NACHHALTIGKEIT IM TOURISMUS IN NRW UND DEUTSCHLAND

Themendossier 2026

Tourismus NRW e.V.

Bild: Eiszeitliches Wildgehege Bachtal mit Fluss Düssel © Tourismus NRW e.V.

Kofinanziert von der Europäischen Union

Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

NORDRHEINWESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

INHALTSVERZEICHNIS

Bild: Park Frankeburg Aachen © Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V.

Fact Snack To Go 3
Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus 4
Zahlen, Daten & Fakten 5
Der Nachhaltig-Affine Gast 7
Nachhaltigkeit entlang der Customer Journey 8
Nachhaltigkeit im Themenfokus 15
Ökologischer Handabdruck 16
Kultur 17
MICE 18
Gesund & Barrierefreiheit 19
Aktiv & Natur 20
Fazit - Warum ist Nachhaltigkeit im Tourismus wichtig? 21
Quellen 23
Impressum 25

Auf das Logo klicken, um auf diese Seite zurückzukehren.

FACT SNACK TO GO

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

Illustration: Eigene Darstellung; Chat GPT |
Quelle: Tourismus NRW e.V., 2025, S. 23, 38

NACHHALTIGKEIT IM DEUTSCHLANDTOURISMUS

ALLGEMEINE ZAHLEN, DATEN & FAKTEN

Bild: Lichtung am Skywalk Rabenlay © Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V.

ZAHLEN, DATEN & FAKTEN

STABILE ZUSTIMMUNG

Zu Beginn des Jahres 2022 erreichte der Anteil der Menschen, die Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen positiv bewerteten, mit 68 Prozent seinen Höchststand. Zwar fiel dieser Wert bis Januar 2023 auf 61 Prozent, doch bereits Anfang 2024 äußerten sich erneut 67 Prozent der Bevölkerung positiv gegenüber nachhaltigem Reisen. Damit bleibt die Zustimmung in Deutschland insgesamt auf einem relativ hohen und stabilen Niveau.

Quelle: Umweltbundesamt, 2025, S. 80-81;
Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, 2024, S. 72-73.

NACHHALTIGKEIT BEFLÜGELT

Rund die Hälfte der Reisenden fühlt sich beim nachhaltigen Reisen gut und nimmt diese positive Stimmung anschließend mit nach Hause. Ebenso fühlen sich 50 Prozent im Urlaub von nachhaltigen Ideen motiviert, diese auch zuhause weiterzuleben.

Quelle Booking.com, 2024.

ALLTAG PRÄGT URLAUBSMOBILITÄT

Der Vergleich der Alltags- und Urlaubsmobilität der deutschen Reisenden zeigt: Wer im Alltag häufig nachhaltige Verkehrsmittel nutzt, entscheidet sich auch im Urlaub eher für den ÖPNV und reist seltener mit dem Auto oder Flugzeug.

Quelle: Umweltbundesamt, 2025, S. 105-107.

SOZIAL ODER ÖKOLOGISCH

Soziale Nachhaltigkeit hat bei den Deutschen auf Reisen einen höheren Stellenwert als ökologische Nachhaltigkeit, auch wenn eher das Urlaubserlebnis als das Thema Nachhaltigkeit als Entscheidungskriterium für eine Reise herangezogen wird. Trotzdem wird bei den Angeboten in NRW ein verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt und nachhaltige Mobilität stärker wahrgenommen als sozialverträgliche Aspekte.

Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, 2024, S. 15; Tourismus NRW e.V., 2025, S. 38.

Bild: Bahntrasse Drohnenaufnahme © Leo Thomas, Tourismus NRW e.V.

NORDRHEINWESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

NACHHALTIGKEIT IM DEUTSCHLANDTOURISMUS

WIE TICKT DER NACHHALTIG-AFFINE GAST?

Bild: Freilinger See Person am Ufer Blankenheim © Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V.

DER NACHHALTIG-AFFINE GAST

ATTITUDE-BEHAVIORAL GAP

Die Attitude–Behavioral Gap beschreibt den Widerspruch zwischen dem, was Menschen als ihre Einstellung bzw. Überzeugung ansehen, und dem Verhalten, das sie tatsächlich zeigen. Auch wenn jemand angibt, nachhaltiger reisen zu wollen, zeigen alltägliche Handlungen häufig ein anderes Bild.

Quelle: Umweltbundesamt, 2025, S. 177.

REISEAUSGABEN

Reisen mit CO2-Kompensation und Nachhaltigkeitskennzeichnung verursachen mehr Ausgaben als Reisen, die diese Kriterien nicht erfüllen. Dennoch wird bei den Reisen, bei denen Nachhaltigkeit ein entscheidendes Buchungskriterium darstellt, oft weniger Geld ausgegeben. Diese Widersprüche erklären sich durch die unterschiedlichen Strukturen der untersuchten Urlaubsformen.

Quelle: Umweltbundesamt, 2025, S. 143; Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, 2024, S. 88-89.

SINUS UND NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeit ist absolut wichtig für das

- Postmaterielle Milieu
- Neo-Ökologische Milieu

Das Postmaterielle und das Neo-Ökologische Milieu achten bewusst darauf, ihren Konsum zu reduzieren. Darüber hinaus sind sie bereit, für nachhaltige Produkte höhere Preise zu akzeptieren und zeigen Offenheit gegenüber Verhaltensänderungen oder persönlichen Einschränkungen. Bei beiden Milieus liegt der nachhaltige Lebensstil auch in einem Verantwortungsgefühl gegenüber zukünftigen Generationen begründet. In Bezug auf Reisen sehen beide Milieus vor allem auch Reiseanbieter und touristische Unterkünfte in der Verantwortung, mehr Klimaschutzmaßnahmen umzusetzen.

11 Prozent des Postmateriellen Milieus haben in NRW auf die Nutzung von Nachhaltigkeitskennzeichnungen geachtet. 53 Prozent haben es diesmal nicht getan.

Quelle: SINUS-Institut; Tourismus NRW e.V., 2025, S. 24.

Bild: Niehler Hafen Köln © Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V.

