

Analyse der Akzeptanz unterschiedlicher Darstellungsformen nachhaltiger Angebote in touristischen Online-Plattformen (A/B-Test)

**ESKINAT - Entwicklung eines Strategiekonzepts zur Verbesserung der Verfügbarkeit
glaubwürdiger Informationen über nachhaltige Angebote im Tourismus**

Förderprogramm LIFT WISSEN

Gefördert vom Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes



Autor:
Prof. Dr. Wolfram Höpken

Ravensburg-Weingarten University
Institut für Digitalen Wandel
wolfram.hoepken@rwu.de

Online veröffentlicht am: 29.03.2022

Inhalt

1. Zielsetzung.....	3
2. Kennzeichnung nachhaltiger Angebote	3
2.1. Nachhaltigkeits-Label bei der Angebotsauflistung	3
2.2. Nachhaltigkeits-Icon in der Kartendarstellung.....	5
2.3. Nachhaltigkeits-Label auf Basis von Nutzerbewertungen	6
3. Filtern nachhaltiger Angebote.....	8
3.1. Nachhaltigkeit als Filter bei der Angebotssuche	8
3.2. Abgestufte Nachhaltigkeit als Filter bei der Angebotssuche	12
3.3. Nachhaltigkeitsprofil des Nutzers	14
4. Bereitstellung weiterführender Informationen	15
4.1. Freie Beschreibung der Nachhaltigkeit (“unstrukturiert”).....	15
4.2. Beschreibung mittels einer Score-Card	16
4.3. Beschreibung mittels eines Nachhaltigkeitsprofils	17
5. Vergleich aller Darstellungsformen	18
6. Soziodemographische Einflussfaktoren.....	20
6.1. Einflussfaktor Mitglieder im Haushalt.....	20
6.2. Einflussfaktor Alter	21
6.3. Einflussfaktor Geschlecht.....	21
6.4. Einflussfaktor Bedeutung Nachhaltigkeit für nächste Reise	22
6.5. Einflussfaktor Nudging Nachhaltigkeit	23
6.6. Einflussfaktoren auf Akzeptanz des Nachhaltigkeits-Labels Icon.....	23
6.7. Einflussfaktoren auf Akzeptanz des Nachhaltigkeits-Labels Siegel	24
6.8. Einflussfaktoren auf Akzeptanz des Nachhaltigkeits-Labels auf Basis von Nutzerbewertungen.....	25
6.9. Einflussfaktoren auf Akzeptanz weiterführender Informationen als freie Beschreibung 26	
7. Zusammenfassung.....	26

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Nachhaltigkeits-Label in Form eines Icons (grünes Blatt), Siegels oder Text	4
Abbildung 2: Akzeptanz Nachhaltigkeits-Label	4
Abbildung 3: Nachhaltigkeits-Icon in der Kartendarstellung	5
Abbildung 4: Akzeptanz Nachhaltigkeits-Icon in der Kartendarstellung.....	6
Abbildung 5: Nachhaltigkeits-Label auf Basis von Nutzerbewertungen.....	7
Abbildung 6: Akzeptanz Nachhaltigkeits-Label auf Basis von Nutzerbewertungen	8
Abbildung 7 Akzeptanz Nachhaltigkeit als Filter bei der Angebotssuche	9
Abbildung 8: Filter für nachhaltige Angebote in einer Karten-/Katalogdarstellung	10
Abbildung 9: Akzeptanz Filter für Nachhaltigkeit in einer Kartendarstellung / Katalogdarstellung	11
Abbildung 10: Abgestufte Nachhaltigkeit als Filter bei der Angebotssuche	12
Abbildung 11: Akzeptanz Abgestufte Nachhaltigkeit als Filter bei der Angebotssuche.....	13
Abbildung 12: Nachhaltigkeitsprofil des Nutzers	14
Abbildung 13: Akzeptanz Nachhaltigkeitsprofil des Nutzers.....	14
Abbildung 14: Freie Beschreibung der Nachhaltigkeit.....	15
Abbildung 15: Beschreibung mittels einer Score-Card.....	16
Abbildung 16: Beschreibung mittels eines Nachhaltigkeitsprofils.....	17
Abbildung 17: Akzeptanz Beschreibung der Nachhaltigkeit	18
Abbildung 18: Vergleich aller Darstellungsformen	19
Abbildung 19: Einflussfaktor Mitglieder im Haushalt	20
Abbildung 20: Einflussfaktor Alter	21
Abbildung 21: Einflussfaktor Geschlecht	22
Abbildung 22: Einflussfaktor Bedeutung der Nachhaltigkeit für die nächste Reise.....	22
Abbildung 23: Einflussfaktoren auf die Akzeptanz des Nachhaltigkeits-labels in Form eines Icons	23
Abbildung 24: Einflussfaktoren auf die Akzeptanz des Nachhaltigkeits-Labels in Form eines Siegels	24
Abbildung 25: Einflussfaktoren auf die Akzeptanz des Nachhaltigkeits-Labels auf Basis von Nutzerbewertungen	25
Abbildung 26: Einflussfaktoren auf die Akzeptanz weiterführender Informationen als freie Beschreibung	26

1. Zielsetzung

Der A/B-Test befasste sich mit unterschiedlichen Ansätzen und Möglichkeiten, nachhaltige touristische Angebote zu bewerben bzw. nach nachhaltigen Angeboten auf Plattformen im Internet zu suchen. Hierbei wurde die Kennzeichnung nachhaltiger Angebote mittels eines Nachhaltigkeits-Labels (z.B. als Icon oder als Gütesiegel), das Filtern nachhaltiger Angebote sowie die Bereitstellung weitergehender Informationen zu nachhaltigen Angeboten auf ihre Akzeptanz beim Nutzer untersucht. Konkret sollte hierbei herausgefunden werden, welche Darstellungsformen und Funktionalitäten innerhalb einer Online-Plattform die Sichtbarkeit nachhaltiger Angebote verbessern und die Nachfrage nach nachhaltigen Angeboten erhöhen können. Insbesondere sollte auch untersucht werden, welche sozio-demographischen Eigenschaften der Befragten einen Einfluss auf die Akzeptanz der präsentierten Darstellungsformen und Funktionalitäten ausüben. Die gewonnenen Erkenntnisse dienen als Input für eine optimierte und personalisierte Darstellung und Integration nachhaltiger Angebote in touristische Online-Plattformen.

Der A/B-Test wurde sowohl quantitativ in Form einer Online-Befragung als auch qualitativ in Form eines Probandentests durchgeführt. Die quantitative Erhebung erfolgte als zweiter Teil der Online-Befragung auf Basis des Online-Panels der TALK Gruppe (N=1000). Befragt wurden Personen im Alter zwischen 18 und 75 Jahren, gefiltert nach den Kriterien Outdoor-Affinität, mindestens 1 (Kurz-)Reise (eine Übernachtung oder mehr) in den letzten 12 Monaten gemacht, Informations-/Buchungsverhalten online. Die Befragung fand statt im Zeitraum vom 26.11.2021 bis 06.12.2021 und erfolgte anhand eines strukturierten zweiteiligen Fragebogens. Der Probandentest diente als qualitative Erhebung zur Ergänzung der quantitativen Online-Befragung. Der Probandentest wurde durchgeführt im Zeitraum vom 29.10.2021 - 01.11.2021 in Form einer Befragung und Diskussion mit ausgewählten Probanden (N=8). Im Zentrum der Untersuchung standen hierbei Fragen nach der Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit der präsentierten Ansätze. Des Weiteren diente der Probandentest als Pretest für die anschließende Online-Befragung. Alle Fragen und Screenshots wurden hierbei von den Probanden als verständlich und nachvollziehbar eingestuft. Etwaige Anregungen wurden für die anschließende Online-Befragung berücksichtigt. Die Ergebnisse beider Analysen werden in den folgenden Abschnitten gemeinsam dargestellt.

2. Kennzeichnung nachhaltiger Angebote

Hier geht es um die einfache Kennzeichnung nachhaltiger Angebote beispielsweise bei der Auflistung von Angeboten als Ergebnis einer Suche oder innerhalb eines Produktkatalogs. Die Auszeichnung erfolgt mittels einer Graphik oder in textueller Form. Dieser Ansatz bietet keine Interaktionsmöglichkeiten und es werden keine weitergehenden Informationen in Bezug auf die Nachhaltigkeit des Angebots bereitgestellt.

2.1. Nachhaltigkeits-Label bei der Angebotsauflistung

Um nachhaltige Angebote auf Plattformen im Internet und in mobilen Apps besser erkennbar zu machen, können unterschiedliche Darstellungen verwendet werden. Im Folgenden werden drei mögliche Darstellungsformen betrachtet und auf ihr Potential zur Steigerung der Nachfrage nach nachhaltigen Angeboten untersucht (Abbildung 1). Nachhaltige Angebote werden hier mittels eines Icons (z.B. grünes Blatt) direkt hinter dem Angebotstitel, eines standardisierten Prüfsiegels in direkter Nähe des Angebotstitels bzw. der Angebotsbeschreibung oder mittels eines rein textuellen Zusatzes (z.B. "Nachhaltiger Betrieb") gekennzeichnet.

