

A stylized graphic of a globe in light blue, partially enclosed by a green circular line. Three green leaves of varying sizes are positioned above the globe, with the largest one on the right and two smaller ones on the left.

# Nachhaltiger Tourismus in Stadt und Landkreis Bamberg

**Forschungsprojekt Universität Bamberg 2024-2025**  
**Masterstudiengang Sozial- und Bevölkerungsgeographie**

In Kooperation mit  
Wirtschaftsförderung Bamberg  
Tourismus- und Kongressservice Stadt und Landkreis Bamberg

## Ziel der Befragung

- Untersuchung des Status Quo der Nachhaltigkeit von Hotellerie- und Gastronomiebetrieben in Stadt und Landkreis Bamberg
- Umsetzung des *Touristischen Leitbildes* datengestützt begleiten
- Grundlage für einen zukunftsfähigen, umweltschonenden Tourismus schaffen
- Zusammenarbeit des Masterstudiengangs Sozial- und Bevölkerungsgeographie mit dem Tourismus- und Kongress-Service Bamberg und der Wirtschaftsförderung Bamberg



### Touristisches Leitbild für Bamberg und das Bamberger Land

Sozial verträglich – ökonomisch erfolgreich – entschieden ökologisch

Gemeinsam für einen zukunftsfähigen Tourismus



Quelle:  
Bamberg Tourismus& Kongress Service und Wirtschaftsförderung und  
Tourismus Bamberg (2024).  
[https://blog.bamberg.info/wp-content/uploads/2024/11/Leitbild\\_Nachhaltiger\\_Tourismus\\_Bamberg-und-Bamberger-Land.pdf](https://blog.bamberg.info/wp-content/uploads/2024/11/Leitbild_Nachhaltiger_Tourismus_Bamberg-und-Bamberger-Land.pdf) (zuletzt abgerufen am 13.05.2025)

## Ablauf der Befragung

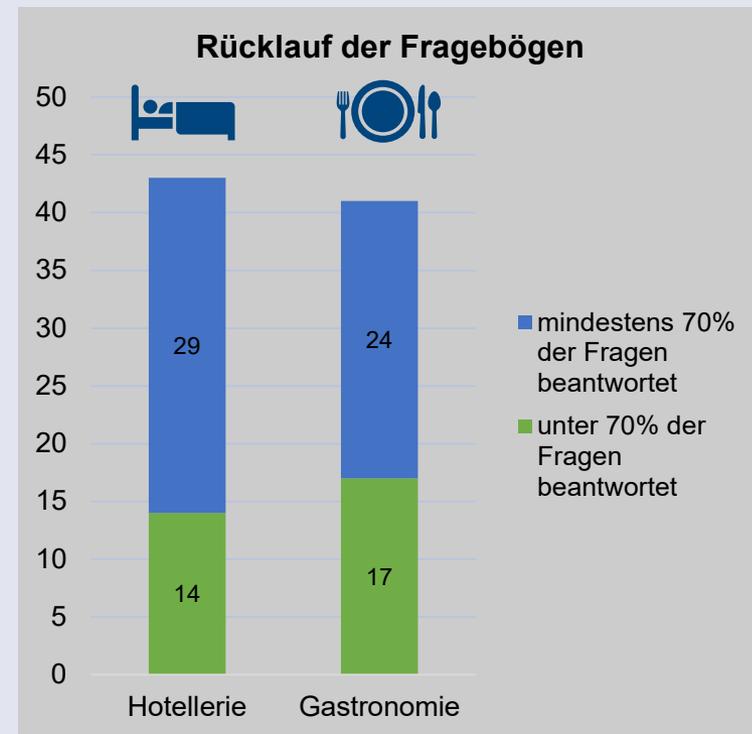
- Fragebogenerhebung (online) über E-Mail-Verteiler
- Abfrage der Nachhaltigkeit in acht Unterkategorien
- Berücksichtigung aller drei Nachhaltigkeitsdimensionen



Nachhaltigkeitsdreieck

# Rücklauf

- Feldphase August bis Oktober 2024
- Rücklauf von 84 Fragebögen
- Rücklaufquote ca. 25%



# Nachhaltigkeitsindex

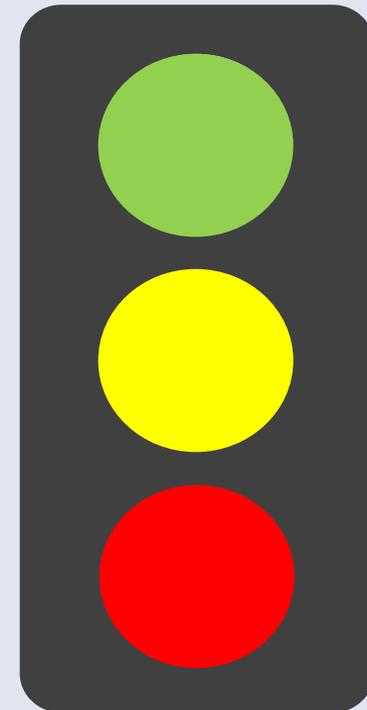
Spezielles Bewertungssystem für Hotel- und Gastronomiebetriebe

- Soll messen, wie „nachhaltig“ die Betriebe wirklich sind (ökonomisch, ökologisch, sozial)
- Antworten im Fragebogen wurden bepunktet
- Dann: Gewichtung der Dimensionen (höchste Gewichtung: ökologisch, danach sozial, am wenigsten: wirtschaftlich)
- Gesamtpunktzahlen der Betriebe auf Skala von 0-100 umgerechnet
- Ampelsystem zum einfacheren Verständnis

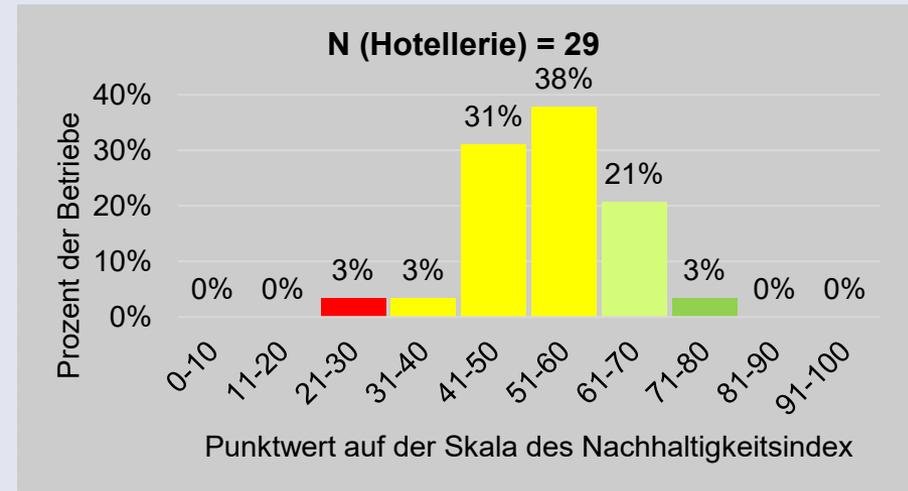
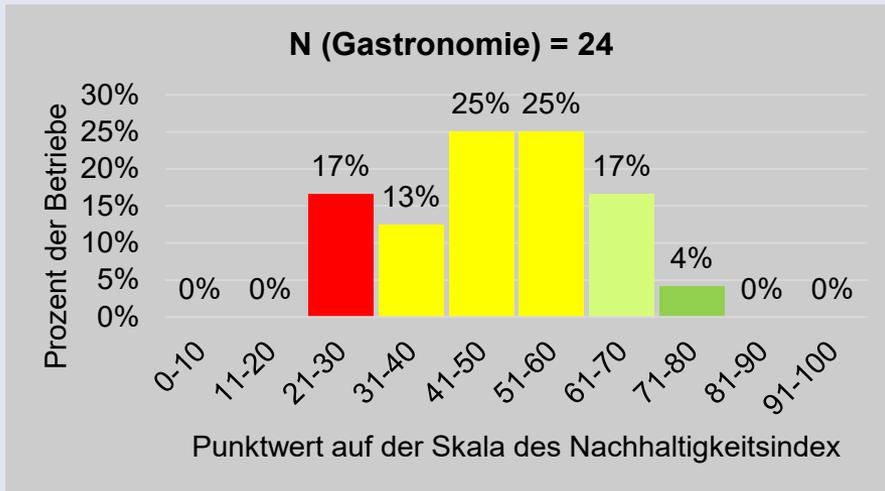


## Nachhaltigkeitsindex - Ampelsystem

- Score 100 – 66: hohe Nachhaltigkeit (grün)
- Score 65-33: mittlere Nachhaltigkeit (gelb)
- Score 32-0 : niedrige Nachhaltigkeit (rot)

