



ANHANG: MUSTERDECKBLATT

Name Autor/Autorin: ...Sabrina Prantl.....

(Email?:...sabinaprantl@gmx.at.....)

Titel und ggf. Untertitel der Arbeit:Öko-Innovation als Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung im
Tourismus - am Beispiel von Tiny Houses im
Beherbergungssektor.....

Name Betreuer/Betreuerin:Frau Dr. Birgit Bosio.....

Name Ausbildungseinrichtung:Management Center Innsbruck(MCI).....

Kontakt Daten Ausbildungseinrichtung/Institut (E-Mail-Adresse):

Stefanie.Haselwanter@mci.edu.....

SDG-Kategorie³:

- SDG 1: **Armut** in all ihren Formen und überall beenden
- SDG 2: Den **Hunger** beenden, **Ernährungssicherheit** und eine bessere **Ernährung** erreichen und eine nachhaltige **Landwirtschaft** fördern
- SDG 3: Ein **gesundes Leben** für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern
- SDG 4: Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige **Bildung** gewährleisten und Möglichkeiten **lebenslangen Lernens** für alle fördern
- SDG 5: **Geschlechtergerechtigkeit** erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen
- SDG 6: Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von **Wasser und Sanitärversorgung für alle** gewährleisten
- SDG 7: Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner **Energie** für alle sichern
- SDG 8: Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges **Wirtschaftswachstum**, produktive **Vollbeschäftigung** und **menschenwürdige Arbeit** für alle fördern
- X SDG 9: Eine widerstandsfähige **Infrastruktur** aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige **Industrialisierung** fördern und Innovationen unterstützen
- SDG 10: **Ungleichheit** in und zwischen Ländern **verringern**
- SDG 11: **Städte und Siedlungen** inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten
- SDG 12: Nachhaltige **Konsum- und Produktionsmuster** sicherstellen
- SDG 13: Umgehend Maßnahmen zur **Bekämpfung des Klimawandels** und seiner Auswirkungen ergreifen
- SDG 14: **Ozeane, Meere und Meeresressourcen** im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen
- SDG 15: **Landökosysteme** schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, **Wälder** nachhaltig bewirtschaften, **Wüstenbildung** bekämpfen, **Bodendegradation** beenden und umkehren und dem Verlust der **biologischen Vielfalt** ein Ende setzen
- SDG 16: **Friedliche und inklusive Gesellschaften** für eine nachhaltige Entwicklung fördern, allen Menschen **Zugang zur Justiz** ermöglichen und leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und inklusive **Institutionen** auf allen Ebenen aufbauen
- SDG 17: **Umsetzungsmittel stärken** und die Globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen

Haupt-SDG der Arbeit: ...SDG9.....

² Die Angabe ist optional und soll Interessentinnen und Interessenten dazu dienen, mit dem Autor/der Autorin in Kontakt zu treten.

³ Welchen der 17 SDGs kann diese Arbeit zugeordnet werden? Es sind alle Ziele anzugeben, zu denen die Forschungsarbeit einen wesentlichen Bezug herstellt sowie jenes Haupt-SDG, das von der Arbeit am meisten betroffen ist.



3-5 Keywords⁴:...Tiny House, ressourcenschonend, flexible Infrastruktur, alternative Flächennutzung, generationsübergreifendes Wohnen

⁴ Zentrale Begriffe zur inhaltlichen Erfassung der wesentlichen behandelten Aspekte.

**Öko-Innovationen als Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung im
Tourismus - am Beispiel von Tiny Houses im
Beherbergungssektor**

MASTERARBEIT

Zur Erlangung des
akademischen Grades
Master of Arts (MA)

Fachhochschul-Studiengang:

„Entrepreneurship & Tourismus“

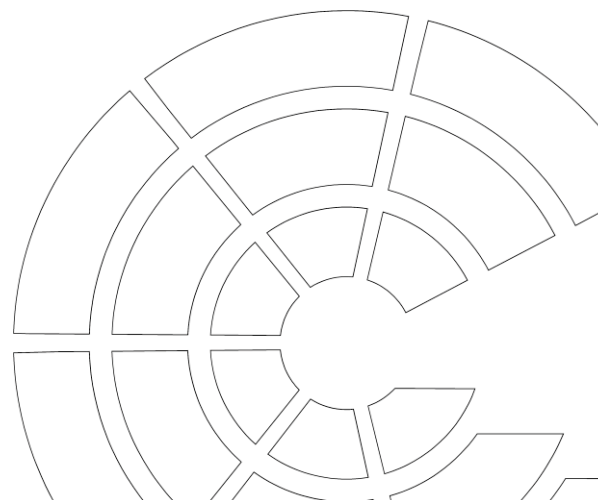
Schwerpunkt „Strategisches Management und Tourismus“

MCI | Die Unternehmerische Hochschule®

Betreuerin:
Dr. Birgit Bosio

Verfasserin:
Sabrina Prantl
2010487054
51836539

Abgabedatum: 15.07.2022



Eidesstattliche Erklärung

„Ich, Sabrina Prantl, erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Masterarbeit selbständig angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher weder in gleicher noch in ähnlicher Form einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.“

Innsbruck, am 15. Juli. 2022



Prantl Sabrina

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
1 Einführung.....	1
1.1 Einleitung	1
1.2 Problemstellung.....	2
1.3 Zielsetzung der Arbeit.....	4
1.4 Forschungsleitende Frage.....	4
1.5 Aufbau der Arbeit	4
2 Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung	6
2.1 Definition und Begriffsabgrenzung Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung	6
2.1.1 Nachhaltigkeit	6
2.1.2 Die drei Säulen der Nachhaltigkeit	6
2.1.3 Nachhaltige Entwicklung.....	7
2.2 Nachhaltigkeit im Tourismus und Beherbergungssektor	8
2.3 Nachhaltige Entwicklung im Tourismus	10
2.4 Tourismusrelevante SDGs.....	11
3 Innovation und Öko-Innovation.....	13
3.1 Definition und Begriffsabgrenzung.....	13
3.1.1 Innovation	13
3.1.2 Öko-Innovation	14
3.2 Theoretischer Hintergrund.....	19
3.2.1 Schumpetersche Innovationstheorie.....	19
3.2.2 (Natural) Ressource Based View	20
3.2.3 Das eco-innovation causal chain Modell	21
3.3 Typologien der Öko-Innovation	29
3.4 Treiber und Dynamiken.....	31
3.5 Öko-Innovation und SDGs.....	32

3.6	<i>Kritik am Konzept der Öko-Innovation</i>	33
3.7	<i>Öko-Innovation im Tourismus</i>	33
4	Das Tiny House Konzept als Beispiel für Öko-Innovation	36
4.1	<i>Definition und Begriffsabgrenzung</i>	36
4.2	<i>Tiny House Bewegung</i>	37
4.3	<i>Tiny House eine nachhaltige Option?</i>	38
4.4	<i>Kritik am Tiny House Konzept</i>	39
4.5	<i>Tiny Houses im Tourismus</i>	40
4.6	<i>Zukunftspotential</i>	41
5	Empirische Erhebung	43
5.1	<i>Methodik</i>	43
5.1.1	Beschreibung der gewählten Forschungsmethode	43
5.1.2	Eignung und Begründung der Wahl	44
5.1.3	Methodenkritik	44
5.2	<i>Forschungsdesign</i>	45
5.2.1	Ziel der empirischen Studie	46
5.2.2	Auswahl Expert/innen.....	48
5.2.3	Interviewleitfaden und Forschungsablauf.....	49
5.3	<i>Ergebnisse der Studie</i>	50
5.3.1	Auswertungsmethode.....	50
5.3.2	Darstellung der allgemeinen Ergebnisse.....	52
5.4	<i>Interpretation der Ergebnisse und Beantwortung der Forschungsfrage</i>	69
5.4.1	Das „eco-innovation causal chain“ Modell anhand des Tiny House Konzeptes 69	
5.4.2	Das Tiny House als Öko-Innovation.....	72
5.4.3	Der Beitrag des Tiny House Konzeptes zu einer nachhaltigen Entwicklung..	74
5.5	<i>Empfehlungen für kleinstrukturierte Beherbergungsbetriebe und die Destinationsentwicklung</i>	79
6	Schlussbetrachtung und Ausblick	81
6.1	<i>Zusammenfassung und Fazit</i>	81

6.2	<i>Implikationen für die Theorie und Praxis</i>	82
6.3	<i>Kritische Reflexion und Limitation</i>	83
6.4	<i>Ausblick</i>	85
	Literaturverzeichnis	87
	Anhangsverzeichnis	A-1

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die 17 SGSs (Welthungerhilfe.de, o. J.).....	12
Abbildung 2: Typologien der Innovation nach Silvestre und Țîrcă (2019).....	18
Abbildung 3: "eco-innovation causal chain" Modell (Kemp et al. 2019)	22
Abbildung 4: End-Point Auswirkungen aus "Eco-innovation causal chain" Modell; Eigendarstellung angelehnt an Kostoska und Kocarev (2019).....	26
Abbildung 5: Eigendarstellung des "Eco-innovation causal chain" Modell angelehnt an Kemp et al. (2019) und ergänzt durch Eigendarstellung Abbildung 2: End-Point Auswirkungen angelehnt an Kostoska und Kocarev (2019).....	28
Abbildung 6: Barrieren; eigene Daten aus MAXQDA	61
Abbildung 7: Eigendarstellung, tatsächlich identifizierte End-Point Auswirkungen aus der empirischen Studie	77

Abkürzungsverzeichnis

bzgl. *bezüglich*

d.h. *das heißt*

ETC *European Travel Commission*

KMU *kleine und mittlere Unternehmen*

NRBV *Natural Ressource Based View*

OECD *Organisation for Economic Co-
operation and Development*

PV-Anlagen *Photovoltaik-Anlage*

RBV *Ressource Based View, Ressource
Based View*

SDG *Sustainable Development Goals*

UN *United Nations*

UNWTO *United Nations World Tourism
Organization*

USA *United States of America*

vgl. *vergleiche*

z.B. *zum Beispiel*

1 Einführung

Das nachfolgende Kapitel bietet eine Einführung in die Thematik der Arbeit und diskutiert den aktuellen Forschungsstand in Bezug auf Öko-Innovationen im Tourismuskontext, woraus sich im Folgenden die Forschungsfrage der Arbeit ableitet.

1.1 Einleitung

Aufgrund der steigenden Wettbewerbsfähigkeit des Tourismussektors gewinnt Innovation immer mehr an Wichtigkeit, da diese als Differenzierungselement für ganze Destinationen sowie Unternehmen des Sektors gilt (Alonso-Almeida et al., 2016; Dani et al., 2021). In der Literatur wird im Bereich der technischen Innovation zwischen Prozess und Produkt Innovation unterschieden (Hjalager, 1997; Kemp & Pearson, 2008), wobei innerhalb der Tourismusbranche der Fokus vermehrt auf Produktinnovation liegt (Alonso-Almeida et al., 2016). Innovationsstudien fokussieren sich zu einem erheblichen Teil auf explorative und somit qualitative Fälle, bei denen das Phänomen der Innovation interdisziplinär betrachtet wird (Hjalager, 2010).

Das Konzept der Öko-Innovation wird seit Ende der 1990er Jahre erforscht, wobei die Veröffentlichungen seit 2007 signifikant zunehmen, da es ein wachsendes soziales und politisches Bewusstsein für die Bedeutung dieser gibt (Díaz-García et al., 2015; Sharma et al., 2020). Öko-Innovationen sind eine Kombination aus verschiedenen Aktivitäten und Faktoren. Das lässt darauf schließen, dass Öko-Innovationen komplex sind (Keskin et al., 2020), da diese die Summe mehrerer Innovationen abbilden (Alonso-Almeida et al., 2016). Eine einheitliche Definition des Konzeptes gibt es bis heute nicht, da sich Öko-Innovationen laut aktuellem Forschungsstand, kontinuierlich verändern und durch externe Faktoren wie Technologien und Regulatoren sowie internen Faktoren wie Umweltstrategien oder Humanressourcen geformt werden (Bossle et al., 2016; Díaz-García et al., 2015). Der Schwerpunkt der Öko-Innovationsforschung liegt darauf, inwieweit Umweltbelangen in den Wirtschaftsprozess eines Unternehmens integriert werden. Als Ziel der Öko-Innovation wird in der Literatur die Reduzierung von negativen Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft definiert (Schiederig et al., 2012).

Bisherige Studien fokussieren vor allem die Treiber und den Prozess der Entwicklung von Öko-Innovationen sowie die Merkmale und Auswirkungen dieser (Díaz-García et al., 2015; García-Pozo et al., 2015). Sowohl Forscher/innen der klassischen Innovationsforschung als auch Forscher/innen, die sich mit Öko-Innovation

beschäftigen stimmen überein, dass ein unzureichendes Engagement für die Umwelt und desolante Innovationsfähigkeit von Unternehmen mittel- bis langfristig zum Verlust der Wettbewerbsfähigkeit am Markt führen. Deshalb sind laut Alonso-Almeida et al. (2016) und Dani et al. (2021) Themen wie die Verringerung von Umweltauswirkungen und somit der verstärkte Umweltschutz, welcher durch Öko-Innovationen forciert wird, von zentraler Bedeutung. Dies gilt speziell für den lokalen Tourismus, da dieser stark von Umweltfaktoren abhängig ist.

1.2 Problemstellung

Das Konzept der Öko-Innovation wird in bisherigen Studien vermehrt im Kontext des Industriesektors und weniger im Dienstleistungsbereich, welcher den Tourismussektor inkludiert untersucht (Aboelmaged, 2018; Alonso-Almeida et al., 2016; Sharma et al., 2020). Studien in Bezug auf Öko-Innovationen im Tourismussektor beziehen sich speziell auf den Beherbergungs- und Gastronomiebereich und werden in der aktuellen Literatur in sieben Forschungsschwerpunkte unterteilt. Die Mehrheit der Studien fokussiert dabei das Forschungsfeld des umweltbewussten Konsument/innenverhalten, deren Entscheidungsprozess und Verhaltensabsichten. Weitere Forschungsfelder sind Management- und Mitarbeiter/innenengagement, ökoeffiziente Strategien, CSR und Öffentlichkeitsarbeit, Kohlenstoffmanagement und Umweltkennzeichnung sowie Analyse und Bewertung (Sharma et al., 2020). Die vorliegende Arbeit lässt sich in das Forschungsfeld der ökoeffizienten Strategie einordnen, da diese die Auswirkungen und den Beitrag von Öko-Innovationen und nachhaltigen Geschäftspraktiken wie z.B. effizientes Wasser-, Abfall-, und Ressourcenmanagement auf die nachhaltige Entwicklung im Tourismus erforscht. Die Forschung in diesem Bereich konzentriert sich überwiegend auf die großstrukturierte Kettenhotellerie - und Gastronomie in Asien oder den USA, welche vermehrt quantitativ durch Umfragen, erforscht wurde (Sharma et al., 2020). Dies lässt sich aus den nachfolgenden Zitaten entnehmen:

“Although there exists adequate literature on chain hotels engaging in eco-innovative practices, literature also needs to document how independent hotels are embracing green technologies” (Sharma et al., 2020, S. 925).

“Moreover, a large proportion of studies were empirical with a limited representation of qualitative research. As eco-innovation research is still relatively

new, it can benefit from qualitative case studies to better understand the success or failure of various green measures” (Sharma et al., 2020, S. 927).

Die genannten Zitate zeigen eine Forschungslücke auf, welche Raum für Forschung lässt, die sich auf kleinstrukturierte Individualbetriebe in Europa konzentriert und durch einen qualitativen Forschungsansatz gekennzeichnet ist (Sharma et al., 2020).

Ebenfalls wenig Beachtung in der Forschung findet die strategische Implementierung von Öko-Innovationsmaßnahmen, sowie deren Auswirkungen und Produktivität (Díaz-García et al., 2015; García-Pozo et al., 2015). Darüber hinaus werden interne und externe Treiber in der Literatur häufig als statisch definiert, die Realität zeigt aber oft gemischte Motivatoren, die nicht so einfach klassifizierbar sind und auf unterschiedliche Weise in den Öko-Innovationsstrategien von Unternehmen zu tragen kommen. In diesem Sinne gibt es Raum für weitere Untersuchungen, die identifizieren, ob die bereits erforschten Treiber tatsächlich zur Implementierung von Öko-Innovationen führen und welche praktischen Auswirkungen diese für Unternehmen im Hinblick auf deren Strategie haben (Bossle et al., 2016; Díaz-García et al., 2015; García-Pozo et al., 2015).

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Forschung in Bezug auf Öko-Innovationen speziell im Dienstleistungskontext, welcher den Tourismus miteinbezieht noch in ihren Anfängen steckt und somit durch zukünftige Forschung fehlende empirische Primärdaten gesammelt werden (Alonso-Almeida et al., 2016; Díaz-García et al., 2015; Horng et al., 2016). Dieser Forschungsbereich eröffnet eine Reihe von Möglichkeiten die Typologien von Öko-Innovationen detailliert zu betrachten und deren Implementation in der Praxis zu erforschen (Alonso-Almeida et al., 2016). Künftige Forschungsarbeiten sollten sich auf Studien auf Unternehmensebene konzentrieren, die den Umweltnutzen verschiedener Innovationen messen und vergleichen, wobei der Schwerpunkt auf kleinen und mittleren Beherbergungsbetrieben liegen sollte (Pacheco et al., 2017; Sharma et al., 2020), da diese einen zentralen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten (Klewitz & Hansen, 2014). Des Weiteren schlägt Aboelmaged (2018) vor die Umsetzung einer bestimmten Öko-Innovation anhand einer qualitativen Forschungsmethode zu untersuchen, um so den dynamischen Charakter von Nachhaltigkeitspraktiken in der Beherbergungsbranche zu erfassen (Aboelmaged, 2018).

1.3 Zielsetzung der Arbeit

Das *deskriptive Ziel* der Arbeit ist die inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Konzept der Öko-Innovation und deren Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung des Tourismus im DACH Raum. Das *empirisch analytische Ziel* ist die Untersuchung des Konzeptes am Beispiel von Tiny Houses im Beherbergungssektor sowie die Identifizierung der möglichen Auswirkungen, die sich daraus für die Tourismusbranche ergeben. Aufbauend auf den Forschungsergebnissen der Arbeit werden als *präskriptives – normatives Ziel*, Empfehlungen für kleinstrukturierte Beherbergungsbetriebe und das Destinationsmanagement im DACH Raum abgeleitet. Die Empfehlungen sind relevant für kleinstrukturierte Beherbergungsbetriebe, die ihre Geschäftspraktiken und Strategien nachhaltiger ausrichten wollen und an der Einführung von Öko-Innovationen und im speziellen des Tiny House Konzeptes interessiert sind. Die Relevanz für das Destinationsmanagement ergibt sich aus der Neuartigkeit und dem touristischen Potenzial des Konzeptes.

1.4 Forschungsleitende Frage

Die forschungsleitende Frage für die vorliegende Arbeit lautet wie folgt:

Inwiefern können Öko-Innovationen einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung des Tourismus im DACH Raum leisten?

1.5 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in sieben Kapitel, die zur Beantwortung der genannten Forschungsfrage wie folgt strukturiert werden:

Kapitel 1 dient als Einleitung und führt die Leser/innen an die Forschungsthematik heran. Die Problemstellung, welche den Ausgangspunkt der Arbeit darstellt und den aktuellen Stand der Forschung präsentiert, wird erläutert und es wird Bezug auf die Aktualität des Themas genommen. Darüber hinaus wird das Ziel der wissenschaftlichen Arbeit formuliert und die zu beantwortende Forschungsfrage genannt.

In *Kapitel 2* beginnt der theoretische Teil. Hier wird das Thema Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung bearbeitet. Dabei werden die Begriffe voneinander abgegrenzt und anschließend im Zusammenhang mit dem Tourismus- und Beherbergungssektor diskutiert. Im Kapitel wird das Drei-Säulen-Modell der

Nachhaltigkeit vorgestellt und tourismusrelevante SDGs identifiziert, welche für die Auswertung der empirischen Forschung relevant sind.

Kapitel 3 diskutiert die wichtigsten Definitionen für die Begriffe Innovation und Öko-Innovation. Der theoretische Hintergrund der Arbeit wird aufgezeigt und der daraus folgende theoretische Rahmen, an den sich die empirische Studie anlehnt, wird präsentiert. Im Anschluss werden die unterschiedlichen Typologien einer Öko-Innovation aufgearbeitet und Triebkräfte sowie Barrieren identifiziert. Darüber hinaus wird das Konzept der Öko-Innovation kritisch betrachtet und Limitationen, welche in weiterer Folge für eine touristische Auseinandersetzung relevant sind, werden diskutiert.

Das *Kapitel 4* gibt einen Einblick in das Tiny House Konzept und die dazugehörige Bewegung. Es beschreibt den Nachhaltigkeitsaspekt und diskutiert diesen kritisch. Ebenso verweist das Kapitel auf die Rolle des Tiny House Konzeptes im Tourismus und dessen Zukunftspotential.

Mit dem *Kapitel 5* beginnt der empirische Teil der Arbeit. Dieser beschreibt die empirische Vorgehensweise und damit die angewandte Forschungsmethode sowie das Forschungsdesign. Darüber hinaus werden die Ergebnisse der Befragung vorgestellt, interpretiert und diskutiert.

Abschließend werden in *Kapitel 6* praxisnahe Empfehlungen für kleinstrukturierte Beherbergungsbetriebe und das Destinationsmanagement in der DACH Region abgeleitet.

Zuletzt wird in *Kapitel 7* die gesamte Arbeit innerhalb der Schlussbetrachtung kritisch reflektiert und die Limitationen der Arbeit werden aufgezeigt. Abschließend wird ein Ausblick für die zukünftige Forschung gegeben.

2 Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung

Im Folgenden werden die Begriffe Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung definiert und voneinander abgegrenzt. Weiter werden diese in den Tourismuskontext gesetzt und diskutiert.

2.1 Definition und Begriffsabgrenzung Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung

2.1.1 Nachhaltigkeit

Der Begriff der Nachhaltigkeit wurde erstmals 1713 von Hans Carl von Carlowitz ausformuliert. Carlowitz implementiert aufgrund einer drohenden Rohstoffkrise in der Holzindustrie ein zu dieser Zeit innovatives und vor allem nachhaltiges Waldbewirtschaftungskonzept, welches beinhaltet, dass immer nur so viel abgeholzt wird wie auch wieder nachwächst. So soll ein kontinuierlich gleichbleibender Waldbestand gewährleistet werden, um diesen für nachfolgende Generationen sicherzustellen. Carlowitz gilt somit als Begründer des Prinzips der Nachhaltigkeit (Jahn et al., 2013; Purvis et al., 2018). Trotz der umfangreichen Literatur zum Thema Nachhaltigkeit gibt es in der Forschung keine allgemein gültige Definition (Kuhlman & Farrington, 2010). Der Begriff der Nachhaltigkeit wird häufig inflationär verwendet, da eine klare Abgrenzung schwer möglich ist (Prihanti et al., 2020). Die Auslegung des Begriffs variiert stark zwischen der Branche, Region und Unternehmenskultur (Schiederig et al., 2012). In der Praxis ist es deshalb wichtig das Nachhaltigkeitsverständnis und die unternehmensinterne Definition davon zu verschriftlichen, da dieses die strategische Ausrichtung und damit die Vision eines Unternehmens prägt (Schiederig et al., 2012). Trotz der Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitskonzeptes orientiert sich die Kernidee weiterhin an der historischen Ideologie von Carlowitz. Dabei geht es darum Bedürfnisse gegen Einschränkungen abzuwägen (Alhaddi, 2015) und um das Wohlergehen künftiger Generationen und die unersetzlichen und endenden natürlichen Ressourcen (Kuhlman & Farrington, 2010).

2.1.2 Die drei Säulen der Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit als politisches Konzept hat seinen Ursprung im Brundtland Bericht (1987). Darin geht es um das Spannungsverhältnis zwischen dem Streben der Menschheit nach einem besseren Leben einerseits und den von der Natur gesetzten Grenzen andererseits. Aufbauend auf den Brundtland Bericht schlägt Elkington (1997) in späterer Folge das Drei-Säulen-Modell vor, welches für das

Nachhaltigkeitsverständnis essenziell ist (Bossle et al., 2016; Giardina, 2019). Bestehend aus den drei Dimensionen, nämlich der ökologischen, sozialen und ökonomischen Nachhaltigkeit, versucht das Modell ein Gleichgewicht zwischen diesen zu schaffen. Die ökologische Dimension verweist dabei auf die Ursachen-Wirkungs-Beziehung zwischen der Umwelt und dem unternehmerischen Handeln und damit auf mögliche Folgen, die daraus resultieren. Die soziale Dimension beschreibt die Beziehung zwischen dem unternehmerischen Handeln und der Folgen für die Gesellschaft. Die ökonomische Dimension beschreibt, wie es möglich ist eine langfristige Wertsteigerung und somit finanzielles Wachstum zu erzielen. Die zentrale Frage, mit der sich alle drei Dimensionen befassen, ist die Frage wie negative Auswirkungen vermieden werden können und stattdessen positive Folgen, welche zusätzlich mit einem Wertzuwachs verbunden sind, erzielt werden (Higgins-Desbiolles et al., 2017; Purvis et al., 2018). Das grundlegende Modell wurde seither erweitert und für eine Vielzahl von Anwendungen in diversen Bereichen und Disziplinen angepasst. Mowforth und Munt (2003) haben dementsprechend eine zusätzliche Dimension, die Nachhaltigkeit im Tourismus beschreibt, identifiziert: die kulturelle Ebene. Die Autor/innen argumentieren, dass bei der Verwendung des Begriffs Nachhaltigkeit im Tourismuskontext meist der ökologische Aspekt fokussiert wird, während die ökonomischen, sozialen und kulturellen Aspekte oft vernachlässigt werden und erst in jüngerer Zeit an Bedeutung gewinnen, da laut Everett und Slocum (2013) wenig Konsens darüber besteht, wie wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Grundsätze im Verhältnis zueinander konzeptualisiert und priorisiert werden sollten.

2.1.3 Nachhaltige Entwicklung

Der Begriff der nachhaltigen Entwicklung wurde im Wesentlichen durch den von den Vereinten Nationen (UN) in Auftrag gegebenen Brundtland Bericht aus dem Jahr 1987 geprägt (Schiederig et al., 2012). Im Brundtland Bericht wird nachhaltige Entwicklung wie folgt ausformuliert:

„Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs“ (Brundtland, 1987, S. 41).

Nachhaltige Entwicklung wird als Prozess definiert. Im Fokus steht eine langfristige und werteorientierte Entwicklung und nicht der kurzfristige monetäre Erfolg. Die in der Definition genannten Bedürfnisse der künftigen Generation sind dynamisch; sie

entwickeln sich mit den neuen Herausforderungen, denen sich die Gesellschaft in Zukunft stellt, weiter. Der Druck, der von externen und internen Stakeholdern verübt wird, verstärkt das aktuelle Szenario der nachhaltigen Entwicklung weiter, was die Einführung von Öko-Innovationen durch die Forderung nach mehr Umweltbewusstsein positiv beeinflussen kann (Bossle et al., 2016).

Das Konzept der nachhaltigen Entwicklung impliziert auch Grenzen, die nicht absolut sind. Diese Grenzen werden auferlegt durch den aktuellen Stand der Technologie, der sozialen Organisation sowie den Umweltressourcen und der Fähigkeit der Biosphäre die Auswirkungen menschlicher Aktivitäten zu absorbieren (Schiederig et al., 2012 nach; Brundtland, 1987).