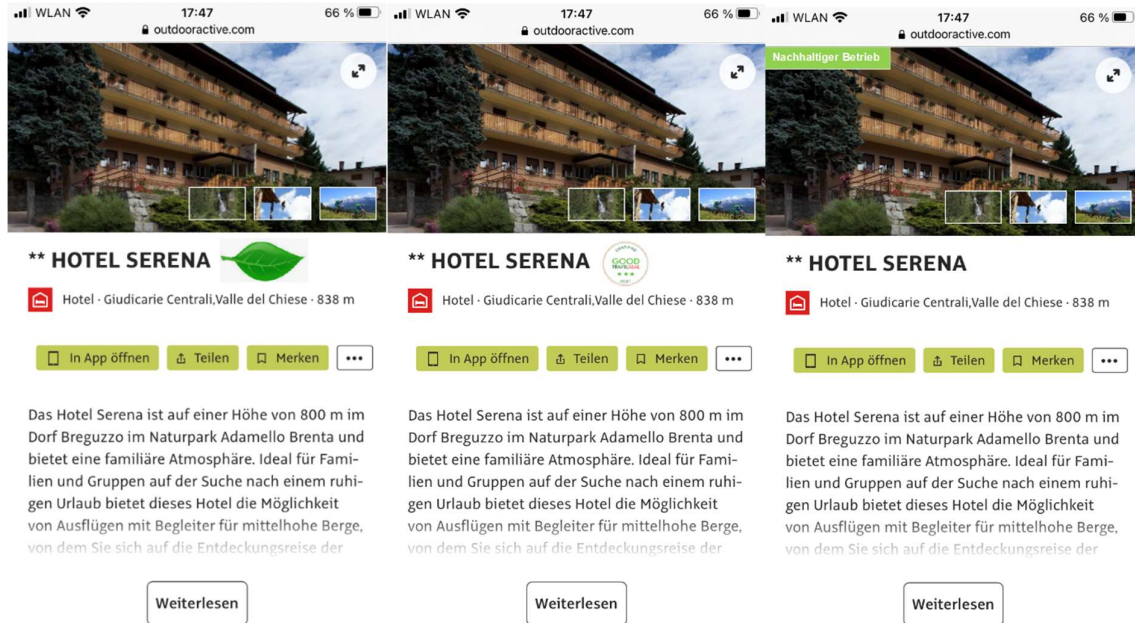


Abbildung 1: Nachhaltigkeits-Label in Form eines Icons (grünes Blatt), Siegels oder Text

Abbildung 2 zeigt die Akzeptanz der drei unterschiedlichen Visualisierungsformen eines Nachhaltigkeits-Labels. Hierbei wird ersichtlich, dass bei allen drei Visualisierungsformen weniger als 30% der Befragten unzufrieden mit der Darstellungsform sind. Die Darstellung in Form eines Icons „Grünes Blatt“ erzielt hierbei mit einem Durchschnittswert von 3,5 eine deutlich bessere Akzeptanz als die beiden anderen Darstellungsformen (mit einem Durchschnitt von jeweils 3,2). Für die Darstellungsform *Siegel* wurde im Probandentest angeregt, dass ein solches Siegel einen expliziten Hinweis auf das Thema Nachhaltigkeit enthalten sollte.

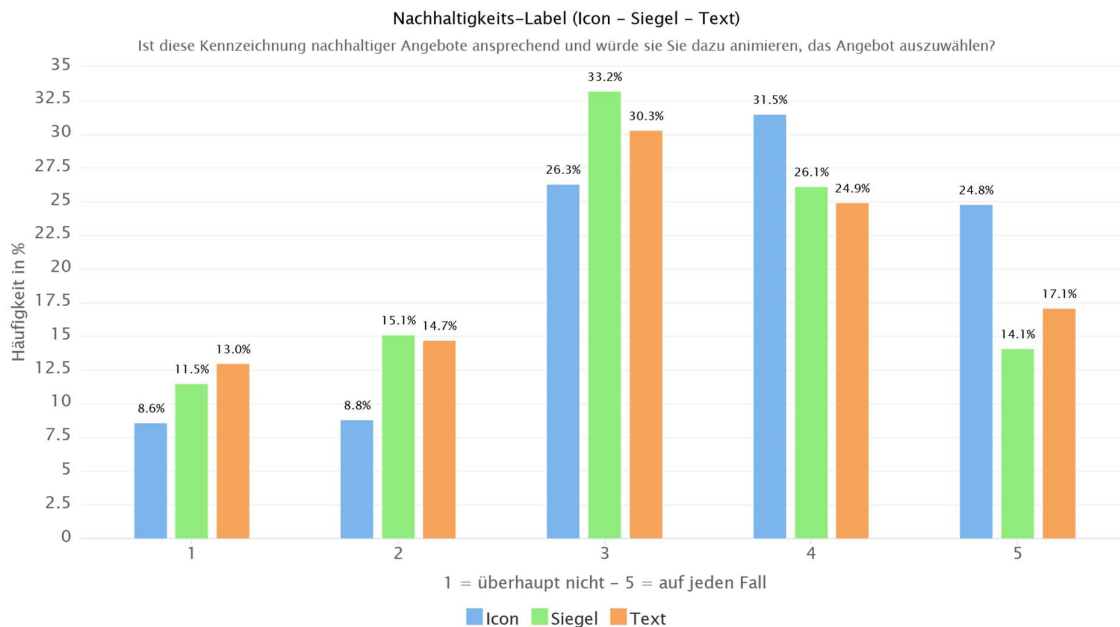


Abbildung 2: Akzeptanz Nachhaltigkeits-Label

Im Rahmen des Probandentests wurde darüber hinaus kritisch angemerkt, dass die Akzeptanz obiger Ansätze durchaus auch von der Art des touristischen Angebots abhängen kann, also beispielsweise Freizeitangebote, Unterkunftsangebote oder Transportleistungen. Diesbezüglich muss also einschränkend angemerkt werden, dass obige Ergebnisse nur für Unterkunftsangebote erhoben wurden. Diese Einschränkung gilt analog auch für alle weiteren Ergebnisse.

2.2. Nachhaltigkeits-Icon in der Kartendarstellung

Nachhaltige Angebote bekommen einen Sichtbarkeitsvorteil auf einer Kartendarstellung touristischer Angebote. Angebote werden über spezielle Icons dargestellt und hervorgehoben (Abbildung 3).

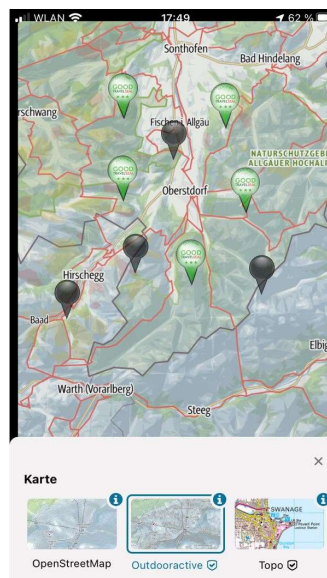


Abbildung 3: Nachhaltigkeits-Icon in der Kartendarstellung

Abbildung 4 zeigt die Akzeptanz der Befragten mit der Visualisierung nachhaltiger Angebote mittels eines speziellen Icons in einer Kartendarstellung. Im Vergleich zu den vorherigen Visualisierungsformen messen hier sogar lediglich 18% der Befragten dieser Visualisierung keinen oder nur einen geringen positiven Einfluss auf die Attraktivität nachhaltiger Angebote bei und auch der Durchschnitt liegt mit 3,6 höher als bei den vorherigen Visualisierungsformen.

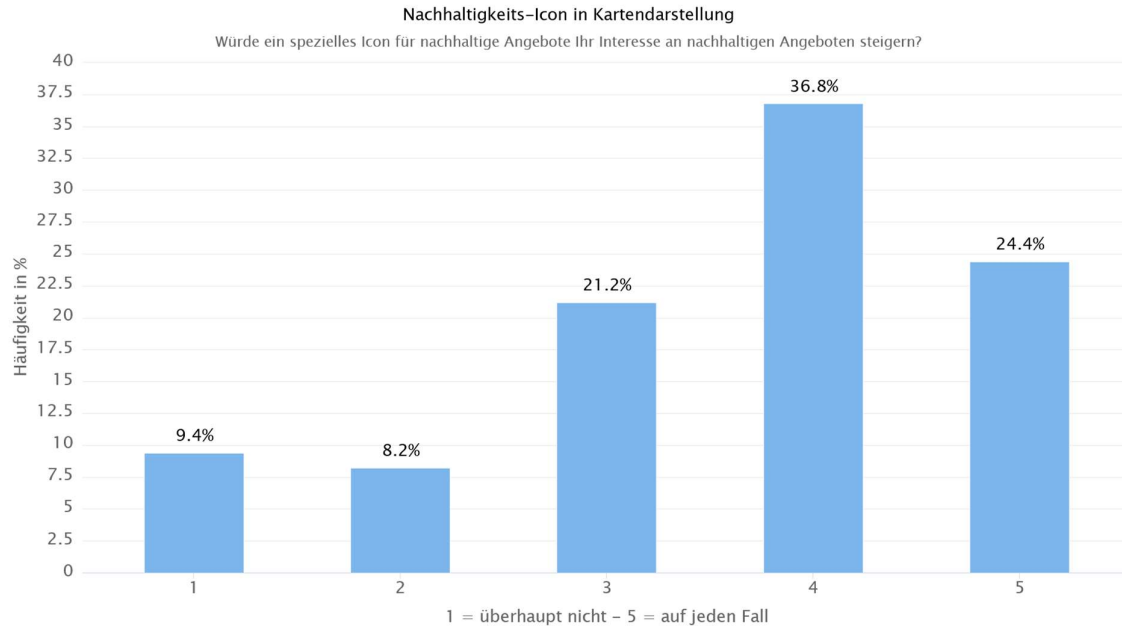


Abbildung 4: Akzeptanz Nachhaltigkeits-Icon in der Kartendarstellung

2.3. Nachhaltigkeits-Label auf Basis von Nutzerbewertungen

Alternativ zu der offiziellen Vergabe eines standardisierten Siegels kann Nachhaltigkeit von Nutzern in Form von Online-Feedback beurteilt werden. Aus diesem Online-Feedback kann dann ein nutzergenerierter Nachhaltigkeitsscore berechnet werden (

Abbildung 5).

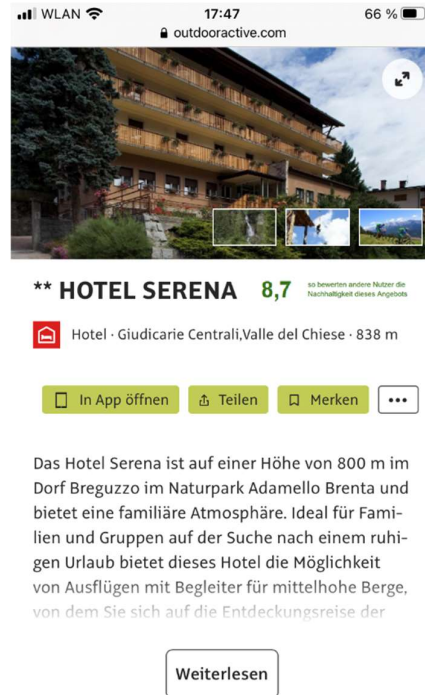


Abbildung 5: Nachhaltigkeits-Label auf Basis von Nutzerbewertungen

Abbildung 6 zeigt die Zufriedenheit der Befragten mit einem Nachhaltigkeits-Label generiert aus Nutzerbewertungen. Hierbei wird dieser Ansatz geringfügig kritischer beurteilt (Durchschnittswert 3,2). Offenbar vertrauen die Befragten hier eher einem offiziellen Nachhaltigkeitsiegel als der Einschätzung der Nachhaltigkeit eines Angebots durch andere Nutzer. Im Einklang mit diesem Ergebnis wurde im Probandentest die Frage aufgeworfen, in wie weit die Nutzer eines touristischen Angebots dessen Nachhaltigkeit überhaupt umfassend beurteilen können.