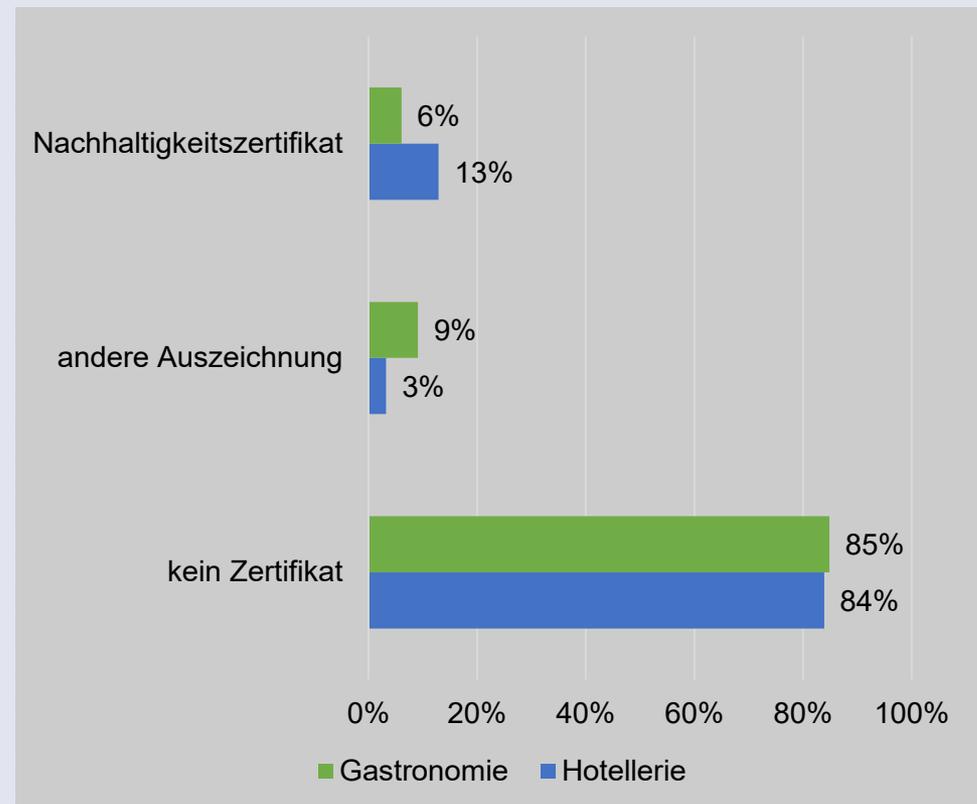


# Ergebnisse Nachhaltigkeitsindex



# Nachhaltigkeitszertifikate

- Nur wenig Betriebe haben bisher Nachhaltigkeitszertifikate
- Zertifizierte Betriebe schneiden in unserem Nachhaltigkeitsindex überdurchschnittlich gut ab



## Nachhaltigkeitszertifikate

- Bei den Zertifikaten gibt es große Qualitätsunterschiede
  - Besonders aussagekräftig in Bezug auf Nachhaltigkeit sind: GreenSign und der Qualitätsverbund umweltbewusster (Handwerks-)Betriebe
- Vorteile von Nachhaltigkeitszertifizierungen für Betriebe: besseres Image, Reduktion der laufenden Kosten, Fachkräftesicherung und höheres Kundenaufkommen



Bildquellen:  
<https://qub-info.de>  
<https://www.greensign.de>  
<https://www.dehoga-umweltcheck.de/kosten.html>

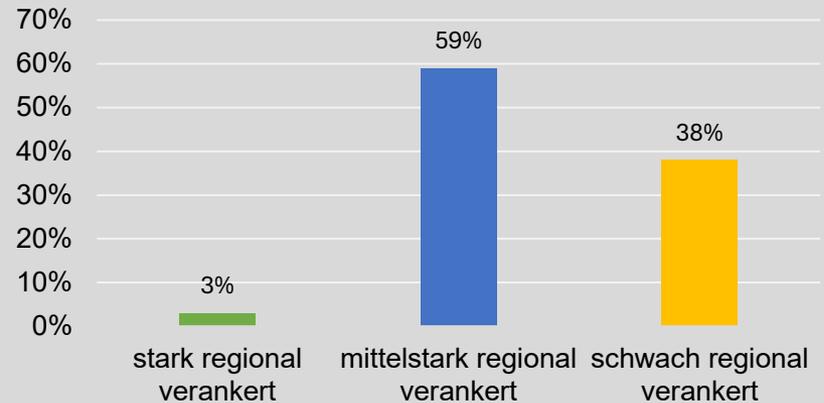
# Regionalität

Regionalität untersucht in Bezug auf:

