



Nachhaltiger Tourismus in Stadt und Landkreis Bamberg

Forschungsprojekt Universität Bamberg 2024-2025
Masterstudiengang Sozial- und Bevölkerungsgeographie

In Kooperation mit:

Wirtschaftsförderung Bamberg

Tourismus- und Kongressservice (TKS) Stadt und Landkreis Bamberg



Inhalt

- Ziel und Ablauf der Befragung
- Nachhaltigkeitsindex und zusammengefasstes Ergebnis
- Fazit und Rückfragen



Forschungsinteresse & allgemeine Ergebnisse



Ziel und Ablauf 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 und sozialverträglichen 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 (zuletzt abgerufen am 13.05.2025)



Ziel und Ablauf der Befragung

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



Nachhaltigkeitsdreieck



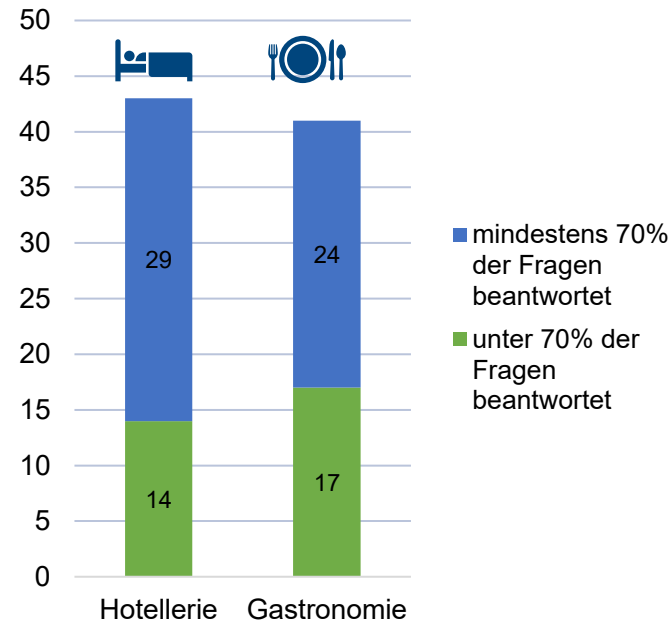
Ziel und Ablauf der Befragung

- Feldphase August bis Oktober 2024

Rücklauf von 84 Fragebögen

⇒ **Rücklaufquote ca. 25%**

Rücklauf der Fragebögen





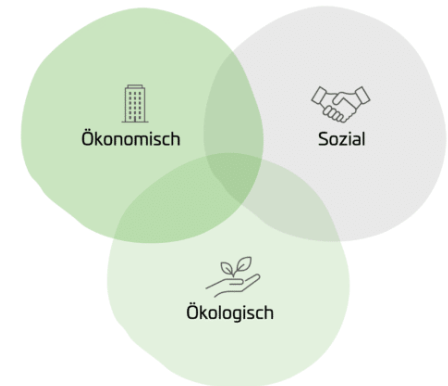
Nachhaltigkeitsindex und zusammengefasstes Ergebnis

Spezielles Bewertungssystem für Hotel- und Gastronomiebetriebe

- 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



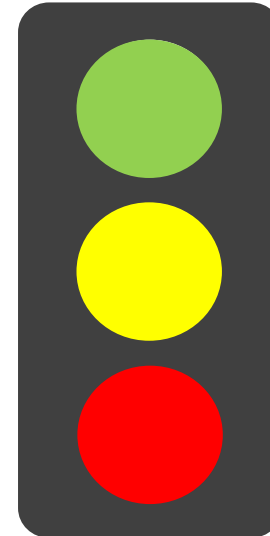
Soll messen, wie „nachhaltig“ die Betriebe wirklich sind
(ökonomisch, ökologisch, sozial)