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die beiden Begriffe nachhaltige Entwicklung und Nachhaltigkeit oft als Synonym verwendet werden obwohl die Konzepte sich unterscheiden (Axelsson et al., 2011; Norton, 2010). Um die Konzepte mit dem Tourismuskontext in Verbindung zu bringen ist es wichtig die Begriffe voneinander abzugrenzen. Axelsson et al. (2011) und Bossle et al. (2016) beschreiben nachhaltige Entwicklung als einen kollektiven Prozess bei dem unterschiedlichste Stakeholder auf verschiedenen Ebenen mitwirken und Einfluss nehmen. Im Gegensatz dazu beschreiben die Autor/innen das Konzept der Nachhaltigkeit als eine politische Vision der Gesellschaft welche zum Ziel hat den Verbrauch und damit die Erschöpfung der natürlichen Ressourcen zu verhindern. In der Literatur wird festgestellt, dass das Konzept der Nachhaltigkeit komplex ist und dieses auch Themen wie ökologische Integrität oder den Erhalt der Biodiversität beinhaltet (Olawumi & Chan, 2018).

2.2 Nachhaltigkeit im Tourismus und Beherbergungssektor

Laut Zahlen der UNWTO (2019) ist der Tourismussektor für 5% der weltweiten CO₂ Emissionen verantwortlich. Davon fällt der Großteil mit etwa 75% der Emissionen auf den Sektor Transport zurück. Den zweitgrößten Anteil mit 22% hat der Beherbergungssektor, welcher als besonders energieintensiv gilt. Die übrigen 4% fallen auf weitere Aktivitäten des Tourismus zurück. Da sich die vorliegende Arbeit mit dem Beherbergungssektor auseinandersetzt, wird dieser nachfolgend näher betrachtet.

Der hohe Anteil des Beherbergungssektors kommt daher, dass viele Aspekte des täglichen Betriebs wie z.B. Müll- und Lebensmittelverwertung, Wäschevorgänge oder

Temperaturregelungsprozesse ineffizient betrieben werden (Meeroff et al., 2020). Gleichermaßen spielen im Zusammenhang mit dem Beherbergungssektor auch die Flächenversiegelung und die Folgen die daraus für die Umwelt entstehen eine Rolle (Pan et al., 2018). Die Vereinten Nationen schätzen, dass Gebäude 40% der weltweiten Kohlenstoffemissionen erzeugen. Vor allem die Beherbergungsbranche bietet hier Raum für Effizienzsteigerung innerhalb der Nutzung (Meeroff et al., 2020), da die UNWTO (2008) prognostiziert, dass die tourismusbedingten Emissionen weiter steigen.

Nachhaltigkeit ist deshalb für Beherbergungsunternehmen zu einem entscheidenden Faktor geworden, da diese naturgemäß eine große Menge an Ressourcen verbrauchen, aber gleichzeitig von der natürlichen Umwelt, nämlich von Sonne, Luft, Meer, Sand und Landschaft in ihrem Dienstleistungsmix abhängig sind (Aboelmaged, 2018; García-Pozo et al., 2015). Da die Umweltauswirkungen des Dienstleistungssektors immer besser verstanden werden gewinnen nachhaltige Praktiken zunehmend an Bedeutung (Aboelmaged, 2018). Der ökologische und wirtschaftliche Druck seitens der Stakeholder steigt und Beherbergungsbetriebe sehen sich immer mehr mit regulatorischen Anforderungen konfrontiert. Darüber hinaus wird das Bewusstsein der Urlauber/innen immer weiter geschärft. Neben der Qualität der Unterkünfte spielen nun auch umweltbezogene Themen, wie Umweltschutz, Abfallbehandlung oder erneuerbarer Energiequellen eine Rolle bei der Buchung (Cingoski & Petrevska, 2018; Verma et al., 2019). Obwohl bereits vor der COVID-19 Pandemie die Nachfrage nach umweltfreundlichem Tourismus stieg, haben Untersuchungen gezeigt, dass die Pandemie den Trend verstärkt hat und dadurch Raum für potenzielle Veränderungen der Tourismusindustrie schuf (Seyfi & Hall, 2020). Laut der European Travel Commission (ETC) (2022) lässt sich speziell im Verhalten bezogen auf das Eintauchen in das lokale Leben und die damit verbundenen Traditionen sowie beim Kauf von lokalen Produkten und der Wahl der Destination selbst ein Nachhaltigkeitstrend erkennen. Darüber hinaus bevorzugen 61% der Reisenden weltweit umweltfreundliche Hotels, laut Daten der Statista (2020). Ebenso lässt die Zunahme der wissenschaftlichen Literatur über umweltfreundliche Beherbergungsformen daraufhin deuten, dass die Beliebtheit solcher Beherbergungsoptionen steigt. Obwohl sich ein steigender Trend erkennen lässt, ist die tatsächliche Buchungsrate niedrig. Grund dafür ist der sogenannte „attitude-behaviour-gap“, welcher sich mit der Diskrepanz zwischen der Umwelteinstellung und dem umweltbewussten Verhalten von Tourist/innen beschäftigt (Sadiq et al., 2022).

Sadiq et al. (2022) stellen fest, dass z.B. eine verbesserte Dienstleistungsqualität die Kluft zwischen Umwelteinstellung und umweltfreundlichem Verhalten positiv beeinflusst. Tölkes (2020) sieht den Schlüssel in einer wirksamen Nachhaltigkeitskommunikation. Für die Praxis bedeutet das zum einen das wachsende Segment der Urlauber/innen, die eine umweltfreundliche Unterkunft buchen möchten, abzuholen und damit zur Buchung zu bewegen und darüber hinaus mit einem qualitativ hochwertigen Service zufriedenzustellen (Sadiq et al., 2022; Tölkes, 2020) und gleichzeitig die Kosten des Betriebes zu kontrollieren (Rodríguez-Antón et al., 2012).

2.3 Nachhaltige Entwicklung im Tourismus

In Übereinstimmung mit der allgemein gehaltenen Definition der UN und aufbauend auf der Definition der OECD beschreibt die UNWTO nachhaltige Tourismusedwicklung wie folgt:

“an activity that takes full account of its current and future economic, social, and environmental impacts, addressing, in a befitting manner, the needs of visitors, the industry, and the environment and host communities” (UNWTO, 2005, S. 12).

Um eine nachhaltige Tourismusedwicklung zu erreichen, müssen drei grundlegende Elemente in Einklang gebracht werden: Wirtschaftswachstum, soziale Integration und Umweltschutz (Hallenga-Brink & Brezet, 2005). Eine nachhaltige Tourismusedwicklung zielt darauf ab Umweltressourcen optimal zu nutzen und einen langfristigen und tragfähigen wirtschaftlichen Betrieb zu gewährleisten, welcher die Region und die Akteur/innen miteinbezieht (Abdou et al., 2020). Das Konzept einer nachhaltigen Tourismusedwicklung kann somit als ein Weg verstanden werden Ressourcen so zu bewirtschaften, dass soziale, wirtschaftliche und ästhetische Bedürfnisse erfüllt werden und gleichzeitig die kulturelle Integrität, die biologische Vielfalt und die wesentlichen ökologischen Prozesse respektiert werden (Elmo et al., 2020; Hallenga-Brink & Brezet, 2005). Die kontinuierliche Aufrechterhaltung und Verbesserung der Lebensqualität ist eines der wichtigsten Ziele der nachhaltigen Entwicklung. Im Tourismuskontext ist dies von Bedeutung, da sowohl die Dienstleistungen für Tourist/innen als auch die Lebensqualität der Bewohner/innen sowie aller Stakeholder innerhalb der Tourismusregionen berücksichtigt werden muss (Streimikiene et al., 2021). Eine der größten Herausforderungen besteht darin Möglichkeiten zu finden alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit im Tourismuskontext gemeinsam zu adressieren, d.h. ein wettbewerbsfähiges

Tourismusgeschäft zu entwickeln, indem ökologische, ökonomische und soziokulturelle Herausforderungen der Tourismusedwicklung auf ganzheitliche Weise adressiert werden (Hallenga-Brink & Brezet, 2005; Streimikiene et al., 2021). Eine nachhaltige Tourismusedwicklung kann erzielt werden, wenn der Nutzungsgrad diverser Ressourcen nicht über die Regenerationsfähigkeit dieser hinausgeht (Hallenga-Brink & Brezet, 2005).

Im Allgemeinen kann die nachhaltige Tourismusedwicklung als ein Mittel zur Verwirklichung der Grundsätze der nachhaltigen Entwicklung der Agenda 2030 gesehen werden. Die Agenda 2030 wird von den Vereinten Nationen im September 2015 präsentiert und inkludiert 17 Nachhaltigkeitsziele (SDGs), die zu einer globalen Entwicklungsstrategie beitragen (Baicu, 2016; United Nations, 2015). Laut den Vereinten Nationen zählt der Tourismus zu einem der zehn Sektoren, die in der Lage sind eine grüne Wirtschaft anzukurbeln und somit einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung auf Basis der drei Säulen (*siehe Kapitel 2.1.2*) zu leisten (Abdou et al., 2020). Tourismus spielt eine essenzielle Rolle bei der Schaffung von Arbeitsplätzen. Daher wird der Tourismus als Schlüssel zur Verwirklichung der 17 SDGs gesehen (Jones et al., 2016; UNWTO, 2013).

2.4 Tourismusrelevante SDGs

Die Tourismusbranche ist in den SDGs 8, 12 und 14, die sich auf inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, nachhaltigen Konsum und nachhaltige Produktion bzw. die nachhaltige Nutzung der Ozeane und Meeresressourcen beziehen, ausdrücklich verankert. Durch den hohen Verbreitungsgrad und den damit einhergehenden Einfluss kann der Tourismus allerdings direkt oder indirekt zu allen 17 SDGs beitragen (Abdou et al., 2020; Ali et al., 2020; United Nations, 2015).

Als Beispiel für einen indirekten Beitrag der Tourismusbranche kann das SDG 6 genannt werden. Dieses beschäftigt sich mit der nachhaltigen Wasser- und Sanitärversorgung. Dabei kann der Tourismus durch seinen Investitionsbedarf bzgl. der Bereitstellung von Versorgungsleistungen eine entscheidende Rolle beim Ausbau des sicheren Zugangs zu Wasser und der Hygiene und Sanitärversorgung spielen. Die effiziente Nutzung von Wasser im Tourismus und die stetige Kontrolle des Verschmutzungsgrades sowie die damit verbundenen implementierten Technologien tragen zur Umsetzung des SDGs bei. Darüber hinaus kann die Tourismusbranche auch zum Erreichen des SDG 12 beitragen. Dieses forciert einen nachhaltigen Konsum und die nachhaltige Produktion. Dabei kann der Tourismus durch

erneuerbare Energien, effizientes Abfall- und Energiemanagement, Recycling, das Unterstützen von lokalen Unternehmen und den Einkauf von lokalen Produkten sowie durch die Einbeziehung der lokalen Gemeinschaft einen Beitrag leisten (Abdou et al., 2020; United Nations, 2015).



Abbildung 1: Die 17 SGSs (Welthungerhilfe.de, o. J.)

Zusammenfassend geht aus der Literatur hervor, dass Fragen der nachhaltigen Tourismusentwicklung eng mit der Wettbewerbsfähigkeit durch die steigende Innovationskraft in den diversen Geschäftsbereichen verbunden sind (Streimikiene et al., 2021). Die genannten Ziele einer nachhaltigen Entwicklung stehen im stetigen Wandel, welcher durch die Akteur/innen im Markt, durch wechselnde Kund/innenbedürfnisse, durch den ständigen Bedarf an Qualitätsverbesserung, durch politische Regulatoren sowie durch das allgemeine Weltgeschehen, angetrieben werden. Aus diesem Grund stellt die Innovation und im speziellen die Öko-Innovation einen wichtigen Mechanismus dar, der dabei helfen soll die genannten Ziele der nachhaltigen Entwicklung im Sinne der UN zu erreichen (Hallenga-Brink & Brezet, 2005). Im nachfolgenden Kapitel wird der Mechanismus Öko-Innovation im Detail erläutert.

3 Innovation und Öko-Innovation

Um das Verständnis über die Thematik der vorliegenden Arbeit zu gewährleisten werden im nachfolgenden Kapitel die Begriffe Innovation und Öko-Innovation definiert, abgegrenzt und diskutiert. Darüber hinaus werden die Typologien der Öko-Innovation erläutert und das Konzept innerhalb des Tourismuskontext beleuchtet.

3.1 Definition und Begriffsabgrenzung

3.1.1 Innovation

Als Mindestanforderung an eine Innovation wird festgelegt, dass der Prozess, das Produkt, die organisatorische Methode oder die Marketingmethode für ein Unternehmen neu sein muss oder bedeutende Verbesserungen mit sich bringt. Dies gilt unabhängig davon, ob das Unternehmen die Innovation als erstes entwickelt oder übernommen hat (OECD & Eurostat, 1997). Innovationen werden als signifikante Neuerungen definiert. Um diese von Routineänderungen zu unterscheiden, ist es wichtig zu erkennen, dass eine Innovation auch aus einer Reihe inkrementeller Anpassungen bestehen kann. Das allgemeine Verständnis von Innovation, wird im OSLO-Handbuch der OECD (1997) wie folgt ausformuliert:

“An innovation is the implementation of a new or significantly improved product (good or service), or process, a new marketing method, or a new organisational method in business practices, workplace organisation or external relations (OECD & Eurostat, 1997, S. 46).

Diese Definition betont den institutionellen Kontext der Innovation durch den Begriff der Neuartigkeit für eine bestimmte Gruppe. Dies ist von Bedeutung, da der Grad der Innovation in hohem Maß kontextabhängig ist. Was für eine bestimmte Gruppe zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem bestimmten Ort innovativ ist, kann für eine andere Gruppe völlig trivial sein (Carrillo-Hermosilla et al., 2010). Diese umfassende Definition deckt ein weites Spektrum an Innovationsmöglichkeiten ab. Dazu gehört die Implementierung einer oder mehrerer Innovationen, die laut OSLO-Handbuch (1997) in die vier Kategorien: Prozessinnovationen, Produktinnovationen, Marketinginnovationen und organisatorische Innovationen untergliedert werden. Eine Prozessinnovation bringt eine erhebliche Veränderung der Produktions-, Vertriebs-, oder Liefermethoden mit sich sowie Änderungen von Techniken, Ausrüstung und/oder Software. Eine Produktinnovation ist die Markteinführung einer Ware oder Dienstleistung, die in ihren Eigenschaften oder ihrem Verwendungszweck neu oder

signifikant verbessert ist. Dazu gehören erhebliche Verbesserungen der technischen Spezifikationen, Komponenten und Materialien, der integrierten Software und Benutzerfreundlichkeit. Zu den organisatorischen Innovationen gehören neue Formen des Managements und eine Marketing-Innovation beschreibt die Einführung einer neuen Marketing-Methode, wesentliche Änderungen in der Produktgestaltung, Produktplatzierung, Produktwerbung oder Preisgestaltung.

Wichtig ist, dass sich Innovationen von Erfindungen unterscheiden. Diese beschreiben eine Idee oder ein Modell für ein neues, verbessertes Produkt oder Verfahren. Eine Erfindung wird zu einer Innovation, wenn diese zum ersten Mal auf den Markt kommt und tritt anschließend in die Diffusionsphase ein, wo diese im Laufe der Zeit vermehrt genutzt und angenommen wird (OECD & Eurostat, 1997).

Die oben genannten Kategorien der OECD sind laut Rennings (2000) für die Forschung zur nachhaltigen Entwicklung von Nutzen jedoch nicht ausreichend. Rennings (2000) kritisiert, dass die OECD-Definition nicht ausdrücklich zwischen Umwelt- und Nicht-Umwelt-Innovationen unterscheidet. In Bezug auf den Inhalt der Veränderung gilt die allgemeine Definition als neutral und offen formuliert, wobei Innovationen, die eine nachhaltige Entwicklung fördern, inhaltlich klar ausgerichtet sind (Rennings, 2000). Aus diesem Grund wird nachfolgend der Begriff Öko-Innovation näher betrachtet.

3.1.2 Öko-Innovation

Der Begriff Öko-Innovation erscheint zum ersten Mal im Zuge der Konferenz der Vereinten Nationen über Umwelt und Entwicklung, die 1992 in Rio de Janeiro unter dem Fokus der nachhaltigen Entwicklung stattfand (Fussler & James, 1996; Rennings, 2000). Ausgehend davon geriet die Debatte zum Thema nachhaltige Entwicklung in Europa und der OECD unter politische Aufmerksamkeit. Die Debatte wurde weiter verstärkt nachdem die UN die Bedeutung von Innovation im Zusammenhang mit der Erreichung der Ziele für eine nachhaltige Entwicklung betont (United Nations, 2015).

Öko-Innovation bezeichnet Innovationen, die durch die Entwicklung ökologischer Verbesserungen zu einer nachhaltigen Umwelt beitragen (Xavier et al., 2017). Es gibt eine Reihe von Definitionen für den Begriff. Im Allgemeinen wird in den Definitionen, unabhängig von deren Hauptmotivation, die Verringerung der Umweltauswirkungen, die durch Konsum- und die Produktionstätigkeiten entstehen, hervorgehoben, diese

beziehen sich häufig auf Verhaltensänderungen, wie z.B. die Beschaffung durch regionale Lieferant/innen (Kemp et al., 2019). Eine Öko-Innovation ist dabei entweder das Ergebnis eines Prozesses oder der Prozess selbst (Carrillo-Hermosilla et al., 2010).

Autor/innen	Konzept & Definition der Öko-Innovation
(Fussler & James, 1996; nach Carrillo-Hermosilla et al., 2010, S. 1074)	"Eco-innovation is the process of developing new products, processes or services which provide customer and business value but significantly decrease environmental impact".
(European Commission, 2007, S. 5)	"Eco-innovation is any form of innovation aiming at significant and demonstrable progress towards the goal of sustainable development, through reducing impacts on the environment or achieving a more efficient and responsible use of natural resources, including energy"
(OECD & Eurostat, 1997, S. 10)	Innovation is "the implementation of a new or significantly improved product (good or service), or process, a new marketing method, or a new organisational method in business practices, workplace organisation or external relations"
(OECD, 2009, S. 11)	"Eco-innovation represents innovation that results in a reduction of environmental impact, whether such an effect is intended or not; 2) The scope of eco-innovation may go beyond the conventional organisational boundaries of the innovating organisation and involve broader social arrangements that trigger changes in existing socio-cultural norms and institutional structures"
(Kemp & Pearson, 2008, S. 7)	"Eco-innovation is the production, assimilation or exploitation of a product, production process, service or management or business method that is novel to the organisation (developing or adopting it) and which results, throughout its life cycle, in a reduction of environmental risk, pollution and other negative impacts of resources use (including energy use) compared to relevant alternatives"

Tabelle 1: Öko-Innovation Definitionen eigene Darstellung

Fussler und James (1996), definieren Öko-Innovationen als neue Produkte und Verfahren, die einen Mehrwert für Kund/innen und Unternehmen bieten und Umweltauswirkungen deutlich verringern. Das Konzept der Öko-Innovation laut Fussler und James (1996) wurde auf der Grundlage des Konzepts der nachhaltigen Entwicklung ausformuliert. Die OECD (2009) unterstreicht den ganzheitlichen Ansatz der Öko-Innovation und betont, dass es sich dabei um eine organisatorische Praxis handelt, die eine Reihe von Merkmalen integriert. Diese reichen von Veränderungen bis zu Innovationen bei Produkten, Prozessen, Organisationen und Institutionen. Die OECD betont weiter, dass Öko-Innovationen zum einen ökologisch motiviert sein können, aber auch als Nebeneffekt anderer Ziele auftreten, wie z.B. bei der Senkung der Produktionskosten (Carrillo-Hermosilla et al., 2010). In ähnlicher Weise definieren Kemp und Pearson (2008) Öko-Innovation, da sich deren Definition an die OECD

anlehnt (Schiederig et al., 2012). Kemp und Pearson (2008) beziehen sich ebenfalls auf eine gesamtheitliche Betrachtungsweise, indem sie den gesamten Lebenszyklus einer Öko-innovation miteinbeziehen. Da jede Technologie in der Produktionskette und während der Nutzung gewisse Umweltschäden verursacht, ist eine Gesamtbeurteilung der Umweltauswirkungen und Risiken von Vorteil (Díaz-García et al., 2015). Laut der Definition von Kemp und Pearson (2008) ist alles eine öko-innovative Lösung, solange sie umweltfreundlicher ist als die entsprechende Alternative. Im selben Wortlaut definiert auch die Europäische Kommission (2004) Öko-Innovationen. Dies lässt Raum für Kritik, da „normale Innovationen“ ebenfalls ökologische Vorteile bieten (Carrillo-Hermosilla et al., 2010). Was daraufhin deutet, dass die meisten technologischen Innovationen wahrscheinlich einen Nutzen für die Umwelt haben. Im Umkehrschluss muss der Einsatz von Öko-Innovationen nicht zu einer absoluten Verringerung der Umweltbelastungen führen. Aus diesem Grund wird in der Literatur diskutiert ob der Begriff Öko-Innovation nur auf Innovationen beschränkt werden soll, welche auf die Verringerung von Umweltschäden abzielen (Díaz-García et al., 2015). In Anlehnung an Kemp und Foxon (2007), kann daher zwischen ökologisch motivierten Innovationen und umweltfreundlichen „normalen“ Innovationen differenziert werden. Da der Fokus auf der Verringerung der Umweltauswirkungen liegt, spielt laut Carrillo-Hermosilla et al. (2010) die ursprüngliche Motivation für die Einführung der Öko-Innovation aus ökologischer Sicht keine Rolle.

Der Konsensus ergibt, dass das maßgebliche Kriterium für die Feststellung, ob es sich bei einer Innovation um eine Öko-Innovation handelt, ist, dass ihre Nutzung weniger umweltschädlich ist als die Nutzung relevanter Alternativen. Dies lässt darauf schließen, dass die Definition ergebnisorientiert und nicht motivationsorientiert ist. Daher definiert die Forschung Öko-Innovation im Allgemeinen auf zwei Arten, zum einen durch ihre Auswirkungen auf die Umwelt und/oder durch die Absicht der Innovator/innen (Díaz-García et al., 2015). Foxon und Andersen (2009) betonen weiter, dass die Praktiken der Öko-Innovation über die bloße Übernahme von kohlenstoffarmen Technologien hinausgeht. Vielmehr umfassen sie die Schaffung und Anwendung neuen Wissens und Auslöschung veralteter Praktiken. Arundel und Kemp (2009) betonen, dass Öko-Innovation ein umfassendes Konzept darstellen, das alle Bemühungen von der Herstellung eines Öko-Produkts über die Durchführung eines Öko-Prozesses bis hin zum Management einer Öko-Organisation beinhaltet (Antonioli et al., 2013). Öko-Innovationen sind daher eine Kombination aus

unterschiedlichen Faktoren und Aktivitäten. Das lässt darauf schließen, dass Öko-Innovationen komplex sind, da diese die Summe mehrerer Innovationen abbilden (Alonso-Almeida et al., 2016).

In der Forschung gibt es keine klare Definition der Öko-Innovation, es werden mehrere Definitionen anerkannt (Saez-Martinez et al., 2016). Die vorliegende Arbeit folgt der Definition von Kemp und Pearson (2008), da diese die Verringerung des Umweltrisikos während des gesamten Lebenszyklus eines Produkts und den Neuheitsgrad näher beschreibt (Hazarika & Zhang, 2019). Darüber hinaus stützt sich die Definition nach Kemp und Person (2008) auf die Umweltleistung und nicht bloß auf die Umweltziele der Innovation, was für die vorliegende Arbeit von Interesse ist, da hier die Frage nach den Umweltauswirkungen im Zusammenhang mit der Nutzung im Vordergrund steht.

In der prädominierenden Literatur werden verschiedene Begriffe und Terminologien zur Beschreibung von Innovationen, die weniger negative Auswirkungen auf die Umwelt haben, angewandt. Die am häufigsten verwendeten Begriffe zur Beschreibung dieser Innovationen sind "grün", "öko", "umweltfreundlich" und "nachhaltig". Diese werden in der Literatur weitgehend austauschbar eingesetzt (Hazarika & Zhang, 2019; Xavier et al., 2017). Nach Silvestre und Țîrcă (2019) gibt es vier verschiedenen Arten von Innovationen die je nach Betonung der sozialen oder umweltbezogenen Aspekte unterschieden werden. Das Modell lässt somit erkennen, dass sich die Definition von nachhaltigen Innovationen und grünen Innovationen unterscheidet und die Terminologien damit nicht austauschbar sind (*siehe Abbildung 2*).

Social Emphasis	SOCIAL INNOVATIONS	SUSTAINABLE INNOVATIONS
	<p>-Primary focus is given to the social dimension and associated concerns when developing and/or adopting this type of innovation;</p> <p>-Environmental dimension/concerns and economic dimension/concerns are subservient (i.e., often compromised to maximize social outcome).</p>	<p>-Social, environmental and economic dimensions and their associated concerns are considered in a balanced approach when developing and/or adopting this type of innovation;</p> <p>-There is no maximization opportunities, but satisfactory solutions that allow all the three pillars to be considered simultaneously.</p>
Low	TRADITIONAL INNOVATIONS	GREEN INNOVATIONS
	<p>-Primary focus is given to the economic dimension and associated concerns when developing and/or adopting this type of innovation;</p> <p>-Environmental dimension/concerns and social dimension/concerns are subservient (i.e., often compromised to maximize economic/financial outcome).</p>	<p>-Primary focus is given to environmental dimension and associated concerns when developing and/or adopting this type of innovation;</p> <p>-Social dimension/concerns and economic dimension/concerns are subservient (i.e., often compromised to maximize environmental outcome).</p>
	Low	High
	Environmental Emphasis	

Abbildung 2: Typologien der Innovation nach Silvestre und Țîrcă (2019)

Der Schwerpunkt bei grünen Innovationen liegt auf den ökologischen Herausforderungen und damit auf der ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit. Das Ziel dabei ist negative Umweltauswirkungen zu minimieren und dabei die Wirtschaftlichkeit zu gewährleisten (Silvestre & Țîrcă, 2019). Verwandte Begriffe, sind „öko“, „ökoeffiziente“ Innovation (Yenipazarli, 2017) oder „Umweltinnovation“ (Beise & Rennings, 2005), „externalitätsreduzierende Innovation“ (Dyck & Silvestre, 2018) oder „kohlenstoffarme Innovation“ (Uyerra et al., 2016). Eine nachhaltige Innovation betont im Gegenteil dazu die ökologische als auch die soziale Dimension und strebt damit nicht die Maximierung einer einzelnen Dimension an (Hall et al., 2012). Die nachhaltige Innovation fokussiert alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit nach Elkington (1997) gleichermaßen. Diese Art von Innovation gilt als komplex und risikoreich, da sie ein breites Spektrum an Stakeholder miteinbezieht und diese oft widersprüchliche Forderungen aufweisen. Dadurch kommt es häufig zu

Kompromisslösungen (Silvestre & Țîrcă, 2019). Synonyme Begriffe sind „sozial-ökologische Innovation“ (Edgeman & Eskildsen, 2014) oder "nachhaltigkeitsorientierte Innovation" (Adams et al., 2016). Soziale Innovationen adressieren soziale Herausforderungen und haben zum Ziel das gesellschaftliche Wohlergehen zu verbessern (Dawson & Daniel, 2010). Innerhalb der traditionellen Innovation findet die soziale und ökologische Dimension wenig Beachtung, da hier der Fokus auf der Gewinnmaximierung und somit auf der wirtschaftlichen Dimension liegt (Silvestre & Țîrcă, 2019). Das Modell hilft dabei den Begriff Öko-Innovation im Kontext der vorliegenden Arbeit einzuordnen und verweist auf die Abgrenzung zu traditionellen, sozialen und nachhaltigen Innovationen.

3.2 Theoretischer Hintergrund

Die Theorien, die sich mit dem Wesen radikaler oder inkrementeller Öko-Innovationen beschäftigen, welche in einer Nische am Rande der bestehenden Systeme entstehen, sind unzureichend. Es wird daher empfohlen, Öko-Innovation aus dem Blickwinkel der Koevolution zu betrachten. Die Integration der Literatur zum Thema Öko-Innovation und der Übergang zur Nachhaltigkeit sind dabei von Nutzen. Annahmen aus der Institutionentheorie, der Stakeholder Theorie sowie Theorien wie die ressourcenbasierte Sichtweise oder die Designtheorie werden in der prädominierenden Literatur mit soziotechnischen Rahmen und sozialen Praktiken kombiniert, um eine theoretische Basis zu schaffen (Hazarika & Zhang, 2019).