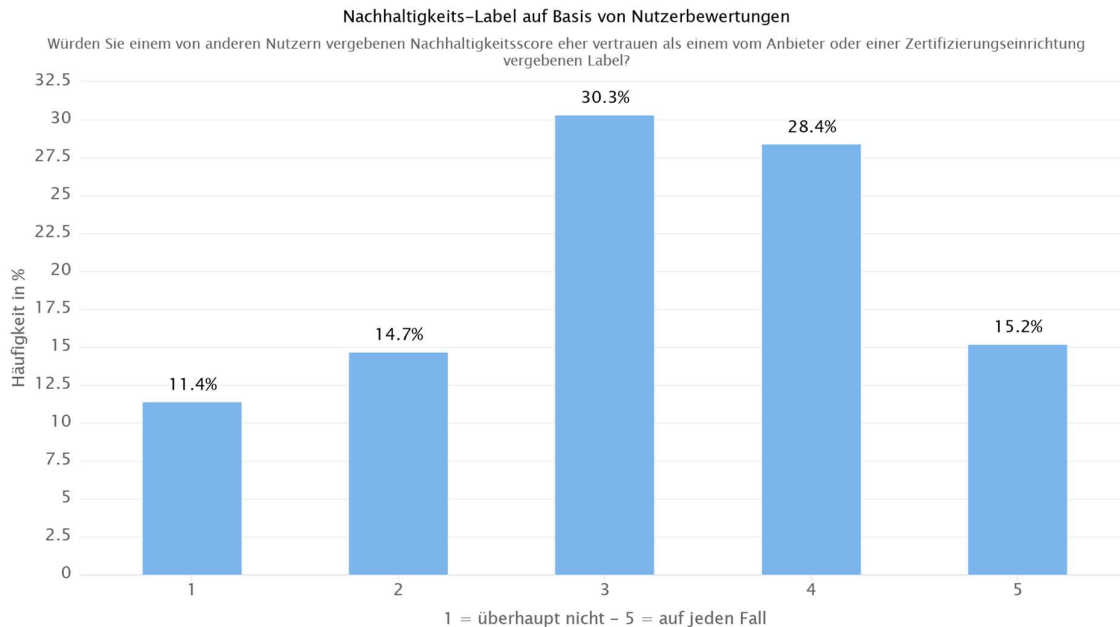


Abbildung 6: Akzeptanz Nachhaltigkeits-Label auf Basis von Nutzerbewertungen

3. Filtern nachhaltiger Angebote

Dieser Abschnitt untersucht unterschiedliche Ansatz, nachhaltige Angebote im Rahmen der Angebotssuche bzw. der Darstellung von Angeboten, z.B. in einer Katalog- oder Kartendarstellung, zu filtern.

3.1. Nachhaltigkeit als Filter bei der Angebotssuche

Die Suche nach passenden Angeboten auf Plattformen im Internet wird hier generell auf nachhaltige Angebote eingeschränkt. Nachhaltigkeit ist hierbei ein Ja/Nein-Kriterium im Sinne einer Auszeichnung (entweder ist das Angebot nachhaltig oder nicht nachhaltig). Abbildung 7 zeigt zunächst generell die Akzeptanz der Funktionalität, im Rahmen der Angebotssuche nach nachhaltigen Angeboten filtern zu können. Hierbei wird dieser Funktionalität mit einem Durchschnittswert von 3,7 ein etwas höherer Wert beigemessen als den zuvor betrachteten Auszeichnungen nachhaltiger Angebote und lediglich 16% messen dieser Funktionalität keinen oder einen geringen Wert bei.

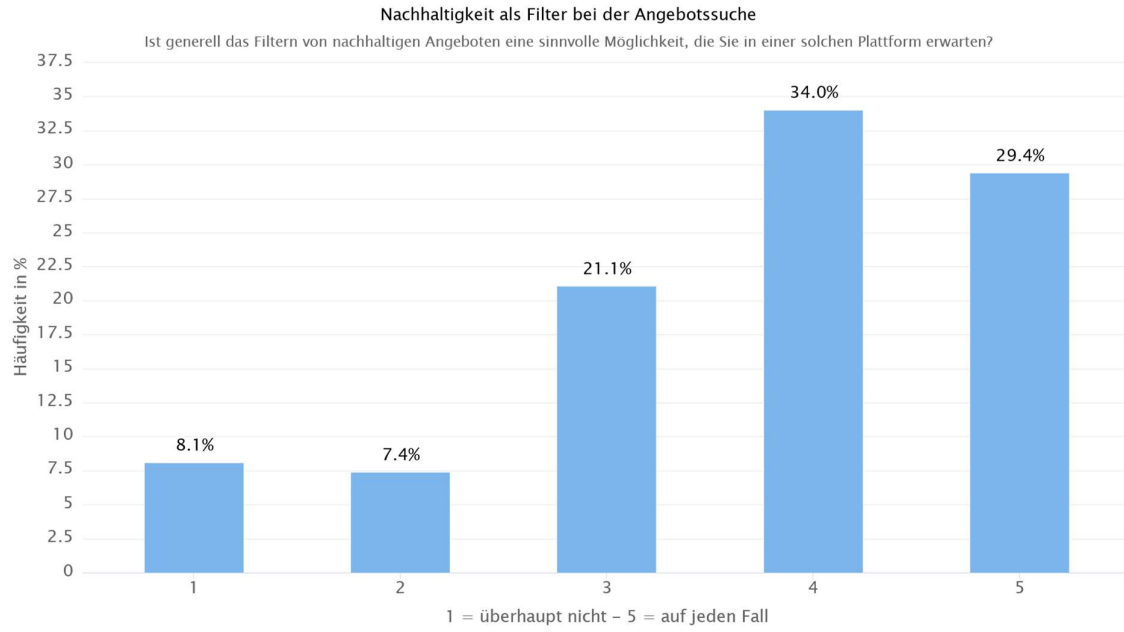


Abbildung 7 Akzeptanz Nachhaltigkeit als Filter bei der Angebotssuche

Die Funktion des Filterns nachhaltiger Angebote kann nun konkret im Rahmen einer Kartendarstellung (z.B. über das Klicken auf ein Icon, s. Abbildung 8 links) oder einer Katalogdarstellung erfolgen (Abbildung 8 rechts).

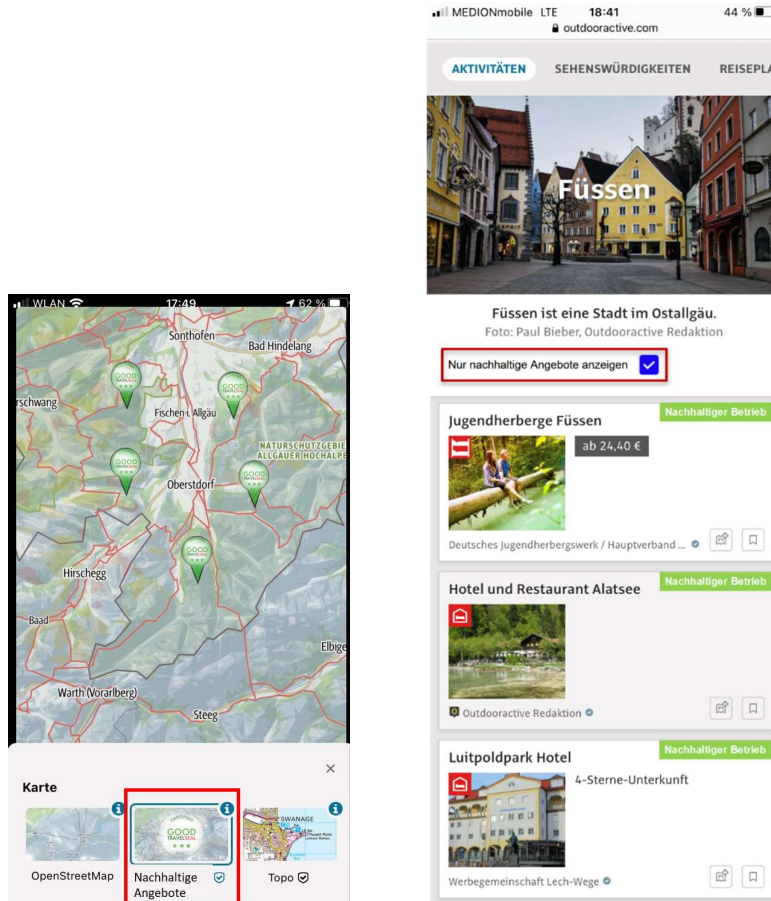


Abbildung 8: Filter für nachhaltige Angebote in einer Karten-/Katalogdarstellung

Abbildung 9 zeigt die Akzeptanz einer Filterfunktion für nachhaltige Angebote im Rahmen einer Karten- bzw. einer Katalogdarstellung. Mit einem Durchschnittswert von 3,8 wird dieser Funktion hierbei im Rahmen der Katalogdarstellung ein etwas höherer Mehrwert zugesprochen als im Rahmen der Kartendarstellung (Durchschnittswert 3,7).