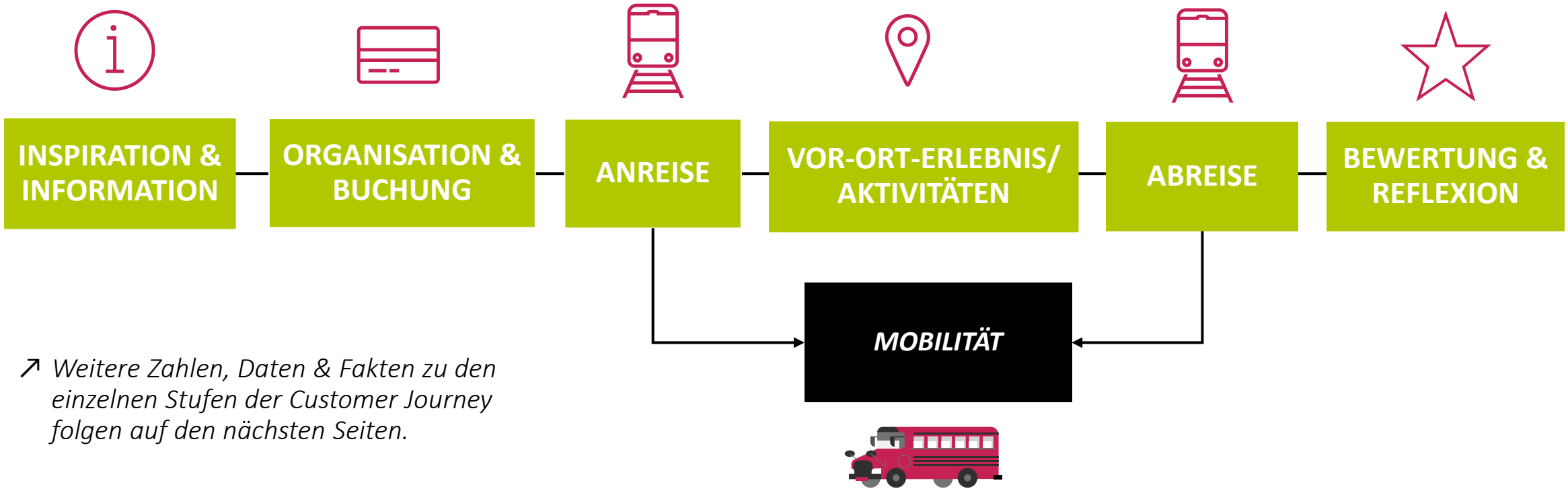
NORDRHEINWESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

NACHHALTIGKEIT ENTLANG DER CUSTOMER JOURNEY

Bild: Segelboot auf dem Aasee © Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V.

CUSTOMER JOURNEY

...im Überblick



↗ *Weitere Zahlen, Daten & Fakten zu den einzelnen Stufen der Customer Journey folgen auf den nächsten Seiten.*

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

CUSTOMER JOURNEY

INSPIRATION & INFORMATION

JEDER ZEHNTE NUTZT NACHHALTIGKEITSKENNZEICHNUNGEN

Die befragten Gäste in NRW haben im Vergleich zum bundesweiten Durchschnitt häufiger angegeben, sich im Zuge des Aufenthaltes bewusst für Anbieter:innen mit Nachhaltigkeitskennzeichnungen entschieden zu haben. Auch der Anteil derjenigen, die die Nutzung grundsätzlich befürworten, liegt weit über dem bundesweiten Durschnitt.

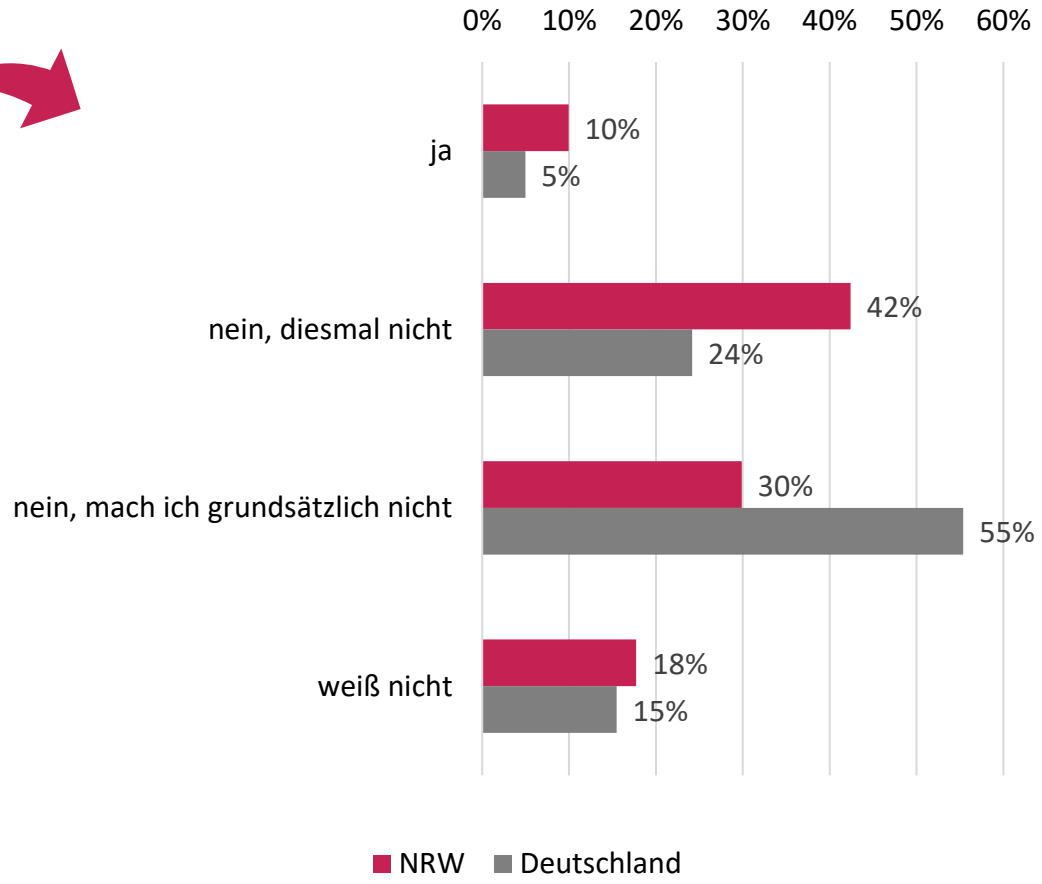
Quelle: Tourismus NRW e.V., 2025, S. 23.