Nachhaltigkeitsindex und zusammengefasstes Ergebnis

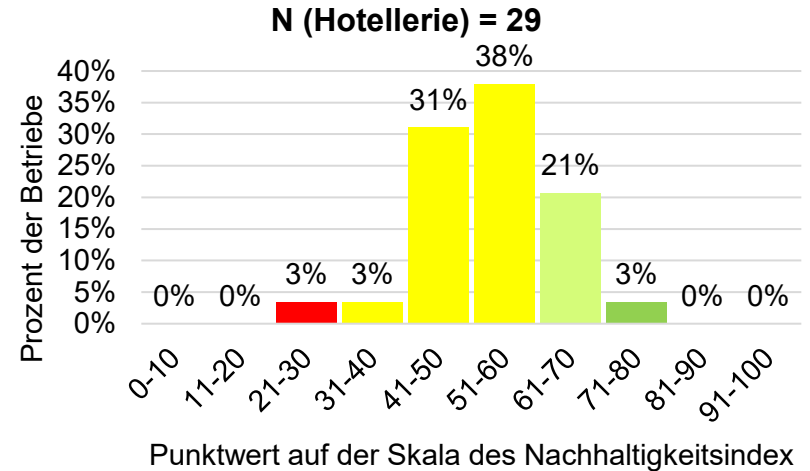
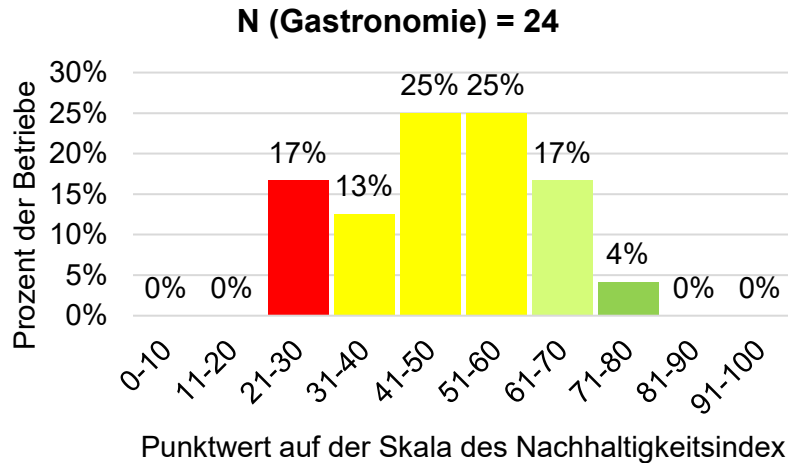
- **Score 100 - 66:** hohe Nachhaltigkeit (grün)
- **Score 65 - 33:** mittlere Nachhaltigkeit (gelb)
- **Score 32 - 0:** niedrige Nachhaltigkeit (rot)





Nachhaltigkeitsindex und zusammengefasstes Ergebnis

Es sind nur diejenigen Betriebe eingeschlossen, die mindestens 70% der Fragen beantworteten (vgl. Folie 6).
Viele Betriebe verfolgen bereits nachhaltige Praktiken und erreichen somit eine „mittlere Nachhaltigkeit“.





Ergebnisse der Unterthemen

Alle Studierenden haben sich zusätzlich individuellen Themen gewidmet.
Deren Ergebnissen sind in diesem Kapitel aufbereitet.

Zur Orientierung befindet sich der Titel des Unterthemas über dem Logo der Universität Bamberg.



Individuelle Unterthemen

- Betriebsmerkmale
- Regionalität
- Soziale Verantwortung
- Erneuerbare Energien
- Ressourcensparende Maßnahmen
- Digitalisierung
- Touristische Leistungen
- Nachhaltigkeitszertifikate

Ökonomisch	Ökologisch	Sozial
1 Zusammenarbeit & Kooperationen 2 Betriebskennzahlen 3 Organisation 4 Transparenz & Fairness	1 Ressourcenverbrauch (Wasser, Strom, Energie) 2 Abfallmanagement 3 Lebensmittel 4 Infrastruktur (Transport, Digitalisierung) 5 Gütesiegel, Zertifikate	1 Arbeitsbedingungen 2 Kunden/ Einheimische 3 Inklusion



