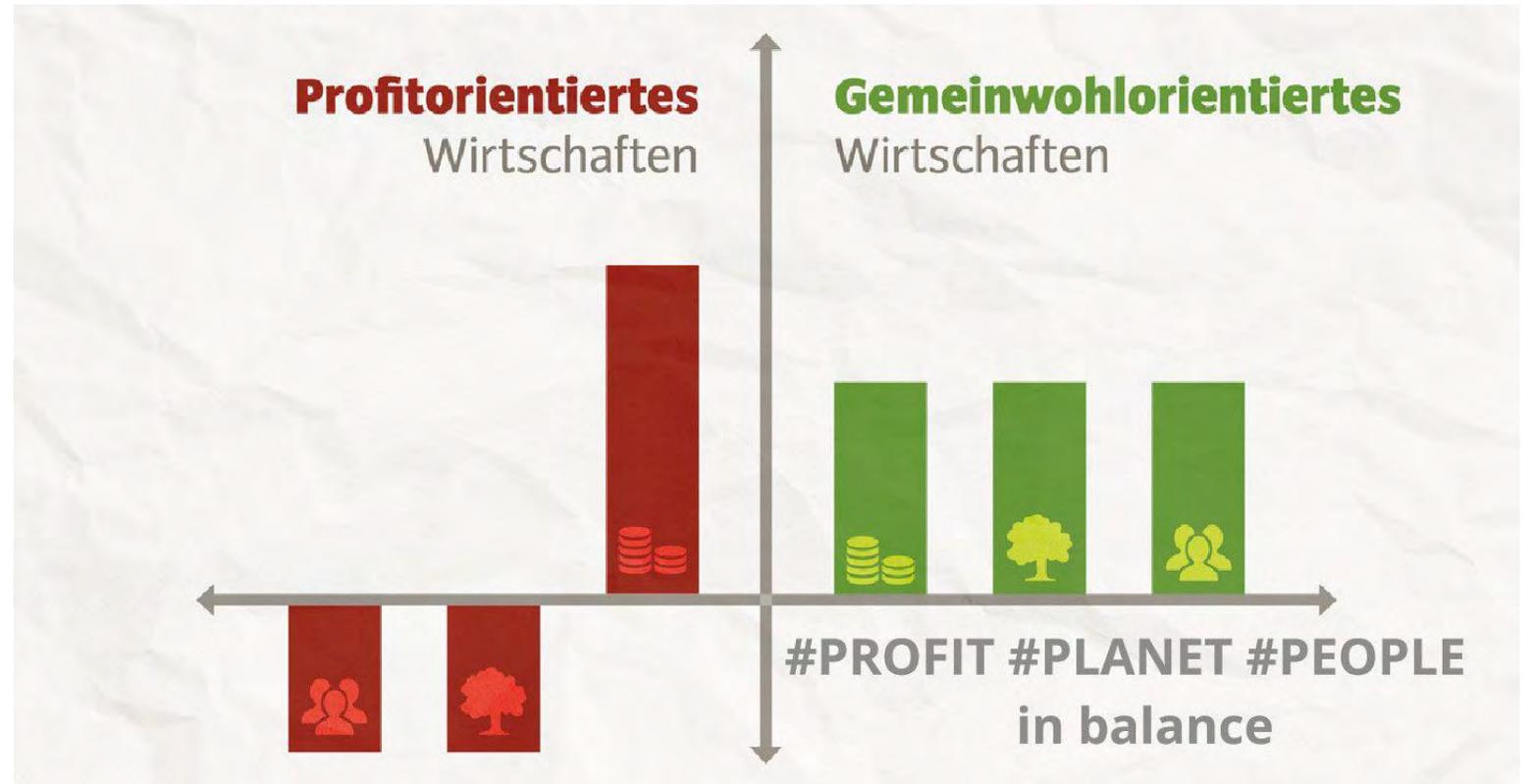
Eine ethische Wirtschaft ist möglich

Servus

Nicht alles was aus Österreich
kommt ist schlecht...