NACHHALTIGKEIT NACH PANDEMIE

30 Prozent der deutschen Reisenden gaben an, dass die Corona-Pandemie dazu geführt hat, dass sie in Zukunft nachhaltiger verreisen wollen. Weltweit waren es sogar 61 Prozent.

Quelle: Booking.com, 2021.

NUTZUNG DER NACHHALTIGKEITSKENNZEICHNUNGEN IN NRW UND DEUTSCHLAND



Quelle: Tourismus NRW e.V., 2025, S. 23; dwif-Consulting GmbH, 2025.

CUSTOMER JOURNEY

ORGANISATION & BUCHUNG

NACHHALTIGKEIT KEIN BUCHUNGSGRUND

Nachhaltiges Reisen ist bei den Reisebuchungen der Deutschen häufig kein ausschlaggebendes Kriterium, auch wenn 59 Prozent der Befragten nachhaltiges Reisen grundsätzlich für wichtig erachten.

Quelle: Booking.com, 2024

INTERESSE AN NACHHALTIGEN UNTERKÜNFTEN

Rund 62 Prozent der deutschen Reisenden gaben 2019 an, in diesem Jahr mindestens einmal eine umweltfreundliche Unterkunft nutzen zu wollen. 57 Prozent der Reisenden machten deutlich, dass sie unter gleichwertigen Bedingungen immer eher für eine umweltbewusstere Unterkunft wählen würden, unabhängig davon, ob sie explizit danach gesucht haben. Laut Umfrage sind sich 89 Prozent der deutschen Reisenden nicht bewusst, dass Unterkünfte mit Umweltzeichen ausgezeichnet werden können.

Quelle: Booking.com, 2019

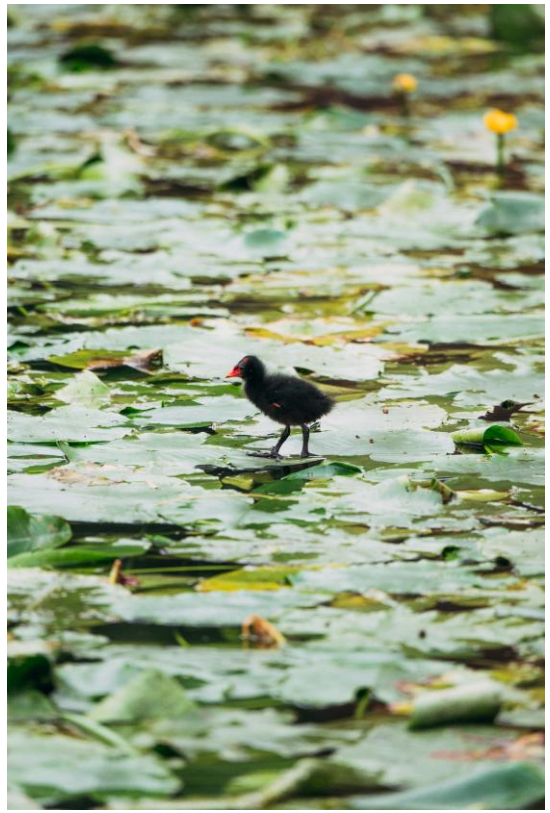


Bild: Schloss Paffendorf Nahaufnahme Wassergraben
© Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V.

CHECKLISTE FÜR UNTERKÜNFTE

Anreize, die Unterkünfte einsetzen können, damit sich Reisende nachhaltiger verhalten, sind unter anderem die Folgenden:

- Förderung der ÖPNV-Anreise (durch Integration des Bahntickets in den Übernachtungspreis oder Hinweise bei telefonischer oder Online-Buchung)
- Digitale Buchungsbestätigungen und Dokumente
- Drucken unverzichtbarer Printprodukte auf FSC-Papier und in Kooperation mit nachhaltigen Druckereien
- Telefon-Warteschleifen mit Infos zu Nachhaltigkeit füllen

Quelle: Oldenburgische Industrie- und Handelskammer

NORDRHEINWESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

CUSTOMER JOURNEY

MOBILITÄT

ANREISE NACH NRW

65 Prozent der Gäste reisen mit dem PKW (Verbrenner oder teilelektrifiziert) nach NRW

19 Prozent der Gäste reisen mit der Bahn nach NRW

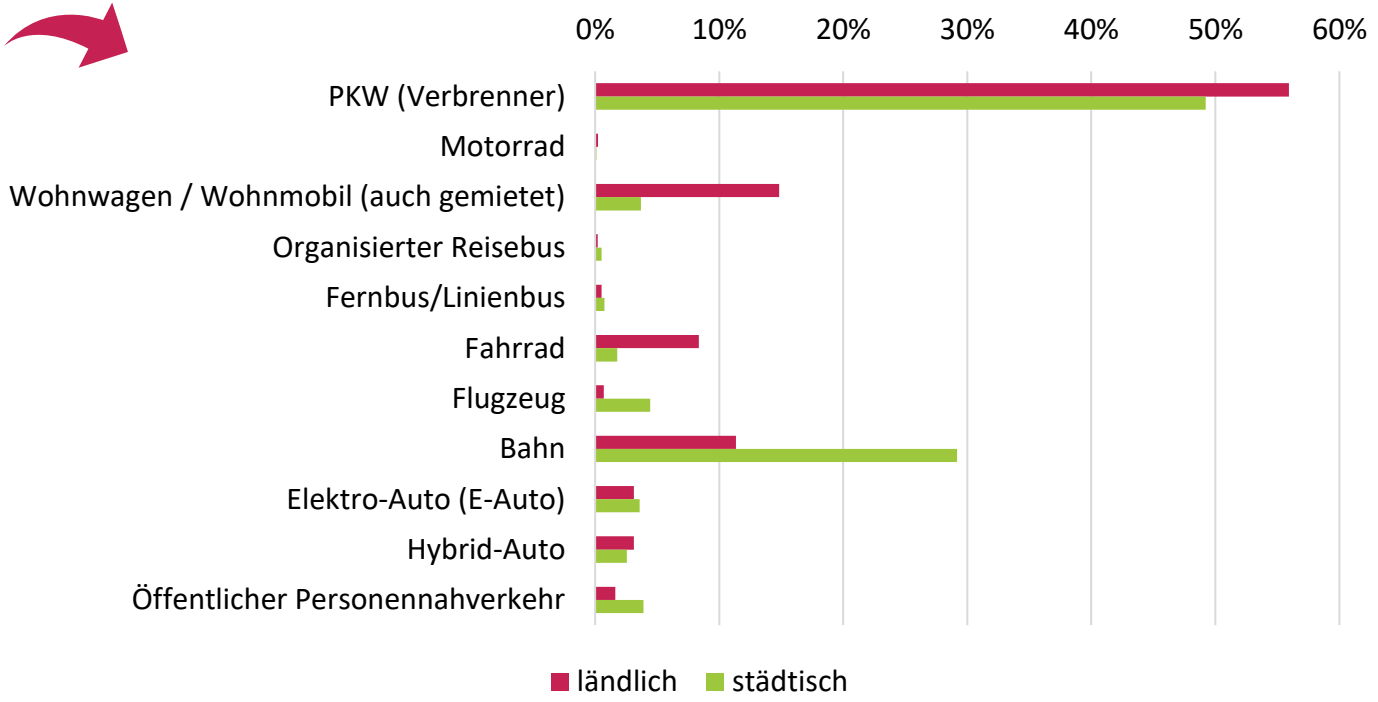
Quelle: Tourismus NRW e.V., 2025, S. 26.