3.2.1 Schumpetersche Innovationstheorie

Die akademische Innovationsforschung im Kontext des Unternehmertums wird vor allem durch Joseph A. Schumpeter und dessen Werke „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ (1912) und „Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie“ (1942) begründet (Hjalager, 2010; Pacheco et al., 2017; Schumpeter & Swedberg, 2005). Schumpeter beschreibt darin die Rolle der Durchsetzung neuer Kombinationen in späterer Folge Innovationen und betrachtet das Auftreten diskontinuierlicher und revolutionärer Veränderungen als den Kern der wirtschaftlichen Entwicklung und Treiber der Wettbewerbsfähigkeit (Clark, 2007). Diskontinuierliche Entwicklungen der betreffenden Volkswirtschaft erfolgen dadurch, "daß das Neue in der Regel nicht aus dem Alten herauswächst, sondern neben das Alte tritt und es niederkonkurriert und alle Verhältnisse so ändert, daß ein besonderer 'Einordnungsprozeß' nötig wird" (Schumpeter, 1997, S. 322).

Der Ansatz zur Identifizierung von Innovationskategorien auf Basis der Schumpeterschen Innovationstheorie wird in der Tourismusforschung bereits verbreitet genutzt (Hjalager, 2010). Auch die Klassifizierung von Produkt- und Prozessinnovationen nach Schumpeter lassen sich sinnvoll auf Öko-Innovationen anwenden (Hellström, 2007). Die Arbeiten Schumpeters haben die Innovationsforschung stark geprägt. Er argumentierte, dass die wirtschaftliche Entwicklung durch Innovation in einem dynamischen Prozess vorangetrieben wird, in dem neue Technologien alte ersetzen (Hjalager, 2010).

3.2.2 (Natural) Ressource Based View

Eine der am häufigsten verwendeten Theorien zur Analyse der Öko-Innovation ist die Ressource Based View (RBV), welche die Ressourcen und Fähigkeiten eines Unternehmens als einen zentralen Wettbewerbsvorteil sieht (Hazarika & Zhang, 2019). Dabei werden sowohl materielle als auch immaterielle Vermögenswerte miteinbezogen. Diese Sichtweise ist bedeutend für Studien, die sich mit der Rolle der Vermögenswerte und deren Beitrag zur Verbesserung der Umwelt- und Finanzleistung eines Unternehmens und somit der Erzielung eines langfristigen Wettbewerbsvorteil, beschäftigen (Aboelmaged, 2018). Die RBV wird trotz der Dominanz in der Forschung als starr und quantitativ kritisiert, da sie die Art und Weise, wie Ressourcen zur Leistungssteigerung ausgerichtet werden, außer Acht lässt und sich damit nicht mit der Operationalisierung von Ressourcen beschäftigt (Hart & Dowell, 2011; Hazarika & Zhang, 2019).

Hart (1995) erweitert die RBV zur Natural Ressource Based View (NRBV) indem dieser argumentiert, dass die Interaktion eines Unternehmens mit der natürlichen Umwelt durch nachhaltige Entwicklung, Vermeidung von Umweltverschmutzung und Produktverantwortung eine Quelle von Wettbewerbsvorteilen darstellt (Aboelmaged, 2018; Wang et al., 2020). Auf der Grundlage der NRBV unterstreicht die Umweltorientierung eine organisatorische Fähigkeit, die gleichzeitig aktuelle und zukünftige ökologische und gesellschaftliche Bedürfnisse befriedigt und die wirtschaftlichen Ziele einer Organisation verfolgt (Aboelmaged, 2018; Pujari, 2006). Die Umweltorientierung ist deshalb eine strategische Fähigkeit, die das Potential hat eine nachhaltige Entwicklung zu forcieren. Mit Hilfe von organisatorischen Ressourcen, einer strategischen Vision und einer positiven Umweltkultur unterstützt die Umweltorientierung Organisationen dabei Umweltinitiativen für externe und interne Stakeholder sichtbar zu machen (Aboelmaged, 2018; Gabler et al., 2015). Ein

weiteres Merkmal der Umweltorientierung ist die Proaktivität, welche ein kontinuierliches Engagement bei der Verfolgung von Umweltchancen widerspiegelt, um somit unerwünschte Umwelteinflüsse zu vermeiden (Graham & Potter, 2015). Im Kontext des Tourismus wird die Umweltorientierung weitgehend als strategische Ausrichtung identifiziert. Die Umweltorientierung im Beherbergungssektor wird von Carmona-Moreno et al. (2004) anhand von drei Dimensionen definiert. Diese umfassen die Erfahrung des Betriebes bei der Einführung von Umweltpraktiken, die Haltung des Managements gegenüber der Umwelt und Messsysteme.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die NRBV ein geeignetes Instrument ist, um die Rolle der Umweltorientierung in Beherbergungsunternehmen zu identifizieren und die Auswirkungen daraus zu erkennen. Aboelmaged (2018) argumentiert, dass speziell die Beziehung zwischen der Umweltorientierung und Öko-Innovationen noch weiter empirisch untersucht werden muss, um Lücken in der Literatur zu schließen. Hier setzt die vorliegende Forschungsarbeit an, um mithilfe der NRBV den systemische Prozess der Öko-Innovation zu verstehen (Portillo-Tarragona et al., 2018).

3.2.3 Das eco-innovation causal chain Modell

Das „eco-innovation causal chain“ Modell nach Kemp et al. (2019) (siehe *Abbildung 3*) beschreibt die Verknüpfungen zwischen Öko-Innovation Inputs, den Unternehmensfähigkeiten und Ressourcen, welche auf der NRBV aufbauen sowie den Outputs und der Performance des Unternehmens und der daraus entstehenden Auswirkungen auf die Umwelt. Die Performance der Öko-Innovation hängt von den Öko-Innovation Outputs aus den Öko-Innovationsaktivitäten ab, die wiederum auf den Öko-Innovationsfähigkeiten aufbauen. Diese direkte Beziehung zwischen den Items ist in der *Abbildung 3* durch die dunklen Pfeile gekennzeichnet. Die hellen Pfeile stellen die indirekten Beziehungen der Items dar. Das Modell nach Kemp et al. (2019) weist keine Legende auf, die Interpretation wird aus den dazugehörigen Textbausteinen entnommen.

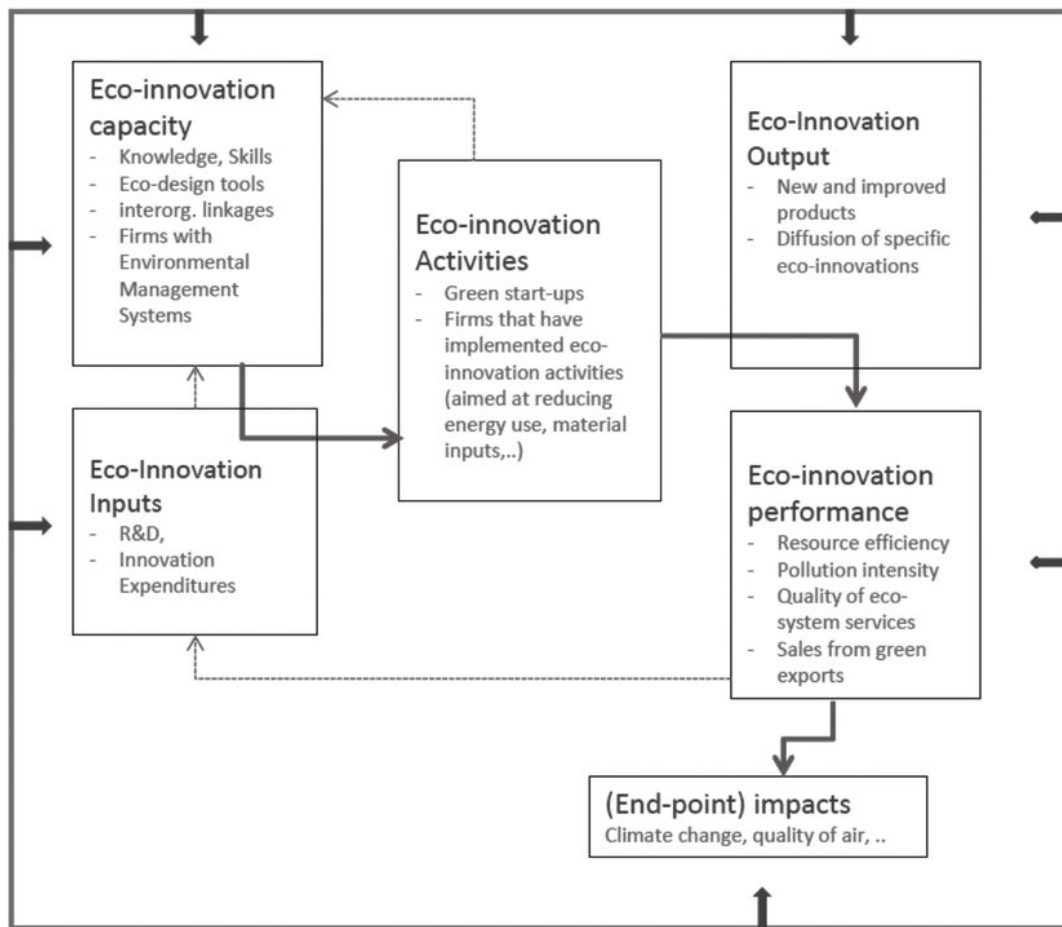


Abbildung 3: "eco-innovation causal chain" Modell (Kemp et al. 2019)

Alle Elemente werden von Rahmenbedingungen und externen sowie internen Treibern und Barrieren beeinflusst. Der Rahmen stellt den Unternehmenskontext dar. Durch die unterschiedlichen Rückkopplungsschleifen wird das System nichtlinear und komplex. Das Modell bietet somit einen konzeptionellen Rahmen, um das von Komplexität geprägte Öko-Innovationssystem in einem Unternehmen zu verstehen und Zusammenhänge zu visualisieren. Das Modell unterstützt die Frage danach, welche Fähigkeiten ein Unternehmen hat und wie dieses die Ressourcen einsetzt, um nachhaltig zu agieren und im Sinne der Öko-Innovation Auswirkungen der Unternehmenspraxis auf die Umwelt reduziert. Darüber hinaus zeigt es auf wie wichtig die Abstimmung verschiedener Aktivitäten innerhalb des Systems ist, da jede Aktivität in Abhängigkeit zu einer anderen steht. Ziel des Modells ist es die Wirkungszusammenhänge sowie die darauffolgenden Auswirkungen aufzuzeigen (Kemp et al., 2019).

- **Eco-innovation Inputs** umfassen finanzielle und personelle Ressourcen sowie Investitionen für Forschungs- und Entwicklungsprozesse (EIO, 2016). Eco-innovation Inputs zielen darauf ab Eco-innovation Activities auszulösen. Laut Kemp et al. (2019) ist hervorzuheben, dass speziell der Punkt der Forschung und Entwicklung innerhalb der Kategorien der Organisations- und Dienstleistungs-Öko-Innovation unüblich ist, da hier die Entwicklung von technologischen Innovationen eine untergeordnete Rolle spielt, weil die Hälfte der europäischen Unternehmen Innovationen implementiert, ohne zuvor Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten zu betreiben (Kemp et al., 2019).

- **Eco-innovation Capacity** zeigt auf welche immateriellen und materiellen Ressourcen und Vermögenswerte ein Unternehmen vorweist, um mit Hilfe derer die Eco-innovation Activities durchzuführen. Dabei stützt sich die Eco-innovation Capacity auf die NRBV, die aufzeigt welche Ressourcen wie eingesetzt werden. Beispiele für eine Öko-Innovationsfähigkeit im Sinne der NRBV ist die Umweltorientierung, welche darauf abzielt ökonomische, ökologische und soziale Bedürfnisse zu vereinen (Pujari, 2006). Ein weiteres Beispiel sind Umweltmanagementsysteme, die Unternehmen bei der Ermittlung und Umsetzung von Maßnahmen zur Verbesserung der Umwelt unterstützen (Kemp et al., 2019).

- **Eco-innovation Activities** konzentrieren sich auf die einzelnen Bemühungen und Aktivitäten eines Unternehmens innerhalb der operativen Tätigkeiten, die Umweltauswirkungen der Unternehmenspraxis zu reduzieren. Hierbei geht es weniger um die tatsächlichen Ergebnisse einer Innovationstätigkeit als um die Tätigkeit an sich. Indikatoren können hier die Einführung von nachhaltigen Produkten, ressourceneffizienten Maßnahmen oder Zertifizierungen sein (Kemp et al., 2019).

- **Eco-innovation Output** zeigt die Einführung von Prozess- oder Produktinnovationen, die entweder intern entwickelt wurden oder aus externen Quellen stammen. Somit verweist der Eco-innovation Output auf die Ergebnisse der Eco-Innovation Activities. Diese Ergebnisse können der Öko-Innovationsprozess oder das Produkt selbst sein, welche sich unterteilen in inkrementellen oder radikalen Innovationen. Der Unterschied dieser

Innovationstypen wird im *Kapitel 3.3* näher beschrieben. Darüber hinaus kann mit Hilfe der Outputs überwacht werden inwieweit eine Wissensgenerierung (Patente, wissenschaftliche Publikationen, Medienberichte) im Zusammenhang mit der Öko-Innovation stattfindet (EIO, 2016).

- **Eco-innovation Performance** zeigt die weit gefassten sozioökonomischen Ergebnisse der Eco-Innovation Activities auf. Dazu gehören z.B. Exporte und Umsätze, die mit den Eco-Innovation Activities in Verbindung gebracht werden oder Veränderungen in der Beschäftigungsquote sowie die Steigerung der Ressourceneffizienz und die Verringerung des Verschmutzungsgrades im Zusammenhang mit den Unternehmensaktivitäten.
- **End-Point Impacts** erfassen die Auswirkungen des Öko-Innovationssystem auf die Umwelt. Sie messen zum einen die Folgen von nicht nachhaltigen Praktiken (z.B. Verlust der Biodiversität) sowie die Effekte von nachhaltigen Praktiken (z.B. Verringerung des Materialverbrauchs oder der Treibhausgase). Die Folgen und Effekte die sich aus dem Öko-Innovationssystem ergeben können Auswirkungen auf alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit haben (Kemp et al., 2019). Das Identifizieren von Auswirkungen, Effekten und Folgen von Öko-Innovationen ist von besonderem Interesse im Hinblick auf ein grünes Wirtschaftswachstum und die Analyse von Umweltproblematiken im Zusammenhang mit einer nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung (Kijek & Kasztelan, 2013).

Rahmenbedingungen zu denen z.B. globale Einflüsse, Vorschriften, aktuelle Marktpreise oder informelle Institutionen gehören (EIO, 2016) sowie die externen und internen Treiber und Barrieren welche ebenfalls auf das Öko-Innovationssystem einwirken werden in *Kapitel 3.4* erläutert.

Anpassung des „Eco-innovation causal chain“ Modell:

Um das Konzept der Öko-Innovation anhand von Tiny Houses im Beherbergungssektor theoretisch fundiert zu erforschen baut die Autorin die empirische Forschung auf dem „Eco-innovation causal chain“ Modell nach Kemp et al. (2019) auf. Das Modell wird dem Tourismuskontext angepasst und folglich im Hinblick auf die Auswirkungen des Öko-Innovationssystem anhand der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit sowie auf tiefergehender Ebene anhand der 17 SDGs welche den Dimensionen der Nachhaltigkeit zugeordnet werden, spezifiziert. Nachfolgend werden die Anpassungen des Modells und die Herleitung dieser beschrieben, sowie dieses grafisch dargestellt.

Die Autorin spezifiziert das Item Öko-Innovationsfähigkeiten mit Hilfe der NRBV da sich anhand derer im Speziellen die umweltbezogenen Unternehmensressourcen und Fähigkeiten, die in weiterer Folge für die Implementierung und Ausübung der Öko-Innovationsaktivitäten erforderlich sind, identifizieren lassen. Dafür fügt die Autorin zu den bereits vorhandenen Indikatoren den zusätzlichen Indikator der Umweltorientierung hinzu, welcher innerhalb der NRBV als essenziell gilt (Aboelmaged, 2018; Pujari, 2006). Die NRBV und der Zusammenhang mit der Umweltorientierung wurde bereits im vorhergehenden *Kapitel 3.2.2* beschrieben.

Da das Modell nach Kemp et al. (2019) auf den Industriesektor ausgelegt ist, wurden einige Indikatoren angepasst. Folglich verweisen die Punkte Ressourceneffizienz und Verschmutzungsgrad auf Energie- und Wasserverbrauch sowie Abfallmanagement, da diese als Kernaspekte der ökologischen Nachhaltigkeit im Tourismuskontext gelten (*siehe Kapitel 3.7*). Da sich das Zukunftspotential von Öko-Innovationen in Beherbergungsbetrieben, vor allem auf Bereiche wie Recycling, erneuerbare Energien und Energieeinsparungssysteme bezieht fließen diese in den konzeptionellen Rahmen mit ein (Alonso-Almeida et al., 2016; Kim et al., 2019).

Die empirische Forschung der vorliegenden Arbeit bezieht sich vor allem auf die Auswirkungen, da dieses Element ausschlaggebend für die Beantwortung der Forschungsfrage ist. Da das Modell eine ganzheitliche Sichtweise aufzeigt und Kausalzusammenhänge beschreibt, welche in der Innovationsforschung laut Schumpeter essenziell sind, trägt dieses zum einen zur Beantwortung der Forschungsfrage und zum anderen zum Verständnis des Konzeptes der Öko-Innovation innerhalb des Tourismuskontext bei.

Um die Forschungsfrage der vorliegenden Arbeit, die den Beitrag und somit die Auswirkungen von Öko-Innovationen anhand des Tiny House Konzeptes im Beherbergungsbereich fokussieren, zu beantworten, differenziert die Autorin die im Originalmodell nach Kemp et al. (2019) allgemein gehaltene End-Point Auswirkungen weiter aus. Die Auswirkungen, die das Modell beschreibt, werden im Kontext der Nachhaltigkeit den drei Säulen der nachhaltigen Entwicklung im Tourismus, welche die ökologische, ökonomische und sozio-kulturelle Dimension umfasst, zugeordnet. Die Klassifizierung der Auswirkungen, welche innerhalb der Befragung identifiziert werden, erfolgt mit Hilfe der 17 SDGs um daraus nach der Durchführung der empirischen Studie spezifische Empfehlungen abzuleiten. Für den Zweck der empirischen Studie wurden die 17 SDGs in Anlehnungen an Kostoska und Kocarev (2019) der ökologischen, ökonomischen und sozio-kulturellen Dimension zugeordnet (siehe Abbildung 4).



Abbildung 4: End-Point Auswirkungen aus "Eco-innovation causal chain" Modell; Eigendarstellung angelehnt an Kostoska und Kocarev (2019)

Im Zusammenhang mit der Klassifizierung der SDGs innerhalb der drei Säulen ist zu erwähnen, dass es in der Wissenschaft sowie seitens der UN keinen Konsens über eine eindeutige Klassifizierung gibt. Die Autorin hat bewusst alle 17 SDGs in das Modell miteinbezogen, um nicht im Vorhinein eine eingeschränkte Sichtweise auf die Auswirkungen zu haben und damit möglicherweise Folgen und Effekte, die sich auf ein bestimmtes SDG beziehen auszuschließen. Aus diesem Grund verweist das Modell nicht nur auf die SDGs, welche im *Kapitel 2.4* und *3.5* identifiziert wurden.

Der Zusammenhang der Auswirkungen mit den SDGs, welche eine nachhaltige Entwicklung forcieren, baut auf den konzeptionellen Rahmen der Studie von Abdou et al. (2020) auf, welcher die Auswirkungen von grünen Hotelpraktiken auf die Ziele und Vorgaben der umweltbezogenen SDGs und deren Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung erforscht. Die vorliegende Arbeit forscht auf Micro-Ebene, da sich diese auf das Unternehmensumfeld von Tiny Houses im Beherbergungssektor konzentriert, da speziell auf dieser Ebene Forschungsbedarf besteht (Pacheco et al., 2017; Sharma et al., 2020; Tamayo-Orbegozo et al., 2017).

Ziel ist die Untersuchung des Öko-Innovationssystem anhand des konzeptionellen Rahmens und der definierten Items mit den dazugehörigen Indikatoren. Darüber hinaus sollen die Auswirkungen des Öko-Innovationssystem und somit die Effekte und Folgen, die sich daraus auf die Umwelt und spezifisch auf die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit und die SDGs ergeben, erforscht werden, um so den Beitrag der Öko-Innovation Tiny House im Beherbergungsbereich innerhalb der drei Dimensionen einzuordnen und mit Hilfe der SDGs zu klassifizieren.

“Eco-innovation causal chain“ Modell angepasst an die empirische Studie der vorliegenden Arbeit:

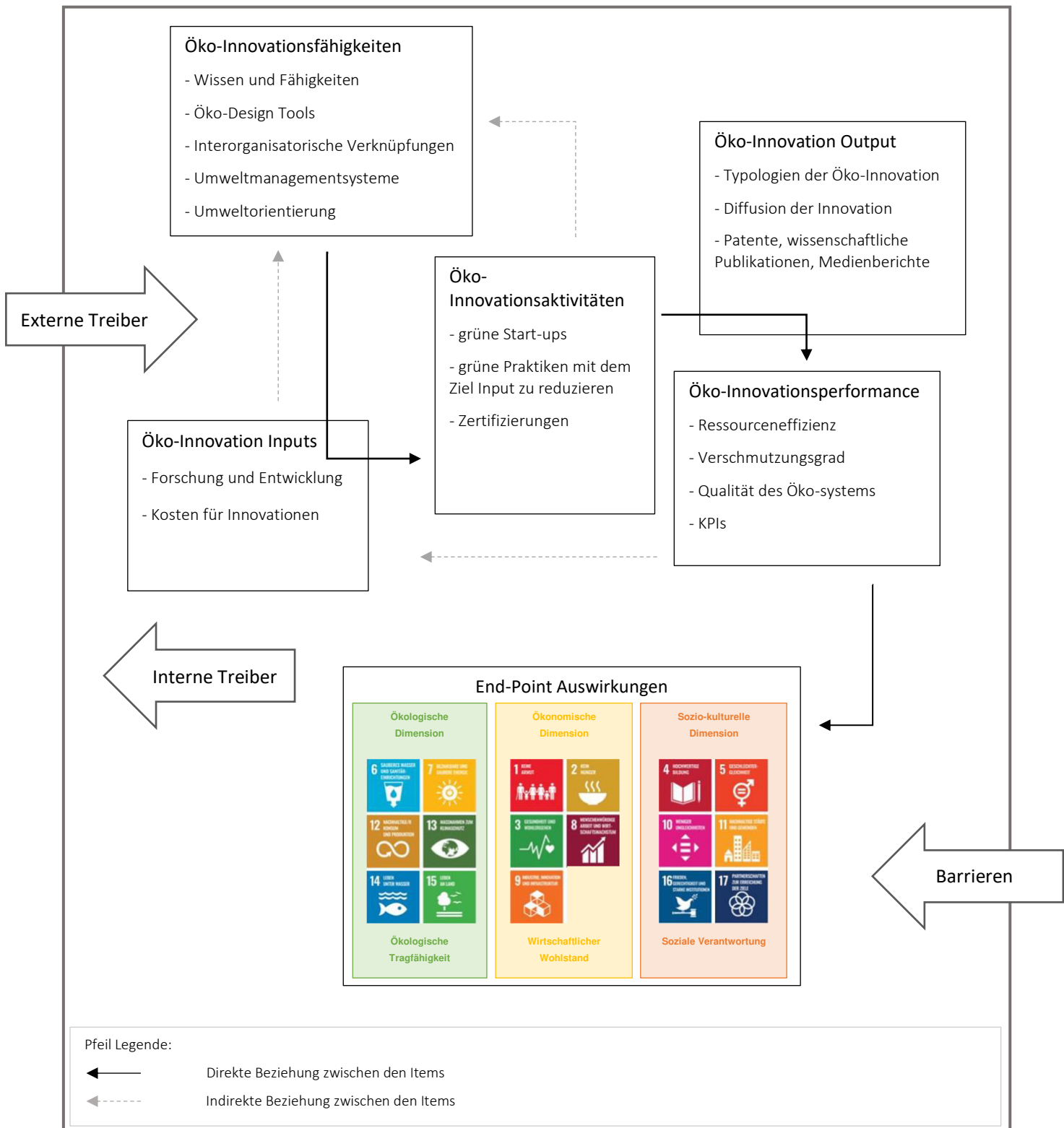


Abbildung 5: Eigendarstellung des "Eco-innovation causal chain" Modell angelehnt an Kemp et al. (2019) und ergänzt durch Eigendarstellung Abbildung 2: End-Point Auswirkungen angelehnt an Kostoska und Kocarev (2019).

3.3 Typologien der Öko-Innovation

Es gibt verschiedene Arten wie Öko-Innovationen in der Literatur klassifiziert werden. Die Klassifizierung ist ein wesentliches Instrument, um die Verbreitung dieses Wissensgebiets zu erleichtern und einen höheren Reifegrad des Konzepts der Öko-Innovation zu erreichen (Xavier et al., 2017). In diesem Kapitel werden die wichtigsten Typologien diskutiert.

Im Grunde bezieht sich Innovation auf die Veränderung der Art und Weise wie etwas getan wird. Für die Charakterisierung von Innovationen, einschließlich Öko-Innovationen, ist es daher sinnvoll sich mit Veränderungen zu befassen. Dabei wird in der Literatur zwischen inkrementellen und radikalen Veränderungen unterschieden (Saez-Martinez et al., 2016), welche durch (Öko-)Innovationen herbeigeführt werden können (Könnölä & Carrillo-Hermosilla, 2008).

- *inkrementelle Veränderungen*, sind sukzessive Anpassungen oder Verfeinerungen bestehender Produkte und Dienstleistungen, die kompetenzsteigernd wirken, wodurch ein Mehrwert im bestehenden System geschaffen wird. Sie sind z.B. eine wichtige Quelle für die Verbesserung der Effizienz oder Benutzerfreundlichkeit (Kemp et al. 2019).
- *radikale Veränderungen*, beinhalten kompetenzvernichtende und diskontinuierliche Änderungen oder disruptive Technologien, die völlig neue Produkte und Dienstleistungen hervorbringen oder zur Einführung neuer Systeme führen (Carrillo-Hermosilla et al., 2010).

In der Forschung besteht ein Konsens darüber, dass ökologische Nachhaltigkeit insgesamt nur mit radikalen Öko-Innovationen, welche das Potenzial haben, die derzeitigen umweltbelastenden Mechanismen vollständig zu ersetzen erreicht werden kann (Carrillo-Hermosilla et al., 2010).

Um den Umweltnutzen diverser Öko-Innovationen genau zu messen und zu vergleichen, gibt es in der Literatur weitere Versuche Innovationen zu kategorisieren, zum Beispiel nach Technologie, Neuheitsgrad oder Anwendungsbereich (Kemp & Pearson, 2008). Nach Kemp und Foxon (2008) werden Öko-Innovationen zwischen Umwelt-, Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit Umweltnutzen, organisatorischen Innovationen und alternative grüne Systeme sowie Allzwecktechnologien, unterschieden. Öko-Innovationen, die sich auf Umwelttechnologien beziehen, stehen im Zusammenhang mit der Bekämpfung der

Umweltverschmutzung, sauberen Produktionsprozessen, Abfallentsorgungsanlagen und grüner Energie. Organisatorische Öko-Innovation bezieht sich auf die Einführung neuer organisatorischer Methoden und Managementsysteme, die den umweltbewussten Umgang mit der Produktion und den daraus entstehenden Produkten umfassen, z.B. Auditsysteme und das Management der Wertschöpfungskette. Produkt- und Dienstleistungsinnovation mit Umweltnutzen beschreiben neue oder ökologisch verbesserte Produkte und umweltfreundliche Dienstleistungen z.B. verbesserte materielle Produkte, einschließlich Ökohäuser und -gebäude (Kemp & Pearson, 2008; Pacheco et al., 2017).