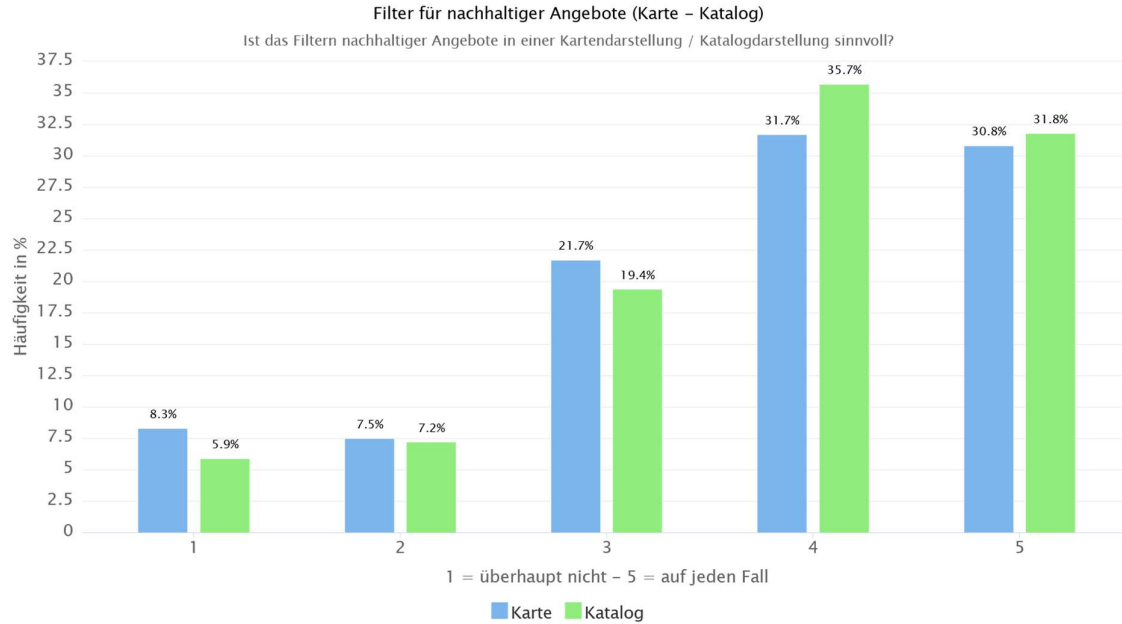


Abbildung 9: Akzeptanz Filter für Nachhaltigkeit in einer Kartendarstellung / Katalogdarstellung

3.2. Abgestufte Nachhaltigkeit als Filter bei der Angebotssuche

Hier werden Angebote nicht nur als nachhaltig ausgezeichnet, sondern auf Basis standardisierter Kriterien einer abgestuften Nachhaltigkeit (auf einer Skala von 0 bis 10) zugeordnet. Mehr oder weniger nachhaltige Angebote können dann durch Vorgabe eines Mindestscores gefiltert werden. Dieser Mindestscore kann dann über einen Schieberegler vom Nutzer vorgegeben werden (Abbildung 10).

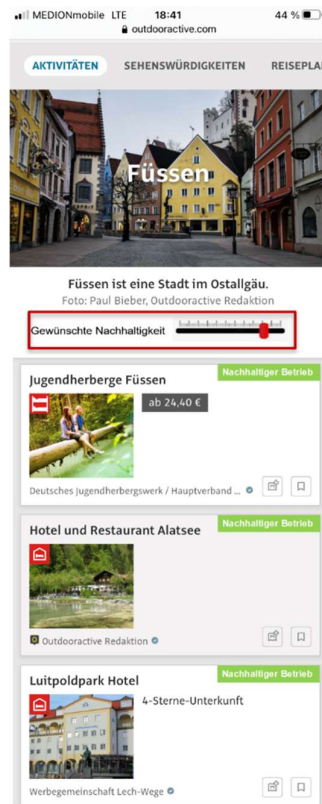


Abbildung 10: Abgestufte Nachhaltigkeit als Filter bei der Angebotssuche

Abbildung 11 zeigt die Akzeptanz der Befragten mit einer Filterfunktion auf Basis einer abgestuften Nachhaltigkeit. Trotz einer guten Akzeptanz (Durchschnittswert 3,5) kann mit diesem Ansatz keine Verbesserung gegenüber der einfachen Filterung im Rahmen der Angebotssuche erzielt werden (Durchschnittswert 3,7). Der Mehraufwand für eine abgestufte Erfassung der Nachhaltigkeit touristischer Angebote wäre also nicht gerechtfertigt. Im Einklang hiermit wurde im Probandentest angeregt, eine solche Abstufung nicht zu feingranular und damit zu kompliziert zu gestalten, sondern alternativ eine beispielsweise dreistufige Skala zu verwenden.

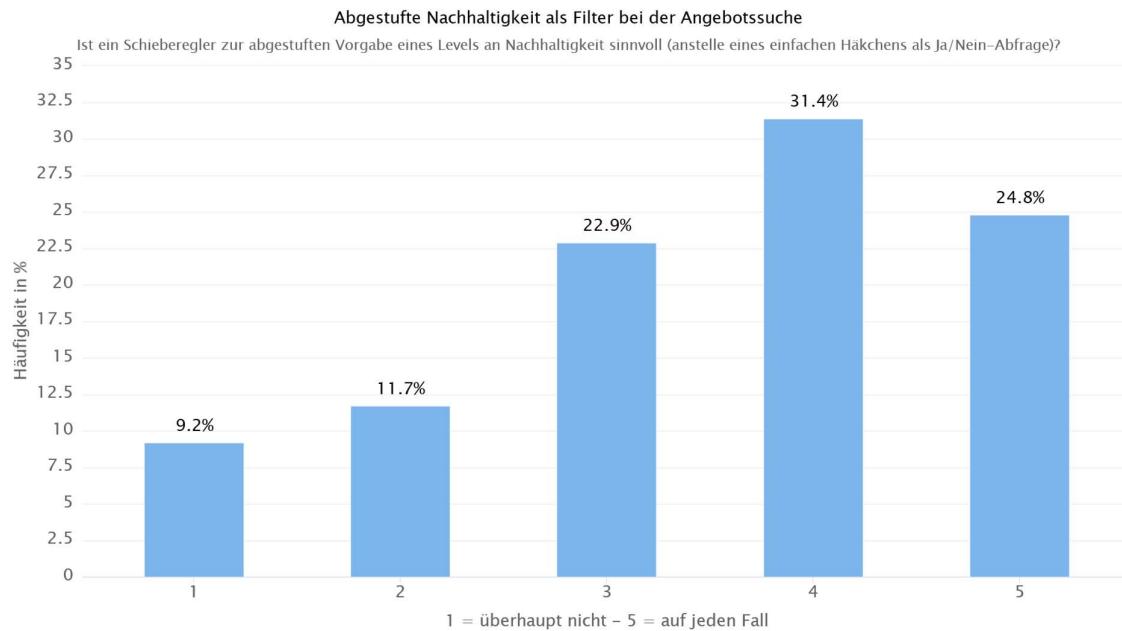


Abbildung 11: Akzeptanz Abgestufte Nachhaltigkeit als Filter bei der Angebotssuche

3.3. Nachhaltigkeitsprofil des Nutzers

Hier hat der Nutzer die Möglichkeit, als Teil seines Nutzerprofils ein umfassendes Nachhaltigkeitsprofil zu definieren und damit festzulegen, welche Aspekte der Nachhaltigkeit persönlich als mehr oder weniger relevant eingestuft werden. In diesem Nachhaltigkeitsprofil können Vorgaben bzw. Mindestscores für Nachhaltigkeitsdimensionen definiert werden (Abbildung 12). Die Profileinstellung zu Nachhaltigkeit kann anschließend in allen Teilen der Plattform als Filterfunktion Anwendung finden.



Abbildung 12: Nachhaltigkeitsprofil des Nutzers

Abbildung 13 zeigt die Akzeptanz der Befragten für ein umfassendes Nachhaltigkeitsprofil. Mit einem Durchschnittswert von 3,8 ist die Zustimmung zu diesem Konzept sehr hoch und dieser Ansatz stellt ein durchaus vielversprechendes Konzept dar, Nachhaltigkeit auf umfassende Weise in touristische Online-Plattformen zu integrieren. Auch im Probandentest wurde dieses Konzept positiv bewertet, jedoch auch kritisch angemerkt, ob Nutzer bereit sein werden, den hiermit verbundenen Aufwand für das Spezifizieren des Nutzerprofils zu investieren.

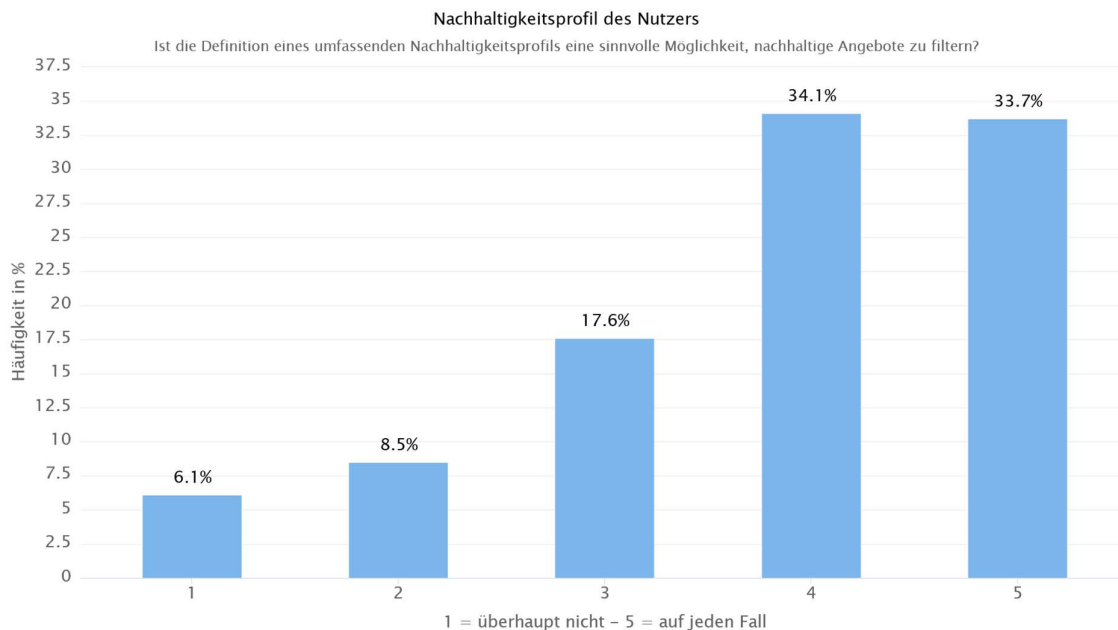


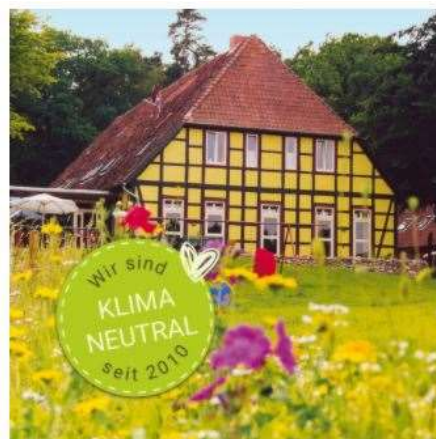
Abbildung 13: Akzeptanz Nachhaltigkeitsprofil des Nutzers

4. Bereitstellung weiterführender Informationen

Auf Plattformen im Internet können weiterführende Informationen und Erläuterungen der Nachhaltigkeit eines Angebots in unterschiedlicher Form dargestellt werden. Im Folgenden werden unterschiedliche Darstellungsformen untersucht.