NACHHALTIGKEITSRELEVANZ IM ÖPNV

Reisen mit einer Dauer ab 5 Tagen, bei denen die Anreise mit dem ÖPNV erfolgte, hatten 2023 die höchste Nachhaltigkeitsrelevanz. Konkret heißt das, dass unter den deutschen Reisenden, die mit der Bahn oder dem Bus zu ihrem Urlaubsziel gereist sind, am häufigsten Aspekte der Nachhaltigkeit ein entscheidendes Buchungskriterium dargestellt haben. 2023 waren dies 7 Prozent (+1% im Vgl. z. Vorjahr; -3% im Vgl. z. 2021).

Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, 2024, S. 64-65.

WAHL DER VERKEHRSMITTEL BEI ANREISE



Quelle: Tourismus NRW e.V., 2025, S. 27.

Mehr Infos in unserem Themendossier Mobilität

NORDRHEINWESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

CUSTOMER JOURNEY

Exkurs: CO2-Kompensation

MOBILITÄT

CO2-KOMPENSATION IN NRW

- **4 Prozent** haben die Anreise kompensiert
- **33 Prozent** haben es dieses Mal nicht gemacht
- **42 Prozent** kompensieren grundsätzlich nicht

Quelle: Tourismus NRW e.V., 2025, S. 23.

KOSTEN DER CO2-KOMPENSATION IN DEUTSCHLAND

CO2-kompeniserte Reisen der Deutschen sind grundsätzlich ca. 15 Euro pro Tag und pro Reisenden teurer (122,80 Euro) als Reisen ohne Kompensation (107,30 Euro). Die erwarteten Ausgaben für kompensierte Reisen liegen knapp 10 Euro (113,30 Euro) unter den tatsächlichen Ausgaben.

Quelle: Umweltbundesamt, 2025, S. 146; Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, 2024, S. 91.

Bild: Schwebebahn Wuppertal Brücke © Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V.

CO2-KOMPENSATION IN DEUTSCHLAND

5 Prozent der längeren Urlaubsreisen sowie 16 Prozent der Kurzurlaubsreisen wurden 2023 kompensiert. Der Trend ist rückläufig. So wurden 2021/2022 noch 9 Prozent der längeren Urlaubsreisen und 2022/2023 noch 19 Prozent der Kurzurlaubsreisen kompensiert.

Quelle: Umweltbundesamt, 2025, S. 54;
Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, 2024, S. 11.

Mehr Infos in unserem Themendossier Mobilität

NORDRHEINWESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

CUSTOMER JOURNEY

VOR-ORT-ERLEBNIS/ AKTIVITÄTEN

BEWERTUNG & REFLEXION

REGIONALITÄT UND ANBINDUNG ÜBERZEUGEN

Am zufriedensten waren die NRW-Gäste vor Ort im Hinblick auf die Nachhaltigkeitsaspekte vor allem mit der Verwendung regionaler Produkte, der Verkehrsanbindung der Destination sowie dem Wetter/ den klimatischen Verhältnissen. Die Bewertung der Nachhaltigkeitsaspekte in NRW ist insgesamt moderat und befindet sich in allen Punkten etwas unter dem deutschen Referenzwert. Besonders stark variierten die Zufriedenheitswerte der Befragten im Hinblick auf Mobilitätsaspekte.

