unibz
Kompetenzzentrum Tourismus und Mobilität
Centro di Competenza Turismo e Mobilità
Zenter de Competenza Turism y Mobilité

Leiten die „Fridays for Future“ die Klimawende beim Reisen ein?

Prof. Thomas Bausch
Competence Center Tourism and Mobility
Free University of Bolzano/Bozen (Alto Adige)

Prof. Dr. Andreas Humpe
Fakultät für Tourismus
Hochschule für Angewandte Wissenschaften München

F4F KLIMAWENDE BEIM REISEN?

Inhalt

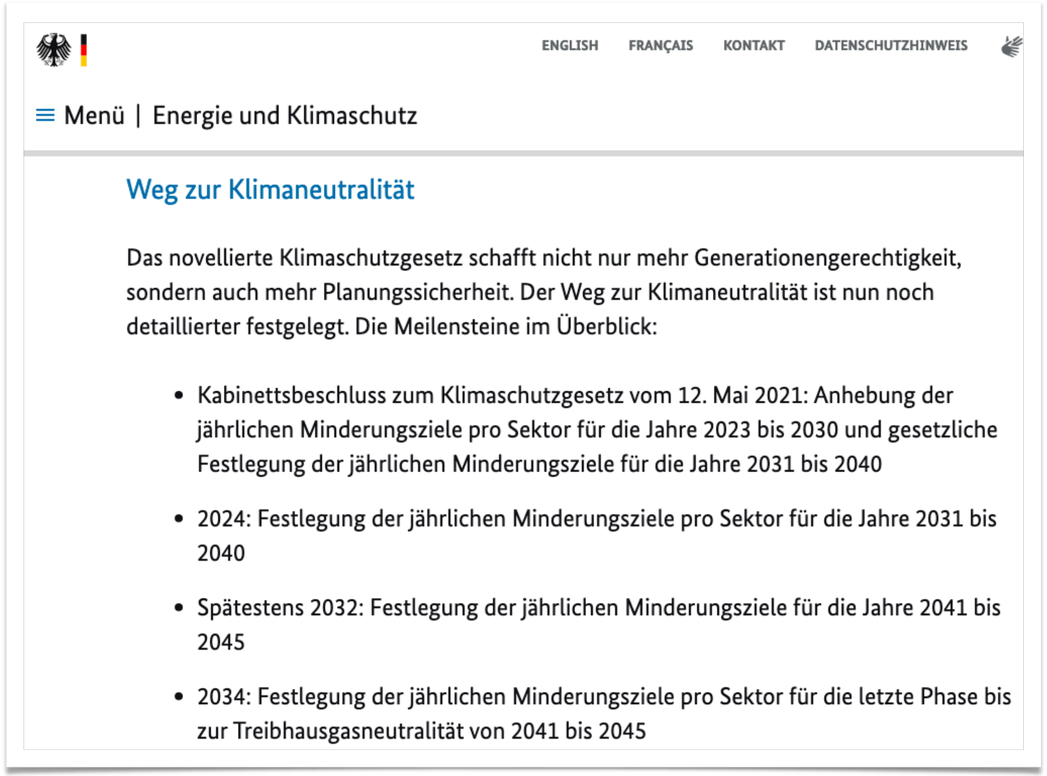
1. Klimaschutzziele und F4F
2. Aufbau der Studie - Themenfelder und Erhebung
3. Zentrale Ergebnisse
4. Schlussfolgerungen für den Tourismussektor
5. Literaturangaben

https://www.phocuswire.com/Booking-Sustainable-Tourism

KLIMASCHUTZZIELE

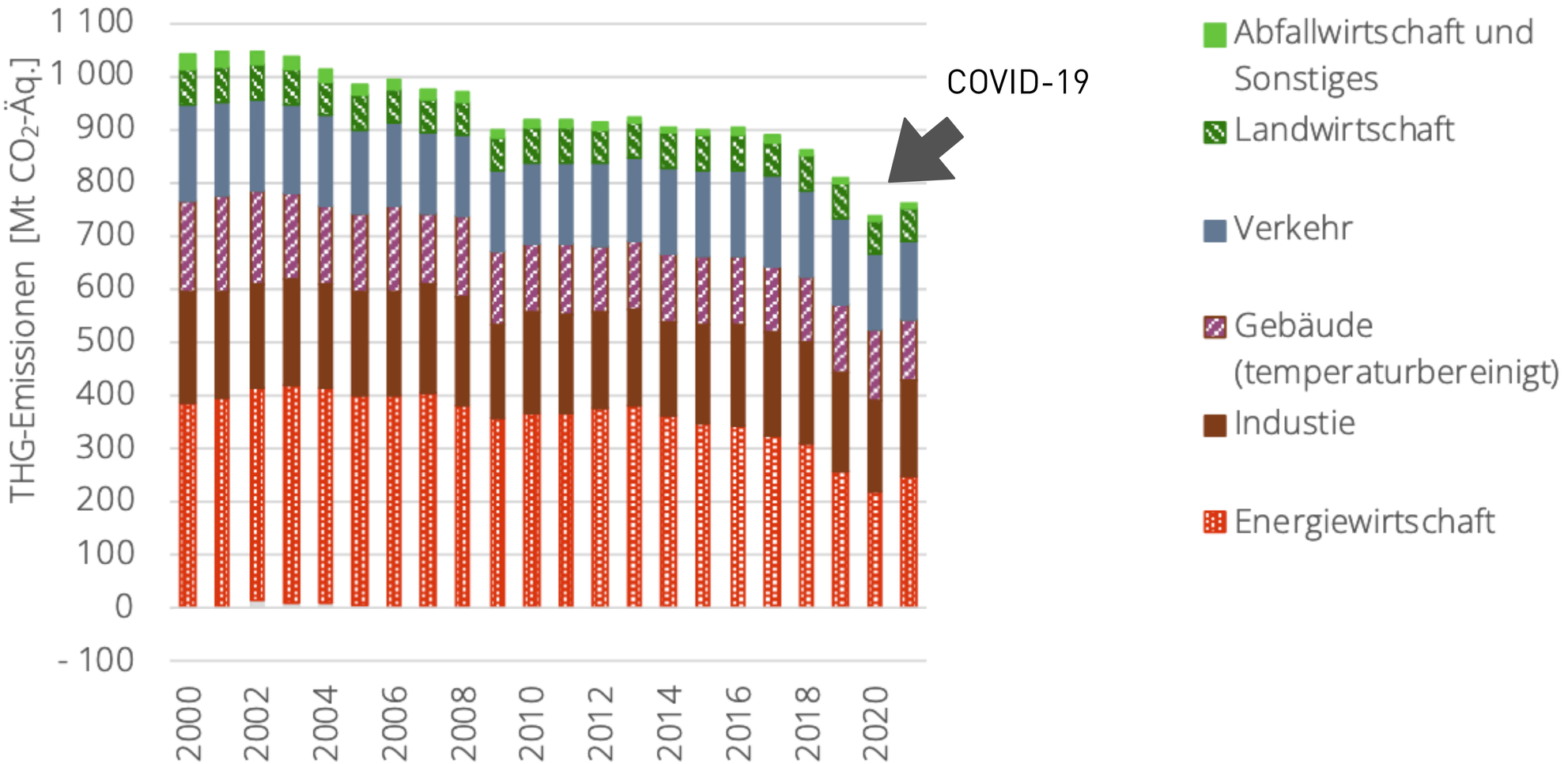
Internationale, Europäische und Deutsche Klimaschutzziele

- COP21 Paris -> Abkommen 1,5 Grad Ziel
- EU Verpflichtung
  - 2050 erster klimaneutraler Kontinent (politische Vereinbarung 2020)
  - zusätzlich 2030 55% Minderung Treibhausgasemissionen gegenüber 1990 (Regulation (EU) 2021/1119)
- Deutsches Klimaschutzgesetz (Gesetz vom 18. August 2021 (BGBl. I S. 3905))
  - Bis 2030 65% Minderung - bis 2045 Klimaneutralität
  - Verbindliche Reduktionsziele pro Jahr je Sektor Teil des Gesetzes



