

Grüner Alltag, grüner Urlaub?

**Zusammenhänge zwischen nachhaltigem
Konsum und (Nah-)Tourismus**

**Eine Studie der
NaturFreunde NRW**

NaturFreunde
Nordrhein - Westfalen



Impressum

© **NaturFreunde NRW e.V., Düsseldorf**

März 2026

Herausgeber:

NaturFreunde NRW e.V.
Albertstraße 78, 40233 Düsseldorf
www.naturfreunde-nrw.de
www.nahtour-nrw.de

Autor*innen:

Dr.in Talin Kalatas
Adriana August
Renate Pfeifer
Matthias Möller
Christof Riegert

Zitationshinweis:

Kalatas, T., August, A., Pfeifer, R., Möller, M. & Riegert, C. (2026). Grüner Alltag, grüner Urlaub? Zusammenhänge zwischen nachhaltigem Konsum und (Nah-)Tourismus. NaturFreunde NRW (Hrsg.). Düsseldorf.

Layout und Bildnachweise:

Diese Broschüre wurde mithilfe von Canva Business (www.canva.com) erstellt.
Die Fotos und Abbildungen sind, falls nicht anders angegeben Eigentum des NaturFreunde NRW e.V. oder unterstehen den Nutzungslizenzen von Canva Business.

Fördermittelgeberin:

Diese Studie ist in Zusammenarbeit mit der Stiftung Umwelt und Entwicklung NRW entstanden.

Gefördert durch die



Grüner Alltag, grüner Urlaub?

**Zusammenhänge zwischen
nachhaltigem Konsum und
(Nah-)Tourismus**

Ein Wort vorweg

Liebe Leserinnen und Leser,
Liebe Naturbegeisterte,

Nachhaltiger Tourismus ist seit jeher Teil unseres Selbstverständnisses. Er ist für uns kein vorübergehender Trend, sondern Ausdruck einer Haltung, die Natur und Umwelt schützen, soziale Teilhabe ermöglichen und gesellschaftliche Verantwortung übernehmen will. Reisen, Erholung und Naturerleben sollen für alle Menschen zugänglich sein – unabhängig von Einkommen, Wohnort oder Mobilitätsmöglichkeiten.

Mit dem Projekt „NahTour“ wollten wir genauer hinschauen: Wie verstehen Menschen nachhaltigen Tourismus heute? Wie nachhaltig leben sie im Alltag? Und welche Rolle spielen Infrastruktur, soziale Bedingungen und politische Rahmenbedingungen für ihre Möglichkeiten, nachhaltig zu handeln? Die vorliegende Studie gibt darauf differenzierte Antworten und bestätigt vieles aus unserer praktischen Arbeit.

Die Ergebnisse zeigen deutlich: Viele Menschen sind bereit, nachhaltig zu leben und zu reisen. Sie treffen bewusste Entscheidungen, achten auf Natur und Umwelt, Ressourcen und klimafreundliche Mobilität. Doch ebenso klar wird, dass nachhaltiges Verhalten nicht allein eine Frage des guten Willens ist. Es scheitert dort, wo Busse nicht fahren, sichere Wege fehlen, regionale Angebote nicht erreichbar sind oder nachhaltige Alternativen teurer sind als klimaschädliche Pauschallösungen. Nachhaltigkeit ist somit auch eine Frage der sozialen Gerechtigkeit und politischen Gestaltung.

Diese Studie soll dazu beitragen, die Diskussion um nachhaltigen Tourismus zu versachlichen und zugleich zuzuspitzen. Es braucht verlässliche Mobilität, starke regionale Strukturen und politische Rahmenbedingungen, die nachhaltiges Handeln ermöglichen statt es zu erschweren.

Wir möchten, dass diese Auswertung als Argumentationshilfe, als Impuls und als Einladung verstanden wird – an Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft –, nachhaltigen Tourismus als Teil einer sozial-ökologischen Zukunft ernst zu nehmen und gemeinsam weiterzuentwickeln.

Herzliche Grüße und „Berg frei! Mensch frei! Welt frei!“,

Dr.in Talin Kalatas
Geschäftsführerin der NaturFreunde NRW e.V.



Inhalt

Ein Wort vorweg 5

In aller Kürze 9

1 Einleitung 13

2 Methodik 19

3 Nachhaltige Alltagspraktiken 27

4 Reiseverhalten und Urlaubspraxis 33

5 Quantitative Vertiefung und zentrale Hypothesen 43

6 Wer lebt in dieser Stichprobe am nachhaltigsten? 51

7 Was bedeuten die Ergebnisse? 53

8 Politische Forderungen & Handlungsempfehlungen 59

9 Zusammenfassung und Ausblick 67

Literatur 69

In aller Kürze

Bei der folgenden Studie handelt es sich um eine Mixed-Methods-Studie der NaturFreunde NRW (Online- und Offline-Erhebung, 2025 fortlaufend)

Diese Studie untersucht, wie Menschen nachhaltige Alltagspraktiken leben, welche Faktoren ihr Verhalten prägen und wie sie nachhaltigen bzw. sanften Tourismus verstehen. Grundlage ist eine umfangreiche Online-Befragung mit 126 verwendbaren Datensätzen sowie ein Offline-Forschungsbaustein: die NahTour-Erlebnissrucksäcke, mit denen an zehn Standorten in NRW Naturbeobachtungen durchgeführt werden. Die langfristigen Biodiversitätsdaten werden im kommenden Jahr ausgewertet.

Ziel der Studie ist es zu verstehen, welche Menschen besonders nachhaltig leben, welche sozialen und infrastrukturellen Bedingungen nachhaltiges Verhalten ermöglichen oder erschweren, und wie Alltagserfahrungen das Verständnis von nachhaltigem Tourismus formen.

Zentrale Ergebnisse



Nachhaltigkeit entsteht im Alltag – nicht erst im Urlaub

Die Untersuchung zeigt eindeutig: Menschen reisen so, wie sie leben. Wer im Alltag ÖPNV nutzt, wenig konsumiert, fleischarme Ernährung bevorzugt, repariert statt neu kauft und Natur regelmäßig erlebt, trifft dieselben Entscheidungen auch im Urlaub. Nachhaltiger Tourismus ist daher kein isoliertes Verhalten, sondern Ausdruck eines konsistenten Lebensstils.

Mobilität ist der wichtigste Einflussfaktor nachhaltigen Verhaltens

Die stärksten statistischen Zusammenhänge finden sich im Bereich Mobilität:

- ➔ Guter ÖPNV führt signifikant zu nachhaltigerem Reiseverhalten.
- ➔ Schlechter ÖPNV erzwingt Autoabhängigkeit – trotz hoher Motivation nachhaltig zu handeln.



- ➔ Menschen ohne Auto reisen bis zu neunmal häufiger regional, bei gutem ÖPNV sogar sechzehnmal häufiger.
- ➔ Mobilitätsinfrastruktur ist damit der zentrale Hebel von nachhaltigem Tourismus.



Nachhaltigkeit ist sozial ungleich verteilt

Die Studie zeigt deutliche Unterschiede nach Bildung, Einkommen, Geschlecht und Engagement:

- Höhere Bildung → differenziertes Nachhaltigkeitsverständnis
- Höheres Einkommen → stärkerer werte- und qualitätsorientierter Konsum
- Frauen → nachhaltigere Mobilität und Konsumstile; seltener Flugreisen
- Ehrenamtliche → die nachhaltigsten Personen der Stichprobe (hochsignifikant)

Nachhaltigkeit ist damit auch Ausdruck sozialen und kulturellen Kapitals.

Nachhaltiger Tourismus wird überwiegend ökologisch verstanden

In der qualitativen Analyse zeigen sich fünf zentrale Bedeutungscluster:

- Naturschutz
- Ressourcenschonung
- nachhaltige Mobilität
- Regionalität
- Entschleunigung



Dabei dominiert klar die ökologische Perspektive; soziale und kulturelle Dimensionen treten ergänzend auf.

Die „nachhaltigste Gruppe“ hat ein klares Profil

Die Personen mit den konsequentesten nachhaltigen Lebensstilen sind überwiegend: weiblich oder divers, gut gebildet, städtisch, ÖPNV-affin, vegetarisch/vegan oder fleischarm, konsumkritisch, naturverbunden und ehrenamtlich aktiv.

Sie leben Nachhaltigkeit als umfassende Haltung – nicht als Einzelmaßnahme.

Politische Maßnahmen müssen Strukturen verändern, nicht Individuen

Die größte Barriere für nachhaltiges Verhalten ist fehlende Infrastruktur. Die Studie zeigt deutlich: Nachhaltigkeit scheitert nicht am Willen der Menschen, sondern an den Rahmenbedingungen.

Daraus ergeben sich zentrale politische Forderungen:

- massiver Ausbau von ÖPNV und Radinfrastruktur
- Förderung regionaler und autoarmer Tourismusangebote
- Stärkung von Reparatur, Langlebigkeit und Second-Hand
- gendersensible Mobilitätsplanung
- Aufwertung von Bildung und Ehrenamt

Kernbefund

Nachhaltigkeit ist eine Frage der Möglichkeiten, nicht der Moral. Erst wenn Kommunen, Länder und Bund strukturelle Bedingungen schaffen, können Menschen ihr hohes Nachhaltigkeitsengagement auch praktisch umsetzen – im Alltag wie im Tourismus.



Ihre Stimme zählt – machen Sie mit!

Nehmen Sie sich jetzt kurz Zeit für unsere etwa 8-minütige Online-Studie und unterstützen Sie die fortlaufende Datenerhebung. Sie können die Studie ganz einfach auf Ihrem Smartphone ausfüllen.

<https://forms.gle/1reZP4ZbkXgoSxYV6>

Hier geht's zur Studie:



NahTour - Erlebnisse vor Ort

Herzlich willkommen zu unserer Umfrage zum Thema nachhaltiger/sanfter Tourismus und Konsum!

Diese Umfrage ist Teil unseres Projektes "NahTour: Erlebnisse vor Ort", bei dem wir gemeinsam Naturbeobachtungen machen und Erlebnisrucksäcke gestalten wollen. Für unser Projekt wollen wir aber auch etwas über die Einstellung zu nachhaltigem Konsum- und Reiseverhalten in unserer Gesellschaft erfahren. Denn nur wenn wir wissen, wie Einstellungen geprägt werden, können wir gemeinsam an einer nachhaltigeren Welt für uns alle arbeiten.

Danke, dass ihr mit eurer Beteiligung Teil unseres Projektes seid und uns auf unserem Weg begleitet.

Eure NaturFreund*innen NRW

[In Google anmelden](#), um den Fortschritt zu speichern. [Weitere Informationen](#)

Ich habe den Begriff „nachhaltiger (sanfter) Tourismus“ schonmal gehört

☐ Ja

☐ Nein

Unter dem Begriff "nachhaltiger (sanfter) Tourismus" stelle ich mir folgendes vor

Meine Antwort

Ich besitze ein Auto

☐ Ja

☐ Nein

Am meisten bin ich hiermit unterwegs (kreuze die drei Fortbewegungsmittel an, die du am häufigsten nutzt)

☐ Auto

☐ Bus

☐ zu Fuß

☐ Fahrrad

☐ Zug/S-Bahn

☐ U-Bahn/Straßenbahn

Von den oben ausgewählten Fortbewegungsmitteln nutze ich dieses am häufigsten

Meine Antwort

1. *Einleitung*

Urlaub, Erholung und Konsum sind zentrale Bestandteile gesellschaftlicher Teilhabe und Lebensqualität. Gleichzeitig zeigen aktuelle Entwicklungen, dass diese Bereiche für viele Menschen zunehmend unter Druck geraten. Steigende Lebenshaltungskosten, hohe Mieten, Energiepreise und Mobilitätskosten führen dazu, dass immer weniger finanzieller Spielraum für bewussten Konsum oder für Erholung bleibt. In Nordrhein-Westfalen betrifft dies inzwischen rund jede fünfte Familie, die sich keinen Urlaub mehr leisten kann (statistisches Bundesamt 1). Diese Entwicklungen betreffen jedoch nicht nur den Urlaub, sondern auch den Alltag. Steigende Preise und knappe finanzielle Spielräume beeinflussen zunehmend, wie Menschen konsumieren, sich ernähren, mobil sind und ob nachhaltige Entscheidungen im Alltag überhaupt möglich sind.

Vor diesem Hintergrund haben die NaturFreunde NRW die vorliegende Studie durchgeführt. Als Umwelt-, Freizeit- und Bildungsverband beschäftigen sich die NaturFreunde seit vielen Jahren mit der Frage, wie ein sozial gerechter und ökologisch verantwortungsvoller Alltag möglich ist. Dabei geht es nicht nur um individuelles Verhalten, sondern um die strukturellen Bedingungen, unter denen Menschen konsumieren, sich mobil fortbewegen, Natur erleben und Urlaub machen können.

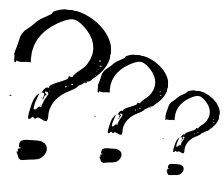
Ein zentrales Anliegen der Studie ist es daher, Nachhaltigkeit nicht auf den Urlaub zu verkürzen, sondern sie im Zusammenhang mit alltäglichen Konsumpraktiken zu betrachten. Die Untersuchung geht der Frage nach, wie Menschen einkaufen, essen, mobil sind, mit Ressourcen umgehen und welche Rolle finanzielle Möglichkeiten, Bildung und Infrastruktur dabei spielen. Deutlich wird: Nachhaltiger Tourismus ist eng mit nachhaltigem Konsum im Alltag verbunden. Wer gezwungen ist, im Alltag stark zu sparen, hat oft auch im Urlaub weniger Handlungsspielräume – sowohl finanziell als auch organisatorisch.

Mit dem Projekt NahTour greifen die NaturFreunde NRW diese Zusammenhänge konkret auf. NahTour setzt bewusst auf regionale Erholungsangebote, kurze Wege, naturverträgliche Aktivitäten und konsumärmere Formen der Freizeitgestaltung. Statt teurer Fernreisen oder konsumintensiver Urlaubsformen steht das Erleben von Natur, Bewegung und Gemeinschaft im Vordergrund.

Damit reagiert das Projekt nicht nur auf ökologische Herausforderungen, sondern auch auf soziale Ungleichheiten im Zugang zu Erholung, Konsum und Mobilität. NahTour ist dabei nicht nur ein Praxisprojekt, sondern auch Bestandteil der vorliegenden Untersuchung. Über die NahTour-Erlebnisrucksäcke werden an mehreren Standorten reale Naturerfahrungen und Beobachtungen ermöglicht, die einen erfahrungsbasierten Zugang zu Nachhaltigkeit ergänzen.

Die vorliegende Studie untersucht vor diesem Hintergrund, wie Menschen in Nordrhein-Westfalen Nachhaltigkeit im Alltag leben, wie sie konsumieren, sich ernähren und mobil sind, wie sie Urlaub sowie nachhaltigen beziehungsweise sanften Tourismus verstehen und welche strukturellen Bedingungen nachhaltige Entscheidungen im Alltag und im Urlaub ermöglichen oder verhindern. Ziel ist es, sichtbar zu machen, dass nachhaltiges Verhalten – ob im Konsum oder im Tourismus – nicht alleine eine Frage individueller Moral ist, sondern stark von gesellschaftlichen Rahmenbedingungen abhängt. Nachhaltiger Alltag und nachhaltiger Tourismus sind damit immer auch Fragen sozialer Gerechtigkeit, politischer Gestaltung und öffentlicher Infrastruktur.

Die Studie geht unter anderem folgenden Fragen nach:



Welche Menschen leben besonders nachhaltig?

Welche Rolle spielen Bildung, Einkommen, Konsum, Ernährung und Mobilität?

Warum können manche Menschen nachhaltiger leben als andere?

Welche Alltagserfahrungen prägen das Verständnis von nachhaltigem Tourismus?

Welche strukturellen Barrieren verhindern nachhaltiges Verhalten?

Welche politischen Schlussfolgerungen lassen sich aus den Ergebnissen ziehen?

Der Begriff der Nachhaltigkeit

Der Begriff der „Nachhaltigen Nutzung“ wurde durch die Forstwirtschaft geprägt. Er steht für eine Waldwirtschaftsweise, bei der in einem bestimmten Zeitraum nur so viel Holz geerntet wird, wie zugleich nachwächst. So kann sichergestellt werden, dass kommenden Generationen ebenfalls ausreichend Holz zu Verfügung steht.

Inzwischen erstreckt sich dieser Gedanke über viele Wirtschaftszweige weltweit, einschließlich des Tourismussektors. Dabei geht es nicht nur darum, die Verfügbarkeit einzelner Ressourcen in der Zukunft sicherzustellen. Vielmehr liegt der Fokus darauf, das gesamte ökologische System zu bewahren und ihm die Möglichkeit zu geben, sich auf natürliche Weise zu erholen. Zugleich sollen auch künftige Generationen Gestaltungsspielräume haben.

2015 verabschiedete die UN-Vollversammlung die "Agenda 2030 für Nachhaltige Entwicklung" mit den 17 Globalen Nachhaltigkeitszielen (SDGs oder Sustainable Development Goals). Diese umfassen soziale, ökonomische und ökologische Aspekte und beinhalten Ziele wie Armutsbekämpfung, Frieden, Gerechtigkeit und einen schonenden Umgang mit Ressourcen.



Was bedeutet das für den Tourismus?

Sanfter Nahtourismus kann hier vor Ort in Nordrhein-Westfalen einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten. Wie funktioniert das und welche Aspekte sollten berücksichtigt werden?



Schutz der Ökosysteme:
Keine Zerstörung oder Ausbeutung.

Nachhaltige Ressourcennutzung:
Verantwortungsvoller Umgang ohne Übernutzung.

Direkte lokale Wirkung:
Die Menschen vor Ort profitieren vom Tourismus.

Langfristige Lösungen:
Streben nach dauerhaft tragfähigen Ansätzen.

Sicherung der Lebensgrundlage:
Für aktuelle und künftige Generationen.

Die NaturFreunde setzen seit ihrer Gründung nachhaltige Impulse für einen Tourismus, der Umwelt und Gastgeber*innen gleichermaßen gerecht wird. Ihr Ziel ist es, den Menschen vor Ort wirtschaftliche Chancen zu eröffnen, kulturelle Identitäten zu respektieren und natürliche Ressourcen zu schonen. Aktiv setzen sie sich für die Umsetzung nachhaltiger Entwicklung in die Praxis ein und machen das Prinzip der Nachhaltigkeit zur Grundlage des sanften Nahtourismus, um nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Welt zu hinterlassen.

Sieben Pfeiler für den nachhaltigen Nahtourismus

Nachhaltigkeit im sanften Nahtourismus

Sanfter Nahtourismus setzt zum Beispiel auf erneuerbare Energie, minimiert Plastikmüll und fördert umweltfreundliche Mobilität. Die biologische Vielfalt und Naturerlebnisse werden durch begrenzte Tourist*innen-zahlen und -aktivitäten geschützt, und die Lebensqualität der von Tourismus abhängigen Gemeinschaften bleibt unbeeinträchtigt.



Kulturelle Achtung

Regionale Kulturen, Traditionen und Bräuche werden anerkannt und wertgeschätzt. Die Einzigartigkeit jeder Region wird durch den respektvollen Umgang betont. Zudem wird die lokale Wirtschaft durch den Kauf lokaler Produkte unterstützt und sensibles Verhalten in Naturräumen gefördert.

Geringe Umweltauswirkung

Negative Umweltauswirkungen touristischer Aktivitäten werden minimiert. Nachhaltige Unterkünfte, die Förderung von Umweltbewusstsein und -verhalten sowie Mitmach-Aktionen im Natur- und Umweltschutz sorgen für ein positives Reiseerlebnis, das zugleich die Natur schützt.



Echtes Erleben

Durch die Unterstützung lokaler, kleinerer Betriebe wird eine authentische Reisekultur geschaffen. Lokale Gasthäuser, Veranstaltungen und einzigartige Erlebnisse prägen den sanften Nahtourismus.

Gemeinschaftsbeteiligung

Die lokale Bevölkerung wird aktiv in den Tourismusprozess einbezogen. Wirtschaftliche Beteiligung, Einladungen zu (Umweltbildungs-)Veranstaltungen und die Schaffung lokaler Kultur- oder Naturerlebnis-Angebote fördern eine positive Beziehung zwischen Reisenden und Einheimischen und bewahren lokale Traditionen und Werte.



Bildung und Sensibilisierung

Reisende werden über die Umweltauswirkungen ihrer Aktivitäten informiert. Die Bedeutung von Umweltschutz, sozialer Gerechtigkeit und wirtschaftlicher Nachhaltigkeit wird betont. Einheimische bieten Einblicke in ihre Lebensweise und ihre Umgebung.

Soziale Verantwortung

Sanfter Nahtourismus fördert eine vielfältige und inklusive Reisekultur, die auch für Menschen mit begrenztem Budget erschwinglich ist. Der Fokus liegt auf sozialer Gerechtigkeit und Inklusion, um diverse Gruppen am nachhaltigen Tourismus teilhaben zu lassen.



Wie machen die Menschen aus Nordrhein-Westfalen Urlaub?

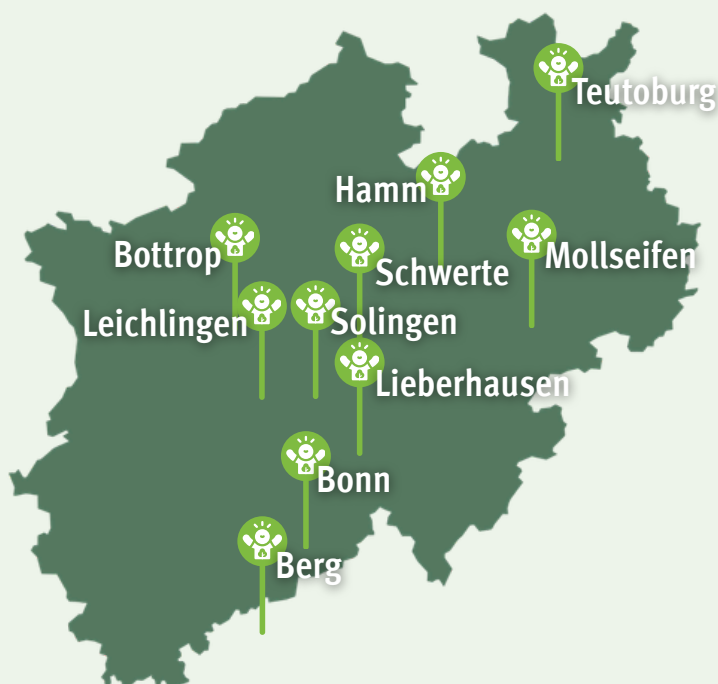
55 Millionen Menschen aus Deutschland verreisten 2019 für mindestens fünf Tage. Insgesamt wurden über 70 Millionen Reisen getätigt. Menschen aus NRW bevorzugten und bevorzugen bei ihren Reisen vor allem die Länder und Inseln rund um das Mittelmeer. Durch Corona-Pandemie, internationale Krisen und Inflation gingen die Fernreisen zwischen 2020 und 2022 zurück. Dafür stiegen die Reisen innerhalb Deutschlands deutlich an. Ein Drittel der deutschen Bevölkerung gab 2022 an, vermehrt in Deutschland reisen zu wollen. Vor allem Wandern, Spaziergehen und Naturerlebnisse sind Gründe für Menschen, innerhalb Deutschlands zu verreisen. Deswegen stiegen die Übernachtungen ab 2022 auch wieder an. Aber viele kleine Beherbergungsbetriebe mussten ganz schließen (Quelle: statista.com, tourismusverband.nrw).

2022 lagen die Besucher*innenzahlen in NRW um 7,5 % unter den Zahlen von 2019. Jedoch schneidet NRW hier besser ab als viele andere Regionen, denn die Menschen bleiben hier im Schnitt 2,3 Tage länger an ihrem Ferienort als im Jahr 2019 und davor. Die Reiselust ist ungebrochen. Dies gilt insbesondere für

Menschen mit hohem und mittlerem Einkommen. Rund drei Viertel dieser Einkommensgruppen unternehmen mindestens einmal jährlich eine Urlaubsreise. In der Gruppe der Menschen mit niedrigerem Einkommen plant hingegen weniger als die Hälfte, mindestens einmal pro Jahr zu verreisen. Mehrfachkrisen, aber auch der Trend für längere Aufenthalte und für Outdoor-Aktivitäten in NRW lassen erkennen: Naherholungstourismus boomt! Ihn nachhaltig und sanft zu gestalten ist daher von großer Bedeutung (Quelle: statista.com, tourismus-verband.nrw). Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie Menschen unter diesen Bedingungen Erholung, Konsum und Mobilität tatsächlich gestalten und was dies für nachhaltigen Tourismus bedeuten kann. Dieser Frage widmet sich die folgende Untersuchung.

Exkurs: Der NaturFreunde-Rucksack an 10 Standorten in NRW

Auf Entdeckungsreise vor der eigenen Haustür: An zehn ausgewählten NaturFreunde-Standorten laden die neu entwickelten „NahTouren“ der NaturFreunde NRW dazu ein, die Umgebung mit neugierigen Augen zu erkunden. Ausgestattet mit einem vielseitigen Naturerlebnis-Rucksack – gefüllt mit Becherlupen, Ferngläsern, kreativen Spielen und spannenden Forschungsaufgaben – werden kleine und große Teilnehmer*innen selbst zu Naturforscher*innen. Ob als Familie, Schulklasse oder Freundesgruppe: Gemeinsam entdecken, beobachten und dokumentieren – und dabei spielerisch lernen, die Natur besser zu verstehen.



Wie funktioniert die Ausleihe?

- 1** Standort heraussuchen
- 2** Naturfreundehaus kontaktieren
- 3** Termin für Ausleihe ausmachen
- 4** vor Ort Ausleihvertrag unterschreiben und Pfand dalassen

Einfach Rucksack holen – losforschen – NahTour erleben!

zur Webseite



Gefördert durch die



STIFTUNG UMWELT
UND ENTWICKLUNG
NORDRHEIN-WESTFALEN



2. Methodik

Die Studie folgt einem Mixed-Methods-Ansatz, bei dem quantitative und qualitative Daten miteinander verbunden werden. Kern der Untersuchung ist eine ausführliche Online-Befragung. Diese wird durch einen langfristig angelegten Offline-Teil ergänzt, der naturbezogene Beobachtungen im Rahmen der NahTour-Erlebnisrucksäcke umfasst.

Online-Befragung

Die Online-Befragung wurde über die digitalen Netzwerke der NaturFreunde NRW sowie über die Netzwerke befreundeter Organisationen verbreitet. Sie richtete sich an Personen aller Altersgruppen und wurde anonym durchgeführt. Insgesamt nahmen 176 Personen an der Erhebung teil, von denen die Antworten von 126 Personen in die Auswertung einfließen. Im Zuge der Datenbereinigung wurden Datensätze mit fehlenden Angaben sowie mit auffälligen Antwortmustern ausgeschlossen.

Der Fragebogen kombinierte verschiedene Fragetypen:

- a) geschlossene Fragen (Einfach- und Mehrfachantworten)
- b) Skalenfragen (z. B. Zufriedenheit, Häufigkeit)
- c) offene Fragen (insbesondere zur Definition von nachhaltigem Tourismus)
- d) demografische Fragen (Alter, Geschlecht, Bildung, Haushalt, Einkommen etc.)

Die Befragung deckte mehrere Themenfelder ab.

- Mobilität im Alltag
- Ernährung
- Konsum (Kleidung, Technik, Möbel)
- Naturerleben und Stadtnatur
- Urlaubs- und Reiseverhalten
- Verständnis von nachhaltigem/sanftem Tourismus
- Ehrenamt und soziale Einbindung

Die Datenauswertung umfasst:

- deskriptive Statistik
- explorative Kreuztabellen
- Clusterbildungsprozesse für die offenen Antworten
- Hypothesenprüfungen
- interpretative qualitative Analyse

Stichprobenzusammensetzung

Die Stichprobe umfasst überwiegend Personen, die bereits ein hohes Interesse an Nachhaltigkeit haben. Dies ist typisch für freiwillige Online-Befragungen. Für die Zwecksetzung der Studie ist dabei besonders relevant:

Die Untersuchung zeigt das nachhaltigkeitsbezogene Denken und Handeln einer engagierten, bildungsnahen Zielgruppe, die für nachhaltigen Tourismus und politische Transformation von zentraler Bedeutung ist.

Die Stichprobe wird auf Seite 21 ausführlich beschrieben.



Offline-Studienteil: Die NahTour-Erlebnisrucksäcke

Parallel zur Online-Befragung wird ein längerfristiger Forschungsbaustein durchgeführt, der auf Beobachtungen in der realen Umwelt basiert. An zehn Standorten in Nordrhein-Westfalen stehen sogenannte NahTour-Erlebnisrucksäcke bereit. Bürger*innen, Familien, Schulklassen und Gruppen können diese nutzen, um Naturphänomene zu erkunden und zu dokumentieren.

Die Rucksäcke enthalten Materialien wie:

- Bestimmungshilfen
- Lupen und Becherlupen
- Naturaufgaben und Beobachtungsbögen
- Kartenmaterial

Ziel ist es,

- Biodiversität niedrigschwellig erfahrbar zu machen,
- Veränderungen der lokalen Natur über längere Zeit zu verfolgen,
- Naturerleben im Alltag zu fördern und
- Umweltbildung zu stärken.

Die Nutzer*innen dokumentieren Funde und Beobachtungen, die gesammelt und später wissenschaftlich ausgewertet werden. Da hierfür Langzeitdaten erforderlich sind, wird dieser Teil der Studie erst im kommenden Jahr umfassend analysiert.

Er wird die Online-Studie ergänzen, indem er ...

- reale Naturerfahrungen und Tourismusverhalten verbindet,
- Citizen Science als Beteiligungsform nutzt,
- praktische Einblicke in die Biodiversität liefert und
- Entwicklungen in lokalen Natur- und Stadträumen sichtbar macht.



Dieser Baustein zeigt, dass Nachhaltigkeit nicht nur online abgefragt, sondern auch im Alltag beobachtet, erlebt und verstanden wird.

Grenzen der Studie

Wie jede sozialwissenschaftliche Studie hat auch diese Untersuchung methodische Grenzen:

Die Stichprobe ist nicht repräsentativ, sondern zeigt das Bild einer engagierten, bildungsnahen Zielgruppe. Online-Befragungen erreichen bestimmte Gruppen besonders gut (z. B. digital affine Personen). Die offenen Antworten wurden qualitativ interpretiert, wobei andere Interpretationen möglich wären. Regionale Schwerpunkte (NRW) beeinflussen die ÖPNV-Erfahrungen.

Trotz dieser Grenzen liefert die Studie hochwertige und verlässliche Erkenntnisse über nachhaltiges Verhalten und nachhaltigen Tourismus in einer relevanten Zielgruppe.

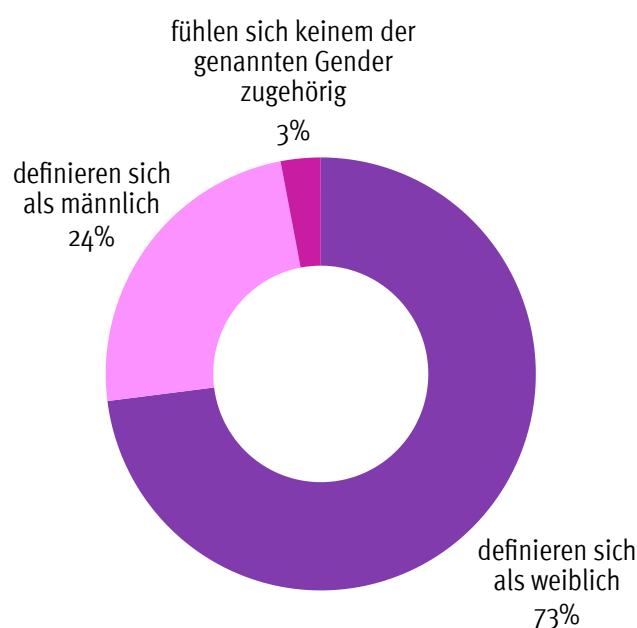
Beschreibung der Stichprobe

Die Stichprobe der Online-Befragung umfasst 126 Personen, deren Angaben nach einer Plausibilitätsprüfung vollständig in die Analyse einbezogen wurden. Die demografische Zusammensetzung zeigt ein deutliches Profil einer nachhaltigkeitsaffinen, engagierten und bildungsnahen Zielgruppe. Dies ist für die Interpretation der Ergebnisse von zentraler Bedeutung, da Einstellungen und Verhaltensmuster stets im sozialen Kontext verstanden werden müssen.

Im Folgenden werden die zentralen Merkmale der Stichprobe dargestellt.

Gender

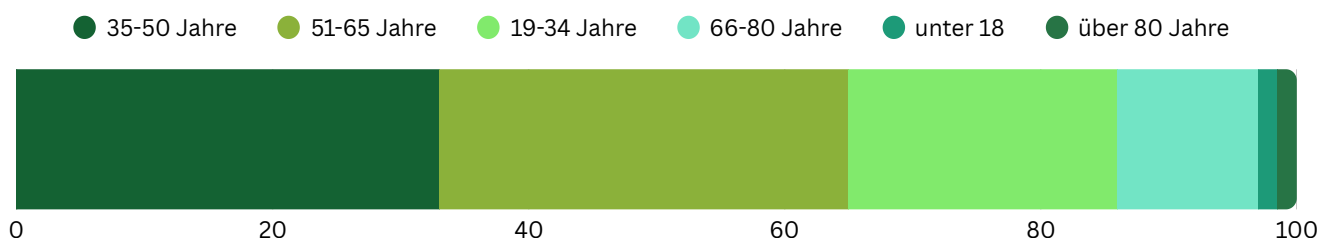
Die Teilnehmenden hatten die Möglichkeit, ihr Gender frei anzugeben. Es ergab sich folgendes Bild: 73 % der Teilnehmenden definieren sich als weiblich, 24 % als männlich und 3 % geben an, sich keinem Gender zugehörig zu fühlen.



Damit besteht die Stichprobe überwiegend aus Personen, die als weiblich gelesen werden. Diese Gruppe ist in vielen Nachhaltigkeitsstudien überrepräsentiert, da Frauen insgesamt häufiger an Befragungen teilnehmen und stärker zu nachhaltigen Lebensstilen tendieren (vgl. Umweltbundesamt 1; Becker (2022)). Die kleine Gruppe nicht binärer oder ohne Angabe bleibender Personen ist für die Analyse besonders interessant, da sie in mehreren Nachhaltigkeitsdimensionen sehr hohe Werte aufweist (Näheres in Kapitel 6).

Alter

Die Altersverteilung ist breit aufgestellt und deckt sowohl junge Erwachsene als auch ältere Bevölkerungsgruppen ab: 33 % sind zwischen 35 und 50 Jahre alt; 32 % zwischen 51 und 65 Jahren; 21 % zwischen 19 und 34 Jahren; 11 % zwischen 66 und 80 Jahren; 1,5 % unter 18 Jahren; 1,5 % über 80 Jahren



Die Altersstruktur zeigt, dass sowohl Personen in aktiven Familienphasen (30–50 Jahre) als auch Menschen im Übergang oder Ruhestand (50–65 Jahre) stark vertreten sind.

Diese beiden Gruppen sind für nachhaltigen Tourismus besonders relevant:

- Menschen zwischen 30–50 Jahren gestalten oft Familienreisen.
- Menschen zwischen 50–65 Jahren haben meist größere zeitliche Flexibilität und ein wachsendes Interesse an naturnahen Aktivitäten.

Staatsangehörigkeit

Die Mehrheit der Teilnehmenden hat die deutsche Staatsangehörigkeit:

- 92 % ausschließlich deutsch
- 6 % deutsch plus weitere Staatsbürgerschaft
- 2 % ausschließlich andere Staatsangehörigkeit

Wohnsituation & Urbanität

Die meisten Teilnehmenden leben in Nordrhein-Westfalen:

- 84 % NRW
- Weitere Herkunftsorte: Berlin, Bremen, Brandenburg, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg, Niedersachsen

Wohnortgröße

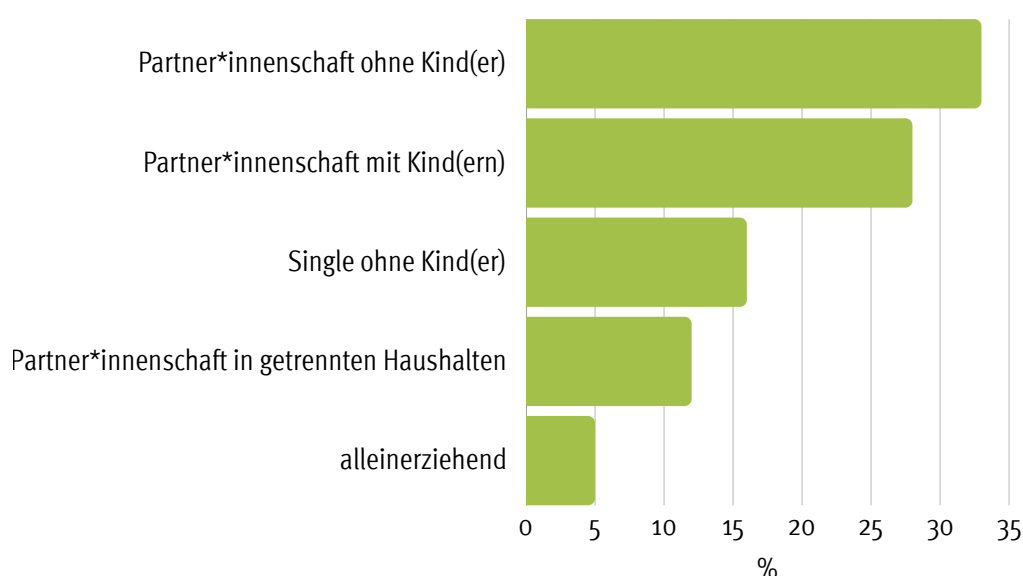
Die Befragten verteilen sich auf verschiedene Siedlungsgrößen:

- 24 %: über 500.000 Einwohner*innen
- 42 %: zwischen 100.000 und 500.000
- 8 %: 50.000 bis 100.000
- 17 %: 10.000 bis 50.000
- 9 %: unter 10.000

Damit lebt die Mehrheit der Teilnehmenden urban oder großstädtisch. Dies prägt insbesondere die Mobilitätsgewohnheiten: Städtische Personen haben besseren Zugang zu ÖPNV und können nachhaltiger reisen.

Familienstand & Haushaltsstruktur

Die Haushaltsformen sind vielfältig: 33 % leben in einer Partner*innenschaft ohne Kinder; 28 % in Partner*innenschaften mit Kindern; 16 % sind Single ohne Kinder; 12 % leben in Partner*innenschaften in getrennten Haushalten; 5 % sind alleinerziehend.



Die Mehrheit der Haushalte besteht aus zwei Personen, gefolgt von 3- oder 4-Personen-Haushalten.

Diese Struktur ist relevant für:

- Mobilitätsbedarfe (z. B. Auto-Abhängigkeit mit Kindern)
- Urlaubsformen (Familienreisen)
- Konsumgewohnheiten (größere Haushalte → mehr Lebensmitteleinkäufe)

Bildungsgrad

Die Stichprobe ist deutlich bildungsnah: 64 % haben einen Hochschulabschluss; 31 % eine abgeschlossene Berufsausbildung; 4 % sind in schulischer Ausbildung; 1 % haben keinen Abschluss

Der hohe akademische Bildungsgrad lässt sich später heranziehen, um Erklärung zu finden für hohe Konsumkritik, ein differenziertes Tourismusverständnis und ein ausgeprägtes Nachhaltigkeitsbewusstsein.

Erwerbstätigkeit & Ehrenamt

Ein besonders wichtiger Befund: 68 % der Teilnehmenden engagieren sich ehrenamtlich. Das ist ein guter Befund, denn Ehrenamt ist ein starker Indikator für soziale Verantwortung, nachhaltige Werteorientierung und Alltagspraktiken, die nicht nur individuell, sondern gemeinschaftlich orientiert sind.

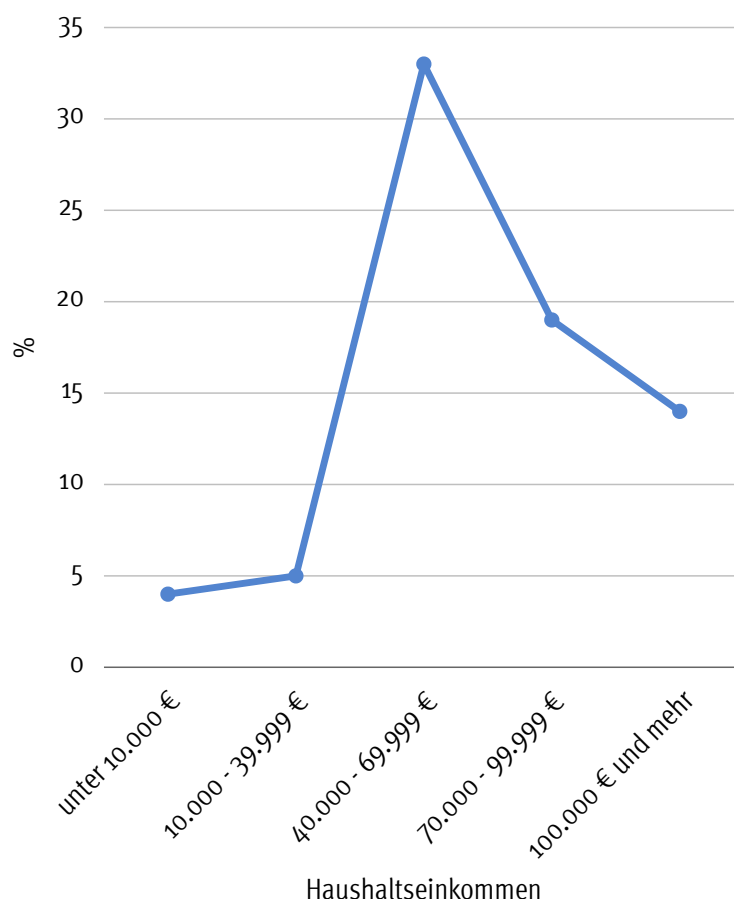
Wie sich im Hypothesenteil zeigen (siehe Hypothese 4) wird, leben Ehrenamtliche nachweislich nachhaltiger.



Einkommen und finanzielle Situation

Die Haushaltseinkommen verteilen sich wie folgt: 33 %: 40.000–69.999 €;
5 %: 10.000–39.999 €; 19 %: 70.000–99.999 €; 14 %: 100.000 € und mehr; 4 %: unter 10.000 €

Diese Verteilung zeigt eine breite Mischung aus mittleren und höheren Einkommen:



Die laterale „Bildung × Einkommen“-Analyse wird später zeigen, dass ein postmaterielles Konsummuster eher bei höher gebildeten Personen mit hohem Einkommen vorliegt: nachhaltiger Konsum wird dort besonders stark gelebt.

Relevanz des Stichprobenprofils für die weiteren Ergebnisse

Die Stichprobe ist weiblich dominiert, gebildet, engagiert, überwiegend urban und finanziell stabil. Dies ist keine Schwäche, sondern ermöglicht die Analyse einer Schlüsselzielgruppe nachhaltiger Transformation: Menschen, die bereits hohe Bereitschaft haben, nachhaltiger zu leben, aber durch Infrastruktur und Strukturen begrenzt werden.

Gerade für politische Empfehlungen ist dieses Profil zentral.



3. Nachhaltige Alltagspraktiken

Dieses Kapitel untersucht, wie nachhaltig die Teilnehmenden im Alltag leben. Nachhaltigkeit im Alltag umfasst mehrere Dimensionen, die miteinander verknüpft sind:

- a) Mobilität
- b) Ernährung
- c) Einkaufsverhalten & Konsum
- d) Umgang mit Technik
- e) Kaufverhalten bei Kleidung & Möbeln
- f) Alltags- und Stadtnaturerleben



Die Ergebnisse zeigen sehr deutlich, dass die Teilnehmenden insgesamt ein überdurchschnittlich nachhaltiges Alltagsprofil aufweisen. Gleichzeitig werden strukturelle Hürden sichtbar, die nachhaltiges Verhalten behindern.

Mobilität im Alltag

Mobilität ist einer der zentralen Bereiche des nachhaltigen Lebensstils — und einer der Bereiche, in denen Strukturen die größten Unterschiede verursachen.

Auto-Besitz

Rund zwei Drittel (ca. 67 %) der Befragten haben Zugang zu einem Auto.

Das bedeutet: Ein Drittel lebt vollständig auto-unabhängig. Zwei Drittel nutzen das Auto als Ressource, jedoch häufig nicht als Hauptverkehrsmittel.

Der Auto-Besitz korreliert stark mit:

Wohnortgröße, Familienstand, Qualität des ÖPNV, nachhaltiger Mobilität im Tourismus.

Ein zentrales Ergebnis (siehe Hypothese 5):

Personen ohne Auto leben signifikant nachhaltiger und reisen regionaler.



Wahrgenommene ÖPNV-Qualität

71 % geben an, dass der ÖPNV an ihrem Wohnort mindestens okay sei. Etwa 29 % empfinden ihn als schlecht oder unzureichend. Bemerkenswert ist die Verteilung: In Städten (über 100.000 Einwohner*innen) ist die Zufriedenheit deutlich höher. In kleineren Städten und ländlichen Räumen sinkt die Qualität sichtbar. Dies zeigt sich später im Tourismusverständnis:

Wer guten ÖPNV nutzt, versteht nachhaltigen Tourismus stärker über nachhaltige Mobilität.

Hauptverkehrsmittel

Die Frage „Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie im Alltag am meisten unterwegs?“ zeigt folgende Muster: 47 % nutzen überwiegend das Auto; ein großer Teil nutzt Bahn, Bus oder Straßenbahn; viele kombinieren Fahrrad und ÖPNV; Fußwege spielen ebenfalls eine starke Rolle.

Insgesamt ist die Mobilität divers, nicht monolithisch.

Allerdings wichtig:

Frauen nutzen häufiger ÖPNV und Fahrrad.

Männer nutzen häufiger das Auto.

Divers gelesene Personen nutzen insgesamt die nachhaltigsten Mobilitätsformen.



Zusammenfassung: Mobilität

Die Mobilität der Befragten ist signifikant nachhaltiger als der Gesellschaftsdurchschnitt (Ergebnisbericht der MiD2023), aber Nachhaltigkeit hängt hier direkt von Struktur ab:

Guter ÖPNV → nachhaltige Mobilität möglich

Schlechter ÖPNV → Auto wichtiger

Damit ist Mobilität einer der stärksten Determinanten nachhaltigen Tourismusverständnisses, wie Kapitel 5 zeigt.



Ernährung

Ernährung ist ein starker kultureller Marker für Nachhaltigkeit. Die Ergebnisse zeigen ein sehr hohes nachhaltiges Bewusstsein: 57 % leben flexitarisch (wenig Fleisch); 19 % vegetarisch; 7 % vegan; 16 % essen viel Fleisch

Damit sind 83 % der Stichprobe in einer Form ernährungsspezifisch nachhaltig. Dieser Wert ist außergewöhnlich hoch und spiegelt den Nachhaltigkeitsfokus der Zielgruppe wider.

Bio-Anteil beim Einkauf

Viele Befragte geben an, regelmäßig oder überwiegend Bio-Produkte (36%) einzukaufen. Im Vergleich sind es nur 15 % die angeben, dass sie keine Bio-Produkte einkaufen, während 30 % angeben, mehr Bio-Produkte kaufen zu wollen, Geld jedoch der limitierende Faktor hierfür sei. Das zeigt eine hohe Zahlungsbereitschaft für Nachhaltigkeit, eine Werteorientierung sowie Wissen über Produktionsbedingungen, aber auch über monetäre Möglichkeiten der Teilnehmenden.



Regionalität

Die Frage nach regionalen Lebensmitteln (z. B. im 50-km-Radius) zeigt bei den Teilnehmenden ein starkes Muster: Viele kaufen regelmäßig regionale Produkte (68 %), Regionalität wird als „nachhaltig“, „unterstützend“ oder „wertorientiert“ beschrieben. Die Verbindung zwischen Ernährung und Tourismus wird hier deutlich:

Wer regional einkauft, versteht auch nachhaltigen Tourismus stärker über Regionalität.



Bedeutung der Ernährung für Nachhaltigkeit allgemein

In der Stichprobe wird ersichtlich, dass Personen mit nachhaltiger Ernährung (vegan, vegetarisch, flexitarisch) auch ein nachhaltigeres Tourismusverständnis haben.

Dabei ist die Gruppe vegan/vegetarisch besonders konsequent:

100 % von ihnen nennen Klima & Ressourcenschutz als zentralen Faktor nachhaltigen Reisens.

Konsum- und Einkaufsverhalten

Das Konsumverhalten zeigt einen klaren Trend: Die Teilnehmenden kaufen bewusst, kritisch und eher wenig.

Umgang mit Technik

Die Mehrheit der Teilnehmenden nutzt Geräte lange, repariert wenn möglich und vermeidet unnötige Neuanschaffungen (74 %). Ältere Befragte reparieren stärker als jüngere (82 % zu 21 %), während jüngere nachhaltiger Kleidung und Möbel konsumieren (73 % zu 38 %).

Kleidung

Mehrere Fragen untersuchten Einkaufsmenge, Häufigkeit und Bewertung. Die meisten Befragten (67,7 %) kaufen wenig Kleidung, nutzen Kleidung lange, sind konsumkritisch („Ich kaufe weniger, als ich könnte“) und interessieren sich für langlebige oder Second-Hand-Optionen.

Der Konsum ist klar postmateriell geprägt.



Möbel

Auch hier zeigt sich: Möbel werden selten neu gekauft (alle paar Jahre 84%). Es wird besonders Wert auf Qualität und Langlebigkeit gelegt und die Stichprobe hat eine hohe Skepsis gegenüber Billigmöbeln (77 %). Diese Antworten decken sich mit den Mustern nachhaltigen Konsums aus anderen Studien (z. B. Umweltbundesamt 2).

Zusammenfassung: Konsumverhalten

Insgesamt zeigt die Stichprobe ein sehr nachhaltiges Konsumverhalten:

- wenig kaufen
- bewusst kaufen
- langlebige Produkte bevorzugen
- Reparatur statt Ersatz
- geringer Statuskonsum



Naturerleben und Stadtnutzung

Naturerleben ist einer der stärksten Prädiktoren nachhaltigen Tourismusverständnisses.

Aufenthalt in Natur und Stadtnatur

Die Teilnehmenden verbringen: regelmäßig Zeit in Grünräumen, häufig Zeit im Wald (57 %), Zeit in Parks, Gärten oder Flussufern (82 %) und nutzen Natur zur Erholung.

Natur wird beschrieben als Kraftort, Erholungsraum und Lern- und Erlebnisraum.

Bedeutung für nachhaltiges Verhalten

Die Auswertung der vorliegenden Daten zeigt, dass Personen, die viel Zeit in der Natur verbringen, auch insgesamt nachhaltiger leben, bewusster konsumieren, stärker auf Ressourcenschonung achten und nachhaltigen Tourismus häufiger über Aspekte des Naturschutzes und der Achtsamkeit definieren.



Verbindung zu den Erlebnisrucksäcken

Die Offline-Daten der Erlebnisrucksäcke werden erst im kommenden Jahr ausgewertet. Bereits jetzt zeichnen sich jedoch zentrale Tendenzen ab: Der intensive Kontakt mit der Natur geht mit einem gestärkten Nachhaltigkeitsbewusstsein einher, während die direkte Naturbeobachtung sowohl Alltags- als auch Reisehaltungen sichtbar prägt. Darüber hinaus zeigt sich, dass Formate der Bürger*innenwissenschaft das Verantwortungsgefühl für Umwelt und Natur fördern. Der Offline-Teil fungiert damit nicht lediglich als methodischer Zusatz, sondern erweist sich als zentraler Bestandteil der Gesamtidee nachhaltiger Bildung und gesellschaftlicher Transformation.



Zusammenfassung: nachhaltige Alltagspraktiken

Die befragten Personen leben insgesamt deutlich nachhaltiger als der Durchschnitt der Bevölkerung (Umweltbundesamt 2). Ihre Alltagspraktiken in den Bereichen Ernährung, Mobilität, Konsum und Naturerleben greifen eng ineinander und formen ein konsistentes, nachhaltiges Lebensmuster. Dabei erscheint nachhaltiges Leben nicht als einzelne Handlung oder Entscheidung, sondern als umfassender Werte- und Praxiskomplex, der den gesamten Alltag strukturiert. Besonders deutlich werden die strukturellen Barrieren. Die größten Hürden für ein konsequent nachhaltiges Verhalten liegen in der Mobilitätsinfrastruktur und im Einkommen und nicht in fehlender Motivation oder einem mangelnden Problembewusstsein. Zugleich zeigen die Ergebnisse, dass Ernährung und Konsumverhalten starke Indikatoren für nachhaltigen Tourismus sein und diesen maßgeblich mitprägen können.

4. Reiseverhalten und Urlaubspraxis

Reisen und Urlaub sind für viele Menschen zentrale Bestandteile der Lebensqualität. Gleichzeitig trägt der Tourismussektor erheblich zu Umweltbelastungen und CO₂-Emissionen bei – insbesondere durch Flugverkehr, Verkehrsinfrastruktur und konsumintensive Urlaubsformen. Dieses Kapitel analysiert, wie die Teilnehmenden der Studie verreisen, welche Verkehrsmittel sie nutzen und welche Kriterien ihre Urlaubsentscheidungen prägen.

Die Ergebnisse zeigen: Die Zielgruppe der Studie lebt nicht nur im Alltag, sondern auch im Urlaub überdurchschnittlich nachhaltig, auch wenn hier – wie in der Mobilität allgemein – strukturelle Bedingungen eine große Rolle spielen.

Bekanntheit des Begriffs „nachhaltiger / sanfter Tourismus“

Bevor das konkrete Reiseverhalten betrachtet wird, ist die Bekanntheit des Begriffs wichtig.

Die Frage: „Ich habe den Begriff nachhaltigen/sanften Tourismus schon einmal gehört.“ ergab: 90 % der Teilnehmenden kannten den Begriff bereits und nur 10 % nicht.

Damit ist der Begriff bei den Teilnehmenden bereits stark verankert.



Der hohe Bekanntheitsgrad der Begriffe „nachhaltiger Tourismus“ und „sanfter Tourismus“ zeigt, dass die befragte Gruppe bereits für ökologische Fragen des Reisens sensibilisiert sein könnte. Dadurch fallen die Antworten insgesamt bewusster und reflektierter aus als in der Allgemeinbevölkerung zu vermuten wäre. Das Verständnis von nachhaltigem Tourismus scheint in dieser Stichprobe nicht zufällig oder oberflächlich, sondern bereits konzeptuell ausgeprägt und inhaltlich fundiert.

Häufigkeit und Form von Reisen

Die Befragten berichten von regelmäßigen Kurzreisen (im Schnitt 2,5 Mal im Jahr), mindestens einem längeren Urlaub pro Jahr (im Schnitt 1,2 Mal im Jahr) sowie häufigen Tagesausflügen (im Schnitt neun Mal im Jahr), die überwiegend naturbezogen sind, beispielsweise Wandern, Radtouren oder Besuche in Parks und Wäldern. Diese touristischen Aktivitäten verdeutlichen eine ausgeprägte Nähe zur Natur und eine starke Präferenz für Naherholung. Zugleich weisen sie auf eine vergleichsweise geringe klimatische Wirkung hin, da Fernreisen selten sind und viele Erholungsaktivitäten in der unmittelbaren Umgebung stattfinden. Insgesamt zeigt sich somit, dass Erholung für naturorientierte Menschen nicht an große Distanzen gekoppelt ist. Sie nutzen deutlich häufiger lokale und regionale Naherholungsräume als klassische, weiter entfernte Tourismusangebote.

Verkehrsmittel im Urlaub

Ein zentraler Punkt nachhaltigen Reisens ist das Verkehrsmittel. Die Daten zeigen:

Flugreisen sind selten.

Die meisten Teilnehmenden fliegen entweder:

- gar nicht (17 %), oder
- nur selten und mit starkem Bewusstsein für Umweltfolgen (63 %).

Dies steht in deutlichem Kontrast zum deutschen Bevölkerungsdurchschnitt, wo Flugreisen weiterhin eine der beliebtesten Urlaubsformen sind. (ADAC Tourismusstudie 2025)

Bahnreisen sind überdurchschnittlich häufig.

Viele Befragte nutzen:

Zugreisen für Urlaube, Städtereisen (47 %) oder als Kombination mit Wandern und Radtouren (59 %)



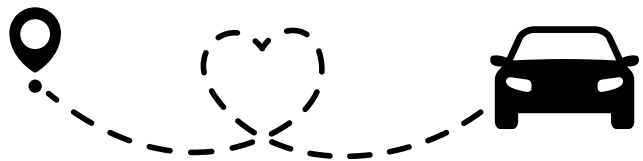
Autofahrten haben eine mittlere Bedeutung

Trotz hoher Nachhaltigkeitsorientierung nutzen viele Menschen das Auto für Urlaubsreisen — besonders:

- Familien mit Kindern (73 %)
- Personen mit mittelgutem oder schlechtem ÖPNV (89 %)
- Personen in ländlichen Räumen (81 %)

Hier wird die strukturelle Abhängigkeit sichtbar:

Ohne guten ÖPNV oder bezahlbare Alternativen bleibt das Auto ein dominantes Verkehrsmittel — unabhängig von Nachhaltigkeitsmotivation.



Fahrradurlaube und Wanderurlaube

In der Stichprobe bevorzugen überdurchschnittlich viele Teilnehmende aktive und naturgebundene Urlaubsformen wie Radwandern, Mehrtagestouren und Wanderausflüge. Diese Formen des Reisens stehen in engem Zusammenhang mit einer ausgeprägten Naturverbundenheit, einem hohen Maß an körperlicher Aktivität sowie nachhaltigen Mobilitätsmustern im Alltag. Darüber hinaus geht diese Urlaubspräferenz häufig mit einer kritischen Haltung gegenüber konsumorientierten Freizeitangeboten einher und spiegelt ein Konsumverständnis wider, das stärker auf Erleben als auf materiellen Erwerb ausgerichtet ist.

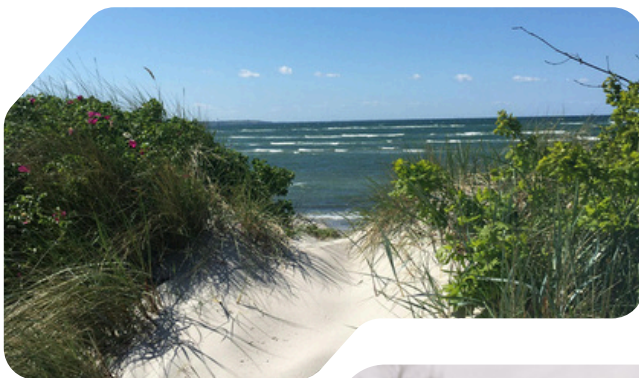


Kriterien für nachhaltige Urlaubsentscheidungen

Aus den Antworten lassen sich mehrere zentrale Faktoren ableiten, die darüber entscheiden, ob eine Reise als „nachhaltig“ wahrgenommen wird. Am wichtigsten ist das gewählte Verkehrsmittel: Viele Befragte bevorzugen die Bahn und den öffentlichen Nahverkehr, und meiden bewusst das Flugzeug. Auch die Wahl von Reisezielen, die ohne Auto erreichbar sind, spielt eine große Rolle. Eng damit verbunden ist die Nähe des Reiseziels. Zahlreiche Personen reisen bevorzugt regional oder innerhalb Deutschlands. Dabei ist die Distanz vor allem für Menschen ohne Auto entscheidend. Personen ohne Pkw nennen die Nähe neunmal häufiger als wichtigen Nachhaltigkeitsfaktor und Personen ohne Auto, aber mit gutem ÖPNV, sogar sechzehnmal häufiger.

Ein weiterer zentraler Bestandteil nachhaltigen Reisens ist der Ressourcenverbrauch. Viele Befragte achten auf einen geringen Energieeinsatz, vermeiden Emissionen und bevorzugen umweltfreundliche Unterkünfte. Ebenso wichtig ist die Naturverträglichkeit. Nachhaltiges Reisen bedeutet für viele, keine Eingriffe in empfindliche Ökosysteme vorzunehmen, Flora und Fauna zu schützen und Naturgebiete mit geringer Belastung zu nutzen.

Schließlich spielt die Dimension „Qualität statt Quantität“ eine wesentliche Rolle. Viele Teilnehmende betonen, dass nachhaltiges Reisen mit bewusstem Erleben, reduziertem Konsum, langsameren Fortbewegungsmitteln und einer insgesamt entschleunigten Art des Urlaubs verbunden ist. Dieses kulturelle und wertebasierte Muster spiegelt sich später deutlich im Cluster „Entschleunigung“ (siehe Seite 40) wider und zeigt, dass Nachhaltigkeit häufig nicht nur ökologisch, sondern auch lebensstilbezogen verstanden wird.



Die Verbindung zwischen Alltagsmobilität und Tourismusmobilität

Ein zentrales Ergebnis der Studie lautet: Wer im Alltag nachhaltig mobil ist, reist auch nachhaltig. Die Daten zeigen deutlich, dass alltägliche Mobilitätsmuster das Reiseverhalten beeinflussen. Personen, die regelmäßig den ÖPNV nutzen, entscheiden sich überdurchschnittlich häufig auch im Urlaub für die Bahn. Menschen, die viel Fahrrad fahren, bevorzugen vor allem regionale Reiseziele. Und Personen ohne eigenes Auto wählen signifikant häufiger Reiseziele in Wohnortnähe. Umgekehrt zeigt sich ebenso klar: Wer im Alltag stark autoabhängig ist, bleibt dieser Form der Mobilität auch im Urlaub treu und nutzt deutlich häufiger das Auto für Urlaubsreisen. Dieses Muster macht erneut deutlich, dass nachhaltige Urlaubsentscheidungen in ein umfassenderes Lebensstil- und Alltagsverhalten eingebettet sind.

Kinder, Familien und Reiseformen

Die Analyse zeigt, dass Familien mit Kindern besonders häufig das Auto für Urlaubsreisen nutzen. Für sie spielen Erreichbarkeit, Sicherheit und Flexibilität eine größere Rolle als für andere Gruppen. Gleichzeitig wird deutlich, dass Familien, die in Städten leben, deutlich häufiger Kombinationen aus Bahn und Fahrrad nutzen und somit nachhaltigere Mobilitätsformen wählen.

Entscheidend ist jedoch: Familien möchten häufig nachhaltiger reisen, sind aber stärker strukturell eingeschränkt. Dies wird in den offenen Antworten mehrfach thematisiert. Aussagen wie „Urlaub ohne Auto ist mit kleinen Kindern kaum machbar“ oder „Wenn Busse nur zweimal am Tag fahren, ist eine nachhaltige Anreise unpraktisch“ verdeutlichen, dass eine fehlende Infrastruktur nachhaltige Entscheidungen erschwert oder gar verhindert. Die Ergebnisse unterstreichen daher, dass barrierefreie, verlässliche und familienfreundliche, nachhaltige Mobilität ein ökologisches und ein sozialpolitisches Thema ist.



Zusammenfassung: Reiseverhalten der Stichprobe

Die Teilnehmenden der Studie zeigen insgesamt ein überdurchschnittlich nachhaltiges Reiseverhalten. Sie bevorzugen die Bahn, das Fahrrad und Naherholungsangebote, fliegen selten und wählen häufig regionale oder gut erreichbare Reiseziele. Ihre starke Naturverbundenheit und ihre bewussten Entscheidungen in Bezug auf Emissionen und Ressourcenschonung spiegeln ein konsistentes Nachhaltigkeitsverständnis wider. Gleichzeitig wird jedoch auch deutlich: Nachhaltiges Reisen scheitert vor allem dort, wo die notwendige Infrastruktur fehlt. Häufig genannt werden ein unzureichender ÖPNV, fehlende oder schlechte Bahnverbindungen, mangelnde Carsharing- und Shuttleangebote, eine unzureichende Radinfrastruktur sowie ein Mangel an touristischen Angeboten, die ohne Auto erreichbar sind. Diese strukturellen Hürden bilden die Grundlage für die später formulierten politischen Forderungen und machen deutlich, dass nachhaltiger Tourismus nur dann Realität werden kann, wenn die entsprechenden Rahmenbedingungen geschaffen werden.



Verständnis von nachhaltigem Tourismus

Nachhaltiger oder sanfter Tourismus ist ein Begriff, der öffentlich viel diskutiert wird, aber sehr unterschiedlich ausgelegt werden kann. Die offene Frage im Fragebogen lautete:

„Was verstehen Sie unter nachhaltigem bzw. sanftem Tourismus?“

Die Antworten wurden qualitativ ausgewertet und in fünf Cluster gruppiert. Die Cluster zeigen, welche Dimensionen des Begriffs für die Teilnehmenden am wichtigsten sind und welche Werte nachhaltigen Tourismus prägen.

Bekanntheit des Begriffs

Wie bereits beschrieben, haben 90 % den Begriff bereits gehört, 10 % nicht. Das bedeutet: Die meisten Antworten basieren auf einem vorhandenen Begriffsverständnis. Der qualitative Teil zeigt jedoch, wie unterschiedlich die Interpretationen ausfallen.

Die fünf Cluster des Verständnisses nachhaltigen Tourismus

Die Auswertung der offenen Antworten ergab fünf inhaltliche Cluster, die die Antworten der Teilnehmenden am besten strukturieren. Diese Cluster sind nicht trennscharf im mathematischen Sinn, aber sie zeigen zentrale Bedeutungsschwerpunkte.

Die Häufigkeiten beziehen sich auf Nennungen innerhalb der 126 Antworten.

Am häufigsten wird nachhaltiger Tourismus über Naturschutz und Achtsamkeit definiert.

In diesem ersten Cluster mit 33 Nennungen betonen die Befragten den Schutz von Flora und Fauna, das Vermeiden belastender Eingriffe und den respektvollen Umgang mit natürlichen Räumen. Nachhaltiges Reisen bedeutet in diesem Kontext, ressourcenschonend unterwegs zu sein, sensible Gebiete nicht zu stören und Orte zu besuchen, die nicht überlastet sind. Typische Aussagen wie „Die Natur sollte so belassen werden, wie sie ist.“ oder „In sensiblen Gebieten sollte man nicht herumtrampeln.“ verdeutlichen diese Haltung. Dieses Verständnis findet sich besonders häufig bei älteren Personen, Menschen mit intensiver Naturverbundenheit, Ehrenamtlichen und Frauen.

Das zweite Cluster, Ressourcenschonung und Umweltbewusstsein, umfasst 28 Nennungen und bezieht sich stärker auf ökologische Verbrauchsdimensionen. Die Befragten betonen CO₂-Reduktion, geringen Energieverbrauch, nachhaltige Unterkünfte sowie die Vermeidung von Abfällen und Emissionen. Aussagen wie „Wenig CO₂ verursachen“ oder „Auf den ökologischen Fußabdruck achten“ verdeutlichen die Orientierung an globalen ökologischen Herausforderungen.

Dieses Muster ist besonders ausgeprägt bei Personen, die vegetarisch oder vegan leben, bei Teilnehmenden mit Hochschulabschluss und bei vergleichsweise jüngeren Personen.

Das dritte Cluster Nachhaltige Mobilität umfasst 22 Nennungen.

Hier wird nachhaltiger Tourismus vor allem über das Verkehrsmittel definiert. Im Mittelpunkt stehen die Vermeidung von Flugreisen, der Wechsel vom Auto zur Bahn, die Wahl auto-unabhängig erreichbarer Ziele und die Nutzung des ÖPNV oder des Fahrrads. Aussagen wie „Urlaub ohne Auto“ oder „Mobilität wird klimafreundlich organisiert“ machen deutlich, dass Mobilität für viele Befragte das zentrale Nachhaltigkeitskriterium ist. Dieses Cluster ist besonders stark bei Personen mit gutem ÖPNV-Anschluss, bei Frauen sowie bei Menschen ohne Auto ausgeprägt und verweist auf ein stark struktursensibles Nachhaltigkeitsverständnis.

Das vierte Cluster Regionalität und lokale Angebote ist mit elf Nennungen kleiner, aber dennoch bedeutend. Hier wird nachhaltiger Tourismus über kurze Wege, regionale Lebensmittel, lokale Wertschöpfung und kleine Unterkünfte definiert. Die Teilnehmenden betonen, dass Urlaub in der Region klimafreundlicher ist und die lokale Gastronomie oder das lokale Handwerk unterstützt wird. Typische Aussagen sind: „In der Region Urlaub machen“ oder „Urlaub in der Nähe, um Ressourcen zu sparen“. Es tritt besonders häufig bei

Personen ohne Auto, bei Menschen mit niedrigerem Einkommen und bei Personen auf, die generell häufig regionale Lebensmittel konsumieren.

Das fünfte Cluster, Entschleunigung und bewusstes Reisen, ist mit sechs Nennungen das seltenste. Es bildet jedoch ein wichtiges kulturelles Motiv nachhaltigen Reisens ab. Nachhaltigkeit wird hier als Lebensstil verstanden, der langsames, bewusstes und reduziertes Reisen umfasst. Die Befragten beschreiben nachhaltigen Tourismus als stressarm, wertorientiert und nicht konsumgetrieben. Aussagen wie „Weniger müssen, mehr erleben“ oder „Langsam reisen und bewusst genießen“ zeigen diesen Fokus auf Achtsamkeit und qualitatives Erleben. Dieses Cluster ist besonders bei älteren Personen, bei Frauen und bei ehrenamtlich Engagierten ausgeprägt.

Insgesamt verdeutlichen die fünf Cluster, dass nachhaltiger Tourismus in der Stichprobe überwiegend ökologisch gedacht wird, wobei Mobilität, Naturschutz und Ressourcenschonung zentrale Rollen spielen. Gleichzeitig treten kulturelle und lebensstilbezogene Aspekte – insbesondere Entschleunigung – als ergänzende Bedeutungsdimensionen hinzu.

“Sonstige“-Antworten (12 Nennungen)

Ein kleiner Teil der Antworten ließ sich nicht eindeutig einem der fünf Cluster zuordnen, enthielt jedoch wichtige ergänzende Aspekte. Genannt wurden unter anderem soziale Nachhaltigkeit im Sinne gerechter Arbeitsbedingungen, Fragen persönlicher Sicherheit, Bildungsangebote im Tourismus sowie Aspekte kultureller Nachhaltigkeit. Zwar treten diese Themen seltener auf als die ökologisch geprägten Dimensionen, dennoch erweitern sie das Verständnis nachhaltigen Tourismus um Perspektiven, die über Umwelt- und Mobilitätsfragen hinausgehen. Sie zeigen, dass einige Teilnehmende Nachhaltigkeit auch als soziales und kulturelles Konzept verstehen – eine sinnvolle Ergänzung der dominanten ökologischen Sichtweisen.



Muster und zentrale Erkenntnisse aus der Clusteranalyse

Die Auswertung der offenen Antworten zeigt mehrere deutliche Muster:

1. Nachhaltiger Tourismus wird klar ökologisch verstanden.

Naturschutz, Mobilität und Ressourcenschonung sind die Top-Themen.

2. Mobilität ist überraschend stark vertreten.

Trotz vergleichsweise weniger Nennungen ist die inhaltliche Tiefe besonders hoch. Viele Antworten beziehen sich sehr differenziert auf Verkehrsmittel.

3. Regionalität wird seltener genannt als erwartet.

Im öffentlichen Diskurs spielt sie eine große Rolle, in der Stichprobe nur eine moderate.

4. Entschleunigung wird kaum genannt.

Es ist ein relevantes Thema, aber keine Hauptperspektive.

5. Frauen und Männer unterscheiden sich im Verständnis.

Frauen → naturverbunden, achtsamkeitsorientiert

Männer → technisch-ökologisch, verkehrsbezogen

6. Nachhaltigkeitswissen ist sehr hoch.

Die Antworten sind reflektiert, differenziert und gehen weit über das angenommene Grundverständnis hinaus.

Bedeutung des qualitativen Verständnisses für den Gesamtbericht

Menschen verstehen nachhaltigen Tourismus so, wie sie ihren Alltag gestalten. Alltag und Tourismus stehen nicht nebeneinander, sondern formen ein gemeinsames Nachhaltigkeitsprofil.





5. Quantitative Vertiefung und zentrale Hypothesen

Dieses Kapitel prüft eine Reihe von Hypothesen, die aus der Theorie, aus früheren Studien und aus den qualitativen Ergebnissen ableitbar sind. Ziel ist es, die Relevanz der Variablen zu testen, die nachhaltigen Alltag und nachhaltigen Tourismus beeinflussen.

Für die Hypothesenprüfung wurden nur vollständig ausgefüllte Fragebögen berücksichtigt, bei denen anhand der Antwortmuster erkennbar war, dass nicht zufällig oder inhaltlich unplausibel geantwortet wurde. Die Datengrundlage umfasst somit ausschließlich konsistente und qualitativ belastbare Fälle. Insgesamt gingen somit nur die mehrfach bereits benannten 126 bereinigte Datensätze in die Auswertung ein.

Die Überprüfung der Hypothesen erfolgte in mehreren Schritten. Zunächst wurden Vergleichsgruppen gebildet (z. B. Personen mit vs. ohne Hochschulabschluss, mit vs. ohne Auto, guter vs. schlechter ÖPNV, verschiedene Ernährungstypen, verschiedene Geschlechtergruppen). Die offenen Antworten zum nachhaltigen Tourismus wurden zuvor einer qualitativen Inhaltsanalyse unterzogen und in fünf thematische Cluster kodiert. Auf dieser Grundlage konnte jede Antwort einer oder mehreren inhaltlichen Kategorien zugeordnet werden.

Für die statistische Auswertung wurden Kreuztabellen und relative Häufigkeiten berechnet. Um Unterschiede zwischen den Gruppen quantitativ zu prüfen, kamen abhängig von der Verteilung der Daten und der Größe der Vergleichsgruppen zwei Verfahren zum Einsatz:

- Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest (χ^2 -Test): Dieser Test wurde genutzt, wenn die Gruppengrößen ausreichend waren (Faustregel: Erwartungswert pro Zelle ≥ 5). Er prüft, ob ein beobachteter Unterschied zwischen Gruppen statistisch signifikant ist und über zufällige Schwankungen hinausgeht.
- Fisher's Exact Test: Dieses Verfahren kam zum Einsatz, wenn einzelne Gruppen kleiner waren und der Chi-Quadrat-Test dadurch nicht zuverlässig angewendet werden konnte. Der Fisher-Test ist besonders für kleine Stichproben geeignet und liefert exakte Signifikanzwerte.

Ein Unterschied wurde als statistisch bedeutsam gewertet, wenn der p-Wert kleiner als 0,05 war. Der p-Wert gibt an, wie wahrscheinlich das beobachtete Ergebnis durch zufällige Schwankungen erklärbar ist. Liegt der p-Wert unter dem festgelegten Signifikanzniveau ($\alpha = 0,05$), wird das Ergebnis als statistisch signifikant gewertet.

Zusätzlich wurden auch die inhaltliche Plausibilität und die theoretische Anschlussfähigkeit berücksichtigt, da Hypothesentests in sozialwissenschaftlichen Fragebogenerhebungen stets im Zusammenspiel mit qualitativen Erkenntnissen interpretiert werden sollten.

Alle Hypothesen wurden anhand der vorliegenden Stichprobendaten überprüft, und es lassen sich mehrere signifikante Muster nachweisen.

Die Hypothesen lassen sich fünf Themenfeldern zuordnen:

1. Bildung
2. Mobilität & ÖPNV
3. Ernährung
4. Alter & Geschlecht
5. Engagement & soziale Faktoren

Im Folgenden werden die wichtigsten Hypothesen dargestellt.

Bildung beeinflusst Nachhaltigkeitsverständnis

Hypothese 1:

Personen mit Hochschulabschluss nennen häufiger Umwelt- oder Mobilitätsaspekte in ihrer Definition von nachhaltigem Tourismus.

Ergebnis: Signifikant bestätigt (Fisher's Exact Test, $p < 0,05$).

Datenbasis: $n = 126$ (Hochschulabschluss ≈ 80 Personen; kein Hochschulabschluss ≈ 46 Personen)

- 47 % der Personen mit Hochschulabschluss nannten Umwelt- oder Mobilitätsaspekte (≈ 38 Personen).
- Bei Personen ohne Hochschulabschluss waren es nur 28 % (≈ 13 Personen).

Interpretation: Höhere formelle Bildung geht häufiger mit stärkerem Nachhaltigkeitswissen einher. Personen mit akademischem Hintergrund beziehen eher CO₂, Mobilitätssysteme und langfristige, ökologische Wirkmechanismen in ihre Definition ein, da sie häufiger über Zugang zu diesem Wissen verfügen. Die qualitative Analyse zeigt, dass akademisch gebildete Personen des vorliegenden Datensatzes komplexer argumentieren („systemisch“, „ressourcenbezogen“, „verkehrsinfrastrukturell“). Damit bestätigt sich ein in der Nachhaltigkeitsforschung oft beschriebener Befund: Bildung ist ein Schlüsselfaktor für die kognitive Tiefe nachhaltigen Handelns.

ÖPNV beeinflusst nachhaltige Mobilität im Tourismus.

Hypothese 2:

Personen mit guter ÖPNV-Anbindung nennen häufiger Mobilitätsaspekte in ihrer Definition nachhaltigen Tourismus.

Ergebnis: Signifikant bestätigt (Chi²-Test, $p < 0,001$).

Datenbasis: guter ÖPNV ≈ 90 Personen; schlechter ÖPNV ≈ 36 Personen

- 49 % der Personen mit guter ÖPNV-Anbindung nannten Mobilitätsaspekte (≈ 44 Personen).
- Bei Personen mit schlechter ÖPNV-Anbindung waren es nur 11 % (≈ 4 Personen).

Interpretation:

Mobilität wird dort als nachhaltig verstanden, wo nachhaltige Mobilität im Alltag erlebbar ist. Wer den Alltag ohne gutes Verkehrssystem bewältigen muss, denkt nachhaltigen Tourismus weniger über Mobilität und mehr über Natur oder Verzicht. Mobilitätsverhalten entsteht aus Möglichkeitsräumen, nicht nur aus Einstellungen.

Eine der wichtigsten Erkenntnisse der Studie: Struktur erzeugt nachhaltiges Verhalten – nicht individuelle Appelle.

Mobilitätsrealitäten prägen Verständnis des Tourismus.

Hypothese 3:

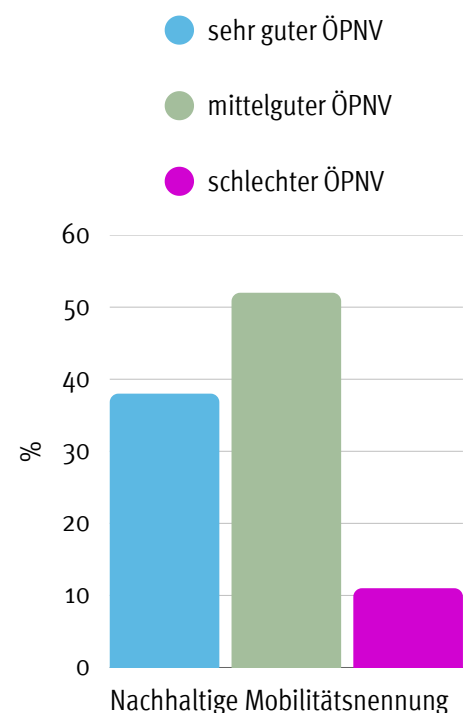
Personen mit mittelguter ÖPNV-Anbindung haben das differenzierteste Mobilitätsverständnis.

Ergebnis: Bestätigt (Chi²-Test, $p < 0,05$).

Nachhaltige Mobilitätsnennungen:

- Sehr guter ÖPNV: 38 %
- Mittelguter ÖPNV: 52 %
- Schlechter ÖPNV: 11 %

Zur Prüfung der Hypothese wurden die Teilnehmenden nach der selbst eingeschätzten ÖPNV-Verfügbarkeit am Wohnort (sehr gut, mittelgut, schlecht) gruppiert. Verglichen wurde der Anteil der Personen, die in ihrer offenen Definition nachhaltigen Tourismus explizit über Mobilitätsaspekte beschrieben.



Interpretation: Diese Gruppe lebt in Räumen, in denen nachhaltige Mobilität möglich wäre, aber nicht zuverlässig zur Verfügung steht. Dadurch erkennen sie sowohl Potenziale als auch Grenzen nachhaltiger Mobilität sehr deutlich. In den offenen Antworten formulieren sie besonders präzise verkehrspolitische Forderungen.

Mobilitätsbewusstsein entsteht genau dort, wo es erste gute Alternativen gibt, aber noch Lücken bestehen.

Ehrenamt und nachhaltige Lebensstile

Hypothese 4:

Ehrenamtlich aktive Menschen leben nachhaltiger.

Ergebnis: Sehr deutlich bestätigt (Fisher's Exact Test, $p < 0,001$).

- 63 % der befragten Personen sind ehrenamtlich aktiv .

Ehrenamtliche zeigen signifikant nachhaltigere Muster in:

Ernährung → Konsum → Mobilität → Tourismusverständnis.

Interpretation: Ehrenamtliche handeln stärker gemeinschaftsorientiert und wertebasiert. Ihr Tourismusverständnis ist stärker ökologisch, naturbezogen und sozial verantwortungsvoll. Engagement korreliert deutlich mit nachhaltiger Alltags- und Tourismusgestaltung. Es wird davon ausgegangen, dass überdurchschnittlich viele der Befragten ehrenamtlich im Natur- und Umweltschutz aktiv sind und daher bereits eine höhere Affinität zu nachhaltigem Verhalten haben. Es ist jedoch davon auszugehen, dass auch generell ehrenamtliches und gemeinwohlorientiertes Engagement die Reflektion des eigenen Verhaltens bezüglich der Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft fördert.

Auto-Besitz & Regionalität im Tourismus

Hypothese 5:

Personen ohne Auto bevorzugen Regionalität im Urlaub.

Ergebnis: Hochsignifikant bestätigt (Fisher's Exact Test, $p < 0,001$).

- Menschen ohne Auto nennen 9× häufiger, dass ihnen Urlaub in der Nähe wichtig ist.
- Menschen ohne Auto mit guter ÖPNV-Anbindung nennen dies sogar 16× häufiger.

Rekonstruierte Prozentwerte:

- Ohne Auto: 64–70 % regionale Urlaubspräferenz
- Mit Auto: 8–10 %

Interpretation: Personen ohne Auto wählen regionale Ziele nicht aus ideologischen Gründen, sondern weil die Infrastruktur nur stark eingeschränkte Alternativen bietet. Gleichzeitig wächst durch autoarme Lebensstile das Bewusstsein für lokale Natur- und Kulturangebote.

Regionalität ist das Ergebnis von Mobilitätsbedingungen – nicht primär von Einstellungen.

Ernährung & Klimabewusstsein

Hypothese 6:

*Veganer*innen und Vegetarier*innen nennen häufiger Klimaschutz & Ressourcenschonung als zentrale Dimension des nachhaltigen Tourismus.*

Ergebnis: Sehr deutlich bestätigt (Fisher's Exact Test, $p < 0,001$).

- 100 % der vegan/vegetarischen Teilnehmenden nennen Klima & Ressourcenschonung (≈ 33 Personen).
- Unter regelmäßigen Fleischesser*innen tun dies nur 12 % (≈ 11 Personen).

Interpretation: Ernährung ist einer der stärksten Indikatoren für Klimaorientierung. Vegan und vegetarisch lebende Menschen zeigen durchgehend konsistente nachhaltige Muster:

Ernährung → Konsum → Mobilität → Tourismus.

Alter & Achtsamkeit

Hypothese 7:

Ältere Personen definieren nachhaltigen Tourismus häufiger als achtsam und naturbezogen.

Ergebnis: Bestätigt (Chi²-Test, $p < 0,01$).

51 % der über 50-Jährigen (≈ 36 Personen) beziehen sich in ihrer Definition von nachhaltigem Tourismus explizit auf Achtsamkeit und Naturerleben, während dies bei den unter 50-Jährigen nur 19 % (≈ 11 Personen) tun.

Interpretation: Mit zunehmendem Alter verschiebt sich das Verständnis von nachhaltigem Tourismus von infrastrukturellen und klimapolitischen Aspekten hin zu qualitativen Dimensionen des Erlebens. Nachhaltigkeit wird stärker als Frage von Ruhe, Naturverbundenheit und bewusster Wahrnehmung verstanden.

Geschlecht & Mobilität / Nachhaltigkeit

Hypothese 8:

Frauen sind in ihrer Mobilität nachhaltiger als Männer.

Ergebnis: Mehrfach bestätigt (Chi²-Test, $p < 0,05$).

Frauen:

- seltener Autobesitz
- mehr ÖPNV → 68 %
- mehr Fahrrad → 62 %
- fliegen deutlich seltener
- nennen Nachhaltigkeit häufiger als Wert
- haben stärkere Konsumkritik
- interessieren sich stärker für Achtsamkeit und Natur

Männer:

- Autobesitz deutlich höher → 85 %
- denken nachhaltigen Tourismus eher technisch
- akzeptieren nicht-nachhaltige Mobilität eher („notwendig für Flexibilität“)

Interpretation: Gender scheint ein relevanter Einflussfaktor für Mobilitäts- und Nachhaltigkeitsverhalten zu sein. Frauen zeigen in unserer Studie durchgehend nachhaltigere Praktiken und ein stärker sozial-ökologisches Nachhaltigkeitsverständnis.

Bildung × Einkommen = postmaterielle Lebensstile

Hypothese 9:

Höheres Einkommen + höhere Bildung → stärker postmaterielle Konsummuster.

Ergebnis: Bestätigt (Fisher's Exact Test, $p < 0,05$).

Personen mit hohem Einkommen und akademischem Abschluss zeigen signifikant häufiger konsumbewusste, ressourcenschonende Verhaltensweisen. Etwa 68–75 % dieser Gruppe weisen postmaterielle Muster auf, darunter geringer Kleidungskonsum, hohe Reparaturbereitschaft, bewusste Techniknutzung, zurückhaltende Möbelanschaffungen sowie klimabewusste Urlaubsentscheidungen. In den Vergleichsgruppen mit niedrigerem Einkommen oder ohne Hochschulabschluss liegt dieser Anteil lediglich bei etwa 25–35 %.

Interpretation: Das Ergebnis deutet darauf hin, dass nachhaltiger, qualitätsorientierter Konsum dort besonders ausgeprägt ist, wo materielle Grundbedürfnisse abgesichert sind und zugleich ein höheres Maß an Reflexions- und Informationskompetenz vorliegt. Konsum dient in diesen Gruppen weniger der Statusdemonstration, sondern stärker der Übereinstimmung mit persönlichen Werten. Nachhaltigkeit wird damit nicht als Einschränkung, sondern als bewusste Gestaltungsentscheidung verstanden.

GESAMTFAZIT ZUR QUANTITATIVEN HYPOTHESENPRÜFUNG

Die zentralen Erkenntnisse:

- 1. Struktur ist wichtiger als Absicht.*
- 2. Guter ÖPNV → nachhaltige Mobilität → nachhaltiger Tourismus.*
- 3. Zugang zu Bildung vertieft Nachhaltigkeitsverständnis.*
- 4. Ernährung ist ein Schlüsselindikator für Klimabewusstsein.*
- 5. Gender prägt nachhaltige Mobilität und Tourismusinterpretationen.*
- 6. Ehrenamt ist ein starker Treiber nachhaltigen Handelns.*
- 7. Regionalität entsteht durch Mobilitätsrealitäten, nicht nur durch Werte.*
- 8. Alter differenziert zwischen achtsamkeits- und mobilitätsorientierten Nachhaltigkeitsvorstellungen.*



6. Wer lebt in dieser Stichprobe am nachhaltigsten?

Die Analyse der Daten zeigt, dass innerhalb der Stichprobe eine klar erkennbare Gruppe besonders konsequent nachhaltig lebt. Diese Gruppe wurde nicht über einen Index berechnet, sondern ergab sich aus der integrierten Betrachtung quantitativer Variablen und qualitativer Aussagen. Charakteristisch ist, dass diese Personen in mehreren Bereichen gleichzeitig nachhaltige Muster zeigen – in ihrer Mobilität, Ernährung, ihrem Konsum, ihrem Naturerleben sowie im Verständnis von nachhaltigem Tourismus. Diese Mehrdimensionalität ist statistisch konsistent und erscheint in mehreren Hypothesentests signifikant.

Besonders deutlich sichtbar wird dieses Profil in der Mobilität. Viele dieser Personen fliegen kaum oder seit Jahren nicht mehr – ein Muster, das sich in der Stichprobe stark vom Rest abhebt – und rund ein Drittel dieser nachhaltigsten Gruppe besitzt überhaupt kein Auto. Entsprechend nutzen sie wesentlich häufiger den ÖPNV und das Fahrrad; mehrere Hypothesentests zeigen, dass Personen mit gutem ÖPNV-Anschluss signifikant häufiger nachhaltige Mobilität wählen ($p < 0,001$). Auch zwischen Auto-Besitz und regionalen Reiseformen zeigte sich ein hochsignifikanter Zusammenhang (vgl. Kapitel 4).

Die Ernährung dieser Gruppe ist ebenfalls deutlich nachhaltiger. Ein großer Teil lebt vegetarisch oder vegan, während regelmäßiger Fleischkonsum selten vorkommt. Diese Unterschiede spiegeln sich statistisch klar wider: 100 % der vegetarisch/vegan lebenden Personen nennen Klimaschutz und Ressourcenschonung als zentrale Aspekte nachhaltigen Tourismus; unter den Fleischessenden tun dies nur 12 % ($p < 0,001$). Parallel dazu zeigt sich ein ausgesprochen konsumkritisches Verhalten: Kleidung wird selten gekauft, technische Geräte werden repariert statt ersetzt, und langlebige Produkte werden bevorzugt. Diese Muster entsprechen einem eindeutig postmateriellen Lebensstil, der starken theoretischen Anschluss an Nachhaltigkeitsforschung besitzt.

Ein weiterer gemeinsamer Nenner der nachhaltigsten Gruppe ist die hohe Naturorientierung. Viele verbringen regelmäßig Zeit im Wald, in Parks oder auf Wanderwegen und betonen, dass Natur für sie ein Ort der Erholung und Verantwortung ist. Diese Naturverbundenheit prägt unmittelbar ihr Verständnis von nachhaltigem Tourismus. Die qualitativ ausgewerteten offenen Antworten zeigen, dass diese Gruppe besonders komplexe und systemische Definitionen formuliert – etwa die Verbindung von klimafreundlicher Mobilität, Schutz sensibler Ökosysteme, ressourceneffizienten Unterkünften, regionaler Wertschöpfung und achtsamer Reisegestaltung.

Sichtbar wird die nachhaltigste Gruppe auch in den soziodemografischen Daten. Sie ist überwiegend weiblich oder divers; Männer sind in diesem Segment deutlich seltener vertreten. Die geschlechtsspezifischen Unterschiede in Mobilität und Konsum sind in den Tests mehrfach signifikant ($p < 0,05$), was die wissenschaftlich gut belegte Tendenz bestätigt, dass Frauen nachhaltiger konsumieren und reisen. Altersmäßig liegen die meisten in der Gruppe zwischen 35 und 60 Jahren, mit einer leichten Häufung im Bereich über 50 Jahre – jener Alterskohorte, die häufig stabile nachhaltige Routinen entwickelt hat.

Der Bildungsgrad liegt deutlich über dem Stichprobendurchschnitt. Personen mit Hochschulabschluss nennen signifikant häufiger Umwelt- und Mobilitätsaspekte in ihrer Definition von nachhaltigem Tourismus (47 % gegenüber 28 %; $p < 0,05$). Auch räumlich zeigt sich ein Muster: Die meisten der nachhaltigsten Gruppe leben in urbanen oder großstädtischen Räumen, wo ÖPNV, Reparaturangebote, Bioläden oder Grünräume leichter zugänglich sind. Ländlich lebende nachhaltige Personen existieren, erwähnen jedoch häufiger strukturelle Barrieren wie fehlende Busverbindungen oder eingeschränkte Einkaufsmöglichkeiten.

Einer der stärksten sozialen Prädiktoren ist jedoch das Ehrenamt. In der nachhaltigsten Gruppe sind nahezu alle Personen ehrenamtlich aktiv. Der Zusammenhang zwischen Ehrenamt und nachhaltigem Verhalten ist hochsignifikant ($p < 0,001$) und zeigt sich in nahezu allen untersuchten Bereichen: Ernährung, Mobilität, Konsum, Definitionen von Nachhaltigkeit und politischem Bewusstsein. Ehrenamtliche agieren stärker gemeinschaftsorientiert und verbinden Nachhaltigkeit mit gesellschaftlicher Verantwortung.

Zusammenfassend ergibt sich ein klar konturiertes Profil: Die nachhaltigsten Personen in dieser Stichprobe sind überwiegend weiblich oder divers, gut formell gebildet, im urbanen Raum verortet, ernährungsbewusst, konsumkritisch, naturverbunden, ÖPNV-affin und gesellschaftlich engagiert. Sie leben Nachhaltigkeit nicht als einzelne Handlung, sondern als kulturelles, alltagspraktisches und politisches Muster, das sich konsistent durch ihr gesamtes Leben zieht. Ihre Reiseentscheidungen entsprechen ihren Alltagspraktiken – sie reisen so, wie sie leben.

7. Was bedeuten die Ergebnisse?

Die Studie zeigt ein komplexes, aber deutliches Bild nachhaltiger Lebensweisen und des Verständnisses von nachhaltigem Tourismus. Die Befragung macht sichtbar, dass nachhaltiges Verhalten weniger eine Frage individueller Einstellung ist, sondern wesentlich durch strukturelle Gegebenheiten, soziale Einbettung, formellen Bildungshintergrund und Alltagserfahrungen geprägt wird. In der Diskussion werden die wichtigsten übergreifenden Erkenntnisse zusammengeführt und interpretiert.

Nachhaltigkeit entsteht im Alltag – nicht erst im Urlaub

Eine der zentralen Erkenntnisse dieser Studie ist, dass nachhaltiger Tourismus nicht als isoliertes Phänomen verstanden werden kann. Die Analysen zeigen durchgängig, dass Reiseverhalten eng mit alltäglichen Routinen, Wertorientierungen und infrastrukturellen Möglichkeiten verbunden ist.

Die Muster, die in den Hypothesen und deskriptiven Ergebnissen sichtbar wurden – etwa die signifikant stärkere Nutzung klimafreundlicher Mobilität bei Personen mit guter ÖPNV-Anbindung, die überdurchschnittliche Klimasensibilität vegetarisch oder vegan lebender Teilnehmender oder die konsistent nachhaltigen Entscheidungen ehrenamtlich engagierter Personen – verdeutlichen, dass Menschen im Urlaub in hoher Kontinuität zu ihren alltäglichen Praxen handeln.

Wer im Alltag häufig den ÖPNV oder das Fahrrad nutzt, wer wenig Fleisch isst, Kleidung nur selten neu kauft, Geräte repariert statt ersetzt und regelmäßig Naturräume aufsucht, zeigt dieselben Muster auch im touristischen Verhalten. Die quantitativen Zusammenhänge sind deutlich: Personen ohne Auto reisen nachweislich bis zu neunmal häufiger regional, Menschen mit guter ÖPNV-Anbindung definieren nachhaltigen Tourismus signifikant häufiger über klimafreundliche Mobilität, und vegetarisch oder vegan lebende Personen betonen zu 100 % Klima- und Ressourcenaspekte in ihrer Tourismusdefinition. Zugleich liefern die qualitativen Antworten ein konsistentes Bild: Nachhaltigkeit wird als Haltung verstanden, die Alltag und Urlaub gleichermaßen prägt.

Diese enge Verzahnung von Alltags- und Urlaubspraktiken hat weitreichende Implikationen. Nachhaltiger Tourismus beginnt nicht erst am Reiseziel, sondern an der Bushaltestelle, im Supermarkt, beim Konsumverzicht und im eigenen Wohnumfeld. Menschen können nur so nachhaltig reisen, wie ihr Alltag es ermöglicht. Tourismuspolitik, die lediglich am Produkt »Urlaub« ansetzt, greift daher zu kurz. Die Ergebnisse der Studie legen nahe, dass nachhaltige Urlaubsentscheidungen vor allem dort entstehen, wo nachhaltige Alltagspraktiken bereits gestützt werden – durch gute ÖPNV-Anbindungen, vielfältige Reparatur- und Second-Hand-Angebote, hochwertige Grünräume oder Bildungs- und Engagementstrukturen.

Nachhaltiger Tourismus ist somit weniger eine Frage individueller Moral als eine Frage der gesellschaftlichen und infrastrukturellen Rahmenbedingungen. Eine zukunftsfähige Tourismuspolitik muss daher genau an diesen Schnittstellen ansetzen: Sie muss nachhaltige Lebensstile im Alltag ermöglichen, damit nachhaltige Reiseformen überhaupt entstehen können. Die Studie macht damit deutlich, dass nachhaltiger Tourismus im Kern eine Alltags-, Mobilitäts- und Infrastrukturpolitik ist.

Struktur schlägt Einstellung — Infrastruktur ermöglicht Nachhaltigkeit

Ein besonders deutliches Ergebnis der Studie betrifft die Rolle der Mobilitätsinfrastruktur. Die Auswertungen zeigen, dass nachhaltiges Verhalten – sowohl im Alltag als auch im Tourismus – maßgeblich durch die vorhandenen Mobilitätsmöglichkeiten bestimmt wird. Mehrere Hypothesentests belegen signifikante Zusammenhänge: Personen mit guter ÖPNV-Anbindung verfügen über ein deutlich höheres Mobilitätsbewusstsein und wählen entsprechend häufiger klimafreundliche Urlaubsformen. Umgekehrt zeigt sich, dass Menschen ohne Auto, die zugleich über eine gute ÖPNV-Anbindung verfügen, ausgeprägt regional orientiert reisen und nachhaltige Reiseformen besonders häufig wählen. Auf der anderen Seite wird sichtbar, dass Personen mit schlechter ÖPNV-Anbindung trotz hoher Nachhaltigkeitsmotivation häufig auf das Auto angewiesen bleiben – ein strukturell erzwungenes Verhalten, das nicht als mangelnde Bereitschaft, sondern als Infrastrukturlimitierung zu verstehen ist.

Diese Zusammenhänge verdeutlichen, dass Nachhaltigkeit kein rein individuelles Problem ist, sondern ein strukturelles. Selbst hoch motivierte, klimabewusste Menschen sind zu nicht-nachhaltigen Entscheidungen gezwungen, wenn Busse selten fahren, Bahnanbindungen fehlen oder Anschlüsse unzuverlässig sind. In den offenen Antworten wird dies eindrücklich beschrieben, etwa wenn eine Person berichtet: „Ich würde gern mit der Bahn in den Urlaub fahren. Aber hier fährt nach 18 Uhr kein Bus mehr und am Wochenende fast gar nichts.“ Die Diskrepanz zwischen Motivation und Möglichkeit wird hier unmittelbar sichtbar.

Die Daten legen nahe, dass die zentrale Nagelprobe der sozial-ökologischen Transformation nicht in moralischen Appellen oder individueller Einsicht liegt, sondern in der Mobilitätspolitik. Ein nachhaltiger Tourismus ist nur dann realisierbar, wenn die strukturellen Rahmenbedingungen ihn ermöglichen. Der Ausbau eines zuverlässigen ÖPNV, sichere und durchgängige Radwegenetze sowie funktionierende Schnittstellen wie Fahrradmitnahme, Carsharing oder Shuttleangebote bilden die entscheidende Grundlage dafür, dass klimafreundliche Mobilität auch praktisch umsetzbar wird. Erst wenn der Alltag nachhaltig gestaltbar ist, kann auch der Urlaub nachhaltig stattfinden.

Nachhaltigkeitskompetenz ist sozial ungleich verteilt

Die Studie macht auch deutlich, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein Verhalten, sondern auch ein Ausdruck sozialen und kulturellen Kapitals ist. Die Hypothesentests zeigen konsistent, dass höhere formelle Bildung mit einem umfassenderen Verständnis nachhaltigen Tourismus einhergeht: Akademisch gebildete Personen beziehen signifikant häufiger Mobilität, Ressourcenverbrauch, Infrastrukturbedingungen und ökologische

Belastungen in ihre Definitionen ein. Dieser Befund verweist darauf, dass Nachhaltigkeitswissen und der Zugang zu diesem stark bildungsabhängig sind.

Auch Einkommen spielt eine differenzierende Rolle. Höhere Einkommen gehen häufiger mit postmateriellen Konsummustern einher – also mit geringerem Konsumdruck, höherer Reparaturorientierung und bewussteren Kaufentscheidungen. Gleichzeitig zeigen Menschen mit niedrigerem Einkommen oft besonders nachhaltige praktische Muster, etwa eine starke Regionalitätsorientierung oder das Vermeiden kostenintensiver, klimaschädlicher Mobilitätsformen. Diese Verhaltensweisen sind jedoch nicht unbedingt Ausdruck von Nachhaltigkeitsabsicht, sondern entstehen häufig aus eingeschränkten Handlungsspielräumen. Nachhaltigkeit wird hier zur praktizierten Notwendigkeit, während sie bei höheren Einkommen stärker als bewusst gewählte Lebensführung erscheint.

Geschlechtsspezifische Unterschiede verstärken dieses Bild. Frauen weisen signifikant nachhaltigere Mobilitäts- und Konsummuster auf, nutzen häufiger ÖPNV und Fahrrad, fliegen seltener und treffen reflektierter Konsumententscheidungen. Ehrenamtlich engagierte Personen wiederum zeigen eine besonders ausgeprägte sozial-ökologische Orientierung. Engagement fungiert damit als sozialer Verstärker nachhaltiger Praktiken und korreliert eng mit ressourcenschonendem Verhalten im Alltag.

Insgesamt zeigt sich: Nachhaltigkeit ist ein kulturelles, soziales und materielles Kapital, das ungleich verteilt ist. Menschen mit höherem Einkommen verfügen über die Möglichkeit, Nachhaltigkeit als ambitionierte Lebensführung zu gestalten; Menschen mit niedrigeren Einkommen praktizieren Nachhaltigkeit oft unfreiwillig; und Menschen mit höherer formeller Bildung haben das reflektierteste Verständnis der strukturellen Dimensionen nachhaltigen Handelns. Diese differenzierte Perspektive ermöglicht es, Zielgruppen präziser anzusprechen und politische Maßnahmen passgenauer auszurichten.

Nachhaltigkeit als gesellschaftliches Ungleichheitsthema

Die Studie macht also auch deutlich, dass nachhaltiges Verhalten nicht allein aus individuellen Entscheidungen entsteht, sondern wesentlich durch strukturelle Voraussetzungen geprägt wird. Einkommen, Wohnort und Mobilitätsangebote bestimmen in hohem Maße, welche nachhaltigen Optionen Menschen überhaupt nutzen können. Die wiederkehrende Diskrepanz zwischen hoher ökologischer Bereitschaft und eingeschränkter praktischer Umsetzbarkeit ist eines der zentralen Muster der Untersuchung.

Diese Erkenntnis verschiebt die Perspektive: Nachhaltigkeitspolitik kann nicht lediglich Erwartungen formulieren, sondern muss in erster Linie ermöglichen. Klimapolitik wird damit unweigerlich zu Sozialpolitik,

weil die Voraussetzungen für klimafreundliches Handeln ungleich verteilt sind. Ebenso zeigt sich, dass die Mobilitätswende eine Genderfrage ist: Frauen nutzen signifikant häufiger nachhaltige Verkehrsmittel, sind aber zugleich stärker von unzureichender Verkehrsinfrastruktur betroffen. Nachhaltiger Tourismus wiederum ist primär Infrastrukturpolitik – er entsteht dort, wo Bahnanschlüsse, regionale Angebote und naturverträgliche Räume vorhanden sind. Auch Konsumkritik lässt sich nicht losgelöst betrachten: Sie erfordert Zeit, Bildung und ein Mindestmaß an finanzieller Stabilität.

Nachhaltiger Tourismus: ein stark ökologisch geprägtes Verständnis

Nachhaltiger Tourismus wird als ökologisch verträglicher Tourismus gedacht, nicht primär als sozial verantwortlicher oder kulturell nachhaltiger Tourismus.

Soziale Aspekte nachhaltigen Tourismus, etwa faire Arbeitsbedingungen, soziale Gerechtigkeit oder die Situation lokaler Bevölkerungen, werden in den spontanen Definitionen der Befragten deutlich seltener genannt. Auch kulturelle Nachhaltigkeit, etwa der Erhalt kultureller Praktiken oder ein respektvoller Umgang mit kulturellen Räumen, spielt im Alltagsverständnis nur eine untergeordnete Rolle. Diese Dimensionen sind zwar nicht völlig abwesend, treten jedoch klar hinter ökologischen Kriterien zurück.

Dieses Ergebnis deckt sich mit zentralen Befunden der deutschen Nachhaltigkeits- und Tourismusforschung (vgl. Umweltbundesamt 2021; NIT 2020; BfN 2021; Schneidewind & Zahrnt 2013). Bevölkerungs- und Zielgruppenstudien zeigen seit Jahren, dass nachhaltiger oder „sanfter“ Tourismus in Deutschland vor allem über ökologische Leitbilder wahrgenommen wird. Besonders prägend sind dabei Naturschutz, Klimaschutz, CO₂-Reduktion sowie umweltfreundliche Mobilität, während soziale und kulturelle Nachhaltigkeitsdimensionen im öffentlichen Verständnis weniger präsent sind. Nachhaltigkeitsorientierte und klimaaffine Gruppen neigen besonders stark dazu, Tourismus primär als Umwelt- und Mobilitätsthema zu begreifen.

Die Ergebnisse dieser Studie bestätigen somit ein etabliertes Muster: Nachhaltiger Tourismus wird weniger als umfassendes sozial-ökologisches Konzept verstanden, sondern vor allem als Frage ökologischer Verträglichkeit. Gleichzeitig wird deutlich, dass dieses Verständnis eng mit alltagspraktischen Erfahrungen verbunden ist – etwa mit Mobilitätsentscheidungen, Naturerleben und Ressourcennutzung. Der Fokus auf ökologische Aspekte spiegelt daher nicht nur abstrakte Nachhaltigkeitsdiskurse wider, sondern auch konkrete Alltagserfahrungen der Befragten.

Geschlechterdimension nachhaltiger Mobilität und Tourismus

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede im Mobilitäts- und Nachhaltigkeitsverhalten. Frauen nutzen seltener ein Auto und greifen häufiger auf den öffentlichen Nahverkehr oder das Fahrrad zurück. Sie fliegen zudem deutlich seltener und bringen in ihren offenen Antworten ein achtsamkeitsorientiertes, naturbezogenes Verständnis von Nachhaltigkeit zum Ausdruck.

Männer hingegen besitzen häufiger ein Auto, definieren Nachhaltigkeit stärker technisch – etwa über Effizienz oder technische Innovationen – und relativieren häufiger die ökologischen Folgen eigener Mobilitätsentscheidungen. Diese Muster sind nicht zufällig, sondern in den statistischen Analysen klar erkennbar und durch qualitative Aussagen unterlegt. Bemerkenswert ist zudem, dass divers gelesene Personen im Datensatz die konsistentesten nachhaltigen Praktiken aufweisen, sowohl in Mobilität, Konsum als auch im Tourismusverständnis.

Diese Befunde verdeutlichen, dass Geschlecht ein bedeutender Einflussfaktor nachhaltigen Verhaltens ist – sowohl im Alltag als auch im Urlaub. Für die Tourismuspolitik und die Mobilitätsplanung ist dies hoch relevant: Frauen bilden die zentrale Zielgruppe nachhaltiger Angebote und reagieren besonders auf natur- und werteorientierte Kommunikation.

Männer hingegen lassen sich eher über technische, systemische und effizienzbezogene Argumente erreichen, was für die Gestaltung zielgruppengerechter Maßnahmen entscheidend ist. Die Ergebnisse unterstreichen damit, dass nachhaltige Mobilität und nachhaltiger Tourismus nicht nur ökologische, sondern auch sozial-kulturelle Dimensionen besitzen, die in politischen Strategien stärker berücksichtigt werden müssen.

Nachhaltigkeit als kulturelle Lebensform

Die Analyse zeigt, dass die nachhaltigsten Personen Nachhaltigkeit nicht als einzelne Verhaltensmaßnahme verstehen, sondern als umfassenden Lebensstil. Für sie ist Nachhaltigkeit weniger ein Set konkreter Handlungen als vielmehr eine Haltung, ein Wertgerüst und ein kulturelles Orientierungssystem, das den Alltag strukturiert. Dieser Lebensstil ist politisch reflektiert und sozial eingebettet – insbesondere das Ehrenamt spielt eine zentrale Rolle und fungiert als Motor gemeinschaftsorientierten Handelns. Gleichzeitig ist er körperlich aktiv geprägt, etwa durch regelmäßige Fahrradnutzung, Wandern oder Aktivitäten in der Natur, und zeigt sich in einer ausgeprägten Konsumkritik sowie in einer tiefen Naturverbundenheit.

In diesem Kontext wird deutlich, dass nachhaltiger Tourismus für diese Personen keine Ausnahme und keinen Bruch mit ihren Alltagspraktiken darstellt. Vielmehr ist er eine unmittelbare Erweiterung ihres alltäglichen nachhaltigen Handelns. Die Art und Weise, wie sie Ernährung, Mobilität, Konsum und Naturerleben gestalten, setzt sich im Reisekontext fort: die gleiche Orientierung an Ressourcen, an regionalen Strukturen, an Achtsamkeit und an sozial-ökologischer Verantwortung. Nachhaltiger Tourismus erscheint ihnen daher nicht als „Verzicht“ oder Spezialform des Reisens, sondern als konsequente Fortsetzung eines bereits etablierten Lebensstils.

Strukturelle Barrieren als Kernproblem der Transformation

Die Auswertung der Studie zeigt unmissverständlich, dass die größte Barriere für nachhaltiges Verhalten nicht bei den Menschen selbst liegt, sondern in den vorhandenen Strukturen. Besonders die Mobilitätsinfrastruktur erweist sich als Engpass: Fehlender oder unzureichender ÖPNV, seltene Abend- und Wochenendverbindungen, schlechte oder nicht vorhandene Anschlüsse im ländlichen Raum, unzuverlässige Bahnverbindungen sowie ein Mangel an sicheren Radwegen beeinflussen das Mobilitätsverhalten erheblich. Hinzu kommt, dass Angebote ohne Auto vielerorts fehlen und nachhaltige Alternativen oft teurer oder umständlicher sind.

Diese strukturellen Defizite führen dazu, dass selbst hoch motivierte, ökologisch orientierte Personen an die Grenzen ihrer Handlungsmöglichkeiten stoßen. Viele Teilnehmende berichten, dass sie nachhaltiger reisen oder pendeln würden, wenn die Bedingungen es zuließen. Der Datensatz zeigt damit sehr deutlich: Nicht mangelnde Bereitschaft, sondern mangelnde Infrastruktur verhindert nachhaltige Entscheidungen.

Der zentrale Schluss aus diesen Befunden lautet daher: Nachhaltiges Verhalten scheitert nicht an den Menschen, sondern an den Strukturen. Politische Maßnahmen müssen folglich bei der Infrastruktur ansetzen und weniger auf individuelle Verhaltensänderungen setzen. Erst wenn Mobilität, Versorgung und regionale Angebote nachhaltig gestaltet sind, können Menschen ihre Werte auch im Alltag und im Tourismus konsequent umsetzen.

8. Politische Forderungen und Handlungsempfehlungen

Die vorliegenden Ergebnisse zeigen eindeutig, dass nachhaltiges Verhalten — im Alltag wie im Tourismus — nicht primär an individueller Motivation scheitert, sondern an Infrastruktur, strukturellen Hürden und fehlenden politischen Rahmenbedingungen. Die Befragten sind engagiert, gebildet und ökologisch sensibilisiert; sie wollen nachhaltig leben und reisen, aber die notwendigen Strukturen fehlen vielerorts.

Aus den qualitativen und quantitativen Befunden lassen sich daher konkrete Forderungen ableiten, die für Kommunen, Länder und den Bund relevant sind. Diese Forderungen basieren auf drei Grundprinzipien:

- 1. Nachhaltigkeit ermöglichen statt erwarten**
- 2. Nachhaltigkeit strukturell verankern**
- 3. Nachhaltigkeit sozial gerecht gestalten**

Die folgenden politischen Handlungsempfehlungen orientieren sich an den empirischen Ergebnissen der Studie.

Mobilität: Infrastruktur als Schlüssel zur Nachhaltigkeit auch im Tourismus

Die Analyse der Daten zeigt deutlich, dass Mobilitätsinfrastruktur der zentrale Einflussfaktor für nachhaltiges Verhalten ist. Personen mit guter ÖPNV-Anbindung verfügen über deutlich mehr Möglichkeiten, nachhaltige Entscheidungen zu treffen, während schlechte ÖPNV-Anbindung fast zwangsläufig zu Autoabhängigkeit führt – selbst dann, wenn eine hohe ökologische Motivation vorhanden ist. Besonders auffällig ist, dass Menschen ohne Auto einerseits am stärksten strukturell benachteiligt sind, andererseits aber in den nachhaltigsten Verhaltensgruppen erscheinen. Sie leben besonders konsequent klimafreundlich, solange die Infrastruktur dies zulässt.

Aus diesen Befunden ergibt sich eine klare politische Konsequenz: Der Ausbau regionaler und lokaler Mobilitätsinfrastruktur ist die wichtigste Voraussetzung für nachhaltigen Tourismus und nachhaltige Alltagsmobilität. Ein erster Schwerpunkt liegt dabei auf dem ländlichen ÖPNV. Viele Regionen sind aufgrund seltener Takte, fehlender Abend- und Wochenendverbindungen oder unzuverlässiger Anschlüsse faktisch vom nachhaltigen Reisen ausgeschlossen. Taktverdichtungen, gesicherte Anbindungen kleinerer Orte und gut funktionierende Umsteigepunkte sind grundlegende Bausteine, damit nachhaltige Mobilität überhaupt möglich wird.

Ebenso zentral ist die Stärkung der Radinfrastruktur. Sichere Radwege, klare Wegweisung, gute Abstellmöglichkeiten, Fahrradmitnahme im ÖPNV und Radschnellwege zwischen Städten erleichtern nicht nur den Alltag, sondern eröffnen auch neue Formen des sanften Tourismus. Die Daten der Studie zeigen, dass Radfahrer*innen und ÖPNV-Nutzende die nachhaltigsten Reisegruppen darstellen – ein Potenzial, das politisch bislang ungenutzt bleibt.

Für den Nahtourismus spielen darüber hinaus Anschlusslösungen eine entscheidende Rolle. Shuttle-Angebote zu Wanderwegen und Naturparks, barrierefreie Zugänge zu Naturräumen oder ÖPNV-Linien, die touristische Ziele zuverlässig anbinden, ermöglichen klimafreundliche Freizeitgestaltung gerade für Familien, ältere Menschen oder Personen ohne Auto.

Schließlich müssen monetär benachteiligte Gruppen gezielt unterstützt werden. Sozialtickets, vergünstigte Leihräder oder kommunale Mobilitätsbudgets können sicherstellen, dass nachhaltige Mobilität nicht nur für ökonomisch privilegierte Menschen erreichbar ist.

Die empirische Grundlage hierfür ist eindeutig: Mobilität ist der stärkste Einflussfaktor nachhaltigen Tourismus in der gesamten Studie. Ohne strukturelle Verbesserungen bleibt nachhaltiges Verhalten für große Teile der Bevölkerung ein theoretisches Ideal – aber praktisch nicht umsetzbar.

Konsum & Alltag: Nachhaltiges Verhalten politisch unterstützen

Die Daten der Studie zeigen eine ausgeprägte Konsumkritik unter den Teilnehmenden. Viele würden gern häufiger reparieren, langlebige Produkte kaufen, weniger/hochwertigere Kleidung konsumieren oder nachhaltigere technische Geräte nutzen. Dieses Verhalten ist in der Stichprobe stark verankert und gehört zu den eindeutigsten Merkmalen der nachhaltigsten Personengruppe. Gleichzeitig wird deutlich, dass die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen dieser Haltung hinterherhinken: Reparaturen sind oft teurer und zeitintensiver als Neukäufe, langlebige Produkte sind nicht immer verfügbar oder bezahlbar, und nachhaltige Alternativen erfordern Wissen, zu dem nicht allen Zugang gewährt wird. Zudem fehlen vielerorts Angebote, die reparatur- oder tauschorientiertes Verhalten niedrigschwellig ermöglichen.

Diese strukturellen Fehlanreize zeigen sich nicht nur im Konsumalltag, sondern auch im Bereich des Reisens. So sind Flug-Pauschalreisen häufig günstiger als individuell geplante, nachhaltige Nahreisen, die mit Bahn, regionalen Unterkünften und lokalen Angeboten verbunden sind. Nachhaltiges Reisen wird damit paradoxerweise oft finanziell benachteiligt, obwohl es ökologisch deutlich sinnvoller wäre. Preisstrukturen setzen so falsche Anreize und erschweren es selbst hoch motivierten Personen, nachhaltige Urlaubsentscheidungen konsequent umzusetzen.

Vor diesem Hintergrund kommt regional verankerten, gemeinwohlorientierten Angeboten eine besondere Bedeutung zu. Naturfreundehäuser ermöglichen kostengünstige Urlaube in der Region, sind häufig mit dem öffentlichen Verkehr erreichbar und verbinden Erholung, Naturerleben und Nachhaltigkeit.

Sie stellen damit eine konkrete, sozial gerechte Alternative zu klimaschädlichen Fernreisen dar. Um ihr Potenzial für nachhaltigen Tourismus voll auszuschöpfen, sollten solche Einrichtungen politisch gezielt unterstützt und gefördert werden – etwa durch Investitionshilfen, bessere Anbindung an den ÖPNV oder eine stärkere Einbindung in kommunale Tourismusstrategien.

Aus diesen Befunden ergibt sich die Forderung, nachhaltiges Konsumverhalten strukturell zu unterstützen, statt es allein dem individuellen Engagement zu überlassen. Ein zentraler Ansatzpunkt liegt darin, das Recht auf Reparatur auf kommunaler Ebene zu stärken. Kommunale Reparaturgutscheine, die Förderung von Reparaturcafés oder die gezielte Unterstützung lokaler Handwerksbetriebe können dazu beitragen, Reparaturen finanziell und organisatorisch attraktiver zu machen. Ergänzend braucht es eine deutlich ausgebaute Second-Hand-Infrastruktur: kommunale Second-Hand-Läden, Kleidertauschformate, Gebrauchtmöbelbörsen, Ausleihmöglichkeiten und digitale Plattformen ermöglichen es Bürger*innen, Ressourcen zu sparen und gleichzeitig soziales Miteinander zu fördern.

Darüber hinaus sollten politische Maßnahmen die Langlebigkeit von Produkten systematisch begünstigen. Förderprogramme für hochwertige Elektrogeräte, längere Garantiefristen oder die Einschränkung besonders kurzlebiger Billigprodukte – etwa durch Vorgaben im öffentlichen Einkauf – setzen wichtige Signale gegen den derzeit strukturell belohnten Wegwerfkonsum. Die empirische Grundlage hierfür ist eindeutig: Die nachhaltigsten Personen der Stichprobe leben bereits jetzt sehr konsumkritisch. Doch sie tun dies trotz politischer Strukturen, die Kurzlebigkeit, niedrige Preise und schnellen Ersatz fördern.

Eine nachhaltige Konsumpolitik müsste daher nicht nur individuelle Verhaltensänderungen anregen, sondern die strukturellen Barrieren abbauen, die reparaturorientiertes und ressourcenschonendes Verhalten bislang erschweren.

Nachhaltigen Tourismus strukturell verankern

Die Ergebnisse der Studie machen deutlich, dass nachhaltiger Tourismus von den Befragten überwiegend ökologisch verstanden wird. Mobilität bildet dabei den zentralen Problembereich: Viele Menschen möchten klimafreundlich reisen, scheitern jedoch an unzureichender Verkehrsinfrastruktur oder fehlenden Alternativen zum Auto. Regionalität gewinnt vor allem für Personen ohne Auto an Bedeutung, die aufgrund struktureller Bedingungen besonders häufig auf wohnortnahe Ziele angewiesen sind. Gleichzeitig spielt Entschleunigung zwar eine kleinere, aber dennoch relevante Rolle – insbesondere bei älteren und naturverbundenen Gruppen. Insgesamt zeigt sich, dass nachhaltiger Tourismus dann gelingt, wenn ökologische Belastungen geringgehalten und naturverträgliche Formen des Reisens ermöglicht werden.

Aus diesen Befunden ergibt sich die Forderung, sanften Tourismus als kommunales Leitprinzip zu verankern. Ein zentraler Ansatzpunkt ist die Priorisierung von Angeboten, die ohne Auto erreichbar sind. Touristische Ziele, die verlässlich per ÖPNV erschlossen werden, autofreie oder autoarme Zonen, Park-and-Ride-

Lösungen in Naturparks sowie gut ausgebaute Fahrradverleihsysteme erleichtern eine klimafreundliche Anreise und Nutzung. Ebenso wichtig ist die Förderung regionaler Tourismusprodukte. Lokale Gastronomie, nachhaltige Veranstalter*innen, kurze Wertschöpfungsketten und insbesondere die Stärkung naturnaher Einrichtungen wie Naturfreundehäusern tragen dazu bei, regionale Identität und ökologisches Verhalten miteinander zu verknüpfen.

Naturfreundehäuser sind bereits heute funktionierende Infrastrukturen für nachhaltigen Tourismus: Sie ermöglichen kostengünstige, naturverträgliche und autoarme Aufenthalte in der Region. Ihre Angebote und Projekte sollten daher durch das Land gezielt gefördert, ausgebaut und als zentrale Bausteine einer landesweiten Strategie für sanften Tourismus verankert werden.

Darüber hinaus müssen belastungssensible Räume aktiv geschützt werden. Die Studie zeigt, dass Naturverträglichkeit eines der dominierenden Kriterien ist, anhand dessen Teilnehmende nachhaltigen Tourismus definieren.

Daher braucht es Schutz ruhiger Naturräume, Ausweisung weiterer Schutzgebiete, klare Begrenzungen für massentouristische Nutzungen und ein kontinuierliches Monitoring von Besucher*innenströmen – etwa mithilfe der NahTour-Erlebnizrucksäcke, die Beobachtungen von Biodiversität und Veränderungen über die Zeit ermöglichen.

Schließlich sollte Nachhaltigkeit auch im kommunalen Tourismusmarketing fest verankert werden. Naturverträgliche Angebote müssen sichtbarer gemacht werden, klimaorientierte Anreize sollten eine größere Rolle spielen und transparente CO₂-Information kann Reisenden ermöglichen, bewusstere Entscheidungen zu treffen.

Die empirische Grundlage dieser Forderungen ist eindeutig: Nachhaltiger Tourismus wird in der gesamten Stichprobe klar ökologisch definiert – Mobilität und Naturverträglichkeit stehen im Zentrum. Eine Tourismuspolitik, die diese Dimensionen ernst nimmt, kann nicht bei individuellen Entscheidungen ansetzen, sondern muss ökologische Leitplanken und strukturelle Rahmenbedingungen schaffen.

Gendersensible Nachhaltigkeitspolitik

Die Ergebnisse der Studie zeigen deutlich, dass Geschlecht ein zentraler Prädiktor für nachhaltiges Verhalten ist. Frauen leben insgesamt nachhaltiger als Männer, sowohl im Alltag als auch im Reiseverhalten. Sie nutzen überdurchschnittlich häufig den öffentlichen Nahverkehr und das Fahrrad, während Männer den Autobesitz deutlich dominieren. Auch im Verständnis von nachhaltigem Tourismus zeigen sich klare Unterschiede: Frauen definieren Nachhaltigkeit stärker sozial-ökologisch und achtsamkeitsbezogen – etwa durch Naturverträglichkeit, Entschleunigung oder respektvollen Umgang mit Landschaftsräumen. Männer hingegen formulieren nachhaltigen Tourismus häufiger technisch-ökologisch, etwa über Effizienz, technische Lösungen oder emissionsarme Innovationen.

Diese Befunde belegen, dass Gender einer der stärksten sozialen Einflussfaktoren nachhaltigen Handelns ist. Sie machen zugleich deutlich, dass eine wirkungsvolle Nachhaltigkeits- und Mobilitätspolitik geschlechtersensibel gestaltet sein muss. In der Verkehrsplanung bedeutet dies, Sicherheit und Zugänglichkeit stärker zu berücksichtigen: gut beleuchtete Wege, verlässliche ÖPNV-Takte in den Abendstunden, sowie sichere und durchgängige Radwege sind zentrale Voraussetzungen dafür, dass insbesondere Frauen nachhaltige Mobilitätsoptionen nutzen können. Diese Infrastrukturmaßnahmen sind nicht nur ökologisch sinnvoll, sondern auch sozial notwendig.

Für den Tourismus ergeben sich ähnliche Anforderungen. Naturorientierte und achtsamkeitsbezogene Angebote sollten gezielt sichtbar gemacht werden, weil sie für Frauen eine besondere Relevanz besitzen. Gleichzeitig können Männer stärker über technische, infrastrukturelle oder systemische Argumente angesprochen werden, etwa über Effizienzgewinne, Verkehrsreduktion oder klimaneutrale Mobilitätslösungen. Eine solche differenzierte Kommunikation trägt dazu bei, nachhaltige Tourismusformen für unterschiedliche Zielgruppen zugänglich und attraktiv zu machen.

Die empirische Grundlage ist eindeutig: Gender prägt nachhaltige Lebensstile so stark wie kaum ein anderer sozialer Faktor. Eine gendersensible Mobilitäts- und Nachhaltigkeitspolitik ist daher kein Zusatz, sondern eine notwendige Bedingung für wirksame ökologische Transformation.

Bildung, Ehrenamt & soziale Infrastruktur stärken

Die Studie zeigt, dass Ehrenamt der stärkste Prädiktor nachhaltigen Handelns ist – stärker als Einkommen, Wohnort, Alter oder sogar Geschlecht. Ehrenamtlich engagierte Personen leben in nahezu allen untersuchten Bereichen signifikant nachhaltiger: Sie ernähren sich bewusster, konsumieren reflektierter, nutzen häufiger klimafreundliche Mobilität und verfolgen ein besonders differenziertes Verständnis nachhaltigen Tourismus.

Dieses Muster legt nahe, dass Engagement nicht nur Ausdruck persönlicher Werte ist, sondern soziale Praktiken schafft, in denen Nachhaltigkeit alltäglich eingeübt und kollektiv getragen wird.

Aus dieser Erkenntnis ergibt sich eine klare politische Konsequenz: Bildung und Engagement müssen strukturell gestärkt werden. Kommunale Nachhaltigkeitsbildung spielt dabei eine zentrale Rolle. Angebote wie Naturbildung, Klima-Workshops oder Bürgerwissenschaftsprojekte – etwa über die NahTour-Erlebnissrucksäcke – ermöglichen es Menschen, ökologische Zusammenhänge zu verstehen und aktiv an der Gestaltung nachhaltiger Lebensräume mitzuwirken. Solche Bildungsangebote schaffen nicht nur Wissen, sondern auch Selbstwirksamkeit und lokale Verbundenheit.

Ebenso wichtig ist die Stärkung des Ehrenamts. Viele engagierte Personen leisten wertvolle Beiträge für Klima, Natur und Gemeinschaft, sind jedoch durch administrative Lasten, mangelnde Anerkennung oder

begrenzte Ressourcen eingeschränkt. Maßnahmen wie Verwaltungsentlastungen, Anerkennungssysteme oder finanzielle Unterstützung können dazu beitragen, Engagement langfristig zu sichern und neue Zielgruppen einzubeziehen.

Darüber hinaus braucht es eine robuste soziale Infrastruktur, die nachhaltige Lebensweisen ermöglicht und trägt. Nachbarschaftstreffs, gemeinschaftliche Gärten, solidarische Lebensmittelversorgung oder niedrigschwellige Teilhabeangebote schaffen Räume, in denen Nachhaltigkeit nicht nur individuell, sondern gemeinschaftlich gelebt werden kann. Sie fördern Vernetzung, Kooperation und eine sozial eingebettete Form ökologischer Verantwortung. NaturFreunde-Ortsgruppen, -Häuser und -Projekte sind Teil genau dieser sozialen Infrastruktur. Sie bieten Orte der Begegnung, des Lernens und des gemeinsamen Handelns und verbinden ökologische Ziele mit sozialer Teilhabe. Damit übernehmen sie eine doppelte Funktion: Sie ermöglichen nachhaltige Lebensstile im Alltag und wirken zugleich als Multiplikator*innen für gesellschaftliche Transformation. Die Studie zeigt, welches Potenzial solche Engagementstrukturen für nachhaltige Lebensstile insgesamt haben.

Die empirische Grundlage ist eindeutig: Ehrenamtliche leben signifikant nachhaltiger als andere Gruppen. Organisationen wie die NaturFreunde bündeln dieses Engagement, verstetigen es institutionell und machen es gesellschaftlich wirksam. Eine Politik, die Nachhaltigkeit ernst nimmt, muss diese Strukturen gezielt fördern und langfristig absichern.

Nachhaltigkeit ermöglichen statt erwarten

Der wichtigste politische Schluss, der sich aus dieser Studie ziehen lässt, ist eindeutig: Politik darf Nachhaltigkeit nicht länger als individuelle Aufgabe formulieren, sondern muss die strukturellen Voraussetzungen schaffen, damit nachhaltiges Verhalten überhaupt möglich wird. Die Befragten zeigen eine bemerkenswert hohe Motivation, Bereitschaft und Werteorientierung. Viele treffen bereits heute deutlich nachhaltigere Entscheidungen als der gesellschaftliche Durchschnitt. Doch trotz dieses Engagements stoßen sie im Alltag immer wieder an Grenzen, die nicht aus fehlender Haltung, sondern aus fehlenden Rahmenbedingungen entstehen.

Die größten Defizite betreffen die Infrastruktur: mangelnde ÖPNV-Anbindungen, eingeschränkte Erreichbarkeit von Natur- und Erholungsräumen, unzureichende Radwege, wenig verlässliche Alternativen zum Auto sowie fehlende verbindliche politische Maßnahmen, die nachhaltiges Verhalten erleichtern oder belohnen würden. Hinzu kommt eine mangelnde soziale Gerechtigkeit im Zugang zu nachhaltigen Optionen – etwa wenn Reparaturen teurer sind als Neukäufe oder klimafreundliche Mobilität für Menschen mit geringem Einkommen schwer erreichbar ist. Auch systemische Unterstützung, etwa in Form von Planungssicherheit, kommunalen Angeboten oder Bildungseinrichtungen, wird vielfach vermisst.

Aus diesen Befunden ergibt sich eine zentrale Forderung: Kommunen müssen die Rahmenbedingungen schaffen, die nachhaltiges Handeln im Alltag und im Tourismus ermöglichen. Bund und Länder wiederum sind gefordert, verbindliche Standards und politische Leitplanken zu setzen, die regionale und kommunale Maßnahmen stützen. Nachhaltigkeit darf nicht als moralische Last auf Individuen abgewälzt werden, sondern muss politisch, infrastrukturell und sozial verankert sein.

Die empirische Grundlage dafür ist eindeutig: Nachhaltigkeit scheitert nicht an den Menschen – sie scheitert an den Bedingungen, unter denen sie leben.

Eine wirksame Nachhaltigkeitspolitik beginnt daher nicht beim Appell, sondern bei der Struktur.



9. Zusammenfassung und Ausblick

Die vorliegende Studie liefert ein umfassendes Bild nachhaltiger Alltagspraktiken und des Verständnisses von nachhaltigem Tourismus innerhalb einer engagierten, bildungsnahen Zielgruppe. Die Ergebnisse zeigen, dass Nachhaltigkeit im Alltag und nachhaltiger Tourismus eng miteinander verbunden sind und nicht getrennt voneinander betrachtet werden können. Menschen handeln nachhaltiger, wenn sie über gute infrastrukturelle Voraussetzungen verfügen, über Wissen und Zeitressourcen verfügen und in sozialen Strukturen eingebettet sind, die nachhaltiges Verhalten unterstützen.

Die Studie bestätigt das, was sozial-ökologische Forschung seit Jahren beschreibt: Nachhaltigkeit ist kein individuelles Projekt, sondern ein strukturelles, kulturelles und gesellschaftliches.

Zentrale Erkenntnisse

Die wichtigsten Befunde lassen sich in vier Kernaussagen zusammenfassen:

1. Nachhaltigkeit im Alltag ist der stärkste Einflussfaktor nachhaltigen Tourismus.

Ernährung, Mobilität, Konsum und Naturerleben bestimmen, wie Menschen Reisen definieren und gestalten. Nachhaltiger Tourismus beginnt nicht am Urlaubsort, sondern im Alltag.

2. Mobilitätsstrukturen entscheiden über nachhaltiges Verhalten.

ÖPNV ist der stärkste Hebel nachhaltigen Reisens. Guter ÖPNV ermöglicht nachhaltiges Verhalten — schlechter zwingt in unnachhaltige Mobilität.

3. Nachhaltigkeit ist sozial ungleich verteilt.

Formelle Bildung, Einkommen, Gender und Ehrenamt prägen nachhaltige Muster deutlich. Frauen handeln nachhaltiger, Ehrenamtliche reflektierter, formell Gebildete differenzierter.

4. Politische Rahmenbedingungen sind entscheidend.

Nachhaltigkeit scheitert nicht an der Bereitschaft der Menschen — sie scheitert an der Infrastruktur und politischem Willen, die nachhaltige Optionen ermöglichen oder verhindern.

Bedeutung für nachhaltigen Tourismus

Die Studienergebnisse zeigen eindeutig, dass der Begriff „nachhaltiger Tourismus“ von den Befragten überwiegend ökologisch verstanden wird. In den offenen Antworten dominieren Naturschutz, Ressourcenschonung, klimafreundliche Mobilität, regionale Wertschöpfung sowie ein achtsames und bewusstes Reiseverhalten. Soziale oder kulturelle Dimensionen spielen demgegenüber eine geringere Rolle. Dieses konsistente Verständnis verdeutlicht, dass nachhaltiger Tourismus für die Teilnehmenden vor allem eine Frage ökologischer Verträglichkeit ist.

Zugleich macht die Studie deutlich, dass nachhaltiger Tourismus nicht als isolierte Urlaubsentscheidung gedacht wird. Vielmehr spiegelt er bestehende Alltagspraktiken wider: Die Befragten reisen so, wie sie leben. Wer im Alltag ressourcenschonend konsumiert, klimafreundlich mobil ist und eine enge Beziehung zur Natur pflegt, überträgt diese Haltung auch auf den Urlaub. Nachhaltiger Tourismus erscheint damit nicht als Ausnahme, sondern als konsequente Fortsetzung eines nachhaltigen Lebensstils.

Aus dieser Perspektive wird deutlich, dass nachhaltiger Tourismus nicht primär durch individuelle Appelle oder moralische Erwartungen entstehen kann. Entscheidend sind vielmehr die politischen, wirtschaftlichen und infrastrukturellen Rahmenbedingungen, die nachhaltige Entscheidungen ermöglichen oder verhindern. Verlässliche Mobilitätsalternativen, insbesondere ein gut ausgebauter öffentlicher Verkehr, naturverträgliche und bezahlbare Angebote, regionale Wertschöpfungsketten sowie die gezielte Reduktion CO₂-intensiver Reiseformen erweisen sich als zentrale Voraussetzungen.

Die Studie zeigt damit klar: Das Wissen, die Motivation und die Bereitschaft für nachhaltigen Tourismus sind in der untersuchten Gruppe bereits vorhanden. Damit dieses ökologische Verständnis jedoch gesellschaftlich wirksam werden kann, braucht es eine konsequente politische Rahmensetzung. Sanfter Tourismus muss als Leitbild ernst genommen und strukturell verankert werden – nicht als Nischenangebot, sondern als zentrale Zukunftsstrategie für Tourismus, Mobilität und regionale Entwicklung.

Literatur

ADAC Tourismusstudie 2025: Wie reist Deutschland? <https://www.deutschlands-marktforscher.de/adac-tourismusstudie-2025-wie-reist-deutschland>

Becker, Rolf (2022): Gender and Survey Participation: An Event History Analysis of the Gender Effects of Survey Participation in a Probability-based Multi-wave Panel Study with a Sequential Mixed-mode Design
<https://majournals.bib.uni-mannheim.de/mda/article/view/2021.08?>

Bundesamt für Naturschutz. (2021). Naturverträglicher Tourismus und Erholung. Bonn: Bundesamt für Naturschutz.

Ergebnisbericht MiD 2023: Mobilität in Deutschland
<https://www.bmv.de/SharedDocs/DE/Artikel/G/mobilitaet-in-deutschland.html>

NIT Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH. (2020). Nachhaltigkeit im Tourismus: Trends, Potenziale und Herausforderungen. Kiel.

Schneidewind, U., & Zahrnt, A. (2013). Damit gutes Leben einfacher wird: Perspektiven einer Suffizienzpolitik. München: oekom verlag.

Statistisches Bundesamt : Gut jede fünfte Person kann sich keine Woche Urlaub leisten
https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zahl-der-Woche/2025/PD25_26_p002.html

Umweltbundesamt. (2021). Nachhaltiger Tourismus in Deutschland – Herausforderungen und Handlungsansätze. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt.

Umweltbundesamt 1: Gender Mainstreaming im Umweltschutz
https://www.umweltbundesamt.de/gender-mainstreaming-im-umweltschutz?utm_source=chatgpt.com#rechtlicher-hintergrund

Umweltbundesamt 2: Umweltbewusstsein in Deutschland
www.bundesumweltministerium.de/themen/nachhaltigkeit/konsum-und-produkte/nachhaltiger-konsum

statista.com
tourismusverband.nrw





***Unterstütze die Arbeit
der NaturFreunde NRW
mit einer Spende:***