Die Gemeinwohl- Ökonomie als Lösungsstrategie!

Ein Umbau der nachhaltig
funktioniert – sozial,
ökologisch und ökonomisch.



GEMEINWOHL-MATRIX 5.0

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

	Menschenwürde	Solidarität und Gerechtigkeit	ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz und Mitentscheidung
Lieferant*innen	Menschenwürde in der Zulieferkette A1 	Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette A2 	Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette A3 	Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette A4 
Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln B1 	Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln B2 	Sozialökologische Investitionen und Mittelverwendung B3 	Eigentum und Mitentscheidung B4 
Mitarbeitende	Menschenwürde am Arbeitsplatz C1 	Ausgestaltung der Arbeitsverträge C2 	Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden C3 	Innerbetriebliche Transparenz und Mitentscheidung C4 
Kund*innen und Mitunternehmen	Ethische Kund*innenbeziehungen D1 	Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen D2 	Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen D3 	Mitwirkung der Kund*innen und Produkttransparenz D4 
Gesellschaftliches Umfeld	Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen E1 	Beitrag zum Gemeinwesen E2 	Reduktion ökologischer Auswirkungen E3 	Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung E4 



Mit einer Gemeinwohl- Bilanzierung zum nachhaltigen Erfolg

Geld oder Gemeinwohl – oder doch beides?
Kann der Fokus eines Unternehmens
gleichzeitig auf Wirtschaft, Innovation und
dem Wohl der Allgemeinheit liegen, ohne
dass es dabei Gewinnverluste verzeichnet?
Wie funktioniert das?

Genau damit beschäftigt sich die
Gemeinwohl-Ökonomie.

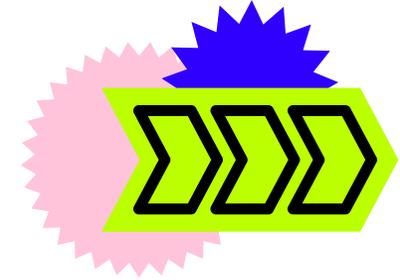


GEMEINWOHL
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

ARBEITSBUCH ZUR
**GEMEINWOHL-
BILANZ 5.0**
KOMPAKT

Herausgeber: Matrix-Entwicklungsteam

Gemeinwohl-Bewegung



4.590
Mitglieder

1.078
Unternehmen

171
Regionalgruppen

44
Kommunen

35
Länder



Pioniere im Tourismus sind
vorhanden....

WEIL ES NICHT NUR UM GEWINN GEHT

Vermutlich lassen sie sich an den Fingern einer Hand abzählen – die italienischen Hotels, die eine Bilanz der Gemeinwohl-Ökonomie aufstellen. Hotels mit einer alternativen Unternehmenskultur also, deren wesentlichen Ziele nicht Gewinn und Wettbewerb lauten, sondern Gemeinwohl und Kooperation. Wenn ein Unternehmen nicht nur eine Gewinn-, sondern auch eine Gemeinwohlbilanz aufstellt, heißt das, dass für die Unternehmensführung auch Kriterien wie soziale Verantwortung, Nachhaltigkeit, demokratische Mitbestimmung und Unternehmenssolidarität bewertet werden. Unser Hotel stellt seit 2012 eine solche Wirtschaftsbilanz auf, anhand von Parametren, die sich auf Kernwerte beziehen wie etwa das Positive, das unser Unternehmen für die Gemeinschaft leistet, oder die Auswirkungen unseres Wirtschaftens auf die Umwelt. Wir erheben die Gehaltsunterschiede innerhalb des Betriebs, quantifizieren die Umwelteffekte von Produkten und Aktivitäten, kalkulieren auch das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen und wie sie in das Unternehmen eingebunden sind. Die Gemeinwohlbilanz ersetzt die Gewinnbilanz nicht, aber sie ergänzt sie.

Moin

Moin

Serv

auch auf
Destinationsebene!



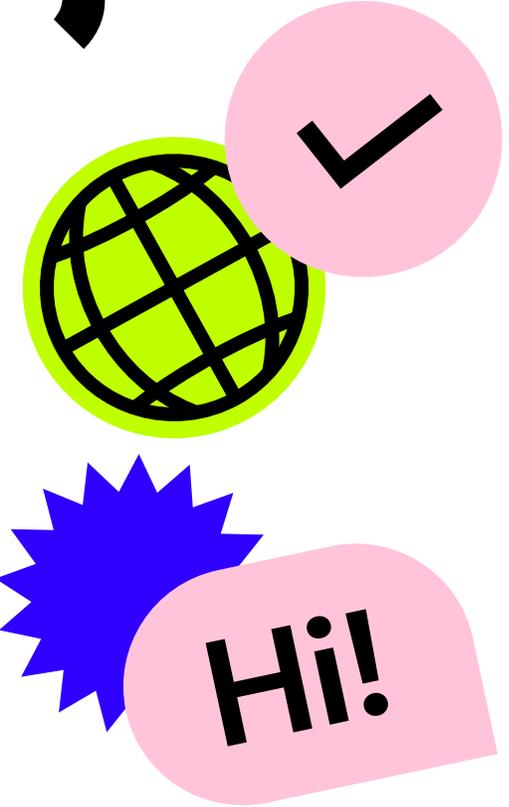
ervus



neu

ok

Ciao



Die Matrix für nachhaltige Destinations- entwicklung



Die Matrix für DMOs / Regionen

Hinweis: Erstellt im Auftrag der Bayern Tourismus Marketing GmbH von Realizing Progress. Basis: Gemeinwohl-Matrix 5.0 für Unternehmen und Gemeinwohl-Matrix 2.0 für Gemeinden von der Gemeinwohl-Ökonomie-Bewegung (#GWÖ, ecogood.org). Dieses Werk ist unter einer Creative-Commons-Lizenz vom Typ Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International zugänglich. Um eine Kopie dieser Lizenz einzusehen, konsultieren Sie <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> oder wenden Sie sich brieflich an Creative Commons, Postfach 1866, Mountain View, California, 94042, USA.

	 Menschenwürde	 Solidarität und Gerechtigkeit	 Ökologische Nachhaltigkeit	 Transparenz und Mitentscheidung
Touristische Leistungsträger*innen und regionale Wirtschaft <small>Ausgelagerte, selbstständige Betriebe, Lieferant*innen, Dienstleister*innen wie Hotels, Bergbahnen, Bäcker*innen, Schreinereien</small>	A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteur*innen, die Vision und Werte teilen. Fairness in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verantwortung bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteur*innen untereinander
Eigentümer*innen, Entscheidungsgremien und Finanzpartner*innen <small>(Kommunal-)Politik, Fördermittelgeber*innen, weitere Geldgeber*innen, Ministerien</small>	B1 Ethisches Finanzverhalten – Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit im Finanzgebaren. Wertschätzung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsgremien und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzstrukturen
Mitarbeiter*innen <small>Angestellte und Ehrenamtliche</small>	C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenwürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
Zielgruppen und Bevölkerung <small>Gäste und Einheimische</small>	D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Öffentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
Enkel und Nachbarn <small>Nachbardestinationen, künftige Generationen und Natur</small>	E1 Förderung der Menschenwürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen und Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handlungen zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld – auch im Sinne zukünftiger Generationen

Moin

Moin Serv

Das Werkzeug ist da.
Zeit es zu nutzen.

@

Hi!