KLIMASCHUTZZIELE

Situation Deutschland 2022



ERK (2022): Zweijahresbericht 2022
Abbildung 5 (angepasst)

Gesetzliche Klimaschutzziele Deutschland

Anlage 2 (zu § 4)
Zulässige Jahresemissionsmengen für die Jahre 2020 bis 2030

(Fundstelle: BGBl. I 2021, 3907)

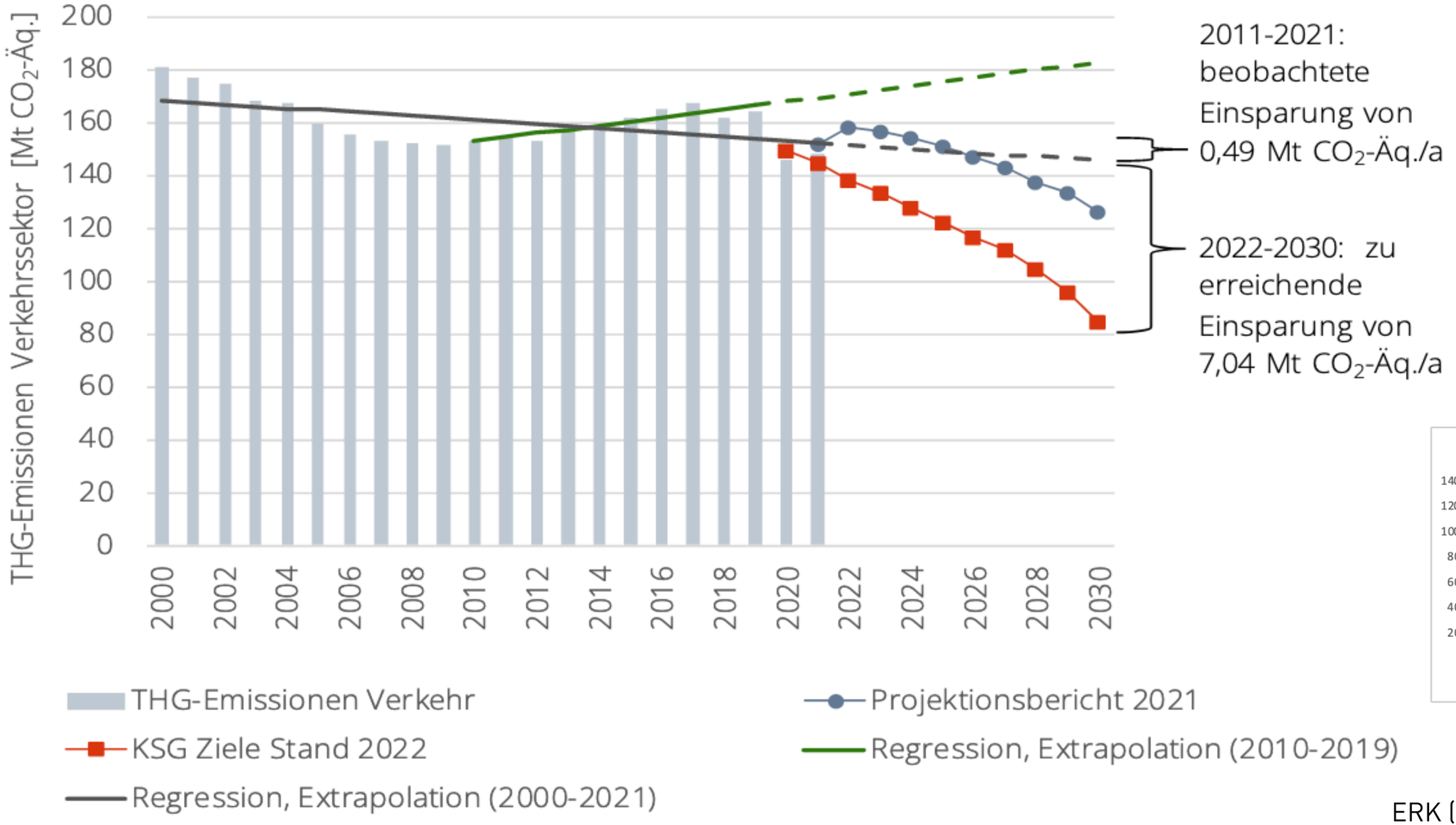
Jahresemissionsmenge in Millionen Tonnen CO_2-Äquivalent	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Energiewirtschaft	280		257								108
Industrie	186	182	177	172	165	157	149	140	132	125	118
Gebäude	118	113	108	102	97	92	87	82	77	72	67
Verkehr	150	145	139	134	128	123	117	112	105	96	85
Landwirtschaft	70	68	67	66	65	63	62	61	59	57	56
Abfallwirtschaft und Sonstiges	9	9	8	8	7	7	6	6	5	5	4

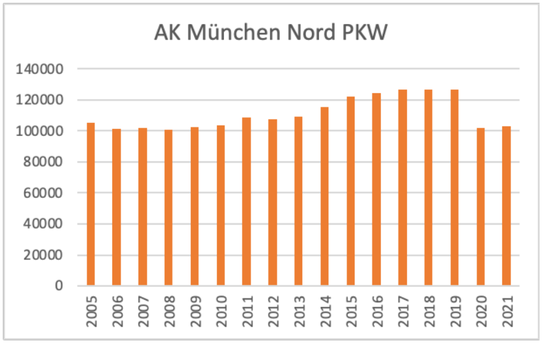
Anlage zum KSG in der Fassung von 18.8.2021

Ziel Verkehr
43% Reduktion
2020 - 2021

KLIMASCHUTZZIELE

Situation Deutschland Verkehr 2000 - 2021



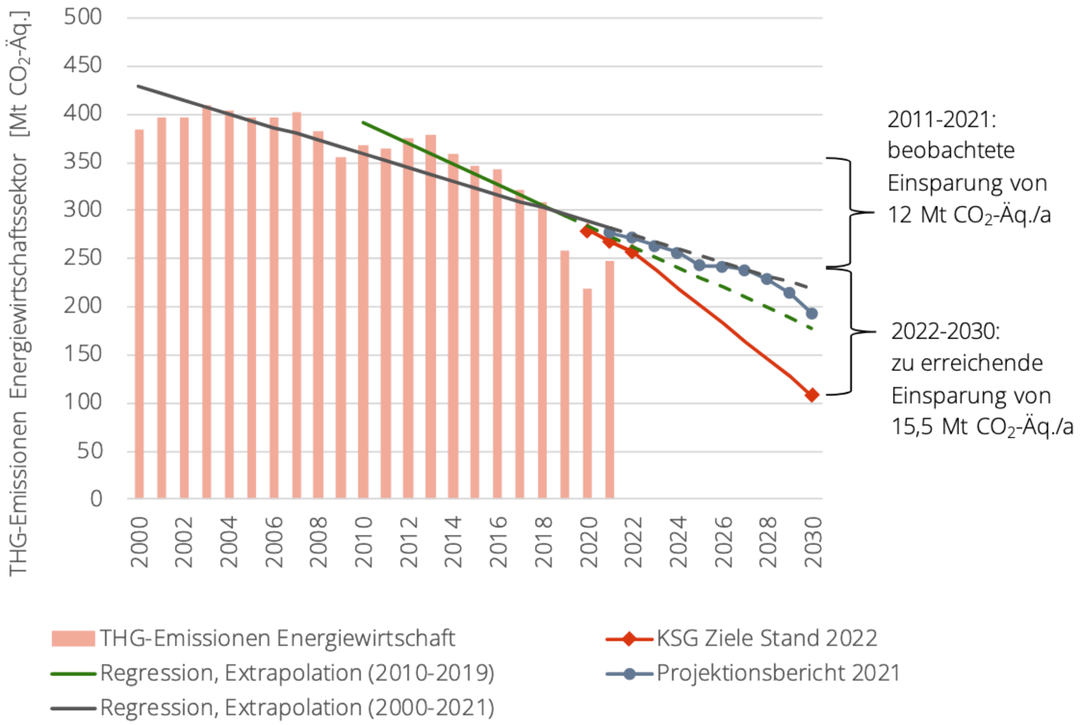


ERK (2022): Zweijahresbericht 2022
Abbildung 97 (angepasst)

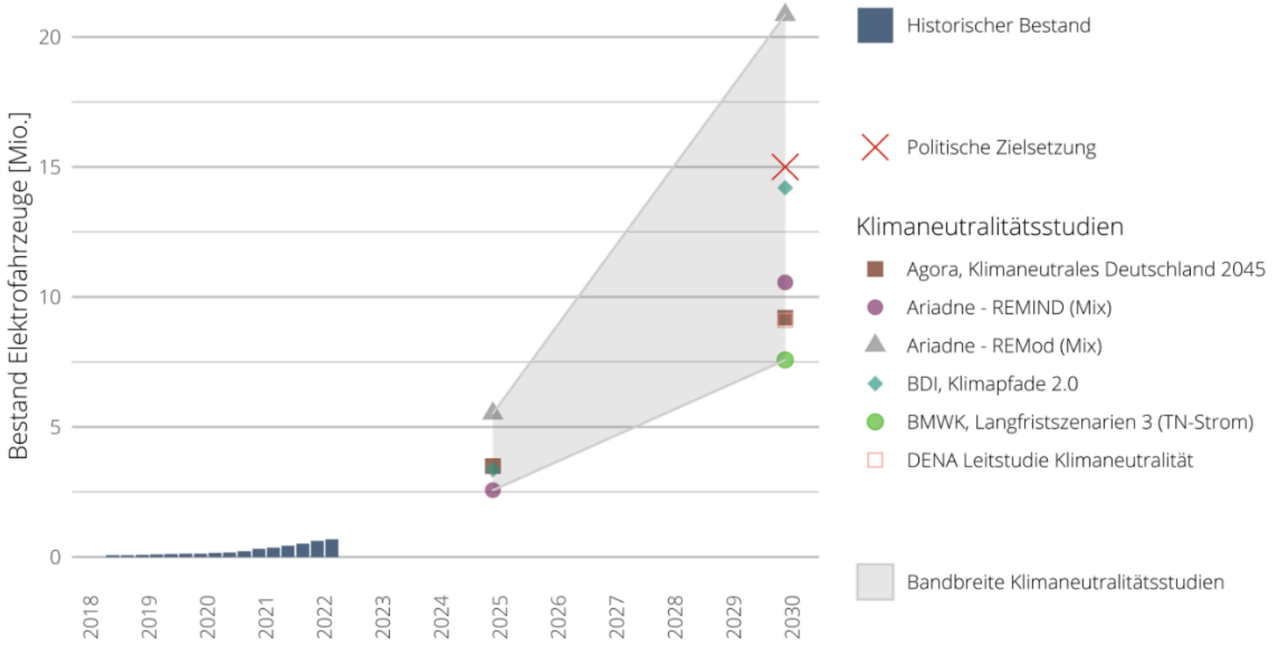
KLIMASCHUTZZIELE

Situation Deutschland Verkehr 2000 - 2021

Energiewirtschaft Prognosen



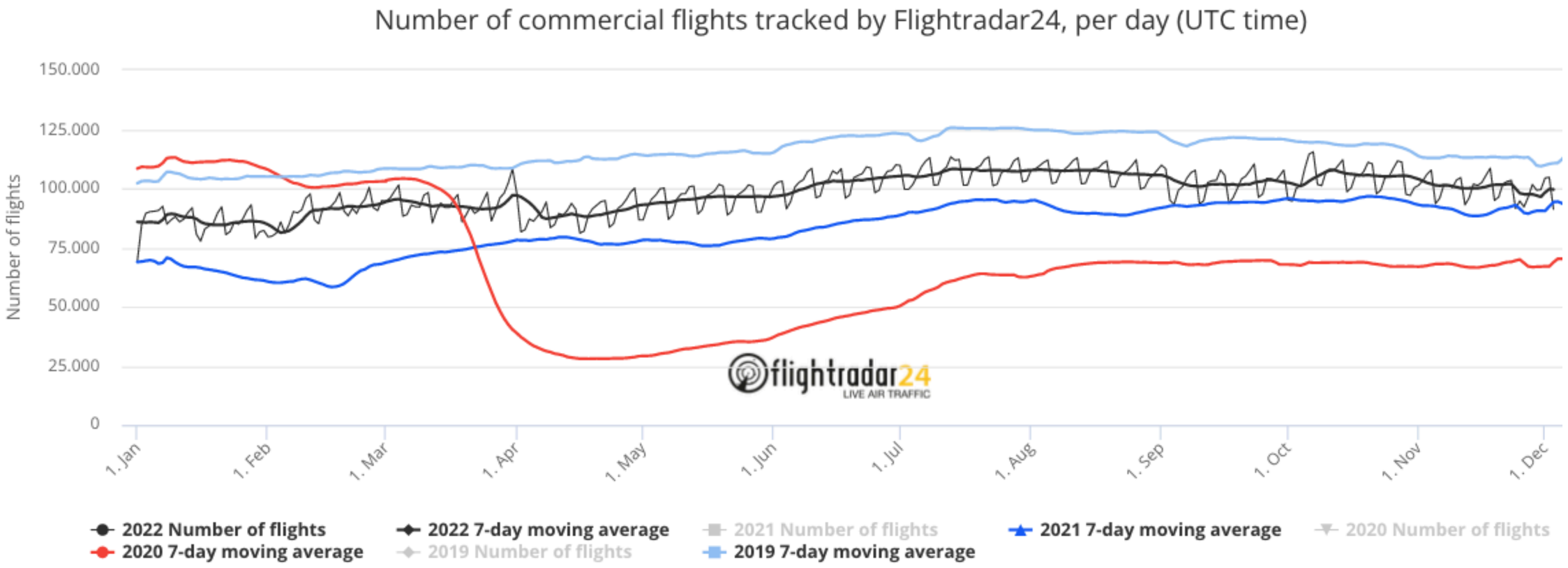
E-Fahrzeuge Szenarien



In Szenarien zwischen 15% - 40% des Fahrzeugbestandes 2030 Elektrofahrzeuge
deren Strom (Strommix-basiert) immer noch zu 35-55% aus fossilen Brennstoffen kommt
reicht bei weitem nicht, die gesetzlichen Ziele zu erreichen

ERK (2022): Zweijahresbericht 2022
Abbildung 82, 98

Situation International Flugverkehr 2019 - 2022



2022 bereits wieder fast Niveau von 2019 erreicht
Keine erkennbare dauerhafte Verhaltensänderung durch COVID-19

https://www.flightradar24.com/data/statistics

Fridays for Future

OUR GOALS

The goal of the movement is to put moral pressure on policymakers, to make them listen to the scientists, and then to take forceful action to limit global warming.

Our movement is independent of commercial interests and political parties and knows no borders.

We strike because we care for our planet and for each other. We have hope that humanity can change, avert the worst climate disasters and build a better future.