Laut Rennings (2000) können Öko-Innovationen einen präventiven oder reaktiven Charakter aufzeigen und werden in vier Kategorien unterteilt: in technologische, soziale, institutionelle und organisatorische Öko-Innovationen (Pacheco et al., 2017). Die Kategorie der technologischen Öko-Innovationen wird untergliedert in präventive Technologien zur Vermeidung von Umweltschäden und reaktive Technologien zur Behebung von Schäden, wie z.B. kontaminierte Böden. Organisatorische Öko-Innovationen umfassen Änderungen der Managementinstrumente innerhalb der Unternehmen, wie z.B. der Öko-Audits und Neuerungen bei den Dienstleistungen z.B. Abfall- und Energiemanagement. Organisatorische Öko-Innovationen erfordern eine Systemänderung, die neue Infrastruktur schafft und weit über die Einführung bestimmter Technologien hinausgeht. Die dritte Kategorie beschreibt die sozialen Öko-Innovationen, die sich auf neue nachhaltige Konsummuster beziehen. Diese rücken in der heutigen Gesellschaft immer mehr in den Fokus und bringen eine Veränderung der Werte und des Lebensstils der Menschen im Sinne der Nachhaltigkeit mit sich (Rennings, 2000).

Die Typologien von Rennings (2000) weichen von den anderen Typologien ab. Sie gehen davon aus, dass eine Reihe von Faktoren interdependent sind: soziale, institutionelle und organisatorische. Ein wichtiger Aspekt ist, dass die drei erörterten Typologien nicht spezifisch für die Unternehmensgröße (KMU oder Großunternehmen) oder den Unternehmenstyp (Dienstleistungs- oder Produktionsunternehmen) sind. Innerhalb der Klassifizierungen lassen sich einige Gemeinsamkeiten identifizieren. In allen Klassifizierungen finden sich technologische, organisatorische sowie soziale Öko-Innovationen, die die Werte der Menschen und deren Lebensstil im Sinne der Nachhaltigkeit verändern (Pacheco et al., 2017). Die vorliegende Arbeit schließt sich der Typologien nach Kemp und Foxon

(2007) und Rennings (2000) an und unterscheidet zwischen inkrementellen und radikalen Öko-Innovationen.

3.4 Treiber und Dynamiken

Zunächst können die Triebkräfte sowohl auf der Nachfrageseite bzw. dem Markt (externe Treiber) als auch auf der Angebotsseite bzw. der organisatorischen Kapazitäten und Ressourcen (interne Treiber) angesiedelt werden (Del Río et al., 2015). Eine weitere Unterteilung der Treiber und Barrieren ist jene nach den übergeordneten Kategorien: marktbezogen, soziale, politische/regulatorische und technologiespezifische Faktoren (Kemp, Arundel, Miedzinski, et al., 2019).

Als treibende externe Kräfte werden in der Literatur Kund/innenwünsche, bestehende Marktvorschriften, staatliche Regulatoren und Vorschriften, sowie Steuern auf Umweltverschmutzung, institutioneller und gesellschaftlicher Druck, technologischer Fortschritt, der Zugang zu Finanzierungssystemen und Subventionen oder die vorhandene Infrastruktur, wie z.B. Ladestationen für Elektrofahrzeuge, genannt. Zu den internen Triebkräften gehören ein verstärktes Umweltbewusstsein und Verantwortungsgefühl auf Unternehmensseite, höhere Effizienz und dadurch Kostensenkungspotential, mehr Wissen und Fähigkeiten, tangible und intangible Ressourcen sowie Personalressourcen, die Verbesserung des Unternehmensimage, die Verabschiedung von Zertifizierungen und die ökologische Leistungsfähigkeit (Bossle et al., 2016; Kemp, Arundel, Miedzinski, et al., 2019).

Die Barrieren hinsichtlich Öko-Innovationen werden eingeteilt in Marktbarrieren, welche den tatsächlichen Marktanteil an nachhaltigen Produkten und die relativen Wettbewerbsvorteile der Unternehmen umfassen. Zusätzlich gibt es Barrieren in Bezug auf mangelndes technisches Fachwissen aufgrund der hohen Komplexität oder fehlender Datenverfügbarkeit sowie wirtschaftliche und kulturelle Barrieren, welche ebenfalls auf mangelndes Wissen zurückführen. Mangelndes Bewusstsein über Umweltprobleme, Risiken und Auswirkungen sowie über potenzielle Vorteile von Umweltmanagement und Öko-Innovationen stellen eine weitere Barriere dar. Von Bedeutung sind auch begrenzte finanzielle und personelle Ressourcen und fehlende Marktanreize, welche die Implementation von Öko-Innovationen verhindern (Buttol et al., 2012). Hindernisse, die speziell den Dienstleistungssektor und somit den Tourismus betreffen, sind fehlende Absorptionskapazitäten bei Prozessen, qualifizierte Humanressourcen, wirtschaftliche Reife und technologische Fähigkeiten (Alonso-Almeida et al., 2016; Díaz & García, 2018).

Das Konzept der Innovationstreiber sowie der Barrieren setzt eine kausale Beziehung voraus, welche dazu führt, dass die Organisationen bewusst auf einen oder mehrere Treiber reagiert, indem sie eine Öko-Innovation einführt oder entwickelt. Es gilt als unwahrscheinlich, dass ein einzelner Treiber oder eine einzelne Barriere ausreichend ist, um das Verhalten einer Organisation in Bezug auf die Einführung einer Öko-Innovation zu beeinflussen. Daher wirkt eine Kombination aus den genannten Treibern stärker auf die Organisationen (Díaz-García et al., 2015). In der Literatur wird darauf hingewiesen, dass interne Faktoren möglicherweise eine größere Rolle spielen als externe Faktoren, da Unternehmen nur wenig oder keine Kontrolle über externe Faktoren haben (Bossle et al., 2016). Zusammenfassend kann erwähnt werden, dass es in der Forschung einen Konsens darüber gibt, dass Marktmechanismen und Umweltvorschriften die Hauptauslöser für die Schaffung, Entwicklung und Verbreitung von Öko-Innovationen sind (Horbach et al., 2012).

3.5 Öko-Innovation und SDGs

Zusätzlich zu den bereits erwähnten tourismusrelevanten SDGs unter dem *Kapitel 2.4* können darüber hinaus SDGs, die in Verbindung mit dem Konzept der Öko-Innovation stehen, identifiziert werden. Andersen (2016) argumentiert, dass sich die Ziele der nachhaltigen Entwicklung stärker mit Öko-Innovation befassen müssen. Im Umkehrschluss kann der Rahmen der SDGs ein Kernziel für eine grünere Wirtschaft durch Öko-Innovationen sein. Auf globaler Ebene können Öko-Innovationen zu mindestens neun der SDGs beitragen, wenn diese wirksam umgesetzt und verbreitet werden.

- SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen
- SDG 7: bezahlbare und saubere Energie
- SDG 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur
- SDG 11: nachhaltige Städte und Gemeinden
- SDG 12: verantwortungsvoller Konsum und Produktion
- SDG 13: weltweite Klimaschutzmaßnahmen
- SDG 14 Leben unter Wasser
- SDG 15: Leben an Land
- SDG 17: Partnerschaften für die Ziele (Andersen, 2016; Kemp, et al., 2019)

3.6 Kritik am Konzept der Öko-Innovation

Laut Bonou et al. (2016) sind die Auswirkungen von Öko-Innovationen speziell im Bereich der Emissionen standortbezogen und im Allgemeinen perspektivenabhängig. Zum Beispiel ist ein Elektrofahrrad eine Öko-Innovation im Vergleich zu einem Auto, aber nicht im Vergleich zu einem normalen Fahrrad oder dem Fußweg. Das Konzept der Öko-Innovation ist also relativ. Produkte, die z.B. repariert und wiederverwendet werden, haben geringere Umweltauswirkungen als Produkte, die nicht repariert werden. Bestimmte Technologien werden in der Praxis oft als Öko-Innovation bezeichnet. Ein Beispiel dafür sind Wasseraufbereitungstechnologien, nicht motorisierte Verkehrsmittel oder Technologien zur Unterstützung von erneuerbarer Energiegewinnung. Bei der Herstellung einer Produkt Öko-Innovation muss daher bei der Bewertung der Umweltauswirkungen das sogenannte Life Cycle Assessment herangezogen werden. Dieses betrachtet die Emissionen und Belastungen während der gesamten Lebensdauer von der Gewinnung der Rohstoffe bis zur Entsorgung (Kemp & Pearson, 2008; UN & DTU, 2017).

Ein weiterer Kritikpunkt der Öko-Innovationen ist der sogenannte Rebound-Effekt. Dieser beschreibt Probleme, die mit dem Einsatz von grünen Technologien verbunden sind. Beispiele für negativen Nebeneffekte sind Gesundheits- und Sicherheitsrisiken im Zusammenhang mit ungeschützten Formen des Recyclings, die visuelle Beeinträchtigung und der Lärm von Windturbinen. Solche Auswirkungen können nicht vollständig vorhergesagt werden, da sie mit Verhaltensreaktionen verbunden sind. z.B. haben politische Eingriffe oft unvorhersehbare Auswirkungen (van den Bergh, 2012). In diesem Zusammenhang argumentiert Bonou et al. (2016), dass ökologische und wirtschaftliche Vorteile nicht mit bestimmten Technologien verbunden sind, sondern dass diese durch das Verhalten aller Akteur/innen in einer Volkswirtschaft und durch Randbedingungen mitproduziert werden.

3.7 Öko-Innovation im Tourismus

Da der Klimawandel zu den Hauptrisiken für die Tourismusbranche zählt, gewinnen nachhaltige Tourismuspraktiken immer mehr an Bedeutung für Anbieter/innen und für Gäste (Farid et al., 2016; Streimikiene et al., 2021). Dadurch steigt der Bedarf an neuen umweltfreundlichen Technologien (Tang et al., 2019) und neue Geschäftsmodelle werden entwickelt (Aboelmaged, 2018; Dias et al., 2021).

Die Forschung weist darauf hin, dass im Vergleich zu großen Unternehmen in KMUs tendenziell weniger Innovation stattfindet und im Speziellen das Gastgewerbe wenig Innovationskraft aufweist (Wang et al., 2020). Die empirische Evidenz laut Jacob et al. (2010) und Shin und Perdue (2022) zeigt aber, dass der Sektor Beherbergung die höchste Umweltinnovationsrate aufweist, gefolgt von Freizeit und Erholung. Untersuchungen haben auch gezeigt, dass die Innovation von Dienstleistungen die treibende Kraft für einen nachhaltigen Beherbergungsbetrieb ist (Horng et al., 2016). Daher sind Fragen der nachhaltigen Tourismusentwicklung eng mit der Wettbewerbsfähigkeit durch die zunehmende Innovationsfähigkeit in allen für den Geschäftsbetrieb relevanten Bereichen verbunden (Streimikiene et al., 2021). Im Kontext der Hotellerie und des Gastgewerbes beziehen sich Öko-Innovationen auf ein Bündel einer breiten Palette von Praktiken, die Energiesparmaßnahmen, die Reduzierung des Wasserverbrauchs und der Abfallproduktion umfassen (Chen & Chai, 2010 zitiert nach; Sharma et al., 2020). Dabei werden Dienstleistungsprozesse verändert und angepasst sowie Kund/innenpräferenzen und die Marktnachfrage in das Geschäftsmodell mit einbezogen (Aboelmaged, 2018). Öko-Innovationen wirken sich somit auf die Tourismusunternehmen und Reiseziele in den Bereichen Energie, Wasser, Entwicklung, Recycling, technische Projekte, Gebäude, Inneneinrichtung, Reaktionen auf externe Umweltbelastungen, neue Produkte, Verfahren und Geschäftsmodelle, Anpassungen bestehender Produkte und Materialien, neue Materialien, die Verwendung öko-biologischer Produkte, Flächennutzungsplanung, die Wellness-Industrie, die Entwicklung und Verarbeitung von Bio-Produkten aus (Alonso-Almeida et al., 2016). Im Speziellen bestimmt die Art des Tourismus, sei es Strand-, Kultur-, Business-, Natur- oder Bergtourismus oder z.B. religiöser Tourismus die öko-innovativen Maßnahmen und deren Umsetzung im Beherbergungssektor. Die Organisationen lassen sich dabei in zwei Gruppen einteilen, die den Anreiz zur Einführung von Öko-Innovationen beschreiben. Die reaktiven Öko-Innovatoren, die ihren Fortschritt z.B. im Rahmen eines Jahresberichtes, der sich mit Umweltkennzahlen befasst, widerspiegeln. Dabei wird z.B. das Hotel schrittweise in Bezug auf die Umweltqualität zertifiziert und damit der Wandel der Markttrends unterstrichen, die zunehmend auf nachhaltige Produkte und Dienstleistungen ausgerichtet sind. Die zweite Gruppe bilden die proaktiven oder vorausschauenden Öko-Innovatoren ab. Diese versuchen den Standards in ihrem Bereich voraus zu sein und Öko-Innovationen in ihren Unterkünften aktiv zu nutzen (García-Pozo et al., 2015).

Zusammenfassend ist die Bedeutung und das Zukunftspotential von Öko-Innovationen in Beherbergungsbetrieben vor allem auf drei kritische Bereiche zu beziehen: erneuerbare Energien, Recycling, und Energieeinsparungssysteme (Alonso-Almeida et al., 2016; Kim et al., 2019). Dadurch ist Öko-Innovation ein wesentlicher Faktor beim Veränderungsprozess hin zu einer nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft (Kuo et al., 2021).

Die vorliegende Arbeit untersucht Öko-Innovation im Beherbergungssektor anhand des Tiny House Konzeptes, welches im *Kapitel 4* beschrieben wird. Die Klassifizierung des Tiny House Konzeptes als Öko-Innovation ergibt sich aus der Definition der Öko-Innovation (*siehe Kapitel 3.1.2*). Ein Tiny House stellt nach der Definition von Kemp und Pearson (2008), welcher sich die vorliegende Arbeit anschließt, eine umweltfreundlichere Option im Vergleich zur entsprechenden Alternative dar. Die „entsprechende Alternative“ im Beherbergungskontext innerhalb der vorliegenden Arbeit bezieht sich auf andere Beherbergungsformen, wie z.B. das Hotel. Das Tiny House Konzept gilt als Öko-Innovation, da dieses das Thema Nachhaltigkeit fokussiert (*siehe Kapitel 4.3*) und versucht die Umweltauswirkungen zu reduzieren. Die Untersuchung des Tiny House Konzeptes als neue Beherbergungsform ist von Bedeutung, da sich ein steigender Trend in der Nachfrage nach außergewöhnlichen Unterkunftsformen erkennen lässt (Narmadha & Anuradha, 2022). Darüber hinaus wurde das Tiny House Konzept im Tourismuskontext, neben der Publikation von Grassinger (2020), kaum wissenschaftlich untersucht. Daher versucht die Autorin mit der vorliegenden Arbeit einen Beitrag zur wissenschaftlichen Untersuchung des Konzeptes im Beherbergungssektor zu leisten.

4 Das Tiny House Konzept als Beispiel für Öko-Innovation

Das Tiny House Konzept stellt eine innovative und nachhaltige Wohnlösung auf kleinem Raum dar (Kronenburg, 2017 nach; Van de Valk, 2020). Der Trend hin zum kleineren Wohnraum hat seine Anfänge in den 1850er Jahren in Nordamerika, als Gegenbewegung zum steigenden Konsumverhalten, als Suche nach "Freiheit" und Individualismus sowie dem Wunsch nach einem einfacheren Leben (Anson, 2014a).

4.1 Definition und Begriffsabgrenzung

Aktuell gibt es nur wenige wissenschaftliche Untersuchungen zum Tiny House Konzept und der Tiny House Bewegung. Die Informationen beschränken sich vermehrt auf soziale und populäre Medien, wie z.B. Zeitschriftenartikel, Blogs, Fernsehsendungen sowie YouTube Videos. Daher gibt es auch keine Definition, die wissenschaftlich anerkannt ist (Ford & Gomez-Lanier, 2017; Saxton, 2019).

Tiny Houses sind architektonisch, einzigartig, maßgeschneiderte Häuser (Shearer & Burton, 2019), die ähnlich aufgebaut sind wie Standardhäuser und im Durchschnitt zwischen 20m² und 70m², je nach Tiny House-Typ und Land, umfassen (Van de Valk, 2020). Die Größe wird dabei als wichtigstes Definitionsmerkmal genannt, welches aber nicht das Einzige ist, da z.B. Studio-Apartments dieses ebenso erfüllen können, aber nicht als Tiny House gelten (Shearer & Burton, 2019). Deshalb wird der Definition noch das Merkmal einer freistehenden Struktur angefügt (Brown, 2016). Ein weiteres Merkmal ist die Architektur und das Design, das individuell auf die Bedürfnisse der Bewohner/innen und die natürliche Umgebung angepasst wird. Dabei stehen die bewusste Nutzung des Raumes, Materialien, Licht und die Funktionen im Vordergrund (Ford & Gomez-Lanier, 2017). Ein weiteres Definitionsmerkmal ist die Mobilität. Shearer und Burton (2019) unterscheiden dabei zwei Hauptkategorien: vollständig mobile Tiny Houses, die auf Rädern oder Anhängern gebaut werden und dauerhafte Tiny Houses, die wie bei Standardhäusern durch das Fundament fest mit dem Boden verbunden sind. Für den Zweck der Typologie werden teilmobile Tiny Houses, die auf mobilen Fundamenten gebaut werden, als Unterkategorie der mobilen Tiny Houses betrachtet (Shearer & Burton, 2019). In diesem Zusammenhang ist wichtig zu erwähnen, dass selbst vollmobile Tiny Houses nur selten bewegt werden, da dies nicht der Zweck ist und diese nicht für den regelmäßigen Verkehr geeignet sind. Aus diesem Grund sind Tiny Houses von Wohnmobilen oder Wohnwägen abzugrenzen (Brown, 2016; Shearer & Burton, 2019). Darüber hinaus

muss das Tiny House Konzept vom Konzept des Glampings abgegrenzt werden. Glamping bildet eine moderne Form des Campings (Adamovich et al., 2021). Dabei geht es um ein naturnahes Erlebnis, das im Vergleich zum Camping mehr Komfort und moderne Annehmlichkeiten wie z.B. Wifi und oftmals sogar luxuriöse Ausstattung bietet (Craig & Karabas, 2021). Laut Craig und Karabas (2021) als auch Brochado und Brochado (2019) variieren die Unterkunftsformen dabei von Zelten, Jurten, Tipis, Baumhäusern zu Hütten und auch Mobilheimen. Die Hütten ähneln dem Tiny House Konzept oft in Form und Größe und auch die Mobilheime entsprechen einem Tiny House auf Rädern. Die beiden Konzepte weisen weitere Gemeinsamkeiten auf, wie z.B. die Nähe zur Natur (Brooker & Joppe, 2013) und den erhöhten Komfort im Vergleich zum Camping. Den Unterschied sieht die Autorin der vorliegenden Arbeit darin, dass das Tiny House immer eine feste Struktur und Form aufweist, darüber hinaus liegt der Fokus beim Tiny House Konzept mehr auf dem Thema Nachhaltigkeit, Minimalismus, auf der Rückbesinnung auf das Wesentliche, der Abkehr von Überfluss und der damit verbundenen Verschwendungskultur (*siehe nachfolgende Kapitel*). Das Zukunftsinstitut Deutschland bezeichnet das Tiny House Konzept als „Phänomen des neuen Verzichts“ (BTE, 2019). Im Vergleich dazu fokussiert das Glamping Konzept ein Upgrade des klassischen Campings und damit die Luxuskomponente. Diese Abgrenzung spiegelt die Einschätzung der Autorin aufgrund der vorhandenen Literatur wider, da die beiden Konzepte bisher noch nicht explizit in der Literatur voneinander unterschieden wurden.

4.2 Tiny House Bewegung

„Ein Tiny House ist mehr als die quantitative Reduzierung von Quadratmetern“ (ADDITIVE, 2020).

Die Tiny House Bewegung ist ein gesellschaftlicher und architektonischer Trend, der das einfache Wohnen auf kleinem Raum propagiert (Anson, 2014a) und weltweit an Popularität gewinnt (Ford & Gomez-Lanier, 2017; Shearer & Burton, 2019). Die Entwicklung der Bewegung wurde im 20. Jahrhundert vor allem durch das Credo „Weniger ist mehr“ beeinflusst. Die Entscheidung für ein Leben auf kleinem Raum ist nicht nur praktisch, sondern auch ethisch und emotional (Brokenshire, 2018). Die Grundannahme der Bewegung ist, dass Eigentümer/innen die Umweltbelastung reduzieren und die Finanzierbarkeit erhöhen, indem sie ihren räumlichen Fußabdruck minimieren (Ford & Gomez-Lanier, 2017). Ein weiterer Grund für den Lebensstil auf kleinem Raum, ist die Freiheit und Flexibilität eines mobilen Hauses, welches zugleich

die finanzielle Sicherheit eines Wohneigentums bietet (Brown, 2016). Während ursprünglich die stärkste Motivation für den Bau eines Tiny House wirtschaftlicher Natur war, mit Faktoren wie Kostensenkung, Verringerung der Hypothekenschulden und Erschwinglichkeit (Evans, 2018; Kilman, 2016), dreht sich der heutige Fokus weitgehend um eine nachhaltige und individuelle Lebensweise (Shearer & Burton, 2019), die der Neo-Ökologie zugeordnet werden kann. Neo-Ökologie beschreibt dabei den Trend der ökologischen Nachhaltigkeit, um den CO₂-Fußabdruck zu minimieren (Grassinger, 2020).

4.3 Tiny House eine nachhaltige Option?

Der traditionelle Hausbau kann unterschiedliche Auswirkungen auf die natürliche Umwelt haben, wie z.B. die Zerstörung von Lebensräumen, erhöhte Treibhausgasemissionen, Abfall, die Nutzung nicht erneuerbarer Ressourcen sowie die dauerhafte Bodenversiegelung (Wilson & Boehland, 2008). Tiny Houses hingegen haben einen geringeren Energie- und Wasserbedarf, da es weniger Lampen, weniger Raum, der beheizt werden muss und weniger Geräte gibt als in einem durchschnittlichen Haushalt und diese oft mit alternativer Energie betrieben werden (Harris & Nowicki, 2020). Laut einer Studie von Haupt (2018) hat z.B. ein Tiny House mit 12m² 50% weniger Heizwärmebedarf im Vergleich zu einem Neubau mit 45m². Grundsätzlich gilt die Annahme, dass weniger Wohnfläche eine geringere CO₂ Bilanz bedeutet. In Deutschland z.B. beträgt die Wohnfläche pro Kopf ca. 46,5m², was im Vergleich zu einem durchschnittlichen Tiny House von 20m² mehr als die Hälfte ist. Darüber hinaus gilt, je kleiner die Wohnfläche, desto weniger Ressourcen werden verbraucht (Schmid, 2019). Laut einer Studie der New York Saint John's University reduzieren sich die CO₂ Emissionen bezogen auf den gesamten Lebenszyklus einer Immobilie um 36%, wenn sich deren Wohnfläche halbiert (Carlin, 2014). Darüber hinaus wird in Tiny Houses oft Brauchwasser gesammelt, um komplett autark zu funktionieren (Van de Valk, 2020). Es werden häufig recycelte, natürliche und lokale Materialien verbaut. Dadurch verbraucht ein Tiny House verhältnismäßig weniger Ressourcen (Carlin, 2014 nach; Shearer & Burton, 2019). Ein Tiny House kann jahrelang auf einem Grundstück stehen ohne die Umwelt zu beeinträchtigen, da keine Bäume entfernt oder eine Bodenplatte verlegt werden muss. Mobile Tiny Houses bieten auch einzigartige Umweltlösungen, da sie z.B. bei Umweltkatastrophen, wie Überschwemmungen oder Feuern aus dem Risikogebiet in Sicherheit gebracht werden können (Brokenshire, 2018).

Ein Leben im Tiny House zwingt Menschen dazu ihr Konsumverhalten zu überdenken und Werte neu zu definieren (Brokenshire, 2018; Harris & Nowicki, 2020). Durch die Minimierung und dem begrenzten Platz wird der Konsum zu einer bewussten Entscheidung, bei der jede neue Anschaffung auf ihre Notwendigkeit überprüft wird. Dies bestätigt Saxton (2019) innerhalb ihrer Dissertation. Die Autorin stellte fest, dass sich der ökologische Fußabdruck der befragten Tiny House Bewohner/innen um durchschnittlich 45% reduziert und somit die Veränderung der Wohnsituation einen umweltfreundlicheren Lebensstil herbeiführt.

Die Tiny House Bewegung glaubt, dass Dinge Menschen unglücklich machen, sie einengen, Geld kosten und weitgehend ungenutzt sind, während bewusster Konsum darauf abzielt, Schulden und Besitz zu reduzieren und Umweltbelastungen und Abfälle zu vermeiden. (Jacobs & Manzi, 2014). Das Leben in Tiny House kann den Bewohner/innen ein stärkeres Gemeinschaftsgefühl vermitteln, indem Beziehungen und soziale Netzwerke anstelle von Status betont werden. Insbesondere in städtischen Gebieten, zwingt dieser Lebensstil die Menschen dazu, soziale Kontakte zu knüpfen und ihrer Aktivitäten in der Gemeinschaft und nicht in einem privaten Raum durchzuführen (Shearer & Burton, 2019).

4.4 Kritik am Tiny House Konzept

Die Kritik am Tiny House Konzept reicht vom Vorwurf des Greenwashing über die Romantisierung eines Lebensstils bis hin zum Elitismus (Brown, 2016). Mit der zunehmenden Anerkennung der Tiny House Bewegung als neue Lebensform sind die Tiny Houses zu einem Teil der Populärkultur geworden, die den Konsumtrends, von denen sie sich eigentlich distanzieren wollen, Vorschub leisten (Ford & Gomez-Lanier, 2017). Anson (2014b) kritisiert, dass viele Tiny House Besitzer/innen nicht dauerhaft in ihrem Tiny House wohnen und daher auch den Lebensstil nur vorübergehend annehmen, da ein nachhaltiges Leben bedeutet langfristige Praktiken zu übernehmen anstatt sich auf augenblickliche Bedürfnisse zu konzentrieren. Beliebte, vorübergehende Verwendungszwecke für ein Tiny House sind die Nutzung als Unterkunft während die Bewohner/innen auf ein traditionelles Haus sparen, als Urlaubs- oder Freizeithaus oder sogar als Mietobjekt zur Erzielung zusätzlicher Einnahmen. In keinem der genannten Fälle ist eine langfristige Änderung des Lebensstils erforderlich. Dadurch wird das Tiny House eher zu einer zusätzlichen materiellen Annehmlichkeit und nicht zu einer ernsthaften Konsequenz eines vereinfachten Lebensstils, wodurch die philosophische Grundlage der Tiny House

Bewegung untergraben wird. Ford und Gomez-Lanier (2017) argumentieren hingegen, dass Tiny Houses langfristig am meisten Vorteil bieten, wenn sie als vorübergehende Unterkünfte genutzt werden, wie z.B. als Übergangsunterkunft für Obdachlose, als Gästehaus oder als Alternative zu Hotelunterkünften für Reisende.

Kritik am Tiny House gibt es auch im Hinblick auf die ökologischen Aspekte. Ein Tiny House hat gerechnet pro Quadratmeter Nutzfläche einen hohen Material- und Energiebedarf, was z.B. daran liegt, dass das Haus eine freistehende Einheit bildet und somit im Verhältnis zu Mehrparteienwohneinheiten eine größere Fläche beansprucht wird. Darüber hinaus wird der gesamte Innenraum eines Tiny House von der Außenfläche umhüllt, was dazu führt, dass mehr Raumwärme verloren geht. Tiny Houses werden häufig mit ökologischen Rohstoffen gebaut, welche aber auch beim Bau eines Mehrfamilienhauses herangezogen werden können, welches in weiterer Folge im Vergleich, weniger Grundstücksfläche, Energie und Baumaterial beansprucht (Verbraucherzentrale.de, 2021).