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

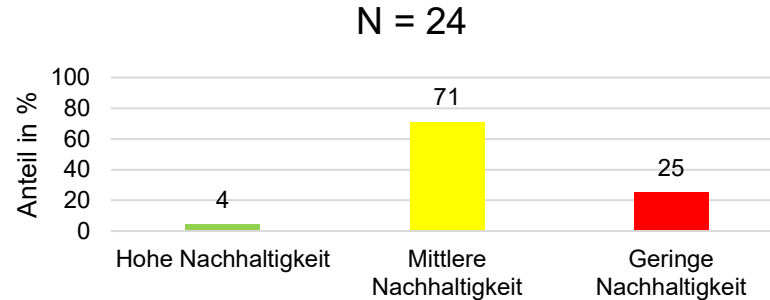




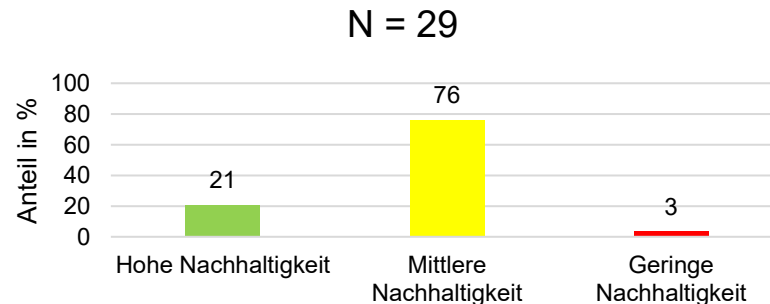
Betriebsmerkmale

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

Verteilung der Gastronomiebetriebe nach Ampelkategorien im Nachhaltigkeitsindex



Verteilung der Hotelbetriebe nach Ampelkategorien im Nachhaltigkeitsindex



Regionalität

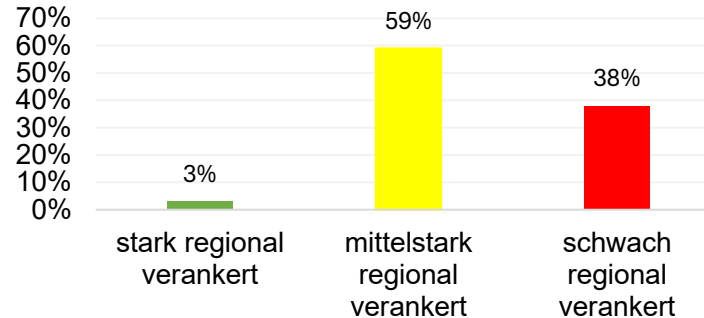
- Regionalität untersucht in Bezug auf:



- Aber: Bedeutet regional auch gleichzeitig nachhaltig?

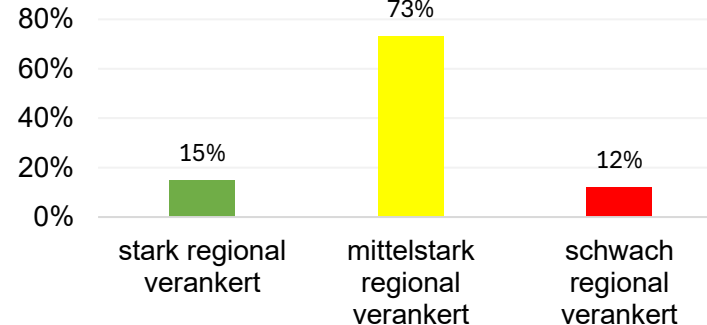
Stärke der regionalen Verankerung der befragten Gastronomiebetriebe

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 Lebensmittel stark genutzt (Eier, Kartoffeln, Getreideprodukte)



Verbesserungspotenziale:

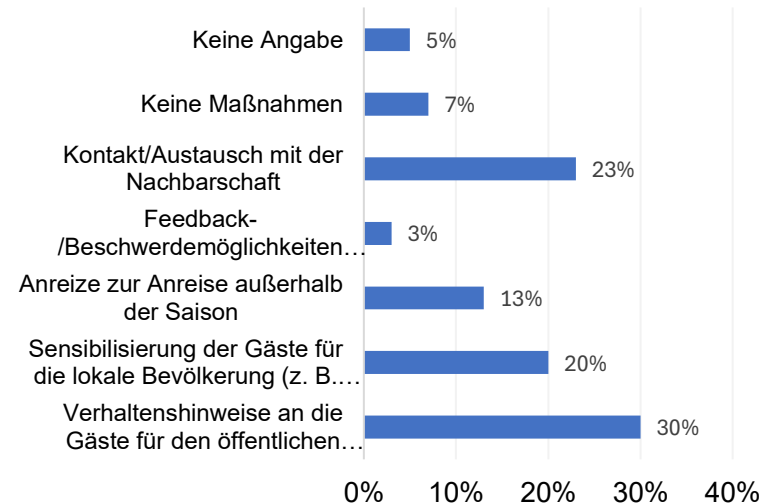
- Nur 47% der Hotels und 28% der Gastronomiebetriebe bewerben regionale Kulturangebote
- 56% der Hotels und 55% der Gastronomiebetriebe nutzen keine Initiativen wie die Tafel für nicht verwertete Lebensmittel



Maßnahmen der sozialen Verantwortung von Hotels

- Gegenüber der lokalen Bevölkerung zur Förderung eines harmonischen Miteinanders und des sozialen Bewusstseins
- Hotels übernehmen eine aktive Rolle für ein gutes Miteinander, wie das Diagramm zeigt.

Maßnahmen von Hotels zur sozialen Verantwortung gegenüber der lokalen Bevölkerung

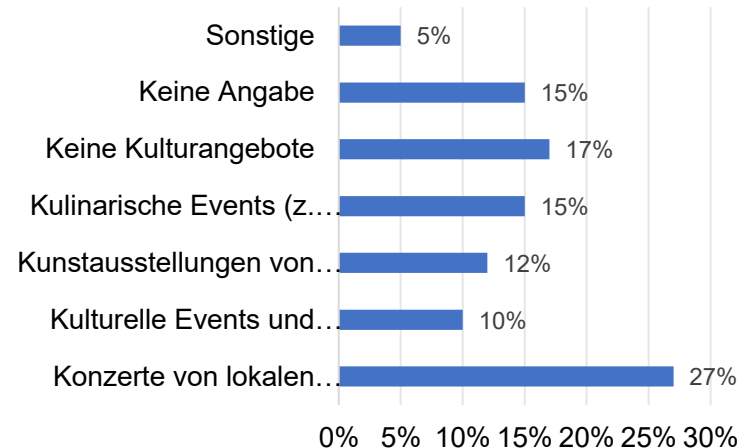




Kulturangebote der Gastronomiebetriebe

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

Kulturangebote der Gastronomiebetriebe





Soziale Verantwortung gegenüber Mitarbeitenden

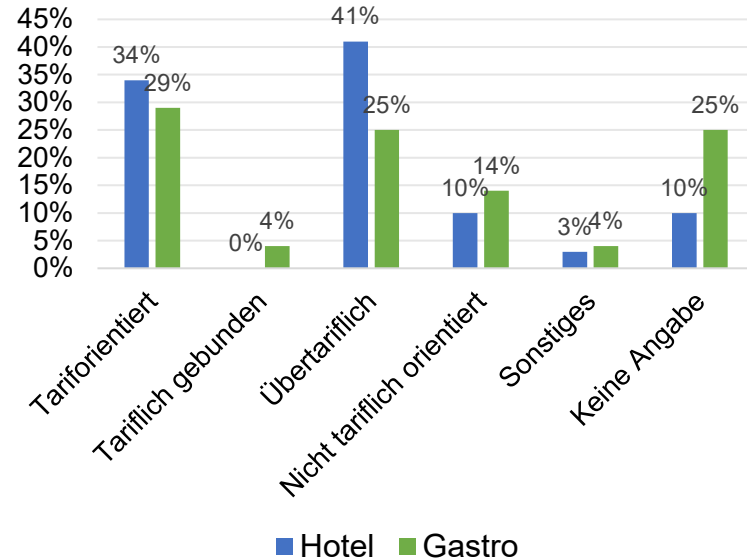
- Zentrale Dimension sozialer Nachhaltigkeit im Betrieb
- Fokus: fairer und transparenter Umgang mit Mitarbeitenden

Ziel: Förderung von Fairness, Zufriedenheit und Mitarbeiter:innenbindung

Ergebnisse:

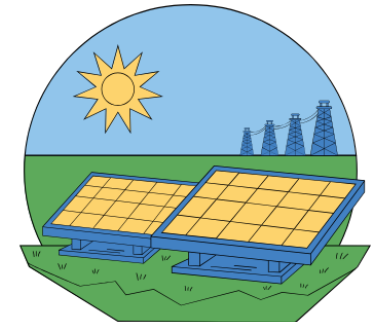
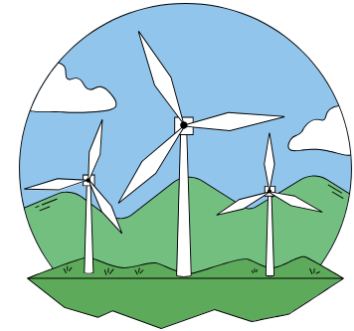
- Hotels zahlen eher tarifliche und übertarifliche Löhne
- Gastronomie zahlt flexiblere Löhne, kann u. U ein Risiko für Ungleichheit sein

Gestaltung der Bezahlung



Verbreitung von erneuerbaren Energien

- **Ökostrom/Ökogas** (Hotels 41 %, Gastro 35%)
→ hohe Akzeptanz günstiger Tarifmodelle, schneller Umstieg
- **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





Verbreitung von ressourcensparenden Maßnahmen

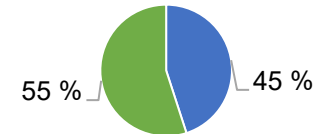
- **LED-Beleuchtung (Hotels 92 %, Gastro 94 %)**
→ Low-Cost-Standardmaßnahme
- **Bewegungsmelder (Hotels 72 %, Gastro 56 %)**
→ variable Flächenoptimierung bei Hotels stärker
- **Stoßlüften & Abschalten (> 65 %)**
→ verhaltensbasierte Einsparungen etabliert
- **Doppelspültasten (Hotels 87 %)**
→ einfache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



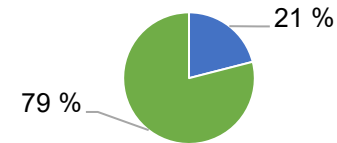
Stand der Digitalisierung

- Gängige Nutzung digitaler Lösungen wie Social Media-Accounts, Online-Auftritte und Online-Plattformen
- Einsatz von Tablets, Bildschirmen und Digitalmenüs
- 2024 (noch) kein Einsatz digitaler Technologien wie KIs, Chatbots oder Monitoringsysteme

**Grad der Digitalisierung
Hotelleriebetriebe**
n = 29



**Grad der Digitalisierung
Gastronomiebetriebe**
n = 24



■ Digital ■ Weniger Digital



Digitalisierung und Nachhaltigkeit



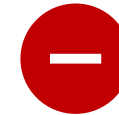
- Umsetzung von Nachhaltigkeitsleistungen eines Betriebes hängt nicht direkt vom Einsatz digitaler Lösungen ab
- Tourismus in Stadt und Landkreis Bamberg \neq smart
- **Ziel:** digitaler Transformations-prozess mit nachhaltigem Mehrwert



Nachhaltigkeit von touristischen Leistungen im Freizeit- und Kultursektor



- 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)
- gebündelte Angebote (wie die BambergCard)



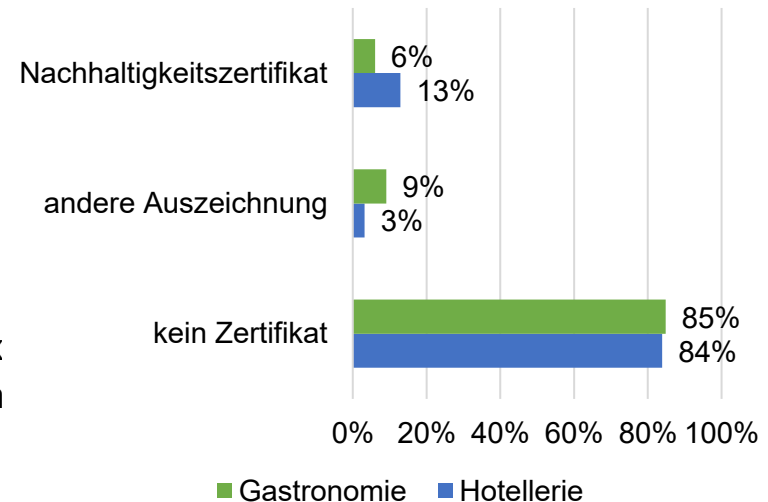
- Einseitiges Angebot
- Attitude-Behavior-Gap und „der letzte Kilometer“ als Hürden
- Geringe Sichtbarkeit nachhaltiger Angebote
- Unzureichende Werbung für Angebote



Häufigkeit von Nachhaltigkeitszertifikaten

- Nur wenig Betriebe haben bisher Nachhaltigkeitszertifikate.
 - Einige Betriebe haben mehrere Zertifizierungen
 - Zertifizierte Betriebe schneiden in unserem Nachhaltigkeitsindex überdurchschnittlich gut a
- Zeichen für inhaltliche Übereinstimmung zwischen Zertifikat und Nachhaltigkeitsindex
- Einige Betriebe schneiden im Nachhaltigkeitsindex sehr gut ab, verfügen aber über keine entsprechen Zertifizierung, um dies ihren Kunden zu vermitteln. Hier gibt es also ungenutzte Potenziale.

Häufigkeit von Nachhaltigkeitszertifikaten





Qualität der Zertifikate und Benefits für Betriebe

- Bei den Zertifikaten gibt es **große Qualitätsunterschiede**
- Besonders aussagekräftig in Bezug auf alle Dimensionen der Nachhaltigkeit sind:
 - GreenSign
 - Qualitätsverbund umweltbewusster (Handwerks-)Betriebe

Benefits von Nachhaltigkeitszertifikaten für Betriebe

- besseres Image
- Reduktion der laufenden Kosten
- Fachkräftesicherung
- höheres Kundenaufkommen



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



Fazit



Fazit

- Eine „starke Mitte“ in Bezug auf die Nachhaltigkeitsleistung
- Hotelbetriebe waren in der Befragung im Durchschnitt nachhaltiger als Gastronomiebetriebe
- **Ungenutzte Potenziale** v. a. bei kulturellem Engagement, Digitalisierung, Regionalität und Nachhaltigkeitszertifizierungen



erfasster Status Quo als gute Ausgangslage für zukünftige Transformationsprozesse, um einen nachhaltigen Tourismus in Bamberg zu stärken



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Welche Fragen haben Sie?

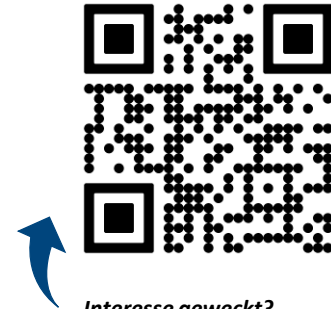


Studierende

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

betreut von:

Prof. Dr. Marc Redepenning marc.redepenning@uni-bamberg.de
Dr. Sebastian Scholl sebastian.scholl@uni-bamberg.de



Interesse geweckt?

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