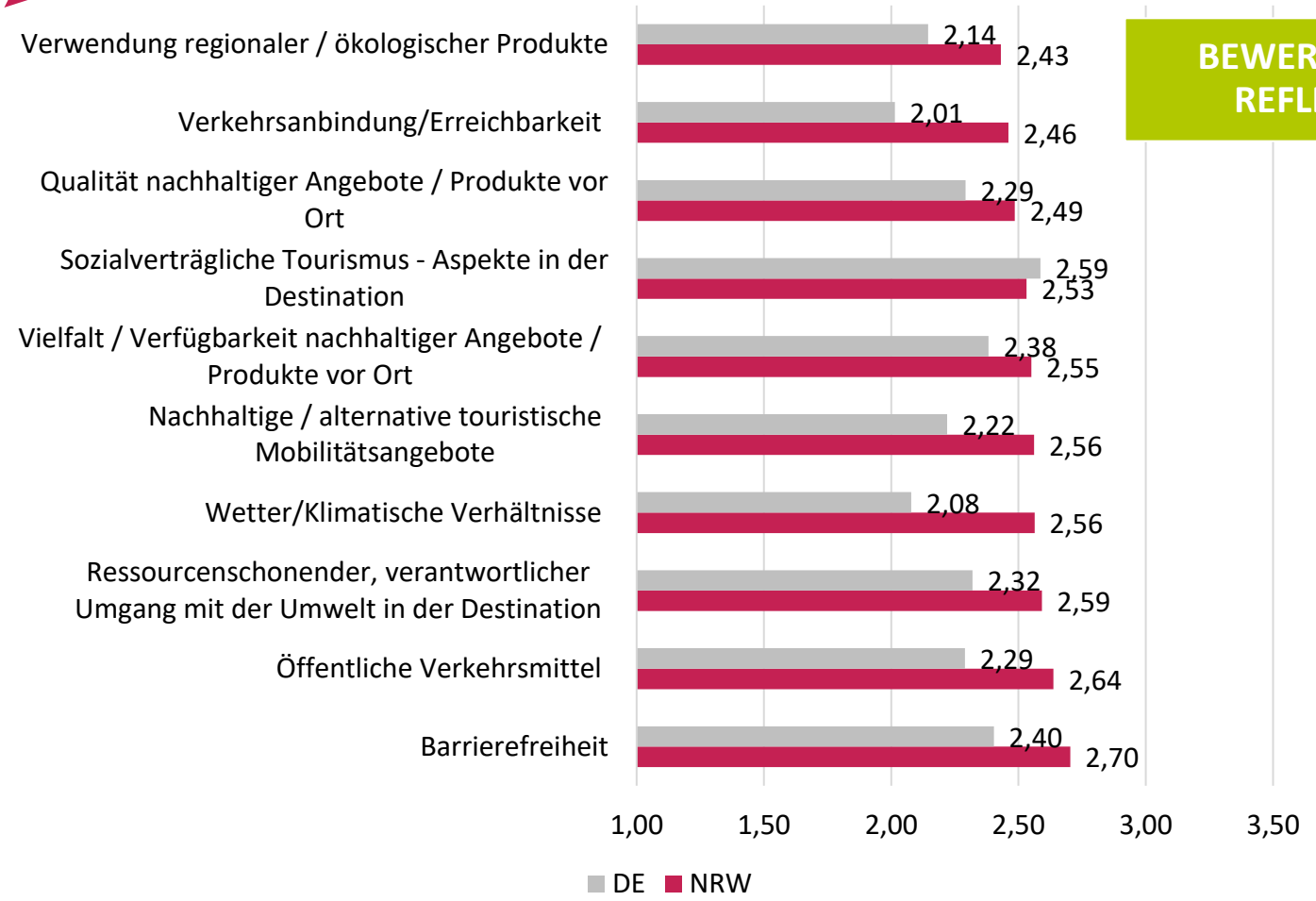
Quelle: Tourismus NRW e.V., 2025, S. 61-63.

INITIATIVEN IN DEN DESTINATIONEN

Rund 27 Prozent der Deutschen sehen keinen Grund, sich an Reisezielen umweltbewusst zu verhalten, die selbst keine Nachhaltigkeitsbemühungen vorweisen können.

Quelle: Booking.com, 2024.

NACHHALTIGKEITSASPEKTE IM ÜBERBLICK



Quelle: Tourismus NRW e.V., 2025, S. 61, Hinweis: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht; dwif-Consulting GmbH, 2025.

NACHHALTIGKEIT IM THEMENFOKUS

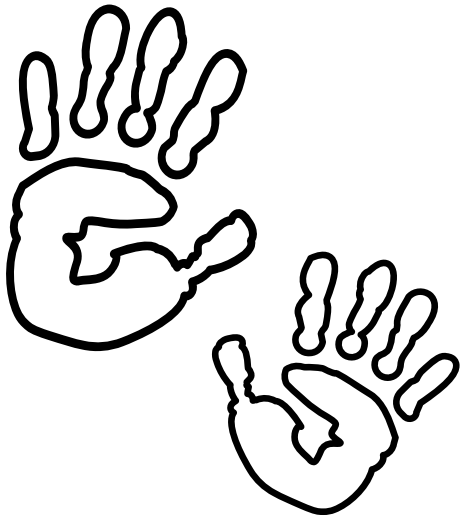
Bild: Zeche Zollverein Ruhrgebiet Eingang Café © Tourismus NRW e.V

HAND IN HAND DEN ÖKOLOGISCHEN HANDABDRUCK IN DEN THEMENBEREICHEN VERBESSERN

HANDABDRUCK ERGÄNZEND ZUM FUßABDRUCK

Der ökologische Handabdruck konzentriert sich, anders als der ökologische Fußabdruck, auf die positiven Beiträge zum Klimaschutz. Er gibt an, wie viel CO_2 durch das eigene Handeln bei anderen eingespart oder vermieden wird (z.B. durch Aufklärung, dem Kauf nachhaltiger Produkte, der Nutzung von Sharing-Angeboten, Engagement oder der Umsetzung von Nachhaltigkeit im persönlichen Umfeld).

Quelle: Kompetenzzentrum Nachhaltiger Konsum.



BEISPIEL: HANDABDRUCK IN DER HOTELLERIE

Um als Hotellier seinen ökologischen Handabdruck zu vergrößern, kann man beispielsweise

- Ökostrom anmelden
- Photovoltaik einsetzen
- Regionale Lebensmittel beziehen
- Anreize zur klimafreundlichen Anreise schaffen
- Wassersparsysteme einsetzen
- Sich in lokalen Umweltprojekte engagieren

Quelle: Eigene Zusammenstellung, zum Teil auf Basis von Kompetenzzentrum Nachhaltiger Konsum.

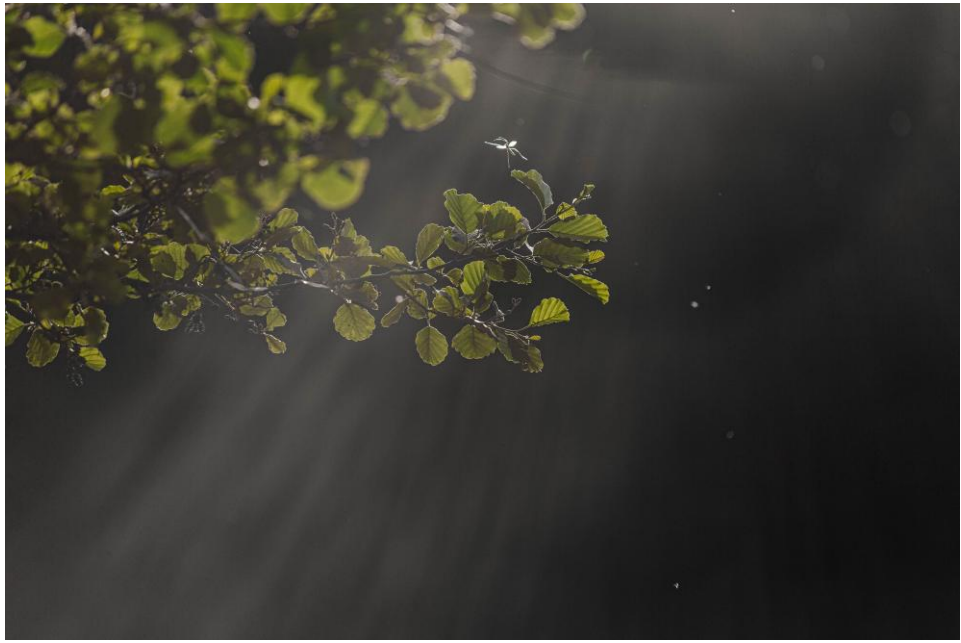


Bild: Externsteine Blätter und Sonnenstrahlen © Tourismus NRW e.V.