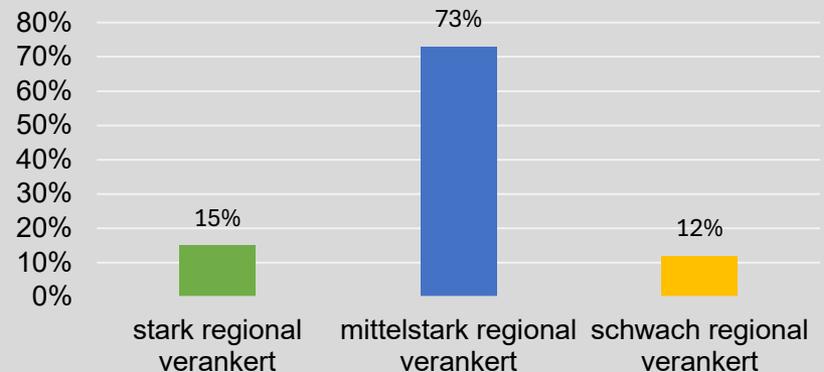


Aber:  
Bedeutet regional auch gleichzeitig nachhaltig?

**Stärke der regionalen Verankerung der befragten Gastronomiebetriebe**  
n = 29



**Stärke der regionalen Verankerung der befragten Hotelbetriebe**  
n = 34



# Regionalität

## Ergebnisse:

- Am stärksten regional orientierte Betriebe auch am nachhaltigsten (sog. Best-Performer) ⇒ insg. starker Zusammenhang zwischen regional orientierten und allgemein nachhaltigen Betrieben
- Hotels stärker regional orientiert als Gastronomie
- Vor allem regionale Erzeugnisse stark genutzt (Eier, Kartoffeln, Getreideprodukte)

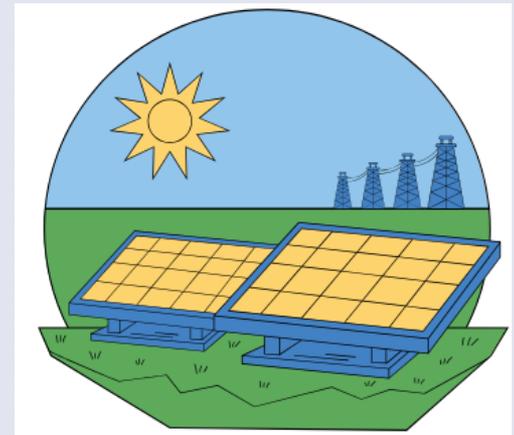
## Verbesserungspotenziale:

- Nur 47% der Hotels und 28% der Gastronomiebetriebe bewerben regionale Kulturangebote
- 56% der Hotels und 55% der Gastronomiebetriebe nutzen nie Initiativen wie die Tafel für nicht verwertete Lebensmittel



## Erneuerbare Energien

- **Ökostrom/Ökogas** (Hotels 41 %, Gastro 35%)  
→ hohe Akzeptanz  
günstiger Tarifmodelle, schnelle Umstiegsbasis
- **Photovoltaik** (Hotels 31 %, Gastro 15 %)  
→ Hotels mit Fläche und Kapitalreserven setzen auf Eigenproduktion
- **Solarthermie** (Hotels 18 %, Gastro 6 %)  
→ seltener, da Installationsaufwand höher
- **Blockheizkraftwerk** (Hotels 18 %, Gastro 21 %)  
→ gastronomische Großküchen nutzen BHKW alltagsgerecht
- **Keine erneuerbaren Energien** (je 13 %)  
→ Hemmnisse: Investitionskosten, Infrastruktur, Pacht



## Ressourcensparende Maßnahmen

- **LED-Beleuchtung (Hotels 92 %, Gastro 94 %)**  
→ Low-cost-Standardmaßnahme
- **Bewegungsmelder (Hotels 72 %, Gastro 56 %)**  
→ variable Flächenoptimierung bei Hotels stärker
- **Stoßlüften & Abschalten (> 65 %)**  
→ verhaltensbasierte Einsparungen etabliert
- **Doppelspültasten (Hotels 87 %)**  
→ einfache Nachrüstung, hohe Akzeptanz
- **Wäschewechsel auf Bedarf (Hotels 85 %)**  
→ Sensibilisierung wirkt
- **Nachhaltigkeitsindex (A301–A304):**  
**Ø Hotels ~41, Gastro ~33**  
→ Hotels intensiver im Ressourcenschonen

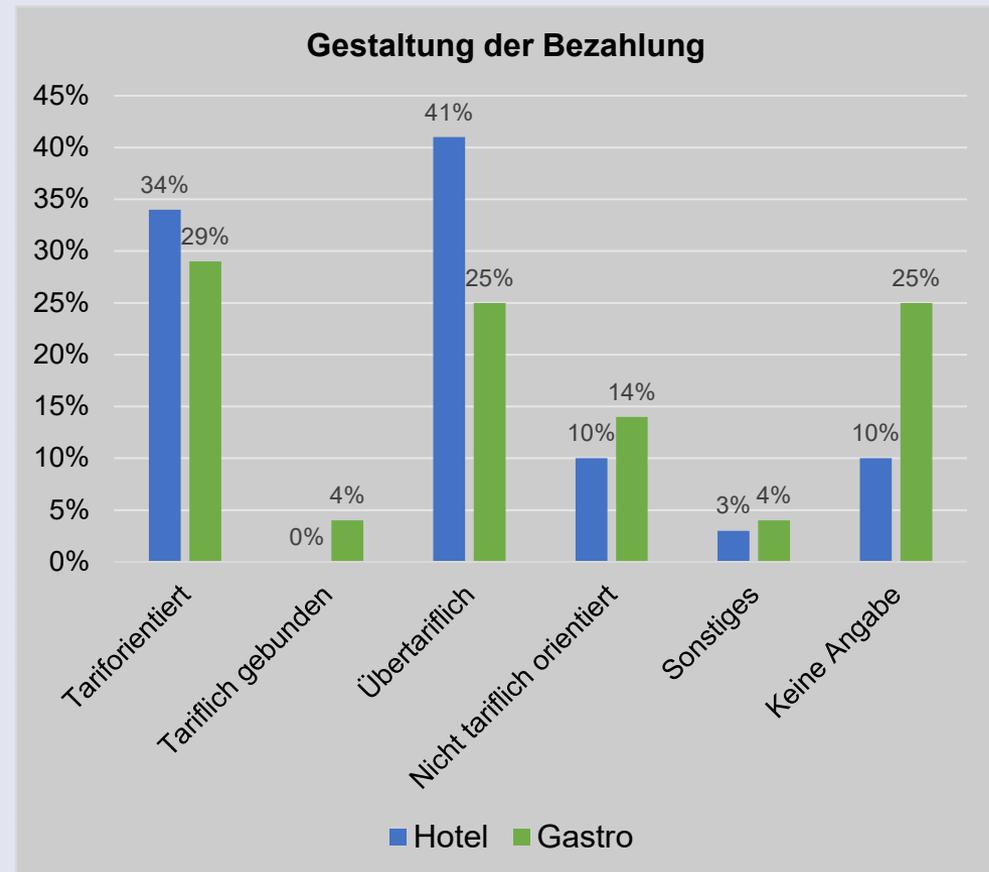
## Soziale Verantwortung gegenüber Mitarbeitenden

- Zentrale Dimension sozialer Nachhaltigkeit im Betrieb
- Fokus: fairer und transparenter Umgang mit Mitarbeitenden
- Relevante Aspekte:
  - Bezahlung & Trinkgeldverteilung
  - Mitbestimmung & Feedbackkultur
  - Dienstplanung & Planbarkeit
  - Zusatzangebote (z. B. Weiterbildung, Gesundheitsförderung)
- Unterschiede zwischen Gastronomie und Hotellerie

**Ziel:** Förderung von Fairness, Zufriedenheit und Mitarbeiter:innenbindung

## Faire Bezahlung

- Hotels häufiger tariflich oder übertariflich: *Ausdruck sozialer Verantwortung*
- Gastronomie flexibler, aber teils intransparent: *Risiko für Ungleichheit*



# Soziale Verantwortung gegenüber Anwohnenden

Soziale Verantwortung trägt zu einem harmonischen Miteinander bei und stärkt Zusammenhalt

Betriebe können durch eigene Kulturangebote zur Pflege und Sichtbarkeit lokaler Identität beitragen

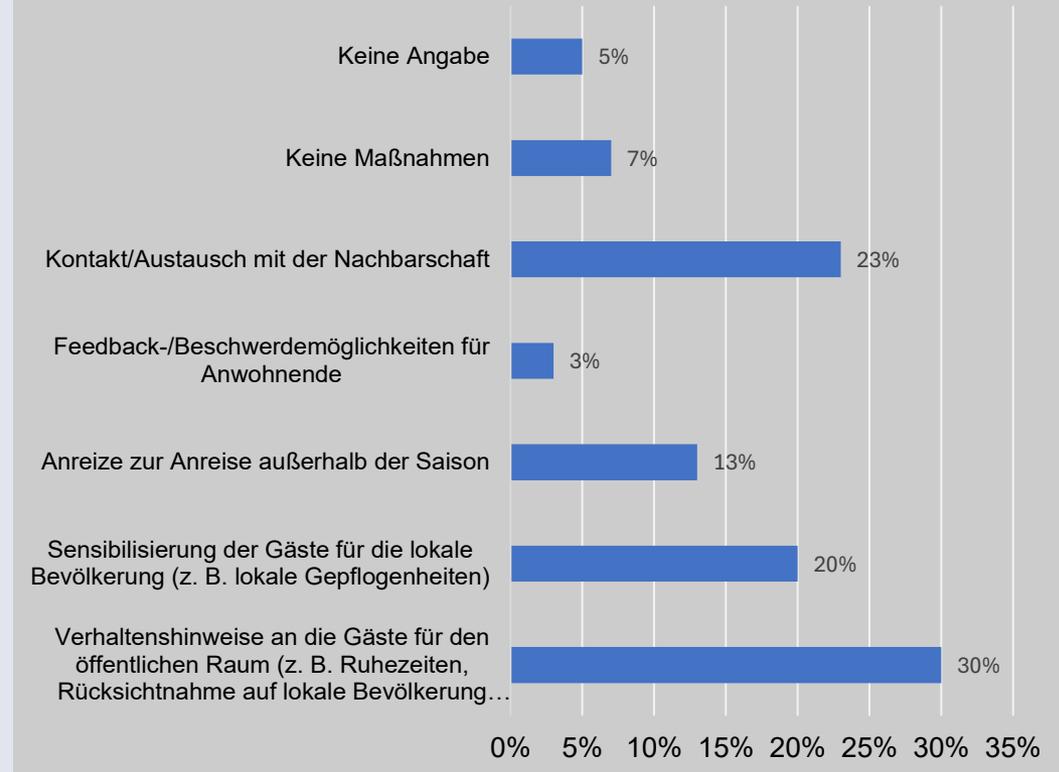
Welche Maßnahmen werden ergriffen, um ein harmonisches Zusammenleben zu fördern?

Wie engagieren sich Betriebe aktiv für regionale Kultur und welche Potenziale bleiben ungenutzt?

# Zusammenleben mit der Region - Rücksicht und Respekt

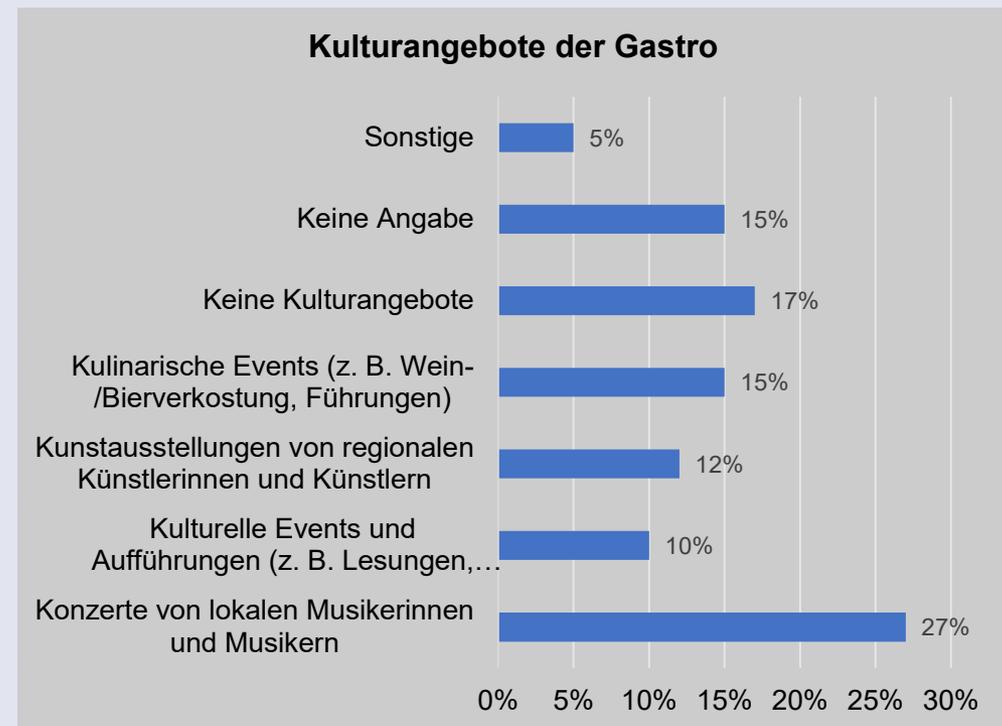
- Verhaltenshinweise für Gäste häufig in Hotels → Zeichen von sozialem Bewusstsein
- Kaum Beschwerdemöglichkeiten für Anwohnende
- Hotels übernehmen aktive Rolle für gutes Miteinander

**Maßnahmen von Hotels für ein harmonisches Zusammenleben**



## Eigene Kulturangebote – Lokale Identität fördern

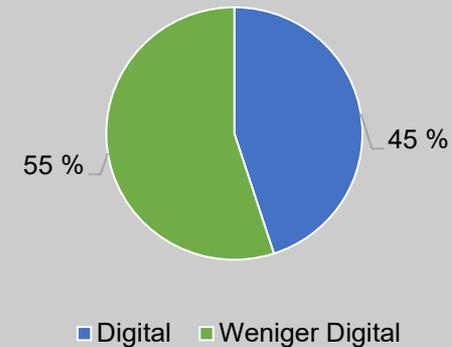
- Konzerte & kulinarische Events in der Gastronomie verbreitet
- Ein Drittel bietet keine Kulturformate an, ebenso viele ohne Angabe
- Potenzial für kulturelles Engagement sollte mehr ausgeschöpft werden



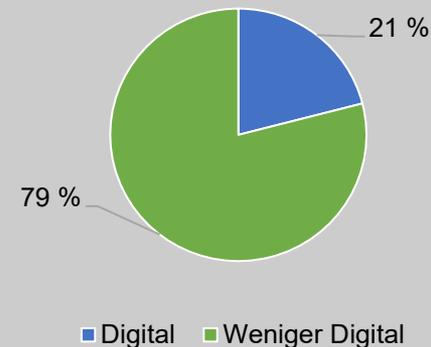
# Digitalisierung

- Gängige Nutzung digitaler Lösungen wie Social Media-Accounts, Online-Auftritte und Online-Plattformen
- Einsatz von Tablets, Bildschirmen und Digitalmenüs
- Aktuell kein Einsatz digitaler Technologien wie KIs, Chatbots oder Monitoringsysteme

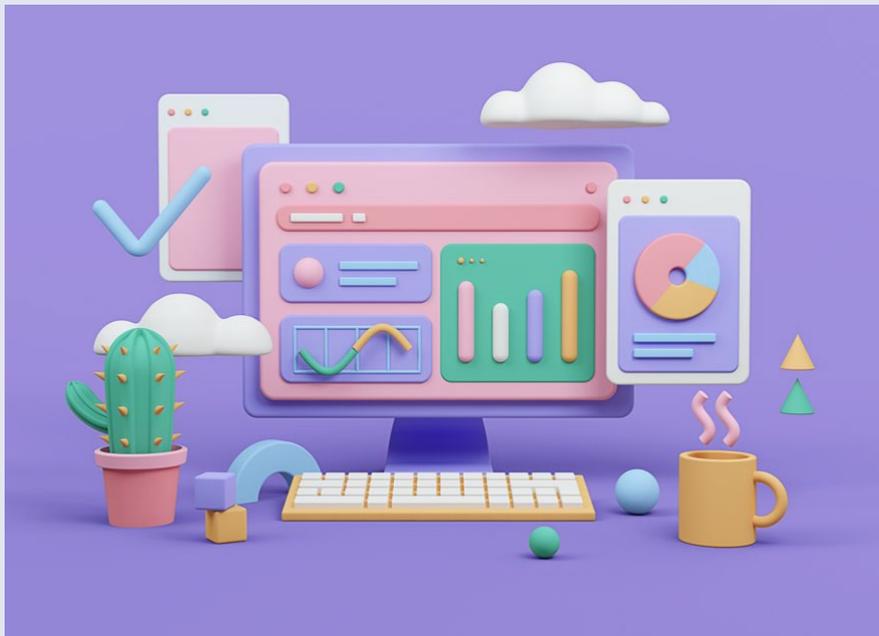
**Grad der Digitalisierung Hotelleriebetriebe**  
n = 29



**Grad der Digitalisierung Gastronomiebetriebe**  
n = 24



# Digitalisierung



- Umsetzung von Nachhaltigkeitsleistungen eines Betriebes hängt nicht direkt vom Einsatz digitaler Lösungen ab
- Tourismus in Stadt und Landkreis Bamberg  $\neq$  smart
- **Ziel:** digitaler Transformationsprozess mit nachhaltigem Mehrwert

# Betriebsmerkmale

## Untersuchungsziel:

Analyse des Zusammenhangs zwischen Betriebsmerkmalen und nachhaltigem Handeln im Gastgewerbe

## Betriebliche Merkmale:

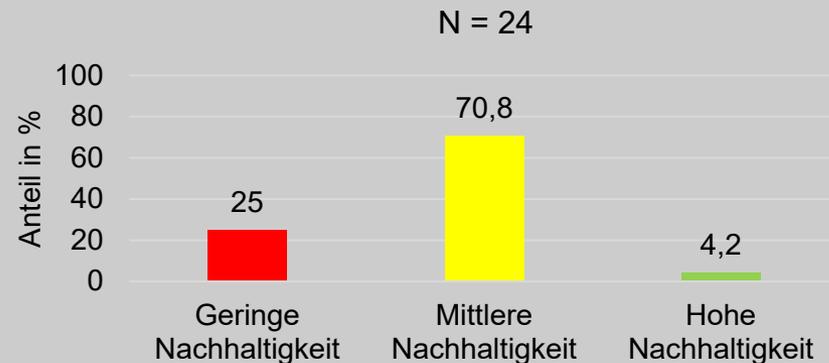
- Hotelbetrieb oder Gastronomiebetrieb
- Größe (Bettenanzahl oder Quadratmeteranzahl)
- Lage (Stadt oder Landkreis Bamberg)
- Kettenzugehörigkeit oder eigenständige Betriebsführung



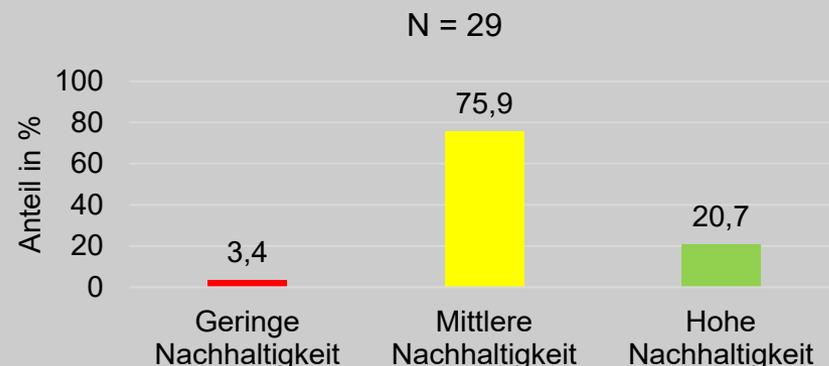
## Betriebsmerkmale

- Kein direkter, alleiniger Zusammenhang zwischen den Betriebsmerkmalen Größe, Lage, Kette o. eigenständig und dem Nachhaltigkeitsengagement vorhanden
- Hotelbetriebe schneiden im Nachhaltigkeitsindex insgesamt etwas besser ab (Durchschnitt 55 Punkte) als Gastronomiebetriebe (Durchschnitt 47 Punkte)
- Mehr Hotelbetriebe haben höhere Punktzahlen im Nachhaltigkeitsindex

**Verteilung der Gastronomiebetriebe nach Ampelkategorien im Nachhaltigkeitsindex**



**Verteilung der Hotelbetriebe nach Ampelkategorien im Nachhaltigkeitsindex**



## Ergänzend:

# Touristische Leistungen im Freizeit- und Kultursektor und ihre Rolle für einen nachhaltigeren Tourismus in Bamberg



- Großes emissionsarmes Angebot (weil: viele Stadtführungen, Wander- und Fahrradrouten)
- Steuerung durch TKS (durch Verhaltenskodex, bewusste Vermarktung auf der Website und jetzt auch durch das Leitbild)
- Bündelnde Angebote (wie die BambergCard)

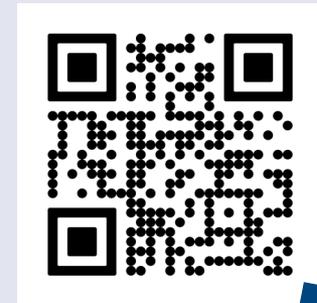


- Nicht allzu diverses Angebot
- Laut Interviews: Attitude-Behavior-Gap und „der letzte Kilometer“ als Hürden
- Geringe Sichtbarkeit nachhaltiger Angebote
- Wenig Werbung durch Gastronomiebetriebe



### Studierende

Luisa Beinert  
Michelle Brodmerkel  
Charlotte Chalabi  
Franziska Galster  
Amelie Hauptmann  
Juliane Koy  
Timo Reinhart  
Noemi Schoog



*Interesse geweckt?*

Hier geht's zur Homepage  
des Masterstudiengangs  
Sozial- und  
Bevölkerungsgeographie

betreut von:

Prof. Dr. Marc Redepenning (E: marc.redepenning@uni-bamberg.de)

Dr. Sebastian Scholl (E: sebastian.scholl@uni-bamberg.de)