4.1. Freie Beschreibung der Nachhaltigkeit (“unstrukturiert”)

Informationen zur Nachhaltigkeit eines Angebots werden in Form eines Textbeitrags oder mittels Bildern oder Videos bereitgestellt (Abbildung 14). Hierbei können auch Elemente des Story-Telling zum Einsatz kommen.



KLIMANEUTRALITÄT

Beim DEHOGA Umweltcheck 2018 haben wir die Umwelt-Auszeichnung in Gold erhalten.
Seit Dezember 2019 läuft bei uns im Keller ein BHKW mit Ökogas und wir sind vom Verbraucher zu Stromproduzenten geworden, denn was wir nicht im Hotel verbrauchen, wird ins öffentliche Stromnetz eingespeist. Mit dieser Massnahme werden wir unseren CO₂-Ausstoss noch einmal weiter reduzieren und unser CO₂-Fussabdruck wird noch kleiner..

BAUEN & RENOVIEREN

So wie wir leben, wohnen wir auch. Das Haus haben wir liebevoll nach baubiologischen und ökologischen Gesichtspunkten renoviert und tun das auch immer weiter. Wir verwenden ökologisch empfehlenswerte Baustoffe, Naturmaterialien wo möglich, streichen prinzipiell mit Naturfarben. Wenn es mal nicht möglich ist, ein entsprechendes Produkt zu finden, suchen wir bei denen, die Erfahrung mit konventionellen Produkten haben, wie z. Bsp. Allergikerzentren, um deren Erfahrungen zu übernehmen.

KÜCHE

Wir wollen's frisch, fair, unkonventionell und gemütlich. Deshalb sind unsere Beziehungen zur Landwirtschaft eng – wir dürfen auch mal nachts „einbrechen“, weil irgendetwas fehlt und es uns holen. Und wir bekommen auch die kleinen Extra Leckereien – „Ich habe

Abbildung 14: Freie Beschreibung der Nachhaltigkeit

4.2. Beschreibung mittels einer Score-Card

Informationen zur Nachhaltigkeit eines Angebots werden strukturiert in Form einer Score-Card bereitgestellt (Abbildung 15).



Abbildung 15: Beschreibung mittels einer Score-Card

4.3. Beschreibung mittels eines Nachhaltigkeitsprofils

Informationen zur Nachhaltigkeit eines Angebots werden in unterschiedlichen Dimensionen der Nachhaltigkeit in Form eines Nachhaltigkeitsprofils für das jeweilige Angebot dargestellt (Abbildung 16).



Abbildung 16: Beschreibung mittels eines Nachhaltigkeitsprofils

Abbildung 17 zeigt die Akzeptanz der oben dargestellten Formen der Beschreibung nachhaltiger Angebote. Die Beschreibung in Form von Freitext erzielt hierbei mit einem Durchschnittswert von 3,9 die höchste Zustimmung. Die Darstellung in Form einer Score-Card oder eines Nachhaltigkeitsprofils erzielen mit einem Durchschnittswert von jeweils 3,8 ebenfalls sehr hohe Zustimmungswerte. Es kann also insgesamt festgehalten werden, dass die Bereitstellung weiterführender Informationen zu nachhaltigen Angeboten ein sehr wichtiges Konzept zur Bewerbung nachhaltiger Angebote darstellt.

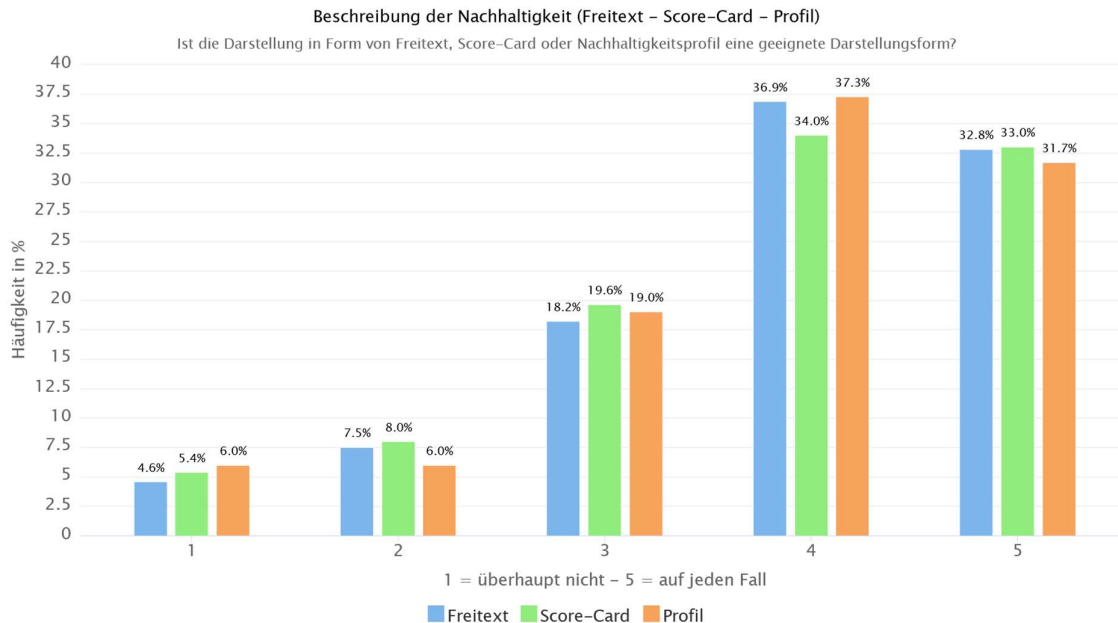


Abbildung 17: Akzeptanz Beschreibung der Nachhaltigkeit

5. Vergleich aller Darstellungsformen

In diesem Abschnitt erfolgt eine vergleichende Darstellung aller untersuchten Darstellungsformen und Ansätze zur Präsentation nachhaltiger Angebote in einer Online-Plattform (Abbildung 18). Hierbei lassen sich für die unterschiedlichen Ansätze folgende Erkenntnisse ableiten¹:

Kennzeichnung nachhaltiger Angebote

- Das Icon als Nachhaltigkeits-Label wird wesentlich besser akzeptiert als das Siegel oder die textuelle Darstellung (Durchschnittswert 3,55 vs. 3,16 bzw. 3,18).
- Eine zum Nachhaltigkeits-Label Icon vergleichbare Akzeptanz erreicht das Nachhaltigkeits-Icon in der Kartendarstellung (Durchschnittswert 3,59).
- Das Nachhaltigkeits-Label auf Basis von Nutzerbewertungen schneidet im Vergleich zu anderen Ansätzen deutlich schlechter ab (Durchschnittswert 3,21).

Filtern nachhaltiger Angebote

- Das Filtern nachhaltiger Angebote schneidet generell besser ab als eine reine Kennzeichnung nachhaltiger Angebote (Durchschnittswert 3,69).
- Das Filtern in der Katalogdarstellung wird hierbei als wichtiger und sinnvoller angesehen als das Filtern in einer Kartendarstellung (Durchschnittswert 3,80 vs. 3,69).
- Die abgestufte Nachhaltigkeit als Filter schneidet im Vergleich deutlich schlechter ab (Durchschnittswert 3,51).
- Das Nachhaltigkeitsprofil des Nutzers zum Filtern wird hingegen als sehr nützlich eingestuft und erreicht den höchsten Wert aller Filtermethoden (Durchschnittswert 3,81).

¹ Alle Unterschiede der Durchschnittswerte von 0,1 oder mehr sind signifikant zum Signifikanzniveau von 0,05, geprüft mittels des *Student's t-test*.

Bereitstellung weiterführender Informationen

- Die Bereitstellung weiterführender Informationen wird generell als sehr wichtig und hilfreich eingestuft und schneidet insgesamt besser ab als die reine Auszeichnung und das Filtern nachhaltiger Angebote.
- Die freie Beschreibung wird hierbei deutlich besser eingestuft als die Beschreibung in Form einer Score-Card oder eines Nachhaltigkeitsprofils (Durchschnittswert 3,86 vs. 3,81 und 3,83) und erreicht insg. die höchste Akzeptanz aller Darstellungsformen.

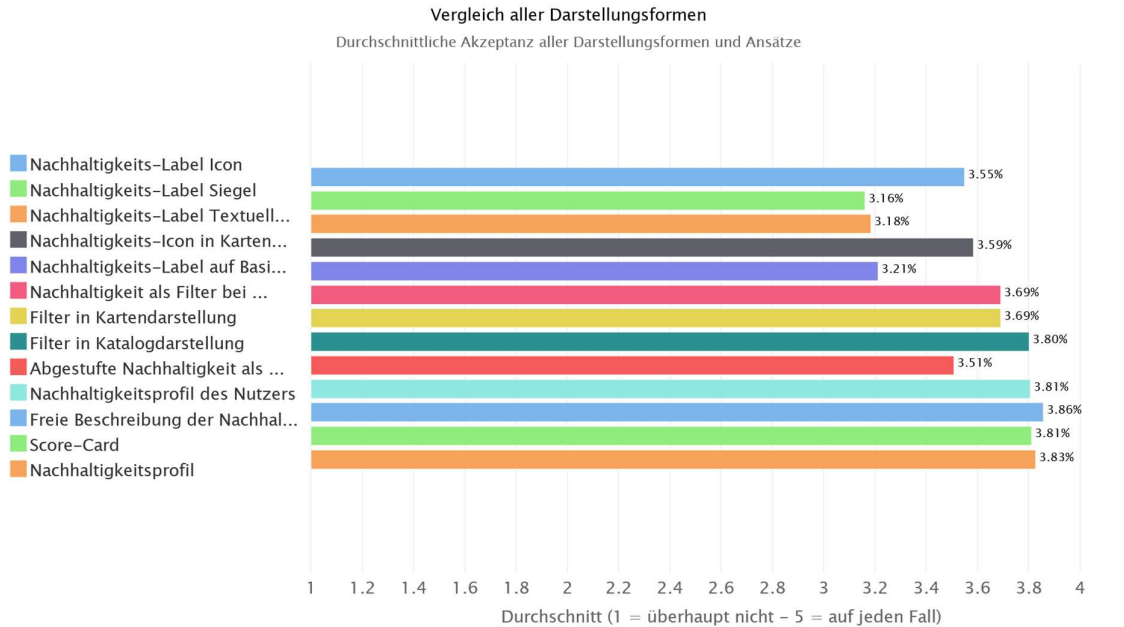


Abbildung 18: Vergleich aller Darstellungsformen

6. Soziodemographische Einflussfaktoren

In diesem Abschnitt untersuchen wir den Einfluss soziodemographischer Eigenschaften der Befragten auf das Antwortverhalten, d.h. auf die Akzeptanz der einzelnen Darstellungsformate und Funktionalitäten zur Präsentation nachhaltiger Angebote in Online-Plattformen. Die Eigenschaften *Einkommen*, *Wohnort/Bundesland* und *Bildungsabschluss* haben hierbei keinen nennenswerten und direkten Einfluss auf das Antwortverhalten. Der Einfluss der Attribute *Mitglieder im Haushalt*, *Alter* und *Geschlecht* wird im Folgenden dargestellt.

6.1. Einflussfaktor Mitglieder im Haushalt

Abbildung 19 zeigt den Einfluss der Haushaltsgröße, d.h. der Anzahl der Mitglieder des Haushalts des Befragten auf sein Antwortverhalten. Wie wir leicht erkennen können, hat die Größe des Haushalts einen positiven Einfluss auf die Akzeptanz aller Darstellungsformen. Es scheint also bei größeren Haushalten, z.B. Familien mit mehreren Kindern, das Thema Nachhaltigkeit generell einen größeren Stellenwert einzunehmen, bei Singles oder Paare hingegen eher einen geringeren.

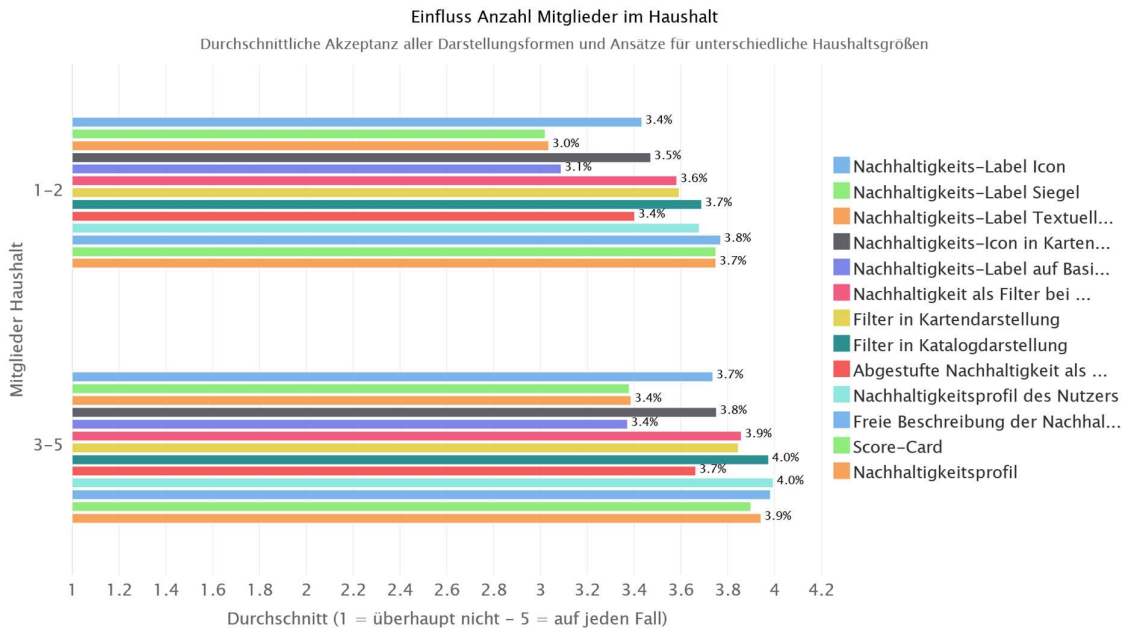


Abbildung 19: Einflussfaktor Mitglieder im Haushalt

6.2. Einflussfaktor Alter

Abbildung 20 zeigt den Einfluss des Alters der Befragten auf alle Darstellungsformen und Funktionalitäten, für welche ein signifikanter Einfluss nachgewiesen werden konnte². Einige Darstellungsformen, wie z.B. das Nachhaltigkeits-Label in Form eines Icons oder das Nachhaltigkeits-Icon in der Kartendarstellung sind bei Befragten im Alter von 31 bis 50 Jahren am beliebtesten und bei jüngeren und insb. älteren Menschen deutlich unbeliebter. Andere Darstellungsformen wie beide Möglichkeiten zum Filtern nachhaltiger Angebote sowie das umfassende Nachhaltigkeitsprofil des Nutzers sind bei jungen Menschen deutlich beliebter und erfahren mit zunehmendem Alter eine immer geringere Akzeptanz.

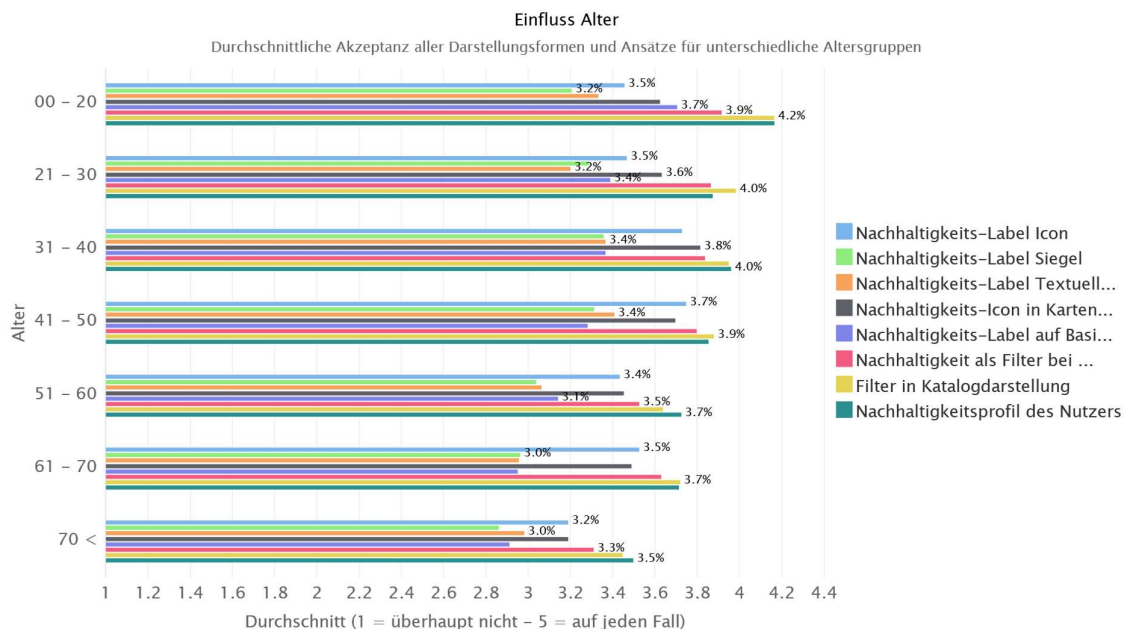


Abbildung 20: Einflussfaktor Alter

6.3. Einflussfaktor Geschlecht

Abbildung 21 zeigt den Einfluss des Geschlechts der Befragten auf die Akzeptanz des Nachhaltigkeits-Labels auf der Basis von Nutzerbewertungen. Auf alle anderen Darstellungsformen zeigt das Geschlecht keinen signifikanten Einfluss. Hierbei ist zu erkennen, dass männliche Befragte einer Bewertung der Nachhaltigkeit touristischer Angebote durch andere Nutzer mehr Vertrauen entgegenbringen als weibliche Nutzer.

² Alle Einflüsse wurden mittels einer Varianzanalyse (ANOVA) zu einem Signifikanzniveau von 0,05 auf Signifikanz geprüft. Hierbei wurden jeweils Gruppen mit weniger als 10 Vorkommen als Ausreißer entfernt.

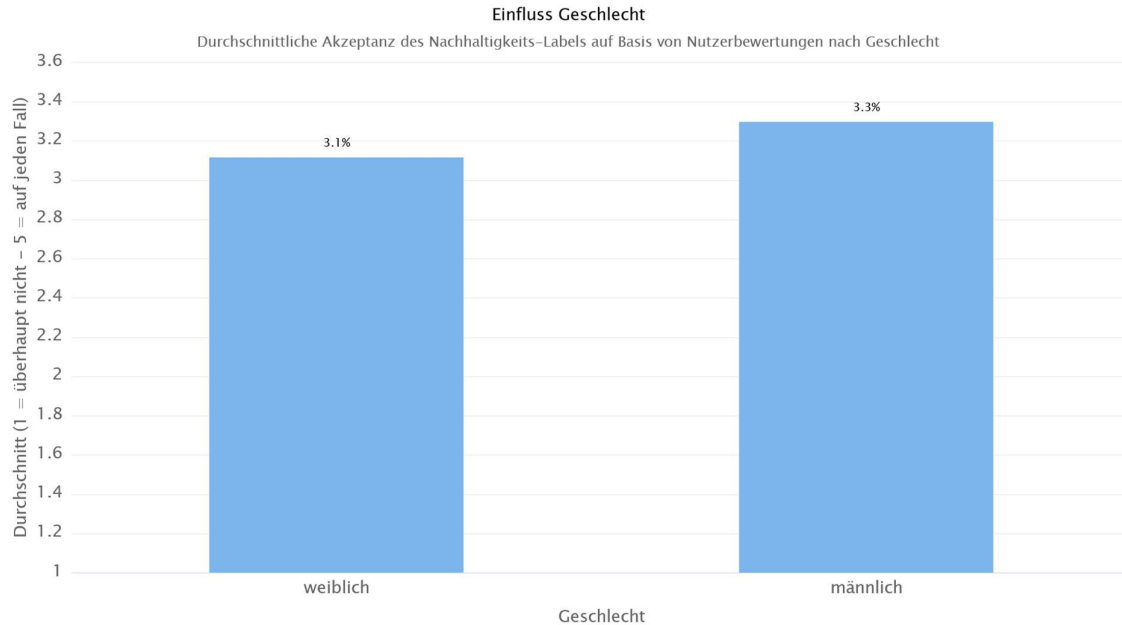


Abbildung 21: Einflussfaktor Geschlecht

6.4. Einflussfaktor Bedeutung Nachhaltigkeit für nächste Reise

Zusätzlich zu den soziodemographischen Eigenschaften betrachten wir hier den Einfluss der Bedeutung der Nachhaltigkeit für die nächste Reise auf die Akzeptanz unterschiedlicher Darstellungsformen nachhaltiger Produkte. Wenig überraschend zeigt Abbildung 22 einen starken positiven Einfluss der Bedeutung der Nachhaltigkeit für die nächste Reise auf die Akzeptanz aller Darstellungsformen.

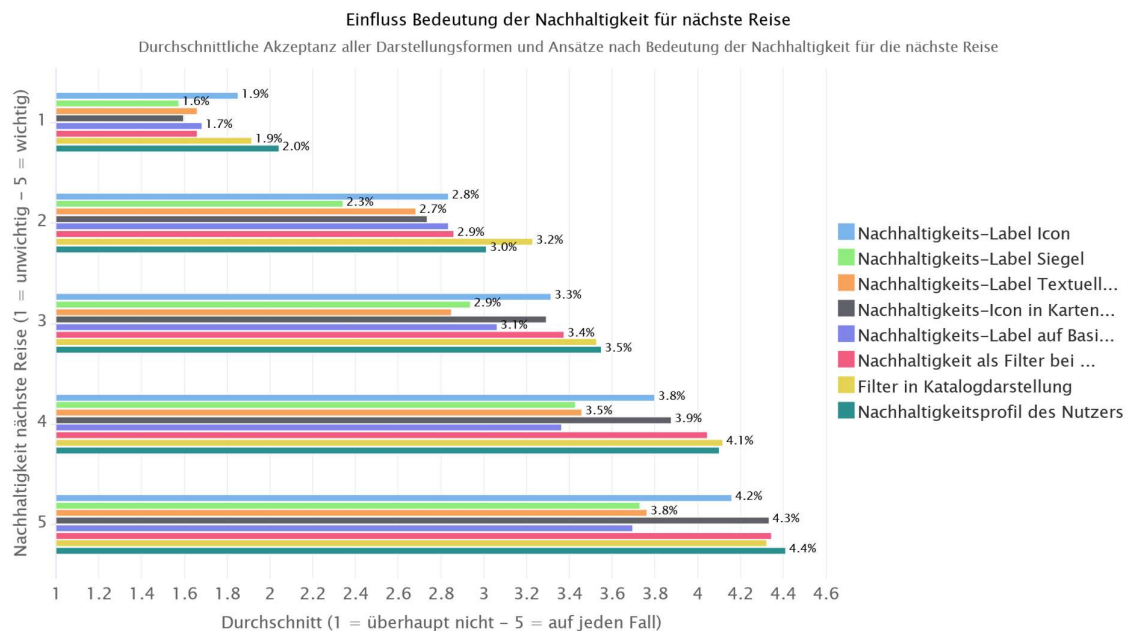


Abbildung 22: Einflussfaktor Bedeutung der Nachhaltigkeit für die nächste Reise

6.5. Einflussfaktor Nudging Nachhaltigkeit

Das im Rahmen der Befragung durchgeführte Nudging für das Thema Nachhaltigkeit hat keinen nennenswerten Einfluss auf die Akzeptanz der hier betrachteten Darstellungsformen und Ansätze zur Präsentation nachhaltiger Angebote in Online-Plattformen. Lediglich auf die Akzeptanz des Nachhaltigkeits-Labels in Form eines textuellen Zusatzes ergibt sich ein leicht negativer Einfluss (Pearson-Korrelation $-0,064$), der aber nicht signifikant zum Signifikanzniveau von $0,05$ ist (ANOVA p-value: $0,054$).

6.6. Einflussfaktoren auf Akzeptanz des Nachhaltigkeits-Labels Icon

In den folgenden Abschnitten untersuchen wir den Einfluss sozio-demographischer Eigenschaften der Befragten auf ausgewählte Darstellungsformen bzw. Funktionalitäten³. Abbildung 23 zeigt relevante sozio-demographische Einflussfaktoren auf die Akzeptanz eines Nachhaltigkeits-Labels in Form eines Icons („grünes Blatt“). Die Anzahl der Mitglieder im Haushalt hat hierbei einen klar positiven Einfluss auf die Akzeptanz (analog zu obigen Ergebnissen). In Bezug auf die berufliche Situation der Befragten ergibt sich eine höhere Akzeptanz durch Vollzeit erwerbstätige Personen und eine deutlich geringere Akzeptanz durch Rentner.

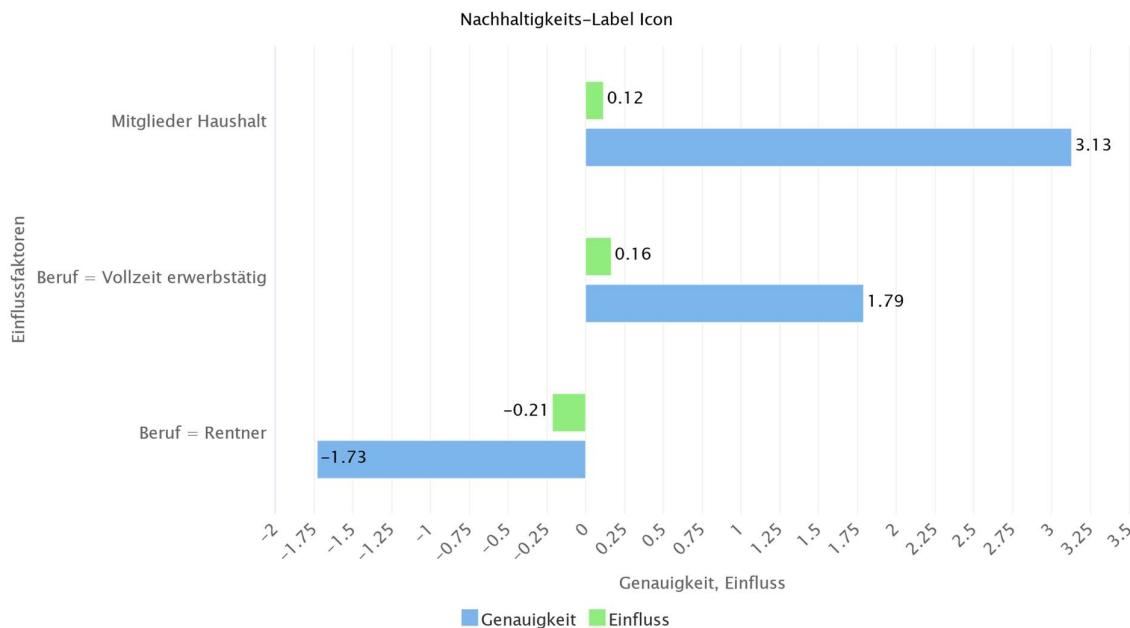


Abbildung 23: Einflussfaktoren auf die Akzeptanz des Nachhaltigkeits-labels in Form eines Icons

³ Die Analysen erfolgten jeweils mittels einer *Linearen Regression*. Die Modellgüte, d.h. der Erklärungsgehalt des Regressionsmodells wurde mittels einer *Out-of-Sample-Validierung* auf 30% der Daten ermittelt. Für eine vereinfachende Darstellung steht der *Einfluss* für den *Regressionskoeffizienten* des jeweiligen Einflussfaktors und die *Genauigkeit* für die *t-Statistik*, d.h. das Verhältnis zwischen dem Regressionskoeffizienten und seinem Standardfehler. Alle dargestellten Einflussfaktoren sind signifikant zu einem Signifikanzniveau von $0,1$.

6.7. Einflussfaktoren auf Akzeptanz des Nachhaltigkeits-Labels Siegel

Abbildung 24 zeigt relevante sozio-demographische Einflussfaktoren auf die Akzeptanz eines Nachhaltigkeits-Labels in Form eines standardisierten Siegels. Neben dem Beruf Rentner hat hier interessanterweise ebenfalls das Einkommen einen negativen Einfluss auf die Akzeptanz. Die Größe des Haushalts hat auch hier wieder einen klar positiven Einfluss.

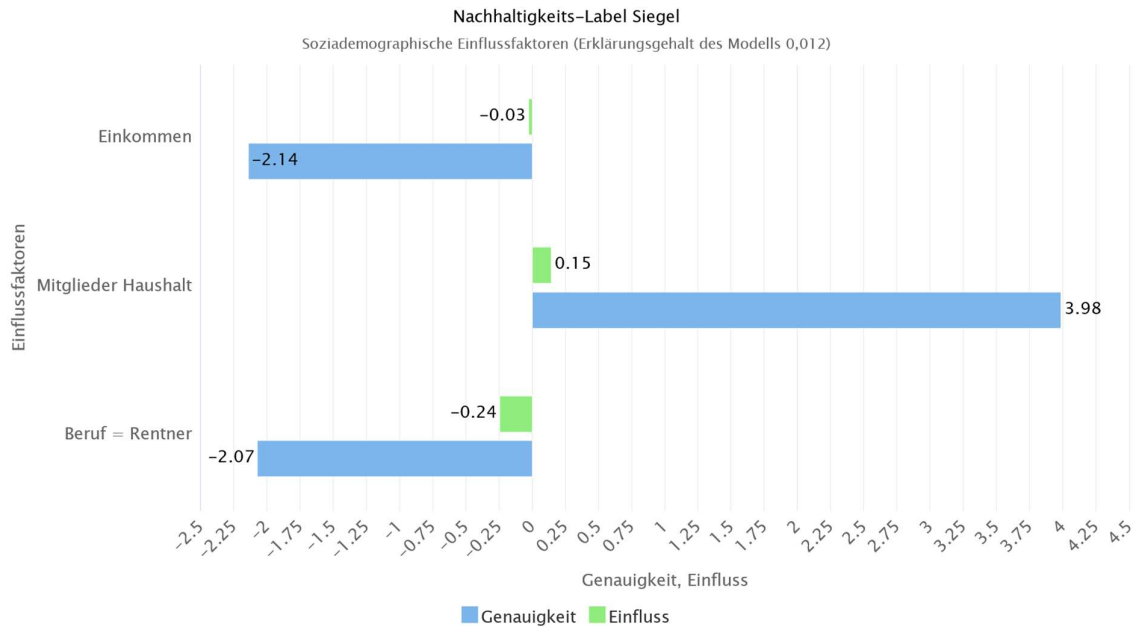


Abbildung 24: Einflussfaktoren auf die Akzeptanz des Nachhaltigkeits-Labels in Form eines Siegels

6.8. Einflussfaktoren auf Akzeptanz des Nachhaltigkeits-Labels auf Basis von Nutzerbewertungen

Abbildung 25 zeigt relevante sozio-demographische Einflussfaktoren auf die Akzeptanz eines Nachhaltigkeits-Labels auf Basis von Bewertungen der Nachhaltigkeit durch andere Nutzer. Auch hier hat das Einkommen einen negativen und die Größe des Haushalts einen positiven Einfluss auf die Akzeptanz. Neben Vollzeit-Erwerbstätigen zeigen insbesondere Studenten eine deutliche höhere Akzeptanz als andere Berufsgruppen. Und schließlich zeigen Befragte aus Brandenburg eine überdurchschnittliche Akzeptanz für ein Nachhaltigkeits-Label auf Basis von Nutzerbewertungen.