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

KULTUR

HAND IN HAND

Nachhaltigkeit kann im Kulturtourismus auf verschiedenste Art und Weise umgesetzt werden: Im Gebäude-management, im Betrieb, in der Kunst, aber auch als Ausstellungsinhalt selbst. Die Webseite von KulturKlima kann Unterstützung bei der Durchführung und Bilanzierung von Maßnahmen leisten.

Quelle: Landschaftsverband Rheinland & Landschaftsverband Westfalen-Lippe.

IM GEBÄUDE/ IM BETRIEB

Im Gebäudemanagement sind unter anderem die folgenden Punkte mess-bar: Verbrauch für Strom, Wasser, Hei-zung und Kühlung, Dienstreisen und Fahrten zu Dienstleistern sowie zur Arbeitsstelle, Anreise der Besuchenden, Verbräuche im Bereich Kommunikation, Einkauf, Müllverbrauch.

Quelle: Landesstelle für Museen Baden-Württemberg, 2025, S. 69.

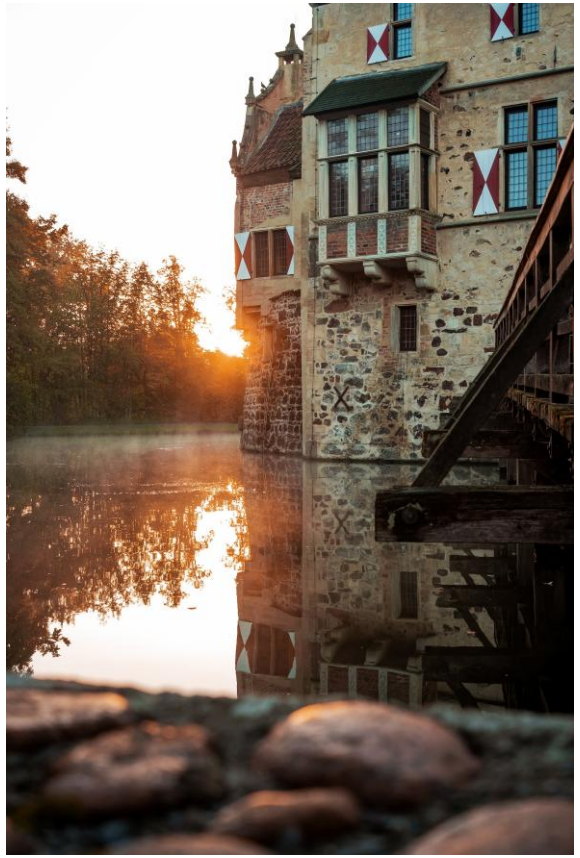


Bild: Burg Vischering vom Boden auf das Schloss und Wasser © Tourismus NRW e.V.

IN DER KUNST

Im Kulturbereich ist der Einsatz von Materialien ein wichtiger Nachhaltigkeitsaspekt. Der Begriff „Kreislauf“ rückt dabei Wiederverwendung, Umnutzung und Recycling in den Fokus. Problematische Stoffe sind insbesondere Verbundmaterialien sowie PVC-Kunststoffe, auch wenn sie auf den ersten Blick praktisch erscheinen. Stattdessen sollten gebrauchte Materialien stets bevorzugt werden.

Quelle: Landesstelle für Museen Baden-Württemberg, 2025, S. 38-39; Museumsbund, 2022, S. 43.

IN DER AUSSTELLUNG

Eine Ausstellung kann auch selbst nachhaltige Projekte thematisieren. Die Freilichtmuseen in NRW zeigen beispielsweise anschaulich, wie früher gearbeitet und gelebt wurde – oftmals mit einem deutlich geringeren Ressourcenverbrauch als heute.

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

MICE

GRÜNER WANDEL

Nachhaltigkeit hat sich im Veranstaltungsgeschäft zu einem zentralen USP entwickelt. Zwischen 2011 und 2024 ist der Anteil der Anbieter in Deutschland, die einen Nachhaltigkeitsstandard eingeführt haben, von 27 Prozent auf 60 Prozent gestiegen. Zudem macht knapp ein Drittel der Unternehmen ihren Beschäftigten konkrete Vorgaben für eine nachhaltige Reisegestaltung.

Quelle: German Convention Bureau; Umweltbundesamt, 2025, S. 17.

NACHHALTIGKEIT ZÄHLT

Um die größte Herausforderung im Hinblick auf Nachhaltigkeit, die An- und Abreise der Teilnehmenden anzugehen, ist es unter anderem empfehlenswert,

- die Rahmenbedingungen der Veranstaltung an den Fahrplan des ÖPNV anzupassen
- Ladestationen für E-Autos zu prüfen
- Hinweise für eine Anreise mit dem ÖPNV in der Einladung mitzuteilen

Quelle: Bundesregierung, 2021, S. 9.

BEWUSSTE REISEENTSCHEIDUNGEN

Im Jahr 2023 gaben 12 Prozent der deutschen Geschäftsreisenden an, dass Nachhaltigkeit für ihre Reiseentscheidung ausschlaggebend war. Bei rund 18 Prozent der Geschäftsreisen deutscher Unternehmen wurde der CO2-Ausstoß aktiv kompensiert. Gleichzeitig wählten 28 Prozent der Geschäftsreisenden Angebote mit Umweltzertifikat oder –siegel.

Quelle: Umweltbundesamt, 2025, S. 17; Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, 2024, S. 51, 59.

Bild: Altbauten Rittershausstraße Bonn © Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V.

NORDRHEINWESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

GESUND & BARRIEREFREIHEIT

HAND IN HAND

Nachhaltigkeit und Gesundheit stehen in engem Zusammenhang. Nachhaltiges Handeln fördert nicht nur den Schutz unserer Umwelt, sondern auch unsere Gesundheit und unser Wohlbefinden. In den prädikatisierten Heilbädern und Kurorten in NRW wird dies erlebbar, zum Beispiel durch die Moor-Angebote in Bad Driburg, durch die Mineral- und Thermalquellen in Bad Salzuflen, das Heilklima in Schmallenberg und Kneipp-Angebote in Bad Münstereifel.

„GESUND“ MOTIVIERT

12 Prozent der Befragten in NRW gaben an, ihr Urlaubsziel aufgrund der guten Luftverhältnisse und des gesunden Klimas zu besuchen. Vor allem im Sauerland war dies für 38 Prozent ein Besuchsgrund. Diese Entwicklung muss insbesondere im Kontext der zunehmenden Umweltbelastungen gesehen werden.

Quelle: Tourismus NRW e.V., 2025, S. 19-20.

REISEN FÜR ALLE IN NRW

Ein wichtiger Aspekt der Nachhaltigkeit sind die sozialen Faktoren. Hierzu zählt Barrierefreiheit. Über das Kennzeichensystem "Reisen für Alle" sind aktuell (Stand: Januar 2026) fast 250 Betriebe in NRW zertifiziert. Barrierefreiheit hat ein großes wirtschaftliches Potenzial und "ist für etwa 10 % der Bevölkerung unentbehrlich, für 40 % hilfreich und für 100 % komfortabel."

Quelle: Bayern Tourist GmbH.

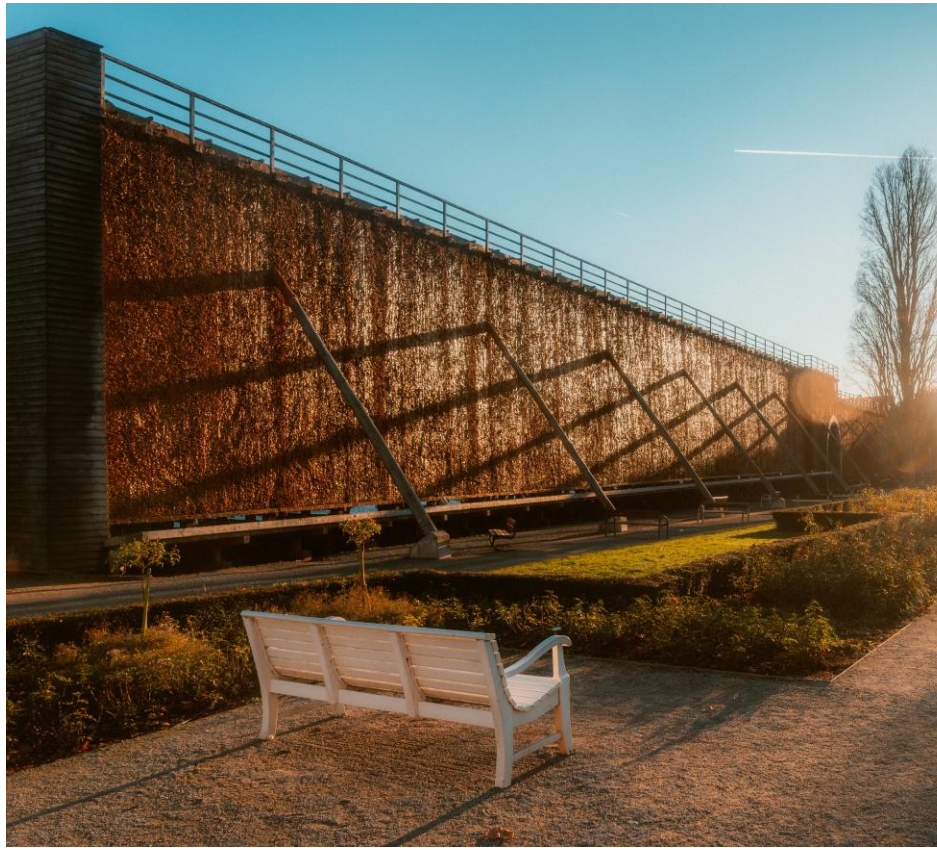


Bild: Schwarzdornwand, Gradierwerk Bad Salzuflen © Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V.

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

AKTIV & NATUR

HAND IN HAND

Tourismus ist auf eine intakte Natur angewiesen. Daher muss die Zerstörung von Lebensräumen verhindert werden. Tourismus selbst muss dafür nachhaltig gestaltet sein. Auch in NRW ist dies von großer Bedeutung, da 34 Prozent der Befragten „Natur und Landschaft“ als Besuchsgrund für ihre Reise nach NRW angaben. Damit erweist sich dieser Aspekt als zentrale Reisemotivation. 15 Prozent der NRW-Gäste machten deutlich, dass die Nationalparke in NRW einen Besuchsgrund für sie darstellten.

Quelle: Tourismus NRW e.V., 2025, S. 19.

WANDER- UND FAHRRADBUSSE IN NRW

In NRW ermöglichen verschiedene Wander- und Fahrradbusse Outdoor-Reisenden, ihre gewünschten Start- oder Endpunkte zu erreichen oder einzelne Etappen komfortabel mit dem Bus zurückzulegen. So gibt es beispielsweise im Bergischen Land die Möglichkeit, die Räder bequem in einen Fahrradanhänger zu laden und sich ein Stück fahren zu lassen. Ähnliche Angebote gibt es unter anderem im Sauerland, im Münsterland und in Ostwestfalen.

WENIGER CROWDING

Im Jahr 2021 wurden Natur- und Outdooraktivitäten deutlich seltener als "zu voll" erlebt als andere Situationen und Gegebenheiten, z.B. in den Städten. Reisen in ländliche Gebiete und Erlebnisse an der frischen Luft steigern somit das Wohlbefinden und bieten eine bewusste Alternative zum Massentourismus.

Quelle: Umweltbundesamt, 2025, S. 93.

Bild: Ehemalige Skisprungschanze, Brilon Skulptur © Johannes Höhn, Tourismus NRW e.V..

 Quelle: Das Bergische GmbH.

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

FAZIT - WARUM IST NACHHALTIGKEIT IM TOURISMUS WICHTIG?