4.5 Tiny Houses im Tourismus

Der Tiny House Tourismus wird dem Naturtourismus untergeordnet, da dieser neben dem minimalistischen Lebensstil auch ein naturnahes Erlebnis bietet. Tiny Houses, die touristisch genutzt werden, bilden aktuell noch eine Nische ab, obwohl sich laut Airbnb (2018) vor allem seit 2018 ein deutlicher Zuwachs an Buchungen abzeichnet. Nicht alle der im *Kapitel 4.2* genannten Motivatoren der Tiny House Bewegung treffen auch auf den Tourismus zu. Dort werden vermehrt die Aspekte des Individualismus, der Nachhaltigkeit und der Minimalisierung touristisch nachgefragt und angeboten (OECD, 2018). Sowohl Vermieter/innen als auch Gäste sorgen sich zunehmend um die Umwelt und sind auch bereit sich im Urlaub nachhaltig zu verhalten. Wobei Grassinger (2020) argumentiert, dass der Nachhaltigkeitsgedanke bei Vermieter/innen stärker verankert ist als bei den Gästen, was die Kritikpunkte von Anson (2014a) unterstreicht. Erste Ergebnisse der Reiseanalyse 2022 bestätigen Grassingers (2020) Argument. Die Ergebnisse zeigen, dass sowohl ein ökologisch als auch sozial verträglicher Urlaub in der deutschen Bevölkerung angestrebt wird. 47% der Bevölkerung möchte möglichst ökologisch und 64% möglichst sozialverträglich verreisen. Laut der Reiseanalyse ist dieser Wert seit 2016 kontinuierlich gestiegen. Trotz dieser positiven Entwicklung zeigt sich immer noch ein großer „attitude-behaviour-gap“, welcher die Einstellung der Tourist/innen den tatsächlichem Verhalten gegenüberstellt. So war z.B. bei 5% der Reisen das Thema

Nachhaltigkeit der entscheidende Faktor und bei 21% hat dieses mindestens eine Rolle gespielt (FUR, 2021).

Das erste touristische Tiny House Projekt wurde 2013 in Portland, Oregon implementiert (Nonko, 2017). 2017 folgt das Deutsche Vorzeigeprojekt „Tiny House Village“ in Mehlmeisel (Grassinger, 2020; Tiny House Village GmbH, 2022). Das bislang weltweit größte Tiny House Hotel, welches aus 20 Häusern besteht, eröffnete 2019 in North Carolina. Auch im DACH Raum finden sich immer mehr Projekte, da die Akzeptanz von außergewöhnlichen Beherbergungsformen weiter steigt. Ab 2022 können z.B. laut dem Deutsche Tourismusverband (DTV, 2022) erstmals Unterkünfte, wie Tiny Houses oder Baumhäuser mit Sternen ausgezeichnet werden, was die Beliebtheit unterstreicht.

4.6 Zukunftspotential

Trotz der zunehmenden Akzeptanz stoßen Tiny Houses auf eine Reihe von institutionellen Hindernissen (Evans, 2018; Shearer & Burton, 2019). Brokenshire (2018) und Shearer (2015) argumentieren, dass im Gegensatz zu den Triebkräften für den Bau eines Tiny House, die stark wirtschaftlich geprägt sind, die Hindernisse häufig in der Planung und Gesetzgebung liegen. Komplexe Planungssysteme, Kosten für die Beantragung einer Baugenehmigung und restriktive Bauvorschriften (Shearer, 2015) schränken somit das Wachstum der Tiny House Bewegung ein (Brokenshire, 2018). Weiter spielen auch wirtschaftliche Aspekte eine Rolle, wie die Grundstückspreise oder Verfügbarkeit von Grundstücken. Zu den sozialen Aspekten gehört die Besorgnis über Beschwerden der Nachbarn, der Mangel an Privatsphäre sowie der Bedarf an mehr Platz (Shearer, 2015).

In der Forschung stellt sich nun die Frage, ob das Tiny House Konzept nur ein weiterer Nischenmarkt mit begrenztem Potenzial ist, oder ob ein signifikanter Einfluss auf die Erschwinglichkeit und das nachhaltige Leben erzielt werden kann (Ford & Gomez-Lanier, 2017). Forscher/innen auf dem Gebiet kamen zum Ergebnis, dass Tiny Houses die zugrunde liegende Dynamik von Grundstücksangebot und -nachfrage in städtischen Gebieten, insbesondere in Hauptstädten, nicht lösen können (Ford & Gomez-Lanier, 2017; Shearer, 2015). Seyfang und Smith (2007) argumentieren jedoch, dass innovative Nischenlösungen, die klein anfangen, auch einen umfassenden und sogar radikalen Wandel auslösen können. Van de Valk (2020) unterstützt diese Sichtweise, da das Konzept noch recht neu ist und sich die Entwicklung einer Innovation immer über einen längeren Zeitraum zieht. Das Konzept

wird bereits durch diverse Tiny House Anbieter/innen kommerzialisiert und somit der breiteren Gesellschaft zugänglich gemacht (Van de Valk, 2020), sowohl im Tourismus als auch im privaten Bereich.

Die vorliegende Arbeit versucht an den Ergebnissen der Studie von Saxton (2019) und Carlin (2014) zum Beitrag des Tiny House Konzeptes an der Reduktion der CO₂ Emissionen und der Verringerung des Ressourcenverbrauchs im Gebäude- und Bausektor anzuknüpfen und das Konzept darüber hinaus im Tourismuskontext zu betrachten. Die positiven Auswirkungen des Tiny House Konzeptes werden durch die Studien von Saxton (2019) verdeutlicht und wissenschaftlich belegt. In der wissenschaftlichen Literatur gibt es jedoch noch Potenzial für Forschung in diesem Bereich (Saxton, 2019). An dieser Stelle knüpft die Autorin dieser Masterarbeit an, indem sie das Tiny House Konzept im Beherbergungssektor als Öko-Innovation klassifiziert und mit Hilfe des „Eco-innovation causal chain“ Modell (*siehe Kapitel 3.2.3*) erforscht.

5 Empirische Erhebung

Zur Beantwortung der Forschungsfrage dieser Masterarbeit, wird neben der eingehenden Literaturanalyse, die den Theorieteil der Arbeit bildet, eine empirische Erhebung durchgeführt und somit die theoretische Basis mittels einer empirischen Auseinandersetzung erweitert. Die empirische Forschung hat das Ziel, Primärdaten zu generieren und systematisch zur Gewinnung wissenschaftlicher Erkenntnisse beizutragen (Hug et al., 2010).

Im folgenden Kapitel wird zunächst die gewählte Methodik und das Forschungsdesign erläutert. Die Entwicklung des Interviewleitfadens, die Auswahl der Expert/innen, der Vorgang der Protokollierung und die Inhaltsanalyse werden beschrieben. Im weiteren Verlauf werden die Ergebnisse der Forschung vorgestellt und analysiert, welche die Grundlage für die Beantwortung der Forschungsfrage bilden. Abschließend werden aus den Ergebnissen Empfehlungen abgeleitet.

5.1 Methodik

Innerhalb der Geistes-, Human- und Sozialwissenschaften, dient die empirische Forschung dazu, soziales Verhalten anhand von entsprechenden Methoden, wissenschaftlich korrekt zu untersuchen (Döring & Bortz, 2016). Dies geschieht mit Hilfe von standardisierten oder nicht-standardisierten Untersuchungsinstrumenten, indem Daten erst gesammelt und aufgearbeitet werden, um im Anschluss analysiert und interpretiert zu werden. Der Forschungsprozess kann dabei qualitativ, quantitativ oder als ein Mix durchgeführt werden. Die wissenschaftliche Zielsetzung und der Forschungsschwerpunkt bestimmen dabei die Auswahl der Methode (Bryman, 2016; Döring & Bortz, 2016; Kelle et al., 2017).

5.1.1 Beschreibung der gewählten Forschungsmethode

Für die vorliegende Arbeit wird ein qualitativer Forschungsansatz gewählt. Die Auswahl der Methode ergibt sich bereits aus der Fragestellung, welche einen qualitativen Ansatz erkennen lässt. Qualitative Forschungsmethoden versuchen zu verstehen und zu interpretieren und zielen somit auf die Rekonstruktion sozialer Wirklichkeiten ab (Döring & Bortz, 2016; Kelle et al., 2017). Qualitative Methoden eignen sich vor allem für Themengebiete, die bislang wenig erforscht sind. Dies trifft im Speziellen auf das Tiny House Konzept im Beherbergungssektor zu. Im Unterschied zur quantitativen Forschung arbeitet die qualitative Forschung mit kleineren Stichproben und weist somit eine Einzelfallbetrachtung auf (Glaser &

Strauss, 2017), dadurch ist es möglich detaillierte Angaben über ein Untersuchungsobjekt zu generieren (Kromrey et al., 2016).

5.1.2 Eignung und Begründung der Wahl

Die qualitative Forschung ermöglicht eine holistische Betrachtung die laut Schiederig et al. (2012) und Schumpeter (1912) innerhalb der Innovationsforschung als essenziell gilt. Des Weiteren ermöglicht der qualitative Forschungsansatz die Abbildung der Erfahrungsrealität, da nicht gemessen, sondern beschrieben wird (Brosius et al., 2016). Unter Betrachtung der Forschungslücke der vorliegenden Arbeit, verweist Aboelmaged (2018) auf die Notwendigkeit der Untersuchung einer bestimmten Öko-Innovation anhand einer qualitativen Studie. Die vorliegende Arbeit versucht diese Lücke zu füllen. Die Studie weist durch die Verknüpfung von Tiny Houses als Öko-Innovation im Beherbergungskontext einen explorativen Charakter auf. Dieser gilt als Kerneigenschaft einer qualitativen Forschung (Döring & Bortz, 2016) und ermöglicht das Erforschen von unbekanntem Forschungsgebieten durch die Ermittlung von Erfahrungen und subjektiven Wahrnehmungen der Interviewteilnehmenden (Mayring & Fenzl, 2019).

Speziell in Bereichen, in denen es um die Vorhersage von Umweltauswirkungen unter bestimmten Szenarien geht, sind quantitative Methoden (z.B. Modellierung) zwar nützlich, aber ihre Anwendung kann in der Praxis durch kontextspezifische Variablen eingeschränkt werden. Daher sind qualitative Daten notwendig, um die Vielfalt der Kontextfaktoren zu verstehen, die Öko-Innovationen oder Umweltergebnisse beeinflussen können (Kemp et al., 2019).

5.1.3 Methodenkritik

Die Grundsätze der empirischen Sozialforschung bilden das Prinzip der Objektivität, Reliabilität und Validität. Diese Gütekriterien stellen sicher, dass die Daten mittels einer angemessenen Methode und ohne subjektive Wertung erhoben werden und somit der Beantwortung der Forschungsfrage dienen (Bauer & Gaskell, 2000). Bei kritischer Betrachtung der Forschungsmethode wird ersichtlich, dass diese auch negative Aspekte birgt. Zum Beispiel erfahren qualitative Forschungsmethoden ihre Hauptkritik in Bezug auf die Repräsentativität und die Quantifizierbarkeit (Kelle et al., 2017; Kromrey et al., 2016).

Die Subjektivität der Interviewführung kann angezweifelt werden, da ein prägendes Element der qualitativen Forschung das Miteinbeziehen der Forschenden in den

Forschungsprozess ist. Dies ermöglicht zum einen eine tiefergehende Auseinandersetzung mit der Thematik und dem Untersuchungsobjekt, kann aber auch dazu führen, dass die Forscher/innen die Forschung beeinflussen, da deren persönliche Lebenserfahrungen, Werte und Einstellungen in die Forschung miteinfließen. Der Erkenntnisprozess wird dadurch untrennbar mit der Subjektivität und den Perspektiven der Forschenden. Aus diesem Grund wird eine Dokumentation und daraus folgend eine Reflexion im Sinne der Wissenschaftlichkeit gefordert (Döring & Bortz, 2016). Ebenso spielt die Gesprächsatmosphäre, der Fakt, dass die Personen sich unbekannt sind und dementsprechend deren soziale Interaktion eine Rolle und kann beeinflussend wirken. Die Bereitschaft, die Offenheit der befragten Personen sowie der zeitliche Faktor können ebenso die Reliabilität und Validität der Studie gefährden (Döring & Bortz, 2016).

Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass die Daten der qualitativen Forschung im Vergleich zu quantitativen Daten in der Regel nicht statistisch repräsentativ sind, da sie nicht zählbar sind. Das liegt an der kleineren Stichprobengröße (Kelle et al., 2017).

Aufgrund der Neuartigkeit des Phänomens Tiny Houses im Tourismus und fehlender Referenzstudien hat die vorliegende Arbeit explorativen Charakter. Somit weist der aktuelle Forschungsstand eine Limitation auf, welche die Generierung von neuem Wissen innerhalb des Forschungsrahmen und der Grenzen einer Masterarbeit erfordert. Da es sich bei der qualitativen Forschung um eine interpretative Methode handelt, ist darüber hinaus nicht auszuschließen, dass empirische Phänomene und Ergebnisse falsch interpretiert und eingeschätzt werden (Kelle et al., 2017; Lamnek & Krell, 2016).

5.2 Forschungsdesign

Nachdem im vorherigen Kapitel die Forschungsmethode näher erläutert wurde, wird in diesem Kapitel das Forschungsdesign der Studie beschrieben, welches zum Zweck hat die oben genannten Gütekriterien der empirischen Sozialforschung zu sichern (Bauer & Gaskell, 2000).

Aufgrund der mangelnden Verfügbarkeit von Daten, die sich auf Öko-Innovationen im Tourismuskontext sowie auf das Tiny House Konzept fokussieren und der geringen Eignung von Beobachtungen und Experimenten fiel die Wahl der Methodik auf einen Befragungsansatz. Um zu veranschaulichen, wie das Tiny House Konzept als

Beispiel für eine Öko-Innovation im Beherbergungssektor in der Praxis umgesetzt wird, werden Expert/innen befragt.

Das Ziel einer qualitativen Befragung ist es die Forschungsthematik aus der Sicht der Interviewteilnehmenden zu betrachten und dadurch den Hintergrund und deren Perspektive auf das Thema zu verstehen. Damit dieses Ziel in der Forschungspraxis umgesetzt werden kann, sind qualitative Befragungen durch ein niedriges Maß an Struktur und einer Mehrheit an offenen Fragen, welche sich auf das Erfahrungsumfeld der befragten Personen beziehen und dadurch eher spezifisch als abstrakt formuliert sind, ausgezeichnet (Gläser & Laudel, 2010; Kelle et al., 2017).

Leitfadengestützte Interviews zählen dabei zu dem am häufigsten verwendeten Befragungsansatz aufgrund der Vergleichbarkeit der Ergebnisse und der Gestaltungsvielfalt des Leitfadens (Döring & Bortz, 2016). „Mit dem Begriff des Leitfadens bezeichnet man ein mehr oder weniger strukturiertes schriftliches Frageschema“ (Stigler & Felbinger, 2005, S. 129). Der Leitfaden dient während der Befragung als Orientierungshilfe und gibt eine Struktur, die aus der Theorie abgeleitet wird, vor (Döring & Bortz, 2016). Der Strukturierungsgrad eines Leitfadens wird unterschieden in offen, teilstandardisiert und standardisiert (Gläser & Laudel, 2010; Loosen, 2014). Die vorliegende Arbeit kann der teilstandardisierten Befragung zugeordnet werden. Diese ist dadurch gekennzeichnet, dass sie durch den Leitfaden eine gewisse Struktur vorgibt, dieser aber innerhalb des Gespräches, sowie nach jedem Interview angepasst, umstrukturiert oder in der Reihenfolge abgewandelt werden kann. Somit zeichnet sich die teilstandardisierte Befragung durch einen gewissen Freiraum aus. Die Autorin wählt diesen Befragungsansatz aufgrund der Flexibilität. Somit können aufkommende Thematiken in die Befragung integriert werden und trotzdem wird eine zielorientierte Vorgehensweise zur Beantwortung der forschungsleitenden Frage unterstützt (Strübing, 2013). Neue Einblicke aus einem Interview können zu neuen Fragen für nachfolgende Interviews führen (van Waes et al., 2018) und damit die Relevanz der Fragen und folglich die Qualität der Befragung erhöhen.

5.2.1 Ziel der empirischen Studie

Das primäre Ziel der empirischen Studie, besteht darin die in *Kapitel 1.2* ausformulierte Forschungslücke durch die Beantwortung der forschungsleitenden Frage, die lautet: „*Inwiefern können Öko–Innovationen einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung des Tourismus im DACH Raum leisten?*“, zu füllen.

Die empirische Untersuchung soll praxisnahe Einblicke bieten und den Vergleich der Erkenntnisse mit den Annahmen aus der Theorie ermöglichen. In diesem Zusammenhang ist es wichtig unterschiedliche Expert/innen Meinungen und deren diverse Ansichten zu kombinieren. Deshalb werden in der vorliegenden Arbeit das Wissen und die Ansichten der befragten Expert/innen zusammengefasst und darüber hinaus Meinungstendenzen bezüglich des Nachhaltigkeitsaspekts und der touristischen Nutzung des Tiny House Konzeptes erforscht.

Die Ergebnisse der Studie sollen zum einen dabei helfen das Konzept der Öko-Innovation zu verstehen und anhand des Tiny House Konzeptes, welches den Forschungsgegenstand der vorliegenden Arbeit darstellt, in der Praxis zu untersuchen. Das Ziel der Untersuchung ist es den Beitrag und die Auswirkungen des als Öko-Innovation klassifizierten Tiny House Konzeptes auf die nachhaltige Entwicklung im Sinne der drei Säulen der Nachhaltigkeit und in weiterer Folge der 17 SDGs, zu ermitteln. Die empirischen Ergebnisse werden schließlich unter der Berücksichtigung der theoretischen Grundlagen und des konzeptionellen Rahmens ausgewertet. In der Analyse wird somit die Theorie mit der Praxis verbunden, um daraus Empfehlungen abzuleiten.

Die Datenerhebung fand anhand qualitativer Interviews auf der Grundlage eines teilstandardisierten Fragebogens, welcher die Öko-Innovationspraktiken und deren Auswirkungen bezogen auf die drei Säulen der Nachhaltigkeit untersucht statt. Die Messung von Öko-Innovationen durch Erhebungen kann laut der OECD (OECD, 2018) und Kemp et al. (2019) entweder nach der objektbasierten Methode erfolgen, wobei Daten zu spezifischen Öko-Innovationen erhoben werden oder nach der subjektbasierten Methode, die Daten zu den Öko-Innovationsaktivitäten von Akteur/innen sammelt. Die vorliegende Arbeit bezieht sich dabei auf die objektbasierte Methode, da die Untersuchung des Tiny House Konzeptes im Mittelpunkt der Forschung steht.

Der Zeitraum der Datenerhebung startete mit 19.05.2022 und endete am 07.06.2022. Die Expert/innen wurden per E-Mail kontaktiert, um deren Interesse an einer Teilnahme zu erfragen. Darüber hinaus wurden diese über den Zweck der Forschung informiert und höflich um die Teilnahme gebeten. Bei Interesse wurden die Interviewtermine per E-Mail oder telefonisch koordiniert. Anschließend wurde der Leitfaden und das Informationsblatt sowie die Einwilligungserklärung zur Studie an die Teilnehmenden versandt.

Insgesamt wurden 15 Interviews durchgeführt, davon sieben mit Tiny House Vermieter/innen, fünf mit Tiny House Anbieter/innen und drei mit jenen, die beiden Gruppen zugeordnet werden. Die Interviewdauer beträgt zwischen 22 und 50 Minuten (Durchschnittsdauer 36 Minuten). Die Dauer der Interviews kann auf die Motivation der Teilnehmenden und deren zeitlichen Kapazitäten zurückgeführt werden.

5.2.2 Auswahl Expert/innen

Ein/e Expert/in wird definiert als Person, die über spezifisches Wissen in einem bestimmten Fachgebiet verfügt, welches für das Forschungsvorhaben von besonderer Relevanz ist. Wer innerhalb einer wissenschaftlichen Untersuchung als Expert/innen gilt, variiert je nach Problemstellung und Forschungsfeld (Wassermann, 2015).

Da im Unterschied zur quantitativen Forschung die Stichprobe bei der qualitativen Forschung relativ klein ist, ist in diesem Fall das Zufallsprinzip nicht sinngesamt, weswegen die Auswahl der Expert/innen innerhalb der vorliegenden Arbeit bewusst erfolgt. Eine gezielte Auswahl macht es möglich, eine ganz spezielle Zielgruppe zu befragen (Gläser & Laudel, 2010). Um eine hohe Kompetenz der Expert/innen zu gewährleisten, hat die Autorin einen Muss/Kann-Kriterienkatalog für deren Auswahl formuliert (*siehe Anhang A1*).

Zu den Expert/innen zählen Tiny House Vermieter/innen die ihr Tiny House touristisch vermieten und Tiny House Anbieter/innen, da diese speziell im Bereich der Produkt Öko-Innovation Fachkenntnisse aufweisen. Deren Expertise liegt im Speziellen beim Bauen von Tiny Houses und den damit verbundenen nachhaltigen Bautechniken. Die Entscheidung zwei Expert/innengruppen zu Befragen wurde angelehnt an Brown (2016). Brown (2016) argumentiert, dass durch die Ausweitung der Befragungsgruppen speziell innerhalb Nischenthematiken eine ganzheitliche und realitätsnahe Perspektive erzeugt wird. Darüber hinaus sind verschiedene Sichtweisen auf das Thema relevant, um die Forschungsfrage zu beantworten.

Bei der Suche nach den Expert/innen zog die Autorin eine internetbasierte Branchenrecherche heran. Hier wurde nach Schlagwörtern wie „Tiny House Anbieter“, „Tiny House Unterkünfte“ „Tiny House Hotels“, in Kombination mit den DACH Ländern gesucht. Darüber hinaus nutzte die Autorin die Plattformen Facebook und Instagram. Durch Postings in den Tiny House Gruppen „Tiny House Austria“, „Tiny House Germany“ und „Tiny House Schweiz“, versuchte die Autorin

Teilnehmer/innen zu akquirieren. Zusätzlich identifizierte die Autorin weitere mögliche Teilnehmer/innen über die Instagram Follower von Tiny House Accounts, Unternehmen und Anbieter/innen. Letztlich konnte die Autorin durch Kontakte der Interviewteilnehmenden weitere Expert/innen befragen.

5.2.3 Interviewleitfaden und Forschungsablauf

Durch das begrenzte, wissenschaftlich erhobene Vorwissen über Tiny Houses im Beherbergungskontext, orientiert sich die Struktur und der Inhalt des Leitfadens an der Literaturrecherche und dem theoretischen Modell. Der Umfang eines Leitfadens beschränkt sich in der Regel auf ca. 8 – 15 Fragen (Gläser & Laudel, 2010), dabei können die Fragen in allgemeine Fragen, Hauptfragen, die das Untersuchungsthema umfassen und in Detailfragen unterteilt werden (Döring & Bortz, 2016).

Für die Leitfadenentwicklung zog die Autorin die SPSS-Methode nach Helfferich (2011) heran. Zunächst wurden unterschiedliche Fragen innerhalb eines Brainstormings gesammelt (S) und auf deren Eignung überprüft (P). Die verbliebenen Fragen wurden im Anschluss thematisch und inhaltlich sortiert (S) und nach zeitlicher Reihenfolge angeordnet, um Sinnsprüngen innerhalb der Befragung vorzubeugen. Zuletzt werden die Fragenbündel subsumiert (S) und somit den Fragekategorien, die zur Beantwortung der Forschungsfrage dienen untergeordnet (Helfferich, 2011). Der Interviewleitfaden beinhaltet insgesamt 14 Fragen. Die Reihenfolge der Themenschwerpunkt und somit der Fragen, ergeben sich aus dem konzeptionellen Rahmen der Untersuchung und der logischen Überlegung, dem Gespräch einen roten Faden zu geben.

Nach einer kurzen Begrüßung und Einführung in die Thematik sowie der Beschreibung des Ziels der Befragung, beginnt das Interview mit einer einleitenden Frage zur interviewten Person und deren Hintergrund. Damit wird festgehalten in welchem Bereich die befragte Person Expertise und Wissen zum Thema Tiny House vorweist und darüber hinaus wird so ein sanfter Einstieg in das Gespräch ermöglicht (Mey & Mruck, 2010). In Anschluss daran beginnen die Hauptfragen zu den Themenblöcken Umsetzung der Öko-Innovation, Auswirkungen und Einflussfaktoren. Zu den einzelnen Fragen werden innerhalb des Gesprächs immer wieder Detailfragen gestellt. Die Fragen wurden aus der Theorie ableiten (*siehe Anhang A5*) und beziehen sich auf das theoretische Modell aus *Kapitel 3.2.3*.

Für die empirische Studie war es notwendig zwei leicht abgewandelte Leitfäden für die jeweilige Expert/innengruppe zu erstellen. Dabei weisen die Leitfäden dieselbe Struktur und Fragen auf, es wurde lediglich die Formulierung der Frage sieben angepasst.

5.3 Ergebnisse der Studie

Die Ergebnisse der Befragung zum Thema Öko-Innovation anhand des Tiny House Konzeptes im Beherbergungssektor, werden im folgenden Kapitel präsentiert und diskutiert.

5.3.1 Auswertungsmethode

Nach dem Abschluss aller Expert/innen Interviews, werden diese nach Dresing und Pehl (2015) vollständig transkribiert und codiert. Mit Hilfe einer systematischen Inhaltsanalyse nach Mayring (2016) werden die Ergebnisse analysiert. Basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen werden praktische Empfehlungen abgeleitet.

Für eine vereinfachte Transkription verwendet die Autorin das webbasierte Transkriptionsprogramm Trint, welches durch Spracherkennung Audiodateien verschriftlicht. Dabei ist wichtig zu erwähnen, dass das Transkript nochmals manuell kontrolliert wird. Die Autorin folgt einem einfachen Transkribier System nach Dresing und Pehl (2015). Wort- und Satzabbrüche werden geglättet und Wortdoppelungen ausgebessert, soweit diese nicht als Stilmittel gelten. Zum Zweck der verbesserten Lesbarkeit werden die Interviews dialektbereinigt und dem Schriftdeutsch angenähert (Dresing & Pehl, 2015). Unvollständige Sätze werden berichtigt. Innerhalb der Transkription wird keine nonverbale Kommunikation vermerkt, da sich die Arbeit auf die inhaltlichen Aspekte der Befragung konzentriert. Lautäußerungen wie Mhm, ähm und dergleichen werden nicht transkribiert (Dresing & Pehl, 2015; Flick et al., 2019).

Nach dem Anfertigen der Transkripte folgt die Kodierung der Texte anhand eines Kategoriensystems mit Hilfe des Programms MAXQDA. Allgemein kann bei der Kategorisierung zwischen einer induktiven Kategorienbildung, welche von der Empirie auf die Theorie schließen lässt und einer deduktiven Kategorienanwendung, die die Theorie innerhalb der Empirie überprüft unterschieden werden (Flick et al., 2019; Hug et al., 2010). Bei einer induktiven Vorgehensweise werden die Kategorien simultan zum Auswertungsprozess entwickelt. Mayring (2010) bezeichnet dieses Vorgehen als zusammenfassende Inhaltsanalyse. Diese reduziert das Transkript auf die ausschlaggebendsten Kernpunkte und wird empfohlen, wenn das Interesse auf

dem Inhalt des Interviews liegt. Bei einer deduktiven Vorgehensweise wird das Kategoriensystem aus den theoretischen Grundlagen abgeleitet. Nach Mayring (2010) wird diese Vorgehensweise als strukturierte Inhaltsanalyse bezeichnet, welche mittels festgelegter Kriterien die erhobenen Daten einem Kodierleitfaden zuordnet. In der vorliegenden Arbeit wird im ersten Schritt eine deduktive Vorgehensweise gewählt, wobei die Hauptkategorien aus dem „Eco-innovation causal chain“ Modell (*siehe Kapitel 3.2.3*) abgeleitet werden. Insgesamt werden elf Überkategorien gebildet. Da die vorliegende Arbeit einen explorativen Forschungsansatz widerspiegelt, werden zusätzlich zu den deduktiven Kategorien auch sechs induktive Unterkategorien aus dem Datenmaterial heraus gebildet.