!

ervus

?

neu

ok

*

&

ciac

ReThinking Tourism:

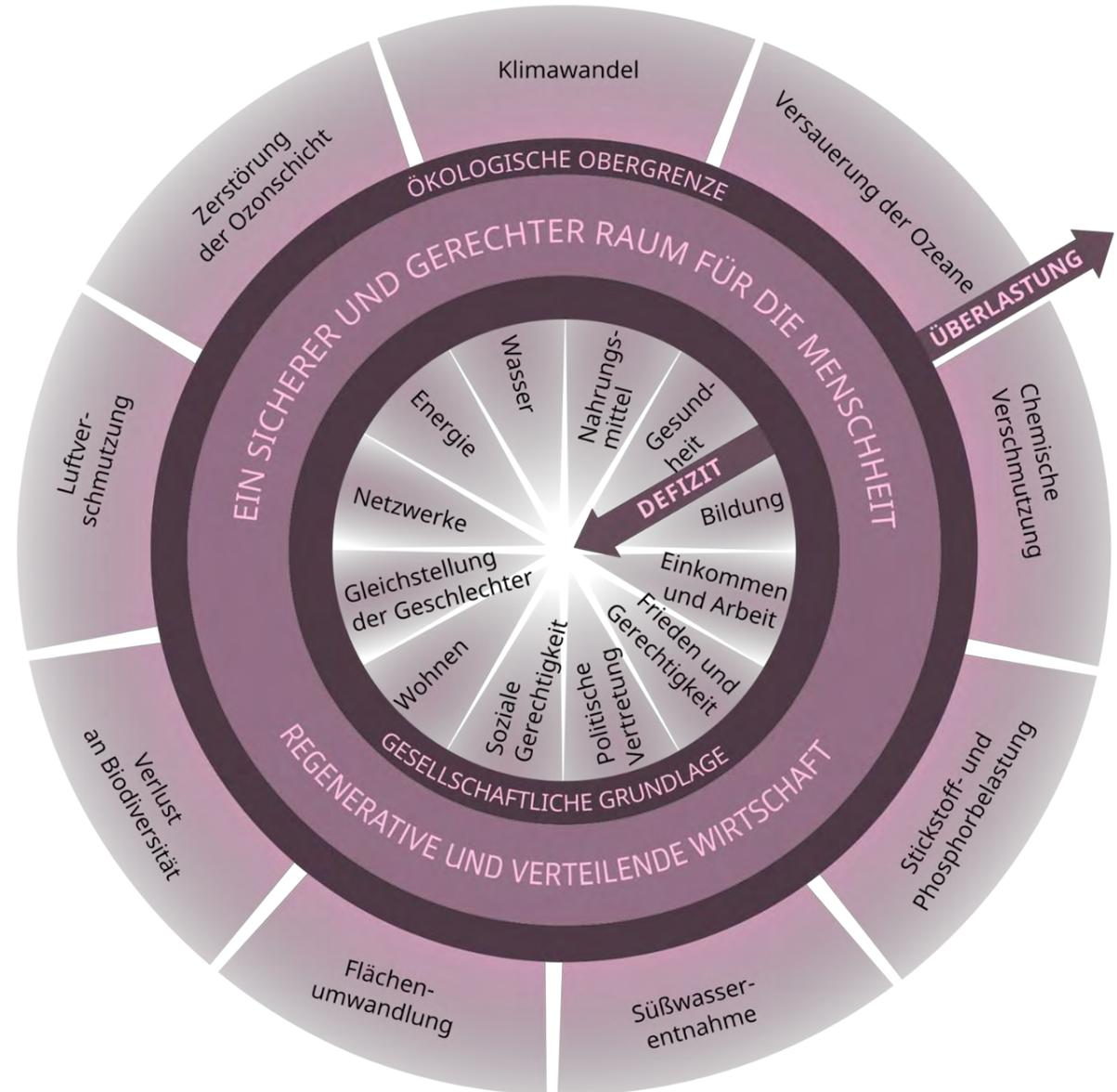
wir **können** auch anders!

#gemeinwohl #zukunft #lebensraum

08.11.2023



Der Raum für unser Handeln wird immer kleiner!



ReThinking Tourism:

wir **müssen** anders!

#gemeinwohl #zukunft #lebensraum

08.11.2023