NACHHALTIGKEIT IST EIN QUALITÄTSMERKMAL

- **Schutz der Lebensgrundlage:** Intakte Natur und Kultur sind die Basis für hochwertigen Tourismus.
- **Ressourcen einsparen:** Nachhaltiges Handeln kann sowohl Energie und Wasser einsparen als auch finanzielle Ressourcen.
- **Langfristige Zukunftsfähigkeit:** Nachhaltigkeit sichert, dass auch kommende Generationen Urlaubsziele genießen können.
- **Ökonomischer Nutzen vor Ort:** Nachhaltiger Tourismus stellt sicher, dass Gewinne in der Region bleiben, lokale Unternehmen unterstützt werden und faire Arbeitsplätze entstehen.
- **Wettbewerbsvorteil:** Sowohl Mitarbeitende als auch Gäste schätzen ein nachhaltig agierendes Unternehmen.
- **Qualitätssteigerung:** Umweltschutz, Komfort und Gesundheit werden zunehmend Teil eines hochwertigen Reiseerlebnisses.

NACHHALTIGKEIT GESTEUERT DURCH ANGEBOTSEITE

- Die große Mehrheit der Deutschen **befürwortet** nachhaltiges Reisen.
- Dennoch spielte dieses Kriterium bei der konkreten Wahl des Urlaubsziels bislang nur eine **untergeordnete Rolle.**
- Eine **grundlegende Verschiebung des Reiseverhaltens** hin zu mehr Nachhaltigkeit ist derzeit **nicht erkennbar.**
- Um die Nachfrage spürbar zu verändern, sind **Reiseangebote erforderlich, die sowohl nachhaltig als auch attraktiv gestaltet sind** und unterschiedliche Zielgruppen gezielt ansprechen.

Quelle: Umweltbundesamt, 2025, S. 5.

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

LUST AUF WEITERE INFORMATIONEN ZUM THEMA NACHHALTIGKEIT?

Dann schauen Sie gerne auf unserem Branchenportal vorbei!

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

QUELLEN

BAYERN TOURIST GMBH

- *Verfügbar unter: reisen-fuer-alle.de*

BOOKING.COM 2019

- *Unabhängige Umfrage von Booking.com unter Erwachsenen, die in den letzten 12 Monaten gereist sind oder in den nächsten 12 Monaten reisen planen.*
- *Stichprobengröße: n=18.077, darunter n>1.000 aus Deutschland*
- *Verfügbar unter: news.booking.com*

BOOKING.COM 2021

- Unabhängige Umfrage im Auftrag von Booking.com unter Erwachsenen, die in den letzten 12 Monaten gereist sind und 2021 eine Reise planen, bei der sie an der Entscheidung beteiligt sind.
- *Stichprobengröße: n=29.349, darunter n=1.000 aus Deutschland*
- *Verfügbar unter: news.booking.com*

BOOKING.COM 2024

- Unabhängige Umfrage im Auftrag von Booking.com unter Erwachsenen, die in den letzten 12 Monaten gereist sind und 2023 eine Reise planen, bei der sie an der Entscheidung beteiligt sind.
- *Stichprobengröße: n=31.550, darunter n=1.000 aus Deutschland*
- *Verfügbar unter: news.booking.com*

DAS BERGISCHE GMBH

- *Verfügbar unter: dasbergische.de*

DIE BUNDESREGIERUNG 2021

- *Verfügbar unter: bundesregierung.de*

DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E.V.

- *Verfügbar unter: nachhaltiger-tourismus.info*

DWIF-CONSULTING GMBH 2025

- *Gästebefragung Qualitätsmonitor Deutschlandtourismus*

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

QUELLEN

FORSCHUNGSGEMEINSCHAFT URLAUB UND REISEN 2024

- *Repräsentative Umfrage auf Basis der Reiseanalyse (RA) mit der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren*
- *Stichprobengröße: n=8.000 persönliche Interviews | n=5.000 Online-Interviews*
- *Verfügbar unter: reiseanalyse.de*

GERMAN CONVENTION BUREAU

- *Verfügbar unter: gcb.de*

KOMPETENZZENTRUM NACHHALTIGER KONSUM

- *Verfügbar unter: nachhaltigerkonsum.info*

LANDSCHAFTSVERBAND WESTFALEN-LIPPE & LANDSCHAFTSVERBAND RHEINLAND

- *Verfügbar unter: kultur-klima.de*

LANDESSTELLE FÜR MUSEEN BADEN-WÜRTTEMBERG 2025

- *Verfügbar unter: landesstelle.de*

MUSEUMSBUND 2022

- *Verfügbar unter: museumsbund.de*

OLDENBURGISCHE INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER

- *Verfügbar unter: ihk.de*

SINUS MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG GMBH

TOURISMUS NRW E.V. 2025

- *Gästebefragung NRW 2024/2025*
- *Stichprobe: n=7.916*
- *tourismusverband.nrw/wissen/marktforschung#gästebefragung*

UMWELTBUNDESAMT 2025

UMWELTBUNDESAMT 2025

- *Verfügbar unter: umweltbundesamt.de*
- *Stichprobe: siehe Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen*

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Tourismus NRW e. V.
Vertretungsberechtigter Vorstand:
Burkhard Schmidt-Schönefeld
Geschäftsführung:
Dr. Heike Döll-König

Völklinger Str. 4
40219 Düsseldorf
Telefon: 0211 91320-500
Fax: 0211 91320-555
E-Mail: info@nrw-tourismus.de
Internet: www.tourismusverband.nrw|
www.dein-nrw.de

Registergericht: Amtsgericht Düsseldorf

Vereinsregisternummer: VR 10493
V.i.S.d.P. und Verantwortlicher gem. § 18 Abs. 2
Medienstaatsvertrag: Markus Delcuve,
Völklinger Str. 4, 40219 Düsseldorf

REDAKTION

Luise Rommerskirchen
Projektmanagerin
„Nachhaltigkeitswerkstatt.NRW“ | Referentin
Natur- & Aktivtourismus
E-Mail: rommerskirchen@nrw-tourismus.de
Telefon: 0211 91320-510

Carla Brockötter
Projektassistentin
„Nachhaltigkeitswerkstatt.NRW“

GEFÖRDERT DURCH

EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Ministerium für Wirtschaft,
Industrie, Klimaschutz und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.