Um den deduktiven Kategorisierungsvorgang zu strukturieren, empfiehlt sich die Vorgehensweise laut Mayring (2010), welche im Folgenden vorgestellt wird. Mit Hilfe dieser werden die Daten aus den Expert/innen Interviews kategorisiert und interpretiert. Das verwendete Kategorisiersystem mit den entsprechenden Unterkategorien, lässt sich aus dem *elektronischen Anhang A5* entnehmen.

In Anlehnung an die Systematik von Mayring, besteht die Inhaltsanalyse darin zuerst zu entscheiden wie das Material bearbeitet wird, welche Teile in welcher Reihenfolge untersucht werden und welche Bedingungen für die einzelnen Kategorien gegeben sind (Mayring, 2015, S. 43):

- Festlegung der Hauptkategorie
- Festlegung einer oder mehrere Unterkategorien
- Definition der Unterkategorien
- Beispiele aus dem Interviewtext (Ankerbeispiele)
- Kodierungsregeln formulieren und Kategorien eingrenzen

Da sich die vorliegende Arbeit an der strukturierten Inhaltsanalyse nach Mayring orientiert, wird der Inhalt des Interviews gefiltert und folglich die relevanten Textabschnitte paraphrasiert, generalisiert und anschließend auf die Kernaussagen reduziert. Der Zweck besteht darin, die Ergebnisse überschaubar zu präsentieren und diese einem generalisierbaren Rahmen zuzuordnen (Mayring, 2010). Die einzelnen Textabschnitte werden somit anhand der Kodierregeln den Kategorien zugeordnet (*siehe Anhang A5*).

Wichtig ist zu beachten, dass identische Aussagen in einem unterschiedlichen Kontext nicht dieselbe Bedeutung haben. Aus diesem Grund sind implizite

Bedeutungen ebenso relevant wie explizite. Darüber hinaus können auch Aussagen die vereinzelt oder einmalig auftreten ebenso eine große Bedeutung haben wie Aussagen, die wiederholt auftreten. Nicht erwähnte oder ausgeblendete Inhalte weisen ebenfalls Bedeutung auf (Naderer, 2011).

5.3.2 Darstellung der allgemeinen Ergebnisse

Nachfolgend werden die Ergebnisse anhand des Kategorisierungssystem dargestellt und eine kategorienbasierte Auswertung durchgeführt. Die allgemeinen Ergebnisse werden präsentiert und anhand von Ankerbeispielen aus den Interviews veranschaulicht.

Hauptkategorie 1: Öko-Innovation Input

Diese Kategorie beschreibt Mittel und Praktiken, die eingesetzt werden, um die Forschung und Entwicklung des Tiny House Konzepts im Unternehmen voranzutreiben. Die Produktentwicklung findet dabei hauptsächlich innerhalb des Unternehmens mit Hilfe des Know-Hows des Teams und der Mitarbeiter/innen statt (I02-I07, I09, I12). Dabei lässt sich eine problemzentrierte Vorgehensweise identifizieren, welche im folgenden Zitat deutlich wird:

"Also wir machen uns halt die Gedanken, wir haben ein Problem, wir gucken okay wie kann man das möglichst nachhaltig lösen [...]." (I12 Suske, Z. 251-253).

Als Inspirationsquelle und Ideenfindung dienen häufig Konzepte anderer Unternehmen im Tiny House Sektor, welche in Folge die Produktentwicklung und Umsetzung des Konzeptes anstoßen und beeinflussen. Speziell in der technischen Entwicklung verweisen die Tiny House Anbieter/innen auf ihr Netzwerk an Spezialist/innen über die technische Lösungen für den Bau bezogen werden (I01, I05, I08, I10, I11). Auch die Internetrecherche über soziale Medien wird als Informations- und Inspirationsquellen genannt (I06, I08, I10).

"Im weiteren Sinne über das Internet" (I08 Petereit, Z. 381).

Laut Wildi (I13) und Schindler (I14) stellt auch die jahrhundertealte Baugeschichte speziell in Bezug auf das baubiologische Bauen mit natürlichen Materialien eine Wissensquelle dar.

Hauptkategorie 2: Öko-Innovationsfähigkeit

Diese Hauptkategorie beinhaltet immaterielle und materielle Ressourcen und Vermögenswerte, die zur Innovationsfähigkeit beitragen.

Materielle Ressourcen:

Finanzielle Ressourcen, speziell Eigenkapital, gelten als essenzielle materielle Ressource. Dabei ist interessant, dass ein Großteil der befragten Unternehmer/innen eigenfinanziert ist (I02, I04, I05, I10, I11). Hug (I10) und Unterlechner (I15) verweisen darüber hinaus auf den Grundstücksbesitz, als eine weitere Ressource, die essenziell für die Öko-Innovationsfähigkeit ist.

"Also ich bin 100 % privat finanziert, ich habe keine Finanzierung drauf" (I11 Boeder, Z. 174-175).

Immaterielle Ressourcen:

In der Gruppe der Tiny House Anbieter/innen wird als immaterielle Ressource überwiegend das breite Netzwerk und die Partnerschaften mit anderen Handwerksbetrieben beschrieben. Partnerschaften und Kooperationen (I01, I02, I05, I06, I10-I12, I14), mit denen sich das Unternehmen identifizieren kann und Partner/innen, die ähnliche Werte vertreten, werden von Müllner (I05) und Schindler (I14) hervorgehoben. Dabei verweisen die Unternehmer/innen häufig auf Architekt/innen, Statiker/innen, Zimmerei, Installations- und Sanitärbetriebe sowie Programmierer/innen.

"[...] wir haben auch echt viele tolle Partner in der Hinterhand" (I05 Müllner, Z. 178-179).

Im Tourismusbereich zählen laut Hartmaier (I03) und Lenz (I07) Mitarbeiter/innen zu den essenziellen Ressourcen. Müllner (I05) verweist darüber hinaus auf die Brand Awareness und die Brand Power als immaterielle Ressource.

Eine weitere immaterielle Ressource stellt das Wissen und Know-How des Unternehmens dar, welches sich die Unternehmer/innen erarbeitet haben und das durch die zuvor erwähnten Partnerschaften forciert wird (I02-I08, I12, I14). Dabei verweisen die Befragten oft auf die Berufsausbildung als eine Wissensquelle sowie auf die jahrelange berufliche (I03-I07, I12, I14) und persönliche Erfahrung (I02, I03, I05, I06, I12, I13, I14). Die Berufsausbildung der Befragten zeigt dabei ein breites

Spektrum auf und reicht von Betriebswirtschaft und Tourismus, über Wirtschaftsingenieurwesen, Architektur, Baubiologie bis hin zu Handwerksausbildungen wie Tischler- und Zimmermeister/innen.

"Also immaterielle Ressourcen ist unser Know-How, das ist auf jeden Fall das was wir uns erarbeitet haben. Es spielt eine sehr große Rolle, weil wir im Prinzip bei null gestartet sind." (I02 Experte A, Z. 229-236).

Müllner (I05) erwähnt darüber hinaus die Unterstützung des Familienunternehmens als immaterielle Ressource.

Hauptkategorie 3: Öko-Innovationsaktivitäten

Öko-Innovationsaktivitäten verweisen auf die operativen Praktiken womit die Unternehmen versuchen Umweltauswirkungen ihres Unternehmertums zu reduzieren und dadurch nachhaltig zu agieren und unterteilen sich in die Unterkategorien grüne Praktiken und Zertifizierungen.

Grüne Praktiken:

Die Befragungsgruppe der Tiny House Anbieter/innen fokussiert sich vor allem auf eine ökologische Holzbauweise und die produktionsnahe, lokale Beschaffung von Materialien, um so die Lieferwege zu verkürzen (I01, I03-I08, I10, I13-I15). Auch der Innenausbau der Tiny Houses forciert den Nachhaltigkeitsgedanken mit dem Einbau von Trockentrenntoiletten (I08, I09) und Systemen, die den Wasserverbrauch reduzieren (I03, I07, I08, I15). Darüber hinaus wird beim Ausbau auf möglichst naturbelassene Materialien zurückgegriffen (I01, I02, I05, I07-I10, I12-I14). Zusätzlich wird das Umfeld des Tiny House so natürlich wie möglich belassen, um den Eingriff in die Natur gering zu halten (I06, I11, I12).

Hartmeier (I03), Lenz (I07) und Unterlechner (I15) verweisen auf deren eigenen Wasserkreislauf und Wasseraufbereitungsanlagen als grüne Praktik, um dadurch den Trinkwasserverbrauch zu reduzieren. In der touristischen Vermietung wird darauf geachtet den Müllverbrauch zu reduzieren und zu recyceln (I03, I07-I09, I15). Darüber hinaus bieten die Vermieter/innen keine Zwischenreinigung oder Handtuchtausch. Bei der Endreinigung wird darauf geachtet alternative und biologische Reinigungs- und Waschmittel zu verwenden (I01, I07-I09, I11, I12).

"[...] wir gucken zwar ständig darauf, also bei allen Entscheidungen, was gibt es denn da für Alternativen, wie kann man es sinnvoll machen. Das fängt bei ganz

kleinen Sachen an schon welche Putzmittel verwenden wir selbst oder wie waschen wir die Wäsche, die wir im Tiny Haus verwenden" (I08 Petereit, Z. 344-347).

Bei Verköstigungskonzepten wird auf Bio und regionalen Einkauf verwiesen (I03, I07, I11, I12, I15).

Die Tiny House Unternehmer/innen versuchen den Energiebedarf zu minimieren und Strom durch Photovoltaik-Anlagen zu produzieren oder auf Öko-Strom umzusteigen (I07, I09-I12, I15). Pfeiffer (I04) beschreibt die Produktion auf Bestellung als weitere grüne Praktik. Die Mehrheit der Befragten verweisen darauf, wie wichtig Transparenz und Nachvollziehbarkeit innerhalb der Lieferkette und des eigenen Unternehmens ist (I02, I05, I07, I12, I14, I15).

Müller (I09) verweist auf die Finanzierung durch eine nachhaltige Bank. In diesem Zusammenhang ist interessant, dass Müllner (I05) die Eigenfinanzierung als grüne Praktik beschreibt, da das Unternehmen dadurch nicht an Investor/innen und deren Forderungen gebunden ist. Darüber hinaus versucht Müllner (I05) den CO2 Ausstoß des Unternehmens zu kompensieren und Suske (I12) erzählt von Aktionen wie dem Clean-Up-Day. Alle Unternehmen versuchen so durch diese Maßnahmen ihre Umweltauswirkungen zu reduzieren.

Zertifizierungen:

Im Hinblick auf Zertifizierungen gibt es kritische Meinungen. Der Großteil der Befragten spricht sich dafür aus Zertifizierungen immer zu hinterfragen (I03, I05, I07-I09, I12-I14). Bei der Hälfte der Unternehmen spielen Zertifizierungen keine Rolle. Ein Grund dafür sind die hohen Kosten, die mit dem Zertifizierungsprozess verbunden sind (I01, I03, I04, I08, I10-I15).

"Ganz allgemein gesprochen nein, noch nicht. Weil wir versuchen, dass wir im ersten Schritt mal alles das was wir tun und unter dem Begriff Nachhaltigkeit tun selbst so weit zu untersuchen, dass wir sagen können: okay, das ist nachhaltig dafür braucht es keine Zertifizierung das wissen wir von uns aus" (I12 Suske, Z. 160-171).

Hirschl (I01), Suske (I12) und Schindler (I14) argumentieren, dass Transparenz mehr wert ist als Zertifizierungen, was im obigen Zitat ebenfalls deutlich wird.

Für die andere Hälfte der Befragten spielen Zertifizierungen eine Rolle. Sie dienen als Entscheidungshilfe, Qualitätssicherung und bilden einen Maßstab für Vergleiche. Im Tourismuskontext werden Zertifizierungen wie Öko-Camping oder Öko-Tex für Textilprodukte genannt (I02, I03, I06, I08, I15).

Hauptkategorie 4: Öko-Innovation Output

Diese Hauptkategorie beschreibt die Kategorisierung von Öko-Innovationen, die Verbreitung des Tiny House Konzeptes und dessen Darstellung sowie Wahrnehmung innerhalb der Medien.

Typologie der Öko-Innovation:

Innerhalb dieser Unterkategorie werden die Typologien der Öko-Innovation identifiziert. Die Mehrheit der Befragten beschreibt deren Angebot als Rundum-Konzept. Die Tiny House Unternehmer/innen versuchen so eine gesamte Lebensweise und ein Lebensgefühl zu vermitteln (I02, I03, I05, I08, I12-I15). Im Tourismuskontext verweisen die Tiny House Vermieter/innen auf das Angebot eines gesamten Urlaubserlebnisses als deren Kernleistung, was folglich deutlich wird:

"Aber ich glaube, das was die darüber hinaus und was auch wirklich auf unsere Arbeit zurückzuführen ist, am meisten schätzen ist diese wir nennen sie Cabinski Experience. Also diese ganze Gäste Journey, die sie durchmachen [...]" (I12 Suske, Z. 355-357).

Die Tiny House Anbieter/innen Experte A (I02) und Müllner (I05) sprechen vom gesamten Betreuungs- und Fertigungsprozess als deren Kerndienstleistung und Alleinstellungsmerkmal.

Diffusion der Öko-Innovation:

Diese Unterkategorie beschreibt wie das Tiny House Konzept innerhalb und außerhalb des Unternehmens verbreitet wird. Dabei wird am häufigsten auf soziale Medien, Fernsehbeiträge, Reportagen und Zeitschriften- und Fachzeitschriftenartikel verwiesen (I02, I03, I05-I13). Messen mit Fokus auf Bauen und Wohnen sowie Mundpropaganda (I08, I09, I13) spielen in der Verbreitung ebenso eine Rolle, wie folgendes Zitat erkennen lässt:

„[...] klar, aber wir machen in dem Sinn keine Werbung, es ist überwiegend Mundpropaganda [...]“ (I04 Pfeiffer, Z. 37-38).

Im Tourismuskontext werden auch Tourismusverbände und Plattformen wie Airbnb als Verbreitungsmedium genannt (I03, I06, I07, I09).

Medienberichte:

Die Unterkategorie Medienberichte beschreibt die mediale Wahrnehmung des Tiny House Konzeptes und der Unternehmen. Dabei verweisen die Expert/innen auf die hohe Aufmerksamkeit und die positive Wahrnehmung, die das Konzept aktuell erfährt (I01, I02, I04, I06, I08, I09, I11, I12, I15).

"Sehr hohe Wahrnehmung, teilweise. Auf allen Kanälen bei uns mittlerweile" (I06 Weitowitz, Z. 79-80).

In diesem Zusammenhang erwähnt Petereit (I08), dass in ihrer Wahrnehmung das Tiny House Konzept stärker in den Medien vertreten ist als in der Realität selbst. Die Expert/innen sehen die hohe Wahrnehmung durchaus kritisch. Pfeiffer (I04) bezeichnet diese als Hype und Hirschl (I01) verweist zusätzlich darauf, dass durch die Romantisierung des Konzeptes oft ein falsches Bild vermittelt wird. Müller (I09) schließt sich dieser Meinung an und kritisiert die unreflektierte Berichterstattung und wünscht eine kritischere Auseinandersetzung.

Hauptkategorie 5: Öko-Innovationsperformance

Diese Kategorie beschreibt den effizienten Ressourceneinsatz im Unternehmen und die damit verbundenen Nachhaltigkeitsziele und Kennzahlen. Dabei wurde innerhalb der Interviews klar, dass die meisten befragten Unternehmen keine messbaren Kennzahlen erfassen. Die Unternehmen bezeichnen sich als zu klein für die Kennzahlenerfassung und argumentieren, dass damit oftmals hohe Kosten verbunden sind (I01, I02, I04, I06-I14).

KPIs:

Trotzdem gibt es Unternehmen, die messbare Kennzahlen vorweisen können. Hartmaier (I03) und Müllner (I05) messen z.B. jährlich den CO₂-Fußabdruck ihres Unternehmens.

"Wir machen jedes Jahr unseren ökologischen Fußabdruck, der wird von Jahr zu Jahr besser, weil wir immer wieder neue Ideen entwickeln oder neue Dinge umsetzen" (I03 Hartmaier, Z. 113-115).

Unterlechner (I15) geht noch einen Schritt weiter und erstellt neben der CO2 Bilanz auch eine Gemeinwohl-Bilanz, welche einen holistischen Ansatz verfolgt und alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit miteinbezieht. Die Gemeinwohl-Bilanz zeigt Stärken und Schwächen auf und präsentiert somit Handlungsfelder für das Unternehmen.

Die Unternehmer/innen argumentieren, dass diese immer nach dem eigenen Verständnis der Nachhaltigkeit agieren und somit persönliche Nachhaltigkeitsziele definieren. Das wichtigste Ziel für die Unternehmen ist dabei die Regionalität und die Ressourceneffizienz (I01, I03-I08, I10, I13, I14).

Ressourceneffizienz:

Die ressourceneffizienten Maßnahmen differenzieren sich in allen Unternehmen. In der Tiny House Vermietung beziehen sich die Befragten dabei vor allem auf die Endreinigung (I01, I07-I09, I11, I12), die bei einem Tiny House weniger Reinigungsmaterial und Zeit in Anspruch nimmt, wie folglich deutlich wird:

"Also von der Grundreinigung und das zieht sich halt fort auch von weniger Materialien verbaut, du verbrauchst weniger Reinigungsmaterial, du verbrauchst weniger Zeit für die Reinigung selbst. Das heißt es ist alles eigentlich effizienter, als wenn ich sage ich muss eine große Fläche bewirtschaften" (I11 Boeder, Z. 75-58).

Darüber hinaus wird bei Tiny Houses häufig mittels Photovoltaikanalage eigener Strom generiert, um dieses zu betreiben (I03, I05, I09, I10, I12). Lenz (07) und Hartmaier (03) haben in deren touristischen Konzept zusätzlich ein Grauwasserreinigungssystem installiert, welches das Dusch- und Toilettenwasser wiederaufbereitet, um so den Trinkwasserverbrauch zu reduzieren.

Innerhalb der Tiny House Produktion verweist Müllner (I05) darauf, dass speziell im Zuschnitt darauf geachtet wird, so wenig Schnittreste und Abfall wie möglich zu erzeugen und diesen im Anschluss weiterzuverarbeiten. Beim Bau des Tiny Houses wird außerdem darauf geachtet eine effiziente Dämmung zu verbauen, damit keine Wärme verloren geht (I05, I07, I09, I13).

Hauptkategorie 6: Treiber

Diese Hauptkategorie beschreibt externe und interne Treiber, die die Umsetzung des Tiny House Konzeptes beeinflussen. Externe Treiber können dabei nicht durch das Unternehmen selbst beeinflusst werden und wirken somit von außen auf das

Unternehmen. Interne Treiber beschreiben im Gegenteil dazu die intrinsische Motivation und Triebkräfte der Befragten, die zur Umsetzung des Tiny House Konzeptes beitragen.

Externe Treiber:

Der am häufigsten genannte externe Treiber ist das große Interesse am Tiny House Konzept und die dadurch stetig steigende Nachfrage (I01, I02, I05, I06, I08, I10, I13-I15). Die Expert/innen beschreiben das Tiny House Konzept als einen Trend (I04, I06, I10-I14), der die Sehnsüchte und Bedürfnisse der Menschen widerspiegelt (I03, I07, I13-I15) und durch die mediale Aufmerksamkeit romantisiert und immer weiter gepusht wird (I01, I03, I08, I10, I12).

"Ja, also es ist einfach gerade ein Trend" (I12 Suske, Z. 304).

Suske (I12) verweist in diesem Zusammenhang auf die empfängliche Zielgruppe für den Tiny House Markt und Müllner (I05) argumentiert, dass der Tiny House Markt noch nicht gesättigt ist.

Auch die einfache Umsetzbarkeit, die mit geringen finanziellen Mitteln möglich ist und die Flexibilität, die das Konzept mit sich bringt, werden als Treiber identifiziert (I01, I04, I10, I12, I13, I15).

"[...] es lässt sich mit relativ wenig Aufwand umsetzen" (I10 Hug, Z. 216-217).

Die Expert/innen argumentieren, dass sich durch die globalen Umstände, die Verknappung des Baulandes und die steigenden Kosten, die Hausgröße zwangsläufig verkleinern wird und damit der Bedarf an alternativen Wohnformen steigt, was dem Tiny House Konzept zugutekommt (I05, I13). Auch der Fakt, dass das Tiny House eine Nische im Bauen darstellt, wird von Hirschl (I01) und Experte A (I02) als externer Treiber identifiziert. Bei der Befragungsgruppe der Tiny House Anbieter/innen, die ebenfalls Tiny Houses vermieten, wird die Vermietung als Verkaufsinstrument genutzt und damit auch als externer Treiber darstellt (I04, I06, I08). Pfeiffer (I04) und Hug (I10) verweisen darüber hinaus auf ungenutzte Flächen, die als Treiber gelten. Laut Hirschl (I01) und Wildi (I13) ist der Vorteil, dass es bei einem Tiny House keine Baustelle vor Ort gibt, da die Produktion in einer Halle stattfindet und somit die Umsetzung relativ schnell geht ein weiterer Treiber.

Interne Treiber:

Die größte Motivation und damit der am häufigsten genannte interne Treiber ist der Nachhaltigkeitsgedanke und das Verantwortungsgefühl gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt, welches damit verbunden ist (I01, I05-I14). Dies wird im Folgenden klar:

"Ich wollte meiner Heimat etwas zurückgeben. Bei mir ist ein Motto "think global act local". Und was nützt mir eine Investition, die 700 Kilometer weit weg ist? Ich wollte hier in der Region was tun und ich wollte da auch natürlich Engagement zeigen" (I07 Lenz, Z. 183-186).

Die Faszination und das persönliche Interesse am Tiny House Konzept und die damit einhergehende Überzeugung von dieser Wohnform gilt ebenso als treibende Kraft (I04-I06, I08-I10, I13, I14). Petereit (I08) und Schindler (I14) sehen den Tiny House Lebensstil auch für sich selbst als ideale Wohnform und sie als auch Müllner (I05) treibt der Wunsch nach Flexibilität. Die Expert/innen wollen durch das Konzept andere Menschen inspirieren und ihnen damit zeigen, dass Reduktion glücklich machen kann und dadurch wieder mehr Zeit bleibt (I05, I08, I09, I11, I12). Auch der minimalistische Gedanke und das damit einhergehende bewusstere Konsumverhalten werden als Treiber identifiziert (I05, I08, I09, I14). Eine interessante Tatsache in diesem Zusammenhang ist, dass bislang jedoch nur zwei der befragten Expertinnen selbst im Tiny House leben (I04, I14).

Als Motivation und Treiber der Tiny House Anbieter/innen lässt sich häufig das Argument ein verbessertes Produkt am Markt anbieten zu wollen und damit das Tiny House Konzept besser als bestehende Anbieter/innen umzusetzen, identifizieren (I01, I04, I05). Pfeiffer (I04) und Lenz (I07) definieren das Tiny House Konzept als einen Image-Booster und somit gilt deren interne Motivation dem Marketingzweck des Konzeptes.

Hauptkategorie 7: Barrieren

Die Hauptkategorie Barrieren, welche die Hindernisse und Hürden bei der Umsetzung des Tiny House Konzeptes beinhaltet, lässt sich in vier Unterkategorien teilen, welche die Art der Barrieren spezifizieren. Dabei lässt sich eine quantitative Häufung bezogen auf die Anzahl der Interviews, die in der *Abbildung 6* dargestellt wird, identifizieren.

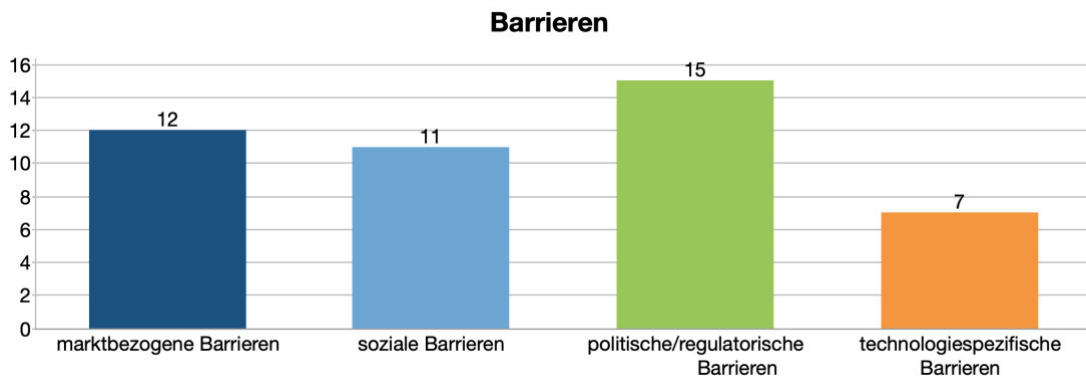


Abbildung 6: Barrieren; eigene Daten aus MAXQDA

Politische und regulatorische Barrieren:

Diese Kategorie findet sich in allen Interviews wieder. Die größte Barriere stellt dabei das Baurecht und die damit verbundenen behördlichen Genehmigungen dar (I01-I15). Die Realisierungsphase kann durch die Neuheit und die unklare Definition des Tiny House stark in die Länge gezogen werden (I03, I04, I13).

"Die größten Hindernisse liegen wirklich in den staatlichen Einschränkungen in der Baubehörde" (I01 Hirschl, Z. 290-291).

Auch die Grundstücksuche erweist sich aufgrund der Vorschrift, dass ein Tiny House nur auf Bauland errichtet werden darf und häufig eine vorherrschende Mindestgröße für die Bebauung des Grundstücks festgelegt wird, als Hürde (I02, I04, I08-I10, I12, I14, I15). Deshalb verweisen die Expert/innen auf die Bebauungs- und Flächennutzungspläne, die in diesem Zusammenhang eine regulatorische Barriere darstellen, welche durch das vorhandene Platzproblem in den Alpen verstärkt wird (I10, I13, I15). Boeder (I11) verweist darüber hinaus auf die Erschließung und Erschließungskosten. Auch Bauvorschriften und Anforderungen an ein Wohnhaus wie Lärmschutz, Dämmwerte und Brandschutz werden als Barrieren identifiziert (I08-I10, I13, I14). Bei einem Tiny House on Wheels muss zusätzlich die Straßenverkehrsordnung eingehalten werden (I05, I08, I09, I13). Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass es spezielle Sonderregelungen für Campingplätze gibt, wodurch das Tiny House Konzept einfacher umgesetzt werden kann (I06, I08, I09, I12, I13, I15). Eine weitere Barriere stellt die Finanzierung dar, da ein Tiny House keine Immobilie, sondern eine Mobilie ist und Banken dadurch argumentieren, dass ein Tiny House keine Besicherung darstellt (I03, I07, I09, I10, I12-I14).

Marktbezogene Barrieren:

Die marktbezogenen Barrieren für die Gruppe der Tiny House Anbieter/innen beziehen sich vor allem auf die Verfügbarkeit von Materialien und die Preissteigerungen, die durch die Pandemie und den Ukrainekrieg verstärkt wurden (I01, I02, I05, I06, I08, I09, I11, I13, I14). Auch die damit einhergehende Abhängigkeit von Lieferant/innen und der Industrie wird von allen Anbieter/innen als Barriere identifiziert.

"[...] abgesehen von Baurecht, sind natürlich gerade im Moment die Lieferketten und die Baupreise, die wo jeder betroffen ist" (I02 Experte A, Z. 336-337).