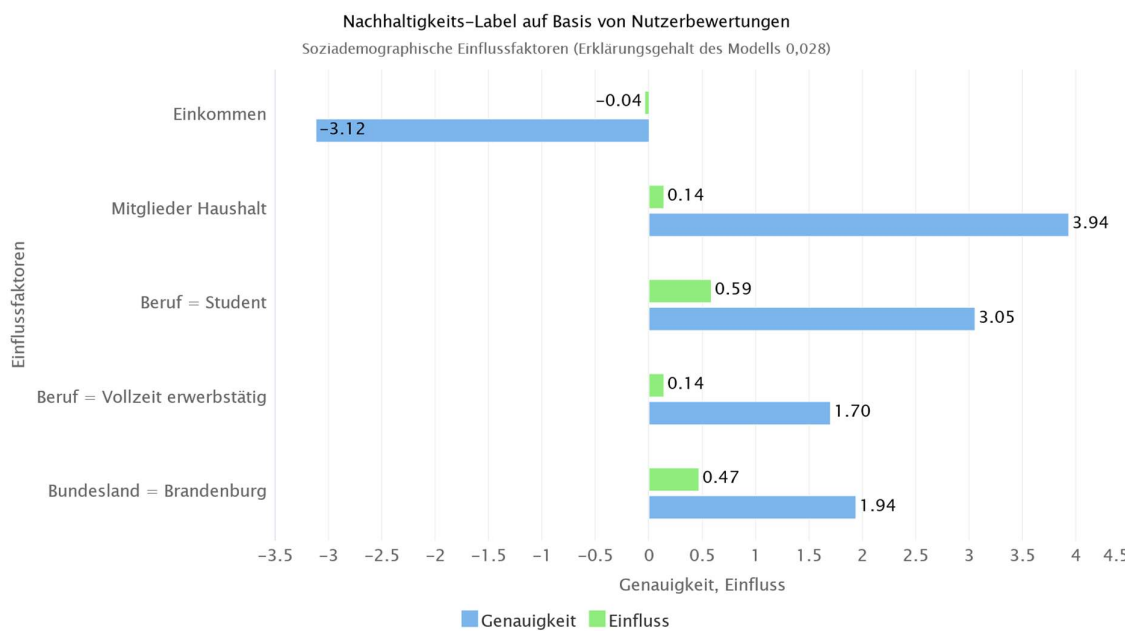


Abbildung 25: Einflussfaktoren auf die Akzeptanz des Nachhaltigkeits-Labels auf Basis von Nutzerbewertungen

6.9. Einflussfaktoren auf Akzeptanz weiterführender Informationen als freie Beschreibung

Abbildung 26 zeigt relevante sozio-demographische Einflussfaktoren auf die Akzeptanz bereitgestellter Informationen zur Nachhaltigkeit eines Produkts in Form einer freien Beschreibung. Auch hier haben das Einkommen und der Berufstand des Rentners einen negativen und die Größe des Haushalts einen klar positiven Einfluss auf die Akzeptanz. Darüber hinaus sind Befragte aus Thüringen überdurchschnittlich begeistert von dieser Darstellungsform, Befragte aus Bayern hingegen eher reserviert.

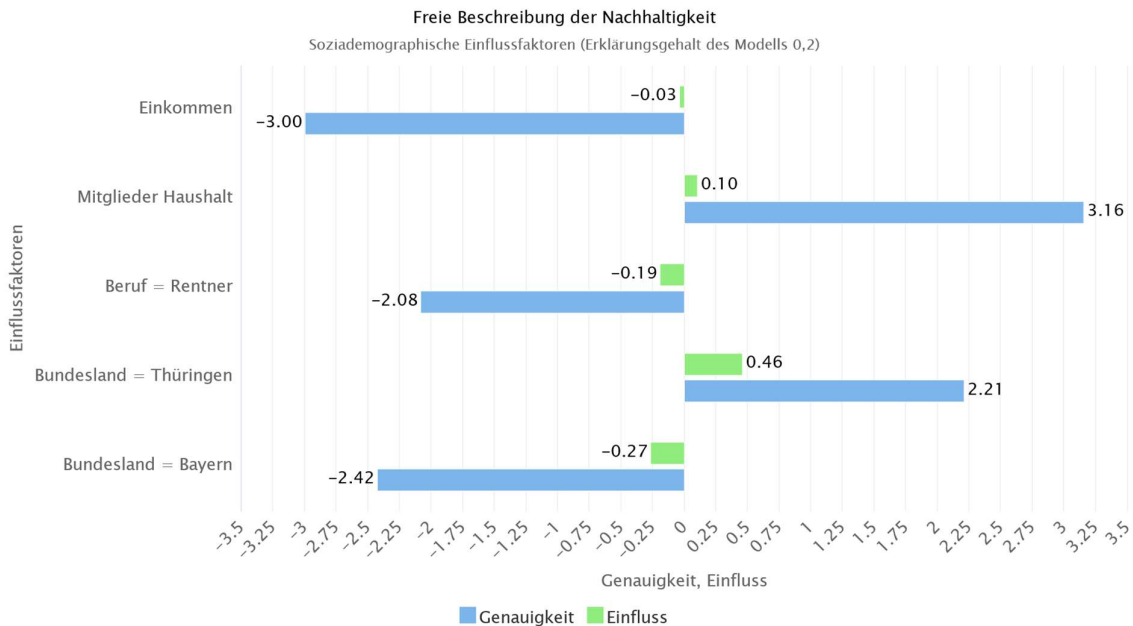


Abbildung 26: Einflussfaktoren auf die Akzeptanz weiterführender Informationen als freie Beschreibung

7. Zusammenfassung

In der vorliegenden Studie wurden ein Probandentest sowie eine Online-Umfrage zur Untersuchung der Akzeptanz unterschiedlicher Ansätze und Möglichkeiten, nachhaltige touristische Angebote zu bewerben bzw. nach nachhaltigen Angeboten auf Plattformen im Internet zu suchen, durchgeführt. Der Probandentest stellt hierbei eine qualitative Erhebung dar und diente zusätzlich als Pre-Test für die Online-Befragung.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die unterschiedlichen Darstellungsformen und Ansätze zur Präsentation nachhaltiger Angebote in einer touristischen Online-Plattform durchweg eine gute Akzeptanz aufweisen. Im Bereich der *Kennzeichnung nachhaltiger Angebote* erzielt das Icon als Nachhaltigkeits-Label eine deutlich bessere Akzeptanz als das Siegel oder die textuelle Darstellung. Eine vergleichbar hohe Akzeptanz erreicht ebenfalls das Nachhaltigkeits-Icon in der Kartendarstellung. Ein Nachhaltigkeits-Label auf Basis von Nutzerbewertungen wird recht kritisch gesehen und es wird in Frage gestellt, ob der Nutzer überhaupt in der Lage ist, die Nachhaltigkeit eines Angebots umfassend zu beurteilen.

Obige Ansätze zur Kennzeichnung nachhaltiger Angebote werden allerdings deutlich übertroffen von Ansätzen zum *Filtern nachhaltiger Angebote*. Hier erreicht das Filtern über das

Nachhaltigkeitsprofil des Nutzers die höchste Akzeptanz aller Filtermethoden, gefolgt vom Filtern in der Katalogdarstellung und der Kartendarstellung. Eher kritisch gesehen wird die Verwendung einer abgestuften Nachhaltigkeit im Wesentlichen aufgrund einer zunehmenden Komplexität und mangelnden Transparenz der verwendeten Metrik.

Eine noch einmal bessere Akzeptanz erzielen schließlich die Ansätze zur *Bereitstellung weiterführender Informationen*. Hierbei wird die freie, d.h. sowohl textliche als auch bildliche Beschreibung deutlich besser eingestuft als die Beschreibung in Form einer Score-Card oder eines Nachhaltigkeitsprofils und erreicht die insgesamt höchste Akzeptanz aller Darstellungsformen.

Die Akzeptanz unterschiedlicher Darstellungsformen wird hierbei durchaus von gewissen sozio-demographischen Faktoren beeinflusst. So hat die Größe des Haushalts einen positiven Einfluss auf die Akzeptanz aller Darstellungsformen und somit offensichtlich auf den Stellenwert des Themas Nachhaltigkeit insgesamt. Der Einfluss des Alters der Befragten auf die Akzeptanz unterschiedlicher Darstellungsformen ist hingegen ambivalent. Ist das Nachhaltigkeits-Icon in der Kartendarstellung bei den 31- bis 50-Jährigen beliebter als bei anderen Altersgruppen, so sind die Möglichkeiten zum Filtern nachhaltiger Angebote sowie das umfassende Nachhaltigkeitsprofil des Nutzers bei jüngeren Menschen deutlich beliebter. Das Geschlecht der Befragten hat keinen Einfluss auf die Akzeptanz, mit Ausnahme des Nachhaltigkeits-Labels auf der Basis von Nutzerbewertungen, welches sich bei männlichen Befragten einer größeren Beliebtheit erfreut. Das im Rahmen der Befragung durchgeführte Nudging für das Thema Nachhaltigkeit hat schließlich überhaupt keinen nennenswerten Einfluss auf die Akzeptanz zur Präsentation nachhaltiger Angebote in Online-Plattformen.

Abschließend kann festgehalten werden, dass die gezielte Darstellung und Beschreibung nachhaltiger Angebote auf touristischen Onlineplattformen insgesamt einen erfolgsversprechenden Ansatz zur deren Bewerbung darstellt. Hierbei unterscheiden sich unterschiedliche Ansätze durchaus in ihrer Akzeptanz auch in Abhängigkeit demographischer Einflussfaktoren und eine gezielte Betrachtung und Untersuchung unterschiedlicher Darstellungsalternativen auch in weitergehenden Studien ist sinnvoll.