Every day there are more of us and together we are strong. Everyone is welcome. Everyone is needed. No one is too small to make a difference.

www.faz.net

KLIMASCHUTZZIELE

F4F Streiks / Demonstrationen

(Aktionstag 23. September 2022)

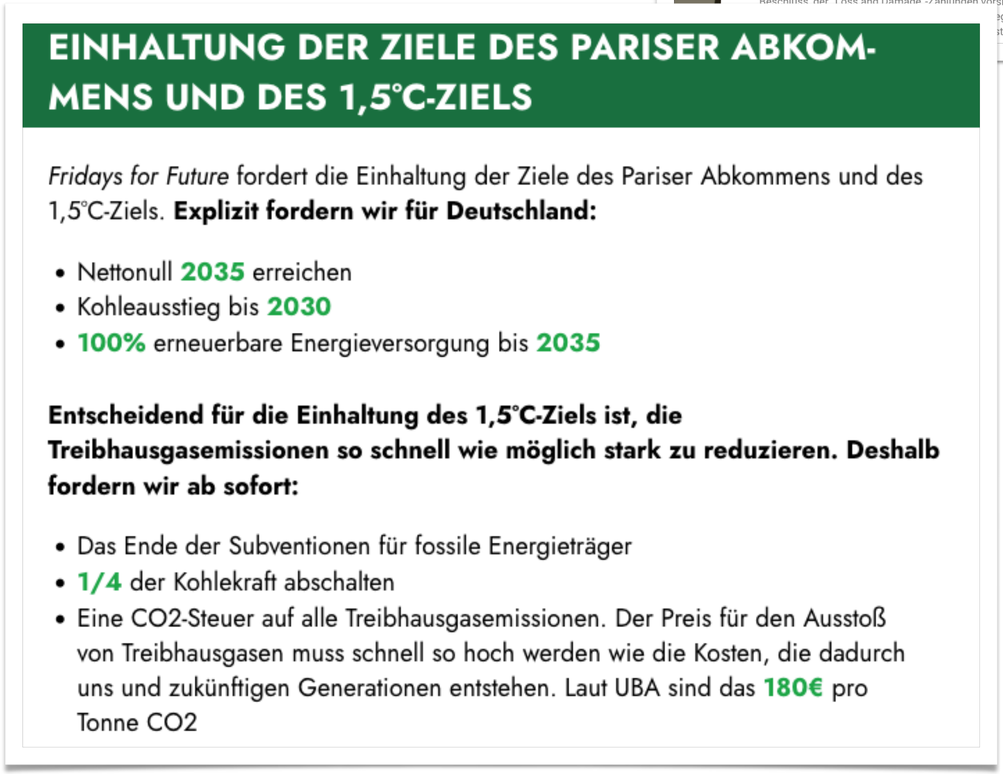
International

- 84 Länder
- 539 Städte
- 864 Events
- 469.077 Teilnehmer*innen

Deutschland

- 16 Städte
- 280.000 Teilnehmer*innen
  (Präsenz / online)

Forderungen F4F an neue Bundesregierung



EINHALTUNG DER ZIELE DES PARISER ABKOMMENS UND DES 1,5°C-ZIELS

Fridays for Future fordert die Einhaltung der Ziele des Pariser Abkommens und des 1,5°C-Ziels. **Explizit fordern wir für Deutschland:**

- Nettonull **2035** erreichen
- Kohleausstieg bis **2030**
- **100%** erneuerbare Energieversorgung bis **2035**

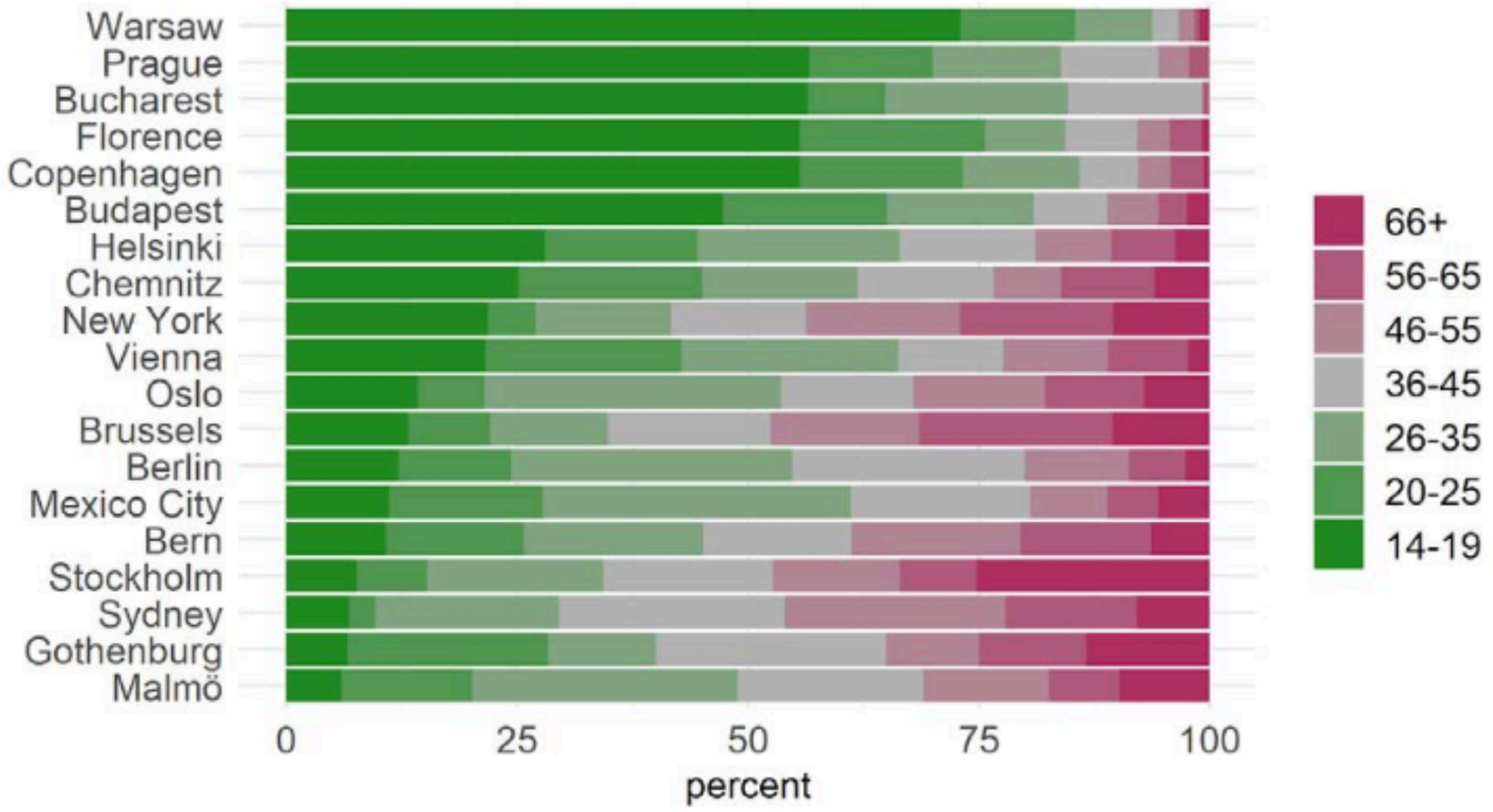
Entscheidend für die Einhaltung des 1,5°C-Ziels ist, die Treibhausgasemissionen so schnell wie möglich stark zu reduzieren. Deshalb fordern wir ab sofort:

- Das Ende der Subventionen für fossile Energieträger
- **1/4** der Kohlekraft abschalten
- Eine CO2-Steuer auf alle Treibhausgasemissionen. Der Preis für den Ausstoß von Treibhausgasen muss schnell so hoch werden wie die Kosten, die dadurch uns und zukünftigen Generationen entstehen. Laut UBA sind das **180€** pro Tonne CO2

KLIMASCHUTZZIELE

F4F Aktivisten

Figure 2.1: Age group by city (September 2019)



de Moor, J., Uba, K., Wahlström, M., Wennerhag, M., & De Vydt, M. (2020). *Protest for a future II: Composition, mobilization and motives of the participants in Fridays For Future climate protests on 20-27 September, 2019, in 19 cities around the world*.

Altersgruppe bis 25 (Schulstreik) Ausgangspunkt -
bei öffentlichen Demonstrationen heute aber vielfach alle Altersgruppen

STUDIE F4F UND REISEN

Frage: Verhalten sich F4F Aktivisten anders und tragen Sie hierdurch zur Verschiebung der sozialen Normen bei Reisen bei?

Hintergrund der Studie

1. Studien zum awareness/attitude behavior gap im Tourismus zeigen hohes Beharrungspotenzial der Reisenden bezüglich der Reisegewohnheiten
2. Einige Forscher sehen jedoch erste Anzeichen eines Wandels bei Sozialen Normen / Werten als Grundlage für langfristige Verhaltensveränderungen
3. Hier wird insbesondere das Thema der Flug-Scham vielfach als Beispiel herangezogen

Juvan, E., & Dolnicar, S. (2014). The attitude–behaviour gap in sustainable tourism. Annals of Tourism Research, 48, 76–95. doi: 10.1016/j.annals.2014.05.012

Mamula Nikolić, T., Pantić, S. P., Paunović, I., & Filipović, S. (2021). Sustainable Travel Decision-Making of Europeans: Insights from a Household Survey. Sustainability, 13(4), 1960. doi: 10.3390/su13041960

Gössling, S., Humpe, A., & Bausch, T. (2020). Does 'flight shame' affect social norms? Changing perspectives on the desirability of air travel in Germany. Journal of Cleaner Production, 266, 122015. doi: 10.1016/j.jclepro.2020.122015

Doran, R., Pallesen, S., Böhm, G., & Ogunbode, C. A. (2022). When and why do people experience flight shame? Annals of Tourism Research, 92, 103254. doi: 10.1016/j.annals.2021.103254

STUDIE F4F UND REISEN

Studiendesign

1. Gewinnung von 1.200 Teilnehmer*innen über Online-Panel (norstat) im Alter von 16-39 Jahre in Deutschland
2. Quotierung der Stichprobe nach
   - Altersgruppen (16-18, 19-21, 22-24, 25-29, 30-34, 35-39)
   - Geschlecht (M/ W/ D)
   - Bundesländern (Basis Einwohner)
3. Feldphase Dezember 2021
4. 1.125 vollständig ausgefüllte und auf Plausiblität geprüfte Fragebögen

Alter	Häufigkeit	Prozent
14–17	187	16,6
18–20	191	17,0
21–24	192	17,1
25–29	185	16,4
30–34	182	16,2
35–39	188	16,7
Gesamt	1125	100,0

Geschlecht	Häufigkeit	Prozent
weiblich	606	53,9
männlich	515	45,8
divers	4	,4
Gesamt	1125	100,0

STUDIE F4F UND REISEN

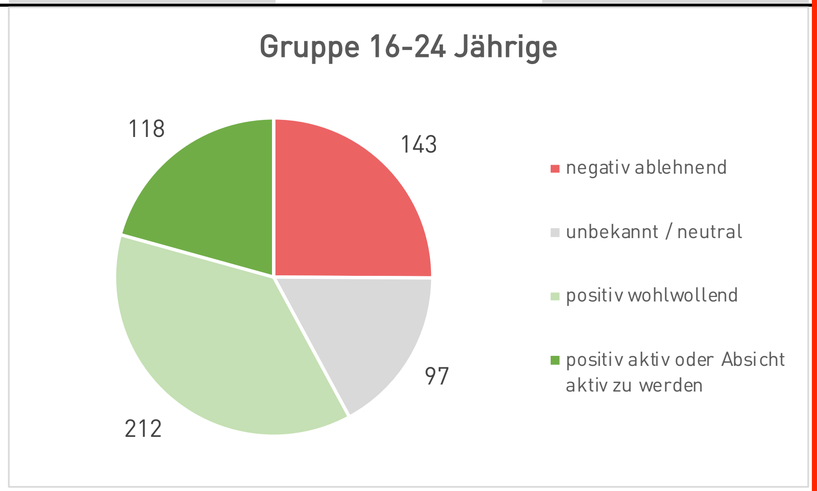
Studiendesign Themenblöcke

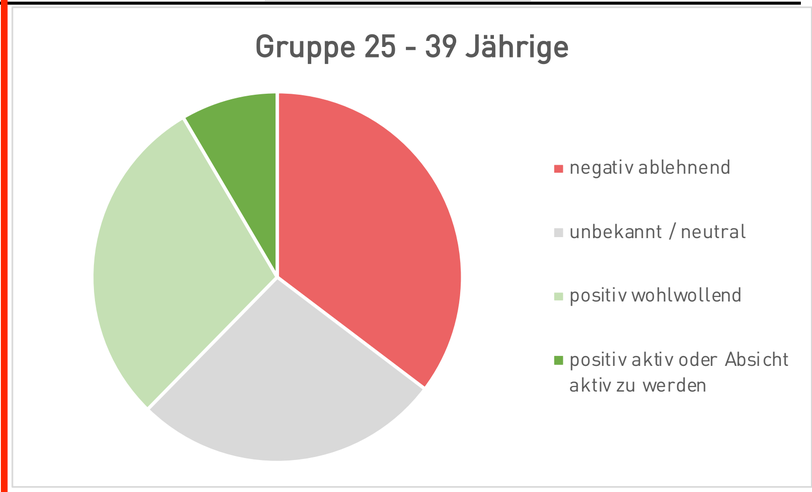
Travel-Push Faktoren	Boztug, Y., Babakhani, N., Laesser, C., & Dolnicar, S. (2015). The hybrid tourist. Annals of Tourism Research, 54, 190–203. doi: 10.1016/j.annals.2015.07.006 Chul Oh, H., Uysal, M., & Weaver, P. A. (1995). Product bundles and market segments based on travel motivations: A canonical correlation approach. International Journal of Hospitality Management, 14(2), 123–137. doi: 10.1016/0278-4319(95)00010-A Manfredo, M. J., Driver, B. L., & Tarrant, M. A. (1996). Measuring Leisure Motivation: A Meta-Analysis of the Recreation Experience Preference Scales. Journal of Leisure Research, 28(3), 188–213. doi: 10.1080/00222216.1996.11949770
Persönliche Werte	Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. Online Readings in Psychology and Culture, 2(1). doi: 10.9707/2307-0919.1116
Reiseverhalten 2018 - 2021 (Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen)	In Anlehnung an FUR Reiseanalyse (https://reiseanalyse.de/die-studie/)
Konsumverhalten und Einstellungen zu Umweltthemen	Bundesministerium Für Umwelt, Naturschutz Und Nukleare Sicherheit (BMU), Berlin, & Umweltbundesamt (UBA), Dessau-Roßlau. (2020). Umweltbewusstsein in Deutschland 2018 (Version 1.0.0) [Data set]. GESIS Data Archive. doi: 10.4232/1.13634
Klimawandel: persönl. Betroffenheit / Einstellungen	Schleich, J., Schwirplies, C., & Ziegler, A. (2018). Do perceptions of international climate policy stimulate or discourage voluntary climate protection activities? A study of German and US households. Climate Policy, 18(5), 568–580. doi: 10.1080/14693062.2017.1409189
Kenntnis und Stellung zu Umweltorganisationen / Aktionen	Eigene Liste (kenne ich, lehne aber die Aktivitäten / Aktionen ab; sagt mir nichts / noch nicht gehört; habe ich schon gehört, mich damit aber nicht näher beschäftigt; kenne ich und finde die Aktivitäten / Aktionen gut, bin aber nicht aktiv; kenne ich und kann mir vorstellen, zukünftig an Aktivitäten / Aktionen mitzumachen oder diese finanziell zu unterstützen; bin selbst dort aktiv / nehme an Aktivitäten / Aktionen teil)
Soziodemographie	In Anlehnung an FUR Reiseanalyse (https://reiseanalyse.de/die-studie/) / zusätzliche Variablen zur differenzierteren Erfassung der jüngeren Gruppe (z.B. Wohnsituation)

Grundlage der weiteren Untersuchung: F4F Affinitätsgruppen

Haltung zu Fridays for Future nach Altergruppen
(absolut / % je Alterggruppe)

Haltung	16-17		18-20		21-24		25-29		30-34		35-39	
negativ ablehnend	46	24,6	48	25,1	49	25,5	55	**29,7**	77	**42,3**	64	**34,0**
unbekannt / neutral	31	16,6	28	14,7	38	19,8	60	**32,4**	44	**24,2**	46	**24,5**
positiv wohlwollend	66	**35,3**	69	**36,1**	77	**40,1**	52	28,1	51	28,0	59	31,4
positiv aktiv oder Absicht aktiv zu werden	44	**23,5**	46	**24,1**	28	**14,6**	18	9,7	10	5,5	19	10,1
Gesamt	187	100,0	191	100,0	192	100,0	185	100,0	182	100,0	188	100,0





Fokus in Studie
(„Gen Z“)

teils Vergleichsgruppe in Studie
(„Gen Y“)

STUDIE F4F UND REISEN

Vergleich F4F „Positive“ gegenüber „Neutrale / Negative

Merkmal	Positive (positiv Unterstützend (noch) nicht aktiv oder positiv unterstützend und aktiv)	Neutrale (sagt mir nichts) oder Negative (lehnen Aktivitäten ab)
Alter	Keine signifikanten Unterschiede	
Bildungsstand	Anteil mit Abitur / Studium 55%-60%	Anteil Abitur / Studium 40%-45%
Berufstätigkeit	ca. 3/4 noch in Schule / Studium / Berufsausbildung, weniger als 1/5 berufstätig	etwas mehr als die Hälfte noch in Schule / Studium / Berufsausbildung, fas 40% bereits ganztags oder in Teilzeit berufstätig
Haushalt / Wohnen / Einkommen	Hoher Anteil, der entweder noch zu Hause wohnt oder von zu Hause deutliche finanzielle Unterstützung erfährt	Mittlerer Anteil, der entweder noch zu Hause wohnt oder von zu Hause deutliche finanzielle Unterstützung erfährt. Anteil ohne Unterstützung von zu Hause bei Negativen vergleichsweise hoch (71%)

STUDIE F4F UND REISEN

Grundwerte (Schwartz 10 basic values)

Schwartz-values	negativ ablehnend	unbekannt / neutral	positiv wohlwollend	positiv aktiv oder Absicht aktiv zu werden	Sig
Gerechtigkeit für alle, Tolleranz, Natur schützen	-0,18	-0,26	-0,46	-0,56	0,000
nicht nach mehr fragen als man hat, Religion / Glaube folgen	0,32	0,39	0,55	0,68	0,006
Hilfe und Loyalität gegenüber Umfeld / Freunde	-0,45	-0,50	-0,65	-0,64	0,037
Leben in Sicherheit, Gefahren meiden, Schutz sozialer Ordnung	-0,04	0,12	0,09	0,22	0,063
Mag Überraschungen / Neues, Abenteuerlust	0,04	0,00	0,20	0,01	0,080
Reichtum, Geld für Teures, über andere bestimmen	0,36	0,24	0,31	0,48	0,182
Seine Fähigkeiten zeigen / bewundert werden / Erfolg	0,16	0,32	0,29	0,19	0,393
Gute Zeit haben, Abhängen, Spass und Vergnügen	-0,31	-0,21	-0,24	-0,20	0,567
Selbstverwirklichung, Unabhängigkeit im Leben	-0,27	-0,35	-0,34	-0,33	0,755
Leute sollen folgen, Regeln beachten, ordentlich Benehmen	0,45	0,38	0,47	0,45	0,895

Berechnung auf Basis der 21 Grundwerte von Schwartz - standardisiertes Berechnungsverfahren siehe Schwartz, S. H., & Cieciuch, J. (2021). Measuring the Refined Theory of Individual Values in 49 Cultural Groups: Psychometrics of the Revised Portrait Value Questionnaire. Assessment, 1073191121998760. doi: 10.1177/1073191121998760
Negative standardisierte Messwerte entsprechen höherer Bedeutung des Wertes für die Gruppe

Travel Push Faktoren (1)

TP-Faktortravel Push - Faktoren	negativ ablehnend	unbekannt / neutral	positiv wohlwollend	positiv aktiv / Absicht aktiv zu werden	Sig
Anerkennung, meine Reise in den sozialen Medien teilen, Orte besuchen, an denen Freunde noch nicht waren, Prestige und	3,52	3,76	4,07	3,85	0,014
neue Leute kennenlernen und sich unterhalten, andere Menschen beobachten, Kontakt zu Einheimischen aufnehmen	2,94	2,94	3,20	2,71	0,016
das Leben mit allen Sinnen genießen, sich verwöhnen lassen, sich für einige Tage an Luxus erfreuen	2,34	2,18	2,46	2,68	0,020
Entdeckung von Unbekanntem, andere Länder und Kulturen erleben, Abenteuer, Nervenkitzel, Spannung	2,46	2,43	2,27	2,08	0,027
Zeit mit der Familie, dem Partner und Freunden zu haben; etwas mit Mitgliedern meiner Gruppe zu unternehmen	1,99	1,74	2,03	2,16	0,036
Abstand von der täglichen Routine, Vermeidung von alltäglichen Aufgaben	2,17	2,22	1,93	1,91	0,038
Entwicklung und Wachstum persönlicher spiritueller Werte, Nachdenken über religiöse oder andere spirituelle Werte	3,26	3,42	3,68	3,27	0,039

Skala: 1: besonders wichtig ... 5 völlig unwichtig

Travel Push Faktoren (2) der F4F Aktiven

1	neue Erfahrungen sammeln, **neue Eindrücke gewinnen**	1,74
2	unabhängig und frei sein, keine Verpflichtungen haben, Dinge auf eigene Weise tun, die Kontrolle über Dinge haben, die passieren	1,90
3	Abstand von der täglichen Routine, Vermeidung von alltäglichen Aufgaben	1,91
4	dem Geist eine Pause gönnen, langsamer werden, auf andere Gedanken kommen	1,97
5	Entdeckung von Unbekanntem, **andere Länder und Kulturen erleben**, Abenteuer, Nervenkitzel, Spannung	2,08
6	Zeit mit der Familie, dem Partner und Freunden zu haben; etwas mit Mitgliedern meiner Gruppe zu unternehmen	2,16
7	der Natur nahe sein, die unberührte Natur genießen, schöne Landschaften betrachten, die Natur beobachten und erforschen	2,18
8	einfach entspannen, abschalten, faulenzen, nichts tun	2,20
9	Bereicherung der Lebensperspektive, Erweiterung des persönlichen Horizonts, neue oder andere Perspektiven einnehmen	2,27
10	Spaß haben, Unterhaltung und Party, mit Menschen zusammen sein, die die gleichen Dinge genießen	2,35

Skala: 1: besonders wichtig ... 5 völlig unwichtig

STUDIE F4F UND REISEN

Statements zu Klimawandel / Klimapolitik und Reisen

Statements zur Klimapolitik / Klimawandel (Zustimmung in %)	negativ ablehnend	unbekannt / neutral	positiv wohlwollend	positiv aktiv oder Absicht aktiv zu werden	Sig
Die Politik tut zu wenig für den Klimaschutz beim Fliegen	46,2	61,9	78,8	85,6	0,000
In meinem Umfeld wird über den Klimawandel und seine Folgen mehr diskuti	51,0	48,5	73,1	82,2	0,000
In meinem Umfeld wird die Gefahr der Zerstörung der Erde durch den Mensch	49,0	54,6	73,1	83,1	0,000
Ich fliege aus Klimaschutzgründen bereits weniger	33,6	35,1	50,5	70,3	0,000
In meinem Umfeld wird ausdrücklich der negative Einfluss von Flugreisen auf	30,1	23,7	37,7	61,0	0,000
In meinem Umfeld gibt es Menschen, die aus Klimaschutzgründen bereits wer	34,3	36,1	53,8	67,8	0,000
Wenn ich fliege, habe ich ein schlechtes Gewissen und schäme mich dafür	24,5	24,7	35,8	52,5	0,000
In meinem Umfeld gibt es Menschen, die aus Klimaschutzgründen aufgehört h	24,5	27,8	34,4	51,7	0,000
In meinem Umfeld mussten sich schon Personen dafür rechtfertigen, dass sie	25,9	22,7	20,3	40,7	0,001
Ich habe aus Klimaschutzgründen aufgehört zu fliegen	18,2	22,7	19,3	36,4	0,001