Für die Gruppe der Tiny House Vermieter/innen stellt vor allem der steigende Grundstückspreis und die geringe Verfügbarkeit von Grundstücken eine Barriere dar (I06, I13, I14).

Im Tourismuskontext ist laut Unterlechner (I15) die Abdeckung der touristischen Nachfrage speziell im Hinblick auf den Wintertourismus eine Barriere, da Tiny Houses die Gästezahlen im Winter nicht abdecken können.

Soziale Barrieren:

Die sozialen Barrieren im Tiny House Kontext verweisen vor allem auf Vorurteile gegenüber der Wohnform, welche mit der Unwissenheit und Unklarheiten über das Konzept zusammenhängen. Speziell innerhalb der rechtlichen Aspekte gibt es viele Unklarheiten, da es keine einheitliche Definition gibt und damit eine rechtliche Einordnung schwer möglich ist (I01, I06, I08, I12-I15).

"Es beginnt damit, dass zum Beispiel auch Gemeinden noch nicht informiert sind. Die haben auch ihre Vorstellung von einem Tiny House. Da hat der Gemeindearbeiter, der zuständig ist vielleicht mal was gesehen aus Amerika und dann sagen die nein bei uns wird sowas nicht aufgestellt, ohne zu wissen was es denn eigentlich ist" (I01 Hirschl, Z. 211-215).

Ein Vorurteil, welches besonders betont wurde und sich speziell auf den Alpenraum und den Tourismussektor bezieht, ist das Thema Chalet Dorf und die damit verbundenen Investorenmodelle (I02, I12, I15). Unterlechner (I15) und Experte A (I02) verweisen darauf, dass das Thema Tiny House in der touristischen Vermietung oft damit in Verbindung gebracht wird und deshalb automatisch negativ konnotiert ist.

Petereit (I08) und Pfeiffer (I04) verweisen auf eine weitere soziale Barriere, die auf die Preisgestaltung und Preisschwelle, die in den Köpfen der Menschen verankert ist, hinweist. Da in den online Tiny House Communities oft suggeriert wird, dass ein Tiny House auch selbst gebaut werden kann und es zusätzlich vermehrt Anbieter/innen im Niedrigpreissegment gibt, sinkt die Preisschwelle der Kund/innen. Dadurch wird der Verkauf erschwert.

Technologie- und technikbedingte Barrieren:

Diese Barrieren beziehen sich auf die Realisierbarkeit der Tiny House Projekte im Hinblick auf die Statik und Dämmwerte und das Erfüllen der Straßenverkehrsordnung bei mobilen Varianten. Hier müssen gewisse Maximalabmessungen und ein Maximalgewicht eingehalten werden, um die Transportierbarkeit des Tiny Houses nicht einzuschränken (I04, I08, I09, I13).

"Die Herausforderung war immer das Gewicht. Also die müssen halt leicht gebaut werden. Das heißt Dämmung ist ein Thema. Viele der Materialien gehen nicht oder verwendet man dann einfach auch nicht gerade, weil sie zu schwer werden" (I09 Müller, Z. 77-80).

In diesem Zusammenhang verweist Müller (I09) auf die Langlebigkeit der Materialien, die auch wirtschaftlich, bezogen auf zukünftige Renovierungsarbeiten eine Rolle spielt. Auch die Umsetzung des Abwasser- und Energiesystem sowie die Planung des Grundrisses, der Raumaufteilung und Lichtsysteme stellen Barrieren dar (I04, I09). Müllner (I05) verweist auch auf die begrenzten Fertigungskapazitäten der Anbieter/innen als Barriere.

Hauptkategorie 8: End-Point Auswirkungen

Diese Hauptkategorie beschreibt die Auswirkungen und den Beitrag des Tiny House Konzeptes auf die Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft.

Ökologische Dimension:

Den größten Beitrag des Tiny House Konzeptes zu einer ökologischen Nachhaltigkeit sehen alle Expert/innen im geringen Ressourcenverbrauch durch die Größe des Hauses und dem Einsparen der damit verbundenen Grauenergie. Dadurch wird automatisch weniger Energie bei der Nutzung verbraucht. Zusätzlich bringt das Leben auf kleinem Raum die Menschen dazu bewusstere Konsumententscheidungen zu treffen (I01-I15). Ein weiteres Argument, dem alle Expert/innen zustimmen ist die geringe

Bodenversiegelung, wodurch der Eingriff in die Natur reduziert wird. Ein Tiny House bietet dadurch die Möglichkeit dieses rückstandslos zu entfernen und den natürlichen Zustand des Grundstücks wieder herzustellen, wie in folgendem Zitat deutlich wird:

„Und die stehen auf Punkt- oder Schraubfundamenten, darunter ist eine Schotterregulierung. Das heißt ich kann den Boden auch sauber zurückgeben, wenn ich dort das Haus wieder wegnehme. [...] Also ich spare hier extrem an Energiebedarf. [...] Es ist die Bodenversiegelung. Es ist die gesamte Energieerhaltung. Es ist ein ökologisches Konzept“ (I01 Hirschl, Z. 31-41).

So werden am Ende des Lebenszyklus keine Bauruinen zurückgelassen, wodurch Flächen auch temporär genutzt werden können (I12, I14, I15). Laut Schindler (I14) ermöglicht dies Grundstücke für die nächsten Generationen und deren neuen Wohnkonzepte freizuhalten. Zusätzlich wird die Umgebung des Tiny House natürlich belassen (I06, I11, I12, I14). Weiter arbeiten die Unternehmen mit lokalen Lieferant/innen und Produzent/innen, um die Lieferwege kurz zu halten und lokale Unternehmen zu unterstützen (I01-I15). Darüber hinaus setzt die ökologische Holzbauweise den Bezug von möglichst nachhaltigen Materialien voraus und das Verbauen von natürlichen Dämmstoffen und einer Holzfassade dient als zusätzlicher CO₂ Speicher (I01-I15). Im Zusammenhang mit der Produktion verweist Hirschl (I01) auf einen Fakt, da das Tiny House in einer Produktionshalle gefertigt wird gibt es keine Baustelle vor Ort und damit keine Verschmutzung und keine Lärmbelastung während der Bauphase. Ein weiteres häufiges Argument, das für die ökologische Nachhaltigkeit des Konzeptes spricht, ist die Möglichkeit das Tiny House komplett autark zu betreiben (I01, I04-I06, I15). Laut Expert/innen bietet das Tiny House Konzept all diese ökologischen Vorteile auf kleinem Raum bei gleichbleibender Wohnqualität (I01, I05, I13, I14, I15).

Sozio-kulturelle Dimension:

Den sozio-kulturellen Beitrag des Tiny House Konzeptes sehen die Expert/innen darin, dass dadurch alternative und leistbare Wohnmöglichkeiten geschaffen werden (I01, I06, I13-I15), was im folgenden Zitat deutlich wird:

"[...] aber eben auch als wirklich alternative Möglichkeit, wie man jungen und auch älteren Menschen Wohnraum bieten kann" (I08 Petereit, Z. 502-504).

Speziell im Bereich des generationsübergreifenden Wohnens oder als barrierefreier Alterswohnsitz besteht Potenzial (I01, I12, I13, I15), da laut Weitowitz (I06)

Singlehaushalte und Altersarmut ein immer größeres Thema werden. Das Konzept kann z.B. auch dabei helfen zukünftige Krisen wie die Flüchtlingsströme durch das Schaffen von temporärem Wohnraum zu bewerkstelligen (I12, I13). Als weiteren positiven Beitrag identifizieren die Expert/innen die Mobilität und die damit verbundene Flexibilität, die das Konzept mit sich bringt, da sich ein Tiny House an die unterschiedlichsten Lebenssituationen und Bedürfnisse des Menschen anpassen kann (I01, I05, I06, I08, I13-I15). Darüber hinaus schafft das Konzept laut Expert/innen ein gesellschaftliches Bewusstsein für einen minimalistischen Lebensstil und alternative Wohnformen (I02, I07, I10, I14). Es ermöglicht ein konzentrierteres Leben und schafft Platz, um sich auf das Wesentliche im Leben zu konzentrieren. Es kann Menschen dazu bringen sich von der Last des Besitzes zu lösen (I07-I09, I14). Laut Lenz (I07) und Petereit (I08) wird durch einen minimalistischen Lebensstil die Wertschätzung für die Natur verstärkt, da dieser die Menschen automatisch näher an die Natur bringt.

Ökonomische Dimension:

Auf ökonomischer Ebene wird, wie auch auf sozio-kultureller Ebene, die Leistbarkeit angesprochen (I01, I02, I04-I06, I09, I10, I13, I15). Dadurch, dass ein Tiny House innerhalb eines Fertigungsprozesses produziert und nicht gebaut wird bringt diese Fertigungsart Skaleneffekte mit sich, die zu Kosteneinsparungen für die Unternehmen führen (I05, I13, I15). Gleichzeitig wird dadurch die Qualitätssicherung gewährt und Kund/innen wird ein Fixpreis garantiert (I02, I05). Allgemein bindet ein Tiny House weniger finanzielle Ressourcen, die Instandhaltung ist günstiger und spart aufgrund der Größe Zeit (I10, I15). Zusätzlich ist die Produktion des Tiny House wetterunabhängig, wodurch es zu weniger Verzögerungen kommt und die Fertigungszeit minimiert wird (I01, I02, I05, I13). Unterlechner (I15) argumentiert, dass das Konzept schnell an Veränderungen am Markt angepasst werden kann und damit die Mobilität als wirtschaftlicher Vorteil identifiziert wird, wie folglich zitiert:

"Und das hat natürlich auch wirtschaftlich den Vorteil, dass es auch bei Veränderungen schneller reagieren kann. Ich kann sowas auch verkaufen, abbauen was auch immer oder auch weiterentwickeln, wenn ich sage es funktioniert gut kann ich weitermachen" (I15 Unterlechner, Z. 350-353).

Das Tiny House Konzept trägt laut Expert/innen dazu bei neue und innovative Infrastruktur zu schaffen und damit das heutige Wohnerlebnis neu zu definieren (I08, I14, I15). Hartmeier (I013) und Unterlechner (I15) verweisen darauf, dass das Tiny

House Konzept ein Alleinstellungsmerkmal für deren Betrieb darstellt und somit einen Wettbewerbsvorteil bietet. Darüber hinaus ist interessant, dass die Befragten den Beitrag des Tiny House Konzeptes zur physischen und psychischen Gesundheit des Menschen ansprechen (I05-I07, I14, I15). Die positiven gesundheitlichen Effekte sind laut Schindler (I14) auf das angenehme Raumklima durch den Verbau von natürlichen Materialien und die psychische Entlastung, die ein minimaler Lebensstil mit sich bringt, zurückzuführen.

Hauptkategorie 9: Definition Tiny House

Diese Kategorie beschreibt definitionsrelevante Aspekte. Dabei ist interessant, dass es unter den Expert/innen keinen eindeutigen Definitionsvorschlag gibt (I04, I08, I09).

"Es ist natürlich immer schwierig zu sagen es ist grundsätzlich ökologisch, weil es gibt ja so viele verschiedene Tiny Haus Varianten oder ich sage mal Dinge die sich irgendwie Tiny House nennen, weil der Begriff ja nicht richtig definiert ist" (I08 Petereit, Z. 43-45).

Zum einen wird von den Expert/innen als Definitionsmerkmal der Mobilitätsfaktor sowie die vollwertige Ausstattung des Tiny House genannt (I01, I03, I04, I07, I09, I12, I15). Petereit (I08) verweist auf das engere Verständnis eines Tiny House im Sinne der Tiny Houses on Wheels, da diese die kleinste Variante darstellen. Lenz (I07) und Hartmaier (I03) bezeichnen Zirkus- und Schaustellerwagen sowie touristische genutzte Baumhäuser oder Cabins ebenfalls als Tiny House Varianten. Eine Zwischenkategorie, die das Modulhaus und die modulare Bauweise beinhaltet, wurde identifiziert (I08, I13). Die Abgrenzung des Tiny House Konzeptes wird dadurch schwierig und ist auch in der Praxis nicht klar definierbar (I04, I08, I09). Worauf sich alle Interviewpartner/innen beziehen ist, dass das Tiny House Konzept eine kleine Art des Bauens darstellt (I01-I15).

Wildi (I13), Weitowitz (I06) und Experte A (I02) weisen darauf hin, dass der Begriff Tiny House bei vielen Behörden negativ konnotiert ist und oft mit „Zigeunersiedlungen“ in Verbindung gebracht wird. Aus diesem Grund werden neue Begriffe wie Micro Haus, Minimal Haus, Eco Modul Haus oder Kleinwohnformen verwendet (I02, I04, I05, I08, I11, I12-I14). Experte A (I02) verweist darauf, dass auch innerhalb der Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens der Begriff Tiny House einen negativen Beigeschmack aufweist, da dieser mit der Tiny House Bewegung und dem „Do-it-yourself“ Charakter in Verbindung gebracht wird. Speziell die

Befragungsgruppe der Tiny House Anbieter/innen distanziert sich deshalb vom Begriff Tiny House, um so deren professionalisiertes Geschäftsmodell von der Tiny House Bewegung zu differenzieren (I02, I05, I08, I12-I14).

Hauptkategorie 10: Öko-Innovationsverständnis

In dieser Kategorie werden die Meinungstendenzen der Befragten zur Frage, ob ein Tiny House eine Öko-Innovation darstellt, beschrieben. In Bezug auf das Öko-Innovationsverständnis weisen die Interviews eine geteilte und kritische Meinung auf. Interessant ist dabei, dass über die Hälfte der Expert/innen keine klare Stellung beziehen und auf die Kontextabhängigkeiten des Öko-Innovationsverständnisses hinweisen (I02, I04, I08, I12-I15). Dies wird in Folgendem Zitat deutlich:

„Öko-Innovation ist zwiespältig, muss ich ganz ehrlich sagen. Tendenziell ist es so je größer der Verbund von Wohnungen in einem Haus ist, desto ökonomischer und ökologischer rechnet sich das Gebäude. [...] Aber was bei uns die ökonomischen und ökologischen Innovationen ist: erstens wir versuchen mit nachhaltigen Materialien zu arbeiten [...]“ (I02 Experte A, Z. 91-102).

Argumente, die für das Tiny House als Öko-Innovation sprechen sind zum einen der Bezug von nachhaltigen und regionalen Materialien wie Holz oder Lehm und zum anderen die Größe und der geringere Ressourcenverbrauch, der damit verbunden ist (I01, I04, I05, I07, I11, I13, I14). Interessant ist, dass Schindler (I14) auch den Gesundheitsaspekt, der durch das Verbauen von natürlichen Materialien entsteht als Öko-Innovation benennt. Darüber hinaus wird das Argument des Wohnens auf kleinem Raum sowie die Optimierung des Raumes, die Raumgestaltung und das Design als Öko-Innovation beschrieben (I02, I04, I07, I08, I14). Was in der Befragungsgruppe der Tiny House Vermieter/innen deutlich hervorgeht ist, dass das Tiny House Konzept im Tourismuskontext und speziell im naturnahen Tourismus als Öko-Innovation definiert wird, weil es einen hohen Erlebnisfaktor in Kombination mit hoher Qualität und Komfort bietet (I04, I10, I15). Im Zusammenhang mit dem Produktionsprozess verweisen Experte A (I02) und Müllner (I05) auf die Öko-Innovationsaspekte, die durch die standardisierten Fertigungsprozesse entstehen.

Hartmaier (I03), Pfeiffer (I04) und Müller (I09) positionieren sich klar und sehen das Tiny House nicht als Öko-Innovation. Müller (I09) argumentiert, dass wohnen im Tiny House einen egoistischen Gedanken und den unrealistischen Traum allein inmitten der Natur zu wohnen verfolgt. Auch Pfeiffer (I04) schließt sich dieser Meinung an.

Dadurch findet keine verdichtete Bauweise statt, wodurch Wärme über die freistehenden Außenwände schneller verloren geht. Darüber hinaus wird im Verhältnis mehr Fläche pro Person benötigt. Laut Pfeiffer (I04) hat das Tiny House grundsätzlich einen nachhaltigen Gedanken, welcher aber im klassischen Bau auch umgesetzt werden kann. Müller (I09) spricht sich klar für ein minimalistisches Leben aus, welches aber nicht zwingend an ein freistehendes Tiny House gekoppelt ist. Das am stärksten vertretene Argument, welches gegen das Tiny House Konzept als Öko-Innovation spricht, ist das Argument, dass wohnen in einem kleinen Raum, welcher mobil ist nichts Neues darstellt, da z.B. bereits Sinti und Roma oder auch Zirkusleute vor hunderten Jahren schon in kleinen mobilen Wohneinheiten gelebt haben (I03, I04, I07, I13, I14).

"Das ist ja jetzt nichts Neues. Es gibt ja Leute, die schon lange auf kleinem Raum wohnen, [...]" (I13 Wildi, Z. 292-293).

Schindler (I14) verweist auch darauf, dass das baubiologische Bauen mit natürlichen Materialien auch nichts Neues ist, sondern etwas das die Leute nicht mehr kennen und somit erst wieder neu entdeckt werden muss. Laut Schindler (I14) geht die Entwicklung damit wieder „back to the roots“.

Hauptkategorie 11: Tiny House im Tourismus

In dieser Hauptkategorie wird die Rolle des Tiny House Konzeptes im Tourismus beschrieben. Was aus den Interviews hervorgeht ist, dass die Expert/innen durchaus ein touristisches Potenzial erkennen, da es eine außergewöhnliche und neue Art der Beherbergung darstellt (I02, I03, I06, I10, I15). Dies wird in folgendem Zitat deutlich:

"Also wir sehen da schon ein enormes Potenzial, weil auch die Qualität hoch ist, weil der Service und die Atmosphäre ist einladend. Es ist nicht vergleichbar mit einem normalen Hotelzimmer und die Leute wollen sowas. Einige haben einfach herkömmliche Hotels satt und wollen was Neues sehen und da passen wir super in diese Nische rein" (I02 Experte A, Z. 391-395).

Alle Expert/innen außer Pfeiffer (I04) sind sich dabei einig, dass beim Tiny House in der touristischen Vermietung der Standort eine essenzielle Rolle spielt. Dabei sind vor allem Stellplätze in der Natur, die ein naturnahes Urlaubserlebnis bieten gefragt (I03, I06, I07, I09-I12, I15). Die Hauptmotive für einen Tiny House Urlaub sind die Flucht aus der Stadt und die damit verbundene Auszeit im Grünen, um die besondere Atmosphäre und Ruhe zu genießen (I04, I08, I09, I11, I15). Weitere Urlaubsmotive

sind die Möglichkeit Probe zu wohnen und damit das Konzept einmal auszutesten und etwas Neues auszuprobieren (I02, I08, I10, I12, I15). Der Nachhaltigkeitsgedanke stellt ebenso ein Urlaubsmotiv dar, dieses ist jedoch nicht so verbreitet wie von den Expert/innen anfangs erhofft (I06, I07, I12, I15).

Es lässt sich erkennen, dass die Anfragen nach touristischen Projekten häufiger sind als private Anfragen (I02, I06). Dies ist laut Expert/innen darauf zurückzuführen, dass die touristische Nutzung speziell auf Campingplätzen einfacher zu realisieren ist (I08, I13, I14). Unterlechner (I15) argumentiert jedoch, dass die touristische Nutzung schwer skalierbar ist.

5.4 Interpretation der Ergebnisse und Beantwortung der Forschungsfrage

Nachdem in den vorhergehenden Kapiteln die theoretischen und methodischen Grundlagen der Untersuchung dargelegt wurden und die allgemeinen Ergebnisse der Studie wertfrei präsentiert wurden, werden im folgenden Kapitel die Kernergebnisse der Empirie vorgestellt und anhand der theoretischen Grundlagen diskutiert. Dabei liegt der Fokus auf der Beantwortung der Forschungsfrage.

5.4.1 Das „eco-innovation causal chain“ Modell anhand des Tiny House Konzeptes

Die Indikatoren des „eco-innovation causal chain“ Modell wurden innerhalb der Befragung überprüft und nachgewiesen. Folglich wird deren Zusammenhang mit dem Tiny House Konzept interpretiert.

Laut Kemp et al. (2019) spielt für KMUs Forschung und Entwicklung eine untergeordnete Rolle (*vgl. Kapitel 3.2.3*). Dies widerlegt die Expert/innenbefragung, da laut den Ergebnissen Forschung im Hinblick auf die Ideenfindung und die Informationsquellen als essenziell für die Umsetzung gilt. Darüber hinaus wird der unternehmensinternen Entwicklung im Zusammenhang mit den technischen Komponenten und dem Gestalten des touristischen Angebots eine wichtige Rolle zu teil.

Der Grundstücksbesitz gilt im touristischen Kontext als Voraussetzung und damit als wichtige Ressource für die Innovationsfähigkeit. Um den Grundstückskauf, der als Barriere identifiziert wurde (*vgl. Kapitel 5.3.2*), zu umgehen, bietet sich für die private und touristische Nutzung ein Pachtmodell auf Zeit an. Hier gibt es bereits

Vorzeigeprojekte wie Cabinski im Montafon (I12 Suske), die zeigen wie ein Pachtkonzept in der Praxis umgesetzt wird. Ein großer Vorteil ist, dass nach Auslaufen des Pachtvertrages die Häuser wieder rückstandslos entfernt werden können.

Eine weitere Erkenntnis ist, dass speziell in KMUs aufgrund der Größe und der Strukturen eine höhere Transparenz gewährleistet werden kann. Dadurch sind Zertifizierungen für ökologische Produkte oder Dienstleistungen nicht von Bedeutung, da laut den Expert/innen Transparenz mehr wert ist (*vgl. Kapitel 5.3.2*).

Eine Erkenntnis in Bezug auf die Treiber ist, dass sich die Hauptmotive und damit die internen Treiber der Unternehmer/innen vor allem auf den Nachhaltigkeitsgedanken und das damit verbundene Umweltbewusstsein und Verantwortungsgefühl konzentrieren. Dadurch gilt das Tiny House Konzept nach Kemp und Foxon (2007) als ökologisch motivierte Innovation. Dies führt zur Schlussfolgerung, dass Umweltorientierung in den befragten Unternehmen als eine strategische Fähigkeit gilt und verweist somit auf die NRBV (*vgl. Kapitel 3.2.2*). Die empirische Studie bestätigt darüber hinaus die theoretische Annahme, dass die Umweltorientierung das Potenzial hat eine nachhaltige Entwicklung zu forcieren.

Innerhalb der empirischen Forschung werden auch die höhere Effizienz und das Kostensenkungspotenzial innerhalb der Produktion und Erhaltung des Hauses als interne Treiber identifiziert. Zusätzlich findet sich das Wissen und die Fähigkeiten, sowie das Unternehmensimage in der Befragung als Treiber wieder. Damit konnten die meisten internen Treiber aus der Theorie (*vgl. Kapitel 3.4*) auch in der Praxis nachgewiesen werden.

In der Theorie (*vgl. Kapitel 3.4*) werden darüber hinaus Finanzierungssystem und Subventionen als externe Treiber benannt. Diese fehlen im Zusammenhang mit dem Tiny House Konzept komplett und wurden vermehrt als Barriere identifiziert. Daraus lässt sich schließen, dass hier Bedarf besteht sinnvolle Anreize speziell für Tiny House Konzepte mit Nachhaltigkeitsfokus zu setzen. Ähnlich wie im konventionellen Hausbau z.B. mit Förderungen für Photovoltaikanlagen. Der größte externe Treiber, der innerhalb der Befragung identifiziert wurde, ist die hohe Nachfrage und damit die Kund/innenwünsche, die bereits innerhalb der Literaturrecherche identifiziert wurden (*vgl. Kapitel 3.4*). Das Tiny House Thema stellt laut den Expert/innen aktuell eine Trenderscheinung dar, die so schnell nicht abflacht bzw. bietet der Markt laut Expert/innen genug Potenzial. Dieser Aspekt ist kritisch zu betrachten, da Trends

häufig stark fluktuieren und der Tiny House Trend eine starke Beziehung mit dem Nachhaltigkeitstrend vorweist und damit eine starke Abhängigkeit besteht. Suske (I15) verweist in diesem Zusammenhang auf die empfängliche Zielgruppe, die vor allem soziale Medien konsumiert. Speziell innerhalb der sozialen Medien kann ein Trend, wie der Van Life Trend auf den die Expert/innen verweisen, sehr schnell zum Hype werden und genauso schnell wieder abflachen. Für das Tiny House Konzept, welches sich in einer Nische befindet, bedeutet das den Markt genau zu beobachten, um mögliche Chancen und Hindernisse zu identifizieren. Dies lässt sich ebenso auf den Tiny House Tourismus umlegen.

Innerhalb der Theorie und Empirie wurde festgestellt, dass ein Tiny House nicht klar definiert ist und die Definitionen sich häufig stark unterscheiden. Die fehlende Definition sorgt für Unklarheit und kann vor allem im Zusammenhang mit Behörden zu Problemen führen, da diese das Tiny House nicht zuordnen können und somit der Genehmigungsprozess verkompliziert wird. Damit steht die Definitionsfrage in direktem Zusammenhang mit den sozialen, politischen und regulatorischen Barrieren, welche innerhalb der empirischen Forschung als größte Barrieren identifiziert wurden (*vgl. Kapitel 5.3.2*). Durch eine einheitliche Definition und die Sensibilisierung der Behörden für das Thema kann möglicherweise eine vereinfachte Umsetzung erzielt werden. Darüber hinaus muss auch innerhalb des Baurechts und der Gesetzeslage eine notwendige Lücke für das Konzept geschaffen werden, wie das bereits in Verbindung mit den Sonderregelungen auf Campingplätzen der Fall ist. Ansonsten bewegt sich das Tiny House Konzept weiterhin rechtlich in einem Graubereich. Da laut der Literatur Marktmechanismen und Umweltvorschriften die Hauptauslöser für die Schaffung, Entwicklung und Verbreitung von Öko-Innovationen sind (Horbach et al., 2012), sieht die Autorin hier großen Handlungsbedarf, um durch klare rechtliche Rahmenbedingungen die Umsetzung des Tiny House Konzeptes zu fördern.

Die identifizierten Treiber und Barrieren im Zusammenhang mit dem Tiny House Konzept erzeugen vor allem in kumulativer Form einen Einfluss auf das Verhalten der Unternehmen in Bezug auf die Einführung des Konzeptes. Diese Erkenntnis ist darauf zurückzuführen, dass in den Interviews mehrere Treiber und Barrieren in Kombination genannt wurden. Darüber hinaus wurde die stärkere Wirkung einer Kombination der unterschiedlichen Treiber und Barrieren auf die Umsetzung der Öko-Innovation bereits innerhalb der Literaturrecherche von Díaz-García et al. (2015) identifiziert. Dabei wird in der Literatur auch darauf hingewiesen, dass interne Faktoren eine

größere Rolle spielen als externe was innerhalb der Empirie nicht nachgewiesen wird, da externe und interne Treiber in einem ausgewogenen Verhältnis vorkommen (*vgl. Kapitel 3.4*).

Abschließend kann festgehalten werden, dass das Öko-Innovationssystem nach Kemp et al. (2019) innerhalb der befragten KMUs nachgewiesen werden kann und den Innovationsprozess in der Praxis widerspiegelt. Die einzelnen Indikatoren spielen dabei in der Praxis eine unausgewogene Rolle und werden häufig innerhalb der operativen Tätigkeit durchgeführt und umgesetzt.

5.4.2 Das Tiny House als Öko-Innovation

Eine Haupterkenntnis ist, dass laut den Ergebnissen der Studie das Tiny House Konzept nicht klar als Öko-Innovation identifiziert werden kann. Aufgrund der Kontextabhängigkeit, welche im *Kapitel 3.1.1 und 3.6* beschrieben wird, ist das Tiny House innerhalb des klassischen Baugewerbes differenziert zu betrachten. Speziell die Ergebnisse aus der Kategorie Öko-Innovation Output im Zusammenhang mit der medialen Berichterstattung, bekräftigen diese Aussage. Die Ergebnisse lassen darauf schließen, dass das Konzept reflektierter betrachtet werden muss, da durch die Romantisierung innerhalb der Medien ein falsches Bild vermittelt wird. Diese Erkenntnis deckt sich mit der Tiny House Literatur (*vgl. Kapitel 4.4*).

Kritikpunkte wie der höhere Flächen- und Materialbedarf pro Person und der Energieverlust, der im Vergleich zu einer verdichteten Bauweise z.B. in Form einer Mehrparteienwohneinheit entsteht, wurden bereits in der Theorie in *Kapitel 4.4* identifiziert und innerhalb der empirischen Forschung bestätigt. Aus diesem Grund stellt das Tiny House trotz Fokus auf ökologisches Bauen z.B. in einer städtischen Umgebung keine nachhaltigere Alternative dar, es sei denn es findet dadurch eine Nachverdichtung statt.

Die empirische Forschung hat aber gezeigt, dass das Konzept im Speziellen innerhalb des Tourismus aufgrund des Verwendungszwecks als signifikante Neuerung angesehen wird und damit in diesem Zusammenhang als Öko-Innovation klassifiziert wird. Diese Erkenntnis stützt sich auf den Grad der Neuartigkeit, welcher laut Carrillo-Hermosilla et al., (2010) ebenso kontextabhängig ist. Im Zusammenhang mit dem Tiny House bieten Vermieter/innen häufig ein ganzheitliches Konzept und Erlebnis an, welches sich von der klassischen Beherbergungserfahrung unterscheidet und einen geringeren Servicierungsgrad aufweist. Dadurch kann das

Tiny House Konzept im Tourismus als Dienstleistungsinnovation klassifiziert werden (vgl. Kapitel 3.7).

Der Verbreitungsgrad der Tiny Houses als Beherbergungsform, lässt auf einen steigenden Trend schließen. Dies deutet darauf hin, dass der Beherbergungssektor aktuelle Trends aufgreift und damit eine hohe Innovationskraft aufweist, welche in der Theorie von Jacob et al. (2010) und Shin und Perdue (2022) hervorgehoben wurde und hiermit bestätigt wird. Im Kontext des Tiny House als Beherbergungsform beziehen sich die Öko-Innovationen auf das Produkt Tiny House an sich, auf ein Bündel von grünen Praktiken, die damit verbunden sind sowie auf die Erlebnisse, die im Zusammenhang mit dem Tiny House angeboten werden. Die grünen Praktiken im Tiny House konzentrieren sich dabei auf Energiesparmaßnahmen, reduzierten Wasserverbrauch und die Abfallvermeidung, welche in der Theorie in Kapitel 3.7 identifiziert wurden und in der Praxis nachgewiesen werden.

Das Tiny House Konzept wird auch im Vergleich zu einem Einfamilienhaus, speziell in ländlicher Lage als Öko-Innovation bezeichnet, da dieses die Verringerungen von Umweltauswirkungen, die durch Konsum- und Produktionstätigkeiten entstehen forciert und im Vergleich zu einem Einfamilienhaus einen geringeren Ressourcenverbrauch bei der Produktion sowie im Betrieb des Hauses aufweist. Durch den Fokus auf die Vermeidung und Verringerung der Umweltschäden weist das Tiny House Konzept nach Rennings (2000) einen präventiven Charakter auf. Nach García-Pozo et al. (2015) können die Tiny House Unternehmer/innen damit als proaktive Öko-Innovatoren bezeichnet werden.

Das Konzept strebt nach ökologischen Verbesserungen im Hinblick auf die Bauart und den Ressourcenverbrauch und erzielt dadurch eine Verbesserung des Wohnraumes und somit des Produktes „Wohnen“. Der Einsatz von verbesserten Materialien verweist laut Xavier et al. (2017) und Kemp und Foxon (2008) auf eine Produkt Öko-Innovation. Das Tiny House kann dadurch als solche klassifiziert werden. Darüber hinaus kann das Konzept aufgrund der prozesshaften und damit effizienteren Produktions- und Lieferkette als Prozessinnovation identifiziert werden (vgl. Kapitel 5.3.2). Im Allgemeinen stellt das Tiny House Konzept eine radikale Innovation dar, weil es eine völlig neue Art des Wohnens und der Beherbergung ermöglicht und damit das klassische Baugewerbe und die Beherbergungsbranche aufrüttelt. Aufgrund des bestehenden Konsens der Forschung darüber, dass ökologische Nachhaltigkeit insgesamt nur mit radikalen Öko-Innovationen erreicht

werden kann (vgl. Kapitel 3.3), hat das Tiny House Konzept jedenfalls das Potenzial die Umweltbelastungen zu minimieren.

5.4.3 Der Beitrag des Tiny House Konzeptes zu einer nachhaltigen Entwicklung

Das Tiny House Konzept leistet auf allen drei Ebenen (ökonomisch, ökologisch, sozio-kulturell) einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung und damit zur Agenda 2030 (United Nations, 2015), wobei der Fokus überwiegend auf den ökologischen Aspekten liegt. Aus diesem Grund kann das Tiny House innerhalb der *Abbildung 2* nach Silvestre und Țîrcă, (2019) der Öko-Innovation sowie der nachhaltigen Innovation zugeordnet werden, da auch die ökonomische und sozio-kulturelle Dimension eine Rolle spielen.

5.4.3.1 Beitrag auf ökologischer Ebene

Den größten Beitrag, den das Tiny House Konzept auf ökologischer Ebene leisten kann, ist der geringe Materialverbrauch innerhalb der Produktion aufgrund der Größe des Hauses, wodurch allgemein weniger Ressourcen verbraucht werden. Grundsätzlich weist das Tiny House einen Nachhaltigkeitsgedanken auf. Deshalb beschränken sich jene Materialien, die eingesetzt werden zu einem überwiegenden Teil auf baubiologische Materialien wie unter anderem Holz, Stein, Zellulosedämmung. Mit der Verwendung von naturbelassenen Materialien geht automatisch eine Reduktion der grauen Energie, welche beim Erzeugen von Baustoffen wie Beton anfällt, einher. Dadurch wird der Schadstoffausstoß reduziert. Darüber hinaus greifen die Betriebe bei der Produktion auf lokale Lieferant/innen zurück, wodurch die Lieferwege verkürzt werden und die Unternehmen damit zum einen Zeit und Kosten sparen und zum anderen der CO₂ Ausstoß, der durch den Transport anfällt, reduziert wird. Auch die Energieeffizienz, die durch den verkleinerten Raum bei Betrieb eines Tiny House entsteht, ist ein Vorteil. Zusätzlich wird häufig Eigenenergie durch PV-Anlagen produziert oder auf Öko-Strom zurückgegriffen, somit werden für den Betrieb des Hauses erneuerbare Energiequellen herangezogen (vgl. Kapitel 4.3), was einen Beitrag gegen den Klimawandel leistet.

Eines der ausschlaggebendsten Argumente im Zusammenhang mit der Ökologie ist die Bodenversiegelung, welche bereits innerhalb der Literatur identifiziert wurde (vgl. Kapitel 4.3) und nach Pan et al. (2018) auch im Tourismus eine große Rolle spielt. Durch das Bauen auf Anhängern oder Punktfundamenten entsteht beim Tiny House

keine dauerhafte Flächenversiegelung. Es wird kein Keller ausgehoben und damit wird das Grundstück nicht zerstört. Das Haus kann rückstandslos entfernt werden, dadurch gibt es keine Bauruinen, die zurückbleiben und das Grundstück kann wieder in den Ursprungszustand zurückversetzt werden. Folglich ist der Eingriff in die Natur gering und Kohlenstoffemissionen werden minimiert (Meeroff et al., 2020). Somit ist das Tiny House eine naturschonende Art zu Bauen. Durch die geringe Größe bleibt mehr Grünfläche erhalten, die zur CO₂ Speicherung und dem Erhalt der Biodiversität beiträgt. Darüber hinaus wird durch die Produktion des Tiny House in der Produktionshalle der Verschmutzungsgrad am Grundstück und der naheliegenden Natur gering gehalten. All diese Aspekte tragen zum Erhalt einer intakten Natur und der damit verbundenen Biodiversität bei und wirken damit dem Klimawandel entgegen.

Zusätzlich bringt das Leben auf kleinem Raum die Menschen dazu sich zu reduzieren und Konsumentscheidungen zu überdenken. Der minimalistische Gedanke wird innerhalb der Theorie in *Kapitel 4.2* und innerhalb der Empirie als Kern des Tiny House Konzeptes identifiziert. Speziell durch die Vermietung von Tiny Houses kann eine breite Zielgruppe erreicht werden und somit Bewusstsein für alternative Wohnformen geschaffen werden. Die Expert/innen Meinung stimmt damit nicht mit dem Argument von Anson (2014b) überein, denn dieser sagt, dass das Tiny House innerhalb der Vermietung keine ernsthaften Konsequenzen und Auswirkungen auf den Lebensstil der Gäste hat (*vgl. Kapitel 4.4*), dies wird in der empirischen Studie widerlegt.

Durch die genannten Auswirkungen kann ein Beitrag des Tiny House Konzept zu SDG 7 bezahlbare und saubere Energie, SDG 12 nachhaltige/r Konsum und Produktion, SDG 15 Leben am Land und SDG 13 Maßnahmen gegen den Klimaschutz identifiziert werden.

5.4.3.2 Beitrag auf ökonomischer und sozio-kultureller Ebene

Aufgrund der Überschneidungen, die sich aus den Auswirkungen für die beiden Dimensionen ergeben, werden diese kumuliert präsentiert.

Der Beitrag auf ökonomischer sowie sozialer Ebene bezieht sich vor allem auf das Schaffen von alternativen und leistbaren Wohnraum für alle Generationen. Da die Grundstückspreise und Baukosten durch die Inflation sowie durch Ereignisse wie Coronakrise oder Ukrainekrieg weiter steigen, sinkt die Kaufkraft. Dies ist speziell für Familien, aber auch für ältere Menschen ein Problem, da die Altersarmut weiter

ansteigt. In diesem Zusammenhang bietet das Tiny House Konzept eine leistbare Alternative, da aufgrund der Größe der Gesamtpreis relativ gering ist und die menschlichen Bedürfnisse, wohnen, schlafen, essen und sanitäre Bedürfnisse trotzdem befriedigt werden.

Auf sozialer Ebene bietet das Konzept darüber hinaus eine Chance für generationsübergreifende Wohnformen und barrierefreie Alterswohnsitze, bei denen Synergien zwischen den Bewohner/innen genutzt werden können. Durch diese gemeinschaftliche Wohnform bleibt der soziale Kontakt bis ins hohe Alter erhalten. Trotzdem besteht eine räumliche Trennung, womit die Privatsphäre gewahrt wird. Das Tiny House bietet so aufgrund seiner Flexibilität und Mobilität die einzigartige Möglichkeit sich an jeden Lebensabschnitt der Menschen anzupassen, was einen extremen Vorteil innerhalb der heutigen globalisierten Welt bietet.

Eine weitere Stärke des Tiny House ist die Möglichkeit zur Nachverdichtung speziell im städtischen Bereich. Dadurch können Grundstücke und Nischenplätze, die zu wenig Platz für große Gebäude bieten effizient genutzt werden. Grundstücke können temporär bebaut werden und können für die Ideen, Wünsche und Bedürfnisse der nachfolgenden Generationen freigehalten werden. Daraus lässt schließen, dass die Tiny House Wohnform aufgrund der flexiblen Nutzung auch in Zukunft sozialverträglich ist. Dadurch leistet das Tiny House Konzept einen Beitrag zu SDG 11 Nachhaltige Städte und Gemeinden.

Eine weitere Erkenntnis ist, dass das Tiny House durch den Einsatz von naturbelassenen Materialien positive Auswirkungen auf die physische sowie psychische Gesundheit hat, da es eine höhere Luftqualität bietet und durch die Minimierung auf das Wesentliche die Psyche entlastet wird. Dies lässt auf einen Beitrag des Konzeptes zu SDG 3 Gesundheit und Wohlergehen schließen.

Ökonomisch gesehen bietet die Tiny House Produktion Skaleneffekte und damit Kostenvorteile innerhalb der Produktion, welche sich positiv auf den Unternehmenserfolg auswirken können. Durch die Nischenpositionierung stellt das Tiny House ein Alleinstellungsmerkmal für die Unternehmen dar und bringt damit Wettbewerbsvorteile. Darüber hinaus sind die Nachfrage und das Interesse groß, was darauf hindeutet, dass der Markt noch nicht gesättigt ist und dieser ein hohes Potenzial aufweist. Im Allgemeinen leistet das Tiny House Konzept auch einen Beitrag zu SDG 8 Menschenwürdige Arbeit und im Speziellen Wirtschaftswachstum sowie SDG 9 Industrie, Innovation und Infrastruktur.

Anhand der Erkenntnisse lässt sich darauf schließen, dass das Tiny House Konzept direkt zu acht SDGs, die innerhalb der Theorie in *Kapitel 3.5* genannt wurden, beiträgt. Diese werden in *Abbildung 7* veranschaulicht.

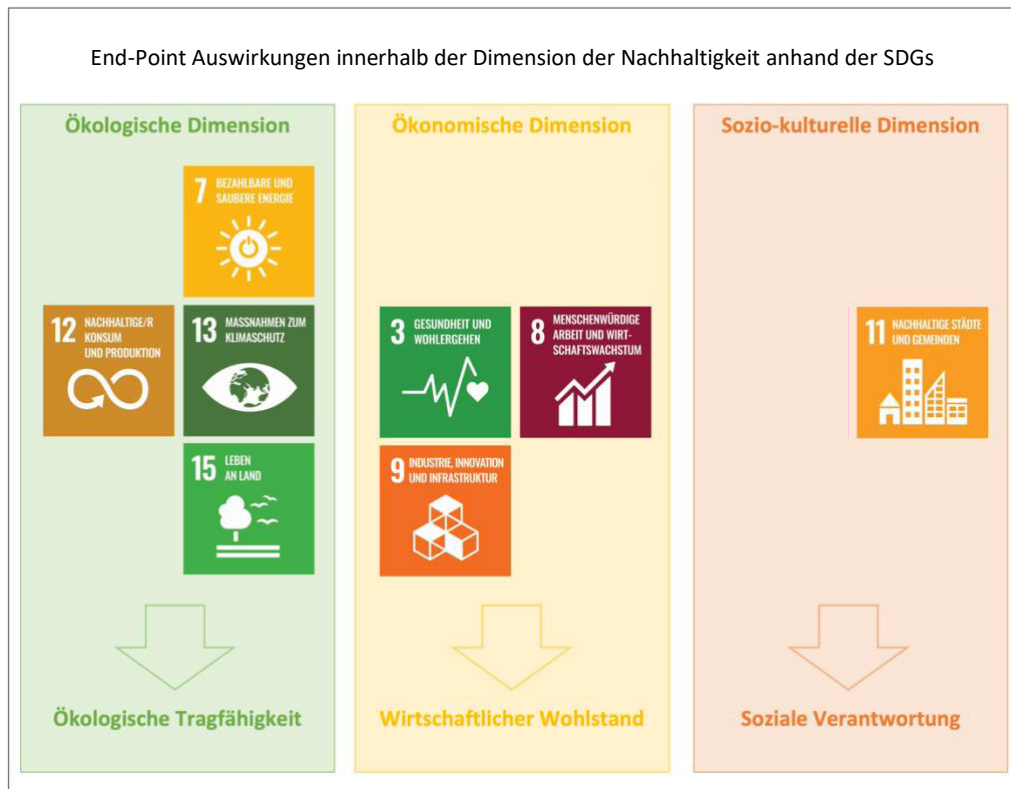


Abbildung 7: Eigendarstellung, tatsächlich identifizierte End-Point Auswirkungen aus der empirischen Studie

5.4.3.3 Beitrag zu einer nachhaltigen Tourismusedwicklung

Für den Tourismus und eine nachhaltige Tourismusedwicklung bedeuten die identifizierten Auswirkungen und Beiträge des Tiny House Konzeptes konkret:

- Tiny Houses können durch die ressourcenschonende Bauart und die Energieeffizienz den Anteil der Emissionen aus dem Beherbergungssektor reduzieren (vgl. Kapitel 2.2). Durch die Bauart wird die Umwelt, die im Dienstleistungsmix eines Beherbergungsunternehmens eine große Rolle spielt, geschützt (vgl. Kapitel 3.7).
- Tiny Houses sind eine nachhaltige Alternative für kleinstrukturierte Beherbergungsformen in Nischenbereichen.
- Tiny Houses können als zusätzliche Unterkunftsform zu bestehenden Infrastrukturen eingesetzt werden.
- Tiny Houses bieten einen hohen Erlebnisfaktor in Kombination mit hoher Qualität und Komfort losgelöst vom Servicierungsgrad eines Hotels.
- Tiny Houses können in sensiblen Gegenden im alpinen Raum eingesetzt werden, da der Eingriff in die Natur durch den Autarkiefaktor gering ist.
- Tiny Houses stellen eine Lösung für einen dezentralen Tourismus dar und können damit Tourist/innenströme in Tourismushochburgen entzerren und somit der Problematik des Massentourismus entgegenwirken.
- Tiny Houses können Destinationen, die touristisch unerschlossen oder weniger attraktiv sind, zu einem Erlebnis und damit zu einer attraktiven Tourismusdestination machen.
- Tiny Houses können die Zielgruppe eines Beherbergungsbetriebes erweitern.
- Tiny Houses im Tourismus helfen dabei den Nachhaltigkeitsgedanken und minimalistischen Lebensstil, der mit dem Konzept verbunden ist, an unterschiedliche Zielgruppen und ein breites Publikum zu verbreiten und damit das Bewusstsein für diese Themen zu schärfen.
- Tiny Houses im Tourismus bieten die Möglichkeit Menschen und Unternehmen dazu zu inspirieren Dinge anders zu machen und alternative Wege zu gehen.
- Tiny Houses ermöglichen ein naturnahes Urlaubserlebnis und bringen Menschen dazu die Natur mehr wahrzunehmen und zu schätzen.
- Tiny Houses können durch ihre Flexibilität und Mobilität schnell und mit wenig Aufwand umfunktioniert, verlagert oder abgebaut werden.

- Tiny Houses bieten in Krisenzeiten eine alternative Nutzungsmöglichkeit (z.B. Flüchtlingsunterkünfte, Atelier, dauerhafter Wohnsitz) (vgl. Kapitel 5.3.2)
- Tiny Houses stellen im Tourismus ein Nischenprodukt mit einem Alleinstellungsmerkmal dar, welches die Wettbewerbsfähigkeit des Betriebes stärkt (vgl. Kapitel 2.3).

5.5 Empfehlungen für kleinstrukturierte Beherbergungsbetriebe und die Destinationsentwicklung

Basierend auf der inhaltlichen Analyse der empirischen Daten und dem Erkenntnisgewinn, der daraus folgt, werden Empfehlungen abgeleitet. Diese sind relevant für kleinstrukturierte Beherbergungsbetriebe, die ihre Geschäftspraktiken nachhaltiger ausrichten wollen und sich für Öko-Innovationen und das Tiny House Konzept interessieren. Darüber hinaus können die Ergebnisse auch für die Destinationsentwicklung relevant sein. Die Empfehlungen dienen dazu das Potenzial und den Beitrag des Tiny House Konzeptes als Beherbergungsform für die Praxis zu veranschaulichen.

Im Rahmen der Studie konnte festgestellt werden, dass das Tiny House Konzept durch die einfache Umsetzbarkeit und Leistbarkeit aufgrund des vereinfachten und schnellen Produktionsprozesses, eine Möglichkeit bietet eine Unterkunft zu schaffen, die geringe finanzielle Mittel bindet. Das Tiny House Konzept empfiehlt sich daher für Hotelbetriebe, die ihre Bettenkapazitäten erweitern möchten und deren Gästen ein besonderes und einzigartiges Urlaubserlebnis mit geringem Servicierungsgrad bieten wollen. Aufgrund der Leistbarkeit empfiehlt sich das Konzept auch für die Privatzimmervermietung. Darüber hinaus bietet sich das Konzept für Regionen mit einer geringeren Attraktivität an, um so das touristische Potenzial zu erhöhen. Aufgrund des Autarkiefaktors und dem geringen Eingriff in die Natur empfiehlt sich das Konzept speziell für Unterkünfte in sensiblen Lagen und ermöglicht es damit den naturnahen Tourismus im DACH Raum auszubauen und dezentrale Unterkunftslösungen zu schaffen.

Darüber hinaus wird in der Studie festgestellt, dass das Tiny House Konzept einen grundlegenden Nachhaltigkeitsgedanken durch die kleinräumige Struktur, die ressourcenschonende Bauweise und der geringen Flächenversiegelung aufweist. Damit ist das Konzept empfehlenswert für Betriebe, die einen Nachhaltigkeitsfokus setzen. Diese Betriebe können dadurch eine Vorbildwirkung erzielen und andere

Unternehmen und Einzelpersonen dazu inspirieren den Nachhaltigkeitsgedanken in deren Tätigkeiten und Alltag zu integrieren.

Das Tiny House ist ein Nischenprodukt und die Nachfrage im Beherbergungssektor ist groß. Aufgrund der Trenderscheinung bringt das Konzept eine erhöhte mediale Aufmerksamkeit mit sich und kann für Beherbergungsbetriebe einen Wettbewerbsvorteil bringen. Daher empfiehlt sich das Konzept vor allem für Betriebe, die ihre mediale Aufmerksamkeit erhöhen möchten.

Die Flexibilität und Mobilität eines Tiny House ermöglicht einen vielseitigen Einsatzbereich und eine schnelle Adaptionfähigkeit. Damit kann sich das Konzept schnell an Trends im Tourismus- und Beherbergungsbereich anpassen und kann so wenn nötig auch anderweitig eingesetzt werden. Diese Flexibilität stellt eine der größten Vorteile und Chancen des Tiny House Konzeptes dar und ist damit für Betriebe ideal, um auf zukünftige Risiken und Krisen besser reagieren zu können.

Nachdem der positive Beitrag, den das Tiny House zu einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus leisten kann, beschrieben wurde, muss erwähnt werden, dass das Konzept keineswegs bestehende Konzepte ersetzen soll und kann. Das Tiny House Konzept kann aufgrund der räumlichen Kapazitätsgrenzen die Gästeanzahl speziell im Wintertourismus in den Alpen nicht auf eine effiziente Art und Weise bewerkstelligen. Das Tiny House ist nicht als Konkurrenzprodukt zu Hotels oder anderen Unterkunftsformen zu sehen. Das Konzept deckt eine Nische im Tourismus ab und wird aufgrund der Kapazitätsgrenze womöglich weiterhin ein Nischenprodukt bleiben. Darüber hinaus sind aktuell die Barrieren für eine breitflächige Umsetzung zu hoch, wie auch Brokenshire (2018) und Shearer (2015) argumentieren. Mit dieser Meinung schließt sich die Autorin Ford & Gomez-Lanier (2017) und Shearer, (2015) und deren Erkenntnissen an (*Kapitel 4.6*). Das Tiny House Konzept kann aber das Bewusstsein von Gästen sowie Unternehmen im Beherbergungssektor für alternative Wohnmodelle und den damit verbundenen Lebensstil schärfen und so den Menschen zeigen wie ein nachhaltiges Produkt oder Dienstleistung funktionieren kann.

6 Schlussbetrachtung und Ausblick

In diesem Kapitel wird die Arbeit zusammengefasst und kritisch reflektiert. Sowohl die daraus folgenden praktischen wie auch theoretischen Implikationen werden präsentiert und darüber hinaus werden die Limitationen der Arbeit aufgezeigt und zukünftige Forschungsfelder identifiziert.

6.1 Zusammenfassung und Fazit

Aufgrund des wachsenden politischen und sozialen Bewusstseins im Hinblick auf die Auswirkungen des Wirtschaftsprozesses auf Umwelt und Gesellschaft gewinnen Öko-Innovationen auch im Tourismuskontext immer mehr an Wichtigkeit und können einen Wettbewerbsvorteil generieren. Themen wie Umweltschutz sind dabei speziell für den lokalen Tourismus von Bedeutung, da dessen Angebots- und Dienstleistungsmix von einer intakten Natur abhängig ist (Alonso-Almeida et al., 2016; Dani et al., 2021). Darüber hinaus lässt sich ein steigender Trend im Bereich nachhaltiger Tourismus (Sadiq et al., 2022) und außergewöhnlichen Unterkunftsformen erkennen (DTV, 2022).

Ziel dieser empirischen Untersuchung war es das Öko-Innovationssystem am Beispiel von Tiny Houses im Beherbergungskontext zu untersuchen. Die Ergebnisse zeigen, dass sich das gesamte Öko-Innovationssystem mit dessen Indikatoren auch in der Praxis wiederfindet. Damit lässt sich festhalten, dass ein Großteil der theoretischen Annahmen Überschneidungen mit den empirischen Ergebnissen aufweisen. Die empirische Forschung hat darüber hinaus bestätigt, dass eine Öko-Innovation kontextabhängig ist. Damit kann das Tiny House Konzept im Kontext der klassischen Baubranche nicht klar als Öko-Innovation bezeichnet werden.

Im Tourismuskontext wird das Tiny House aufgrund der Neuartigkeit des Einsatzbereiches und der Vorteile, die sich daraus ergeben jedoch klar als Öko-Innovation klassifiziert. Zusätzlich ergibt sich die Schlussfolgerung, dass das Tiny House im Tourismuskontext als radikale Öko-Innovationen gilt und dadurch die Chance hat Umweltauswirkungen komplett zu reduzieren. Das Tiny House Konzept leistet einen Beitrag innerhalb aller drei Dimensionen der Nachhaltigkeit. Ein erhöhter Fokus liegt dabei auf der ökologischen Dimension. Das Ziel einer nachhaltigen Tourismusentwicklung ist die kontinuierliche Aufrechterhaltung und Verbesserung der Lebensqualität (Streimikiene et al., 2021). Das Tiny House Konzept unterstützt diese Zielsetzung klar. Aus den identifizierten Folgen, die sich positiv auf die Gesellschaft,

Wirtschaft und Umwelt auswirken kann abgeleitet werden, dass das Tiny House Konzept direkt zu SDG 3 Gesundheit und Wohlergehen, SDG 7 bezahlbare und saubere Energie, SDG 11 Nachhaltige Städte und Gemeinden, SDG 12 nachhaltige/r Konsum und Produktion, SDG 13 Maßnahmen gegen den Klimaschutz, SDG 15 Leben an Land, SDG 8 Menschenwürdige Arbeit und im Speziellen Wirtschaftswachstum sowie SDG 9 Industrie, Innovation und Infrastruktur beiträgt.

Kern des Tiny House Konzeptes ist der minimalistische Lebensstil, der automatisch einen Nachhaltigkeitsaspekt mitbringt. Durch die touristische Vermietung kann dieser Lebensstil für unterschiedliche Zielgruppen zugänglich gemacht werden.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass das Tiny House innerhalb der Einsatzgebiete wie ländliches Bauen, Nachverdichtung oder im naturnahen, dezentralen Niscentourismus eine nachhaltigere Alternative des Bauens und der Beherbergung darstellt. Der Beitrag des Tiny House Konzeptes zu einer nachhaltigen Tourismusentwicklung liegt darin, dass das Konzept eine umweltschonende und flexible Lösung für neue touristische Unterkunftsformen in sensiblen Lagen der DACH Region bietet und dadurch zu der Umsetzung der genannten SDGs beiträgt. Somit kann abschließend gesagt werden, dass das Tiny House Konzept im Allgemeinen und im Tourismuskontext einen Nachhaltigkeitsgedanken vertritt und Schritte setzt, die Umweltbelastungen der Bau- und Beherbergungsbranche zu reduzieren und damit dem Klimawandel entgegenzuwirken. Das Tiny House Konzept bleibt aufgrund der Kapazitätsgrenzen dabei weiterhin ein Nischenprodukt im Tourismus, welches speziell für Unternehmen, die einen Nachhaltigkeitsgedanken verfolgen interessant ist.

6.2 Implikationen für die Theorie und Praxis

Die Öko-Innovationsforschung im Dienstleistungