

Klimawandel: Europäische Touristen wollen ökologischen Fußabdruck immer weiter reduzieren

- *Travellyze, das Business-Intelligence-Tool von ITG, hat die Nachhaltigkeitstrends unter europäischen Reisenden analysiert.*
- *Deutschland nimmt bei seiner Reputation als Reiseziel unter umweltbewussten Touristen Platz drei hinter Italien und Spanien ein*
- *CO₂-Kompensation ist um 15,2 Prozent gestiegen*

Madrid/Frankfurt, 24. November 2022. Nachhaltigkeit und Umweltschutz werden schnell zu Schlüsselfaktoren bei Kaufentscheidungen in allen Sektoren. Aber wie hat sich dies auf die Reisebranche ausgewirkt? Laut einer Analyse auf Travellyze, der Business-Intelligence-Plattform der [International Tourism Group](#) (ITG), hat das Umweltbewusstsein der europäischen Reisenden im vergangenen Jahr zugenommen.

Studien, die vor den Gefahren des Klimawandels und den neuesten ökologischen Trends warnen, scheinen das Verbraucherverhalten beeinflusst zu haben. Dies geht so weit, dass bei der Analyse der europäischen Touristen festgestellt wurde, dass Reisende ihr Verhalten ändern, was zu folgenden Ergebnissen geführt hat:

- Die CO₂-Kompensation ist um 15,2 Prozent gestiegen
- Die Auswahl grüner Unterkünfte hat sich um 5,1 Prozent erhöht
- Die Unterstützung von Umweltprojekten auf Reisen hat um 7,2 Prozent zugenommen

Darüber hinaus entwickelt sich Europa zum wichtigsten internationalen Maßstab. Deutschland, Italien und Spanien sind die europäischen Destination mit dem besten Image bei Touristen, die auf Nachhaltigkeit Wert legen. Diese Länder sind auch die wichtigsten europäischen Quellmärkte für „nachhaltig Reisende“, wobei Italien mit 53 Prozent an erster Stelle steht, gefolgt von Spanien mit 49 Prozent und Deutschland mit 44 Prozent.

Profil des europäischen „nachhaltigen Reisenden“

Laut den Daten von Travellyze sind 26 Prozent der europäischen Reisenden um die Umwelt besorgt und legen bei der Wahl ihres Reiseziels Wert auf Nachhaltigkeit. Die Mehrheit dieser „nachhaltigen“ Touristen ist über 40 Jahre alt und verfügt über eine höhere Bildung. Bezüglich ihres Einkommens fällt auf, dass mehr als 50 Prozent weniger als 36.000 Euro pro Jahr beziehen.

Bei den Unterkünften ziehen 35 Prozent der nachhaltig Reisenden 3- bis 4-Sterne-Hotels den Apartments (22 Prozent) oder Bed & Breakfast-Unterkünften (20 Prozent) vor. Bemerkenswert ist auch das Aufkommen von preiswerten Unterkünften, wie Hostels und Pensionen (17 Prozent), die große Anstrengungen unternehmen, ihr nachhaltiges Angebot zu modernisieren, um ein jüngeres Publikum anzuziehen.

Die Hauptinspirationsquellen für Reisen sind Suchmaschinen wie Google (34 Prozent), Bewertungsportale (28 Prozent), Fernsehsendungen (27 Prozent) und soziale Netzwerke wie zum Beispiel Facebook (26 Prozent)

CO₂-Fußabdruck und Hygiene sind vorrangige Faktoren

Das Thema Klimawandel beeinflusst zunehmend das Denken und Handeln moderner Touristen. Wie Travellyze feststellt, ist die Minimierung des CO₂-Fußabdrucks der wichtigste Faktor für diese Gruppe von gewissenhaften Reisenden. Mehr als 50 Prozent der „nachhaltigen“ Touristen legen großen Wert auf die Reduzierung der CO₂-Emissionen.

Andere Faktoren wie Sauberkeit, Gesundheit, Hygiene und Sicherheit am Zielort haben für 46 Prozent der Touristen einen großen Einfluss auf die Reiseentscheidung. Dies ist ein Zeichen dafür, dass sich die Prioritäten der Reisenden durch die Pandemie geändert haben und Gesundheit und Sicherheit nun einen höheren Stellenwert einnehmen.

Travellyze, ein vollständiges Röntgenbild des Reisenden

Das Business-Intelligence-Tool Travellyze ist die erste Plattform, die es schafft, basierend auf Umfragen, eine Momentaufnahme des Reisenden vor der Reise zu erhalten. Somit ermöglicht Travellyze die Absichten der Touristen schon vor der Buchung zu analysieren. Auf diese Weise werden Berichte mit Daten erstellt, die in drei verschiedenen Blöcken angeordnet sind: Demografie, Verbraucherverhalten und Wahrnehmung des Reiseziels.

Auf diese Weise ermöglicht die intuitive Tourismus-Analyseplattform die Erstellung von Profilen der Reisenden und ihrer Gewohnheiten. Folglich erleichtert Travellyze Tourismus-Vermarktern Strategien zu entwickeln und taktische Entscheidungen zu treffen.

Mehr Informationen unter: <https://travellyze.com/>