Eine Möglichkeit den Fußabdruck zu verkleinern besteht darin, Kompensationszahlungen zu leisten. Die Zahlungen werden für Projekte eingesetzt, die das von Ihnen emittierte CO2 wieder einsparen / binden (Z.B. Pflanzung von Bäumen, Modernisierung von Kraftwerken). Haben Sie diese Möglichkeit schon genutzt?	Ich fliege aus Klimaschutzgründen bereits weniger Antwort NEIN			
Nie	75,6%	56,3%	63,2%	38,5%
Gelegentlich	22,0%	43,8%	36,8%	53,8%
mache ich bei jeder Reise	2,4%	0,0%	0,0%	7,7%

Vergleich „Gen Y“ mit „Gen Z“ - Statements Klimawandel und Fliegen

Statements zum Thema Fliegen (Zustimmung in %)	25 - 39 Jährige ("Gen Y")	16- 24 Jährige ("Gen Z")	Differenz "Gen Z - Gen Y"	Sig. 2-Stichp. t-test
In meinem Umfeld wird die Gefahr der Zerstörung der Erde durch den Menschen mehr diskutiert als früher	50	66	+16	<,001
In meinem Umfeld wird über den Klimawandel und seine Folgen mehr diskutiert als früher	52	65	+13	<,001
In meinem Umfeld wird ausdrücklich der negative Einfluss von Flugreisen auf das Klima diskutiert	29	38	+9	<,001
In meinem Umfeld mussten sich schon Personen dafür rechtfertigen, dass sie eine Flugreise gemacht haben	20	26	+6	0,009
In meinem Umfeld gibt es Menschen, die aus Klimaschutzgründen bereits weniger fliegen	39	49	+10	<,001
In meinem Umfeld gibt es Menschen, die aus Klimaschutzgründen aufgehört haben zu fliegen	27	34	+7	0,005
Ich fliege aus Klimaschutzgründen bereits weniger	40	48	+8	0,006
Wenn ich fliege, habe ich ein schlechtes Gewissen und schäme mich dafür	26	35	+9	0,001
Ich habe aus Klimaschutzgründen aufgehört zu fliegen	20	23	+3	0,099
Die Politik tut zu wenig für den Klimaschutz beim Fliegen	59	69	+10	<,001

STUDIE F4F UND REISEN

Konsum im Alltag

	Freunde/Bekannte der eigenen Altersgruppe ...					ich selbst ...				
Umwelt- / Klimastatements	negativ ablehnend	unbekannt / neutral	positiv wohl-wollend	positiv aktiv oder Absicht aktiv zu werden	Sig	negativ ablehnend	unbekannt / neutral	positiv wohl-wollend	positiv aktiv oder Absicht aktiv zu werden	Sig
Kaufen Lebensmittel aus kontrolliert-biologischem Anbau	3,56	3,84	3,11	2,98	0,000	3,39	3,85	3,00	2,58	0,000
Nutzen das Fahrrad oder öffentliche Verkehrsmittel für Alltagswege	3,08	3,25	2,85	2,65	0,010	3,13	3,47	2,50	2,07	0,000
Zu den Hauptmahlzeiten essen sie kein Fleisch	4,54	4,35	4,07	3,82	0,000	4,16	4,06	3,56	3,03	0,000
Versuchen Dinge auszutauschen, auszuleihen oder kaufen gebrauchte Klei	3,75	3,42	3,37	3,19	0,008	3,65	3,59	3,22	2,64	0,000
Essen lokale und saisonale Produkte	3,20	3,15	2,87	2,76	0,003	3,06	3,23	2,66	2,49	0,000
Drehen das Wasser ab, während sie Ihre Zähne putzen, duschen oder das (	2,73	2,69	2,28	2,33	0,003	2,36	2,67	1,89	1,83	0,000
Vermeiden Abfall durch die Verwendung eigener, wiederverwendbarer Ve	3,38	3,40	3,17	3,03	0,073	3,24	3,39	2,77	2,62	0,000
Kaufen verantwortungsvoll hergestellte Kleidung, z. B. aus recyceltem Ma	3,73	3,77	3,58	3,32	0,032	3,73	3,93	3,54	3,03	0,000
Wählen energieeffiziente Produkte mit dem EnergieLabel	3,40	3,61	3,25	3,31	0,148	3,53	3,95	3,20	3,01	0,000
Wenn sie nicht zu Hause sind, drehen sie die Heizung herunter	2,88	2,79	2,70	2,74	0,647	2,62	2,72	2,34	2,31	0,066
Speichern keine unnötigen Daten in einer Cloud	3,57	3,36	3,52	3,40	0,619	3,58	3,28	3,27	3,11	0,103
Sie investieren nicht in/ handeln nicht mit Kryptowährungen	2,69	2,86	2,64	2,50	0,466	2,49	2,51	2,25	2,38	0,528

Verpflegung, Alltagsmobilität, Umgang mit Ressourcen signifikant höheres Bewusstsein / angepasstes Verhalten in F4F Aktive Gruppe

Konsum im Alltag: Verzicht / Preisbereitschaft für Klimaschutz

	negativ ablehnend	unbekannt / neutral	positiv wohl-wollend	positiv aktiv oder Absicht aktiv zu werden	Sig.	negativ ablehnend	unbekannt / neutral	positiv wohl-wollend	positiv aktiv oder Absicht aktiv zu werden	Sig.
Lebensbereich	20% **geringerer Konsum** Bereitschaft in %					20% **höhere Preise** Bereitschaft in %				
Nahrungsmittel: nur Fleisch, Schinken, Wurstwaren	49	60	77	79	0,000	51	57	79	82	0,000
Bekleidung und Schuhe	38	46	52	68	0,000	45	64	63	68	0,000
Private Reisen / Urlaub Fernbereich und Ausland	36	52	62	66	0,000	37	49	54	64	0,000
Autofahrten Freizeit / Alltag (ohne Arbeit / Urlaub)	26	38	47	61	0,000	35	44	59	69	0,000
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, -gegenstände, Elektronik	30	31	48	59	0,000	43	55	59	65	0,003
Private Reisen / Urlaub Nahbereich und Inland	30	38	51	57	0,000	42	45	50	55	0,178
Elektrischer Strom	17	33	33	50	0,000	36	37	42	53	0,033
Nahrungsmittel (alle), Getränke und Tabakwaren	27	35	36	49	0,004	29	46	38	45	0,022
Gesundheitswesen, Kosmetika	29	40	45	49	0,005	43	47	52	58	0,071
Autofahrten Arbeit	18	29	30	48	0,000	31	41	50	64	0,000
Verkehr und Mobilität insgesamt (öffentliche Verkehrsmittel, Auto, Flugzeug)	17	34	33	46	0,000	38	39	47	51	0,110
Freizeitaktivitäten, Gaststättendienstleistungen, Unterhaltung und Kultur	24	33	42	42	0,004	36	46	43	53	0,066
Post- und Telekommunikation	21	24	33	37	0,009	42	49	46	57	0,101
Wohnen, Heizung (ohne Strom), Wohnungsinstandhaltung	11	23	26	31	0,001	31	41	42	55	0,001

	16 - 24 Jahre	25 - 39 Jahre	Sig.
Private Reisen / Urlaub Fernbereich und Ausland: **Konsum**	40	45	0,048
Private Reisen / Urlaub Nahbereich und Inland: **Konsum**	49	54	0,046
Private Reisen / Urlaub Fernbereich und Ausland: Preis	52	48	0,123
Private Reisen / Urlaub Nahbereich und Inland: Preis	52	51	0,344

STUDIE F4F UND REISEN

Flugreisen der 16-24 Jährigen

Anzahl Flüge	negativ ablehnend	unbekannt / neutral	positiv wohl-wollend	positiv aktiv oder Absicht aktiv zu werden	Sig.
Kurzstrecke bis unter 1000 km					
kein Flug	86,0%	92,8%	84,9%	82,2%	
1 Flug	11,9%	6,2%	11,3%	16,9%	0,179
2 und mehr Flüge	2,1%	1,0%	3,8%	0,8%	
Mittelstrecke 1000 km bis unter 3000 km					
kein Flug	54,5%	67,0%	56,6%	58,5%	
1 Flug	21,0%	17,5%	23,1%	23,7%	0,551
2 und mehr Flüge	24,5%	15,5%	20,3%	17,8%	
Langstrecke 3000 km und mehr					
kein Flug	82,5%	87,6%	78,8%	89,8%	
1 Flug	7,7%	9,3%	14,6%	7,6%	0,022
2 und mehr Flüge	9,8%	3,1%	6,6%	2,5%	

Sehr hoher Anteil Sonne / Strand im Süden

STUDIE F4F UND REISEN

Flugreisen der 16-24 Jährige
Streckenlängen und CO2-Kompensation

Flugstrecke in km	negativ ablehnend	unbekannt / neutral	positiv wohl-wollend	positiv aktiv oder Absicht aktiv zu werden	Sig.
Kurzstrecke(<1000km)	671	601	635	712	0,511
Mittelstrecke (<3000km)	1917	1948	1794	1810	0,190
Langstrecke (>3000km)	6505	6820	6516	6729	0,975

CO2-Kompensation beim Fliegen

	negativ ablehnend	unbekannt / neutral	positiv wohl-wollend	positiv aktiv oder Absicht aktiv zu werden	Gesamt
Nie	62,5%	44,0%	56,3%	27,1%	49,0%
Gelegentlich	35,0%	56,0%	43,7%	64,6%	48,5%
mache ich bei jeder Reise	2,5%	0,0%	0,0%	8,3%	2,5%

nachdenken • klimabewusst reisen
atmosfair

myclimate
shape our future

ClimatePartner

PRIMA KLIMA

ZUSAMMENFASSUNG

Zentrale Ergebnisse der Studie

- F4F Bewegung der Aktiven derzeit überwiegend unter 24 Jahre alt
- Aktive / für Aktivität Offene innerhalb der Gruppe der bis 24-Jährigen Minderheit. (ca. 1/5)
  Zusammen mit passiven Befürwortern fast 2/3 der Kohorte => hoher sozialer Gruppeneffekt denkbar
- Bezüglich Grundwerten und Travel-Push Faktoren nur in einzelnen Aspekten signifikante Unterschiede
- Flugscham / schlechtes Gewissen / kritische Haltung zu Flugreisen stark ausgeprägt
- Hohe Bereitschaft in der Gruppe der Aktiven / für Aktivitäten Offenen F4F für den Klimaschutz
  Leben im Alltag zu ändern, weniger zu Reisen, insbesondere in die Ferne
- Erkennbare höhere Änderungsbereitschaft auch für die gesamte „Gen Z“ gegenüber „Gen Y“
- Bei den Flugreisen der Jahre 2018 - 2021 bestehen jedoch keine signifikanten Unterschiede
  (weniger Flugreisen / Flugkilometer)

FAZIT

Frage: Verhalten sich F4F Aktivisten anders und tragen Sie hierdurch zur Verschiebung der sozialen Normen bei Reisen bei?

Antwort: Zweifelhaft, dass von F4F tatsächlich ein gesellschaftlicher Wandel beim Reisen (Flug) eingeleitet wird

Auch wenn im Verhalten noch keine Veränderungen erkennbar sind zeigt sich eine deutliche Verschiebung bei der kritischen Sicht auf Flugreisen im Zusammenhang mit Flugreisen

LIMITATIONS

Einschränkungen der Studienergebnisse

- Viele der unter 25 Jährigen leben noch im Elternhaus / sind wirtschaftlich von diesem abhängig / unterstützt => eigenes Reiseverhalten kann sich mit dem der Familie vermischen
- Kohortenspezifische Effekte (Veränderung bei Übergang ins Berufsleben / Partnerschaft / Familie) konnten in der Studie nicht berücksichtigt werden
- COVID-19 Pandemie bedingte Verhaltensveränderungen beim Reisen 2020 / 2021 können Ergebnisse beeinflussen
- Themenkreis fördert sozial erwünschtes Antwortverhalten

QUELLENANGABEN

BMUV. Bundes-Klimaschutzgesetz—BMUV-Gesetze und Verordnungen. , (2021).

Boztug, Y., Babakhani, N., Laesser, C., & Dolnicar, S. (2015). The hybrid tourist. Annals of Tourism Research, 54, 190–203. doi: 10.1016/j.annals.2015.07.006

Bundesministerium Für Umwelt, Naturschutz Und Nukleare Sicherheit (BMU), Berlin, & Umweltbundesamt (UBA), Dessau-Roßlau. (2020). Umweltbewusstsein in Deutschland 2018 (Version 1.0.0) [Data set]. GESIS Data Archive. doi: 10.4232/1.13634

Chul Oh, H., Uysal, M., & Weaver, P. A. (1995). Product bundles and market segments based on travel motivations: A canonical correlation approach. International Journal of Hospitality Management, 14(2), 123–137. doi: 10.1016/0278-4319(95)00010-A

de Moor, J., Uba, K., Wahlström, M., Wennerhag, M., & De Vydt, M. (2020). Protest for a future II: Composition, mobilization and motives of the participants in Fridays For Future climate protests on 20-27 September, 2019, in 19 cities around the world. Retrieved from http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:sh:diva-40271

Doran, R., Pallesen, S., Böhm, G., & Ogunbode, C. A. (2022). When and why do people experience flight shame? Annals of Tourism Research, 92, 103254. doi: 10.1016/j.annals.2021.103254

European Union (EP / Council). Regulation (EU) 2021/1119 of the European Parliament and of the Council of 30 June 2021 establishing the framework for achieving climate neutrality and amending Regulations (EC) No 401/2009 and (EU) 2018/1999 ('European Climate Law'). , 243 OJ L § (2021).

Expertenrat für Klimafragen (ERK). (2022). Zweijahresgutachten 2022. Gutachten zu bisherigen Entwicklungen der Treibhausgasemissionen, Trends der Jahresemissionsmengen und Wirksamkeit von Maßnahmen (gemäß § 12 Abs. 4 Bundes-Klimaschutzgesetz) [Gutachten]. (https://expertenrat-klima.de/content/uploads/2022/11/ERK2022_Zweijahresgutachten.pdf). Retrieved from https://expertenrat-klima.de/content/uploads/2022/11/ERK2022_Zweijahresgutachten.pdf

Gössling, S., Humpe, A., & Bausch, T. (2020). Does 'flight shame' affect social norms? Changing perspectives on the desirability of air travel in Germany. Journal of Cleaner Production, 266, 122015. doi: 10.1016/j.jclepro.2020.122015

Juvan, E., & Dolnicar, S. (2014). The attitude–behaviour gap in sustainable tourism. Annals of Tourism Research, 48, 76–95. doi: 10.1016/j.annals.2014.05.012

Mamula Nikolić, T., Pantić, S. P., Paunović, I., & Filipović, S. (2021). Sustainable Travel Decision-Making of Europeans: Insights from a Household Survey. Sustainability, 13(4), 1960. doi: 10.3390/su13041960

Manfredo, M. J., Driver, B. L., & Tarrant, M. A. (1996). Measuring Leisure Motivation: A Meta-Analysis of the Recreation Experience Preference Scales. Journal of Leisure Research, 28(3), 188–213. doi: 10.1080/00222216.1996.11949770

Schleich, J., Schwirplies, C., & Ziegler, A. (2018). Do perceptions of international climate policy stimulate or discourage voluntary climate protection activities? A study of German and US households. Climate Policy, 18(5), 568–580. doi: 10.1080/14693062.2017.1409189

Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. Online Readings in Psychology and Culture, 2(1). doi: 10.9707/2307-0919.1116

Schwartz, S. H., & Cieciuch, J. (2021). Measuring the Refined Theory of Individual Values in 49 Cultural Groups: Psychometrics of the Revised Portrait Value Questionnaire. Assessment, 1073191121998760. doi: 10.1177/1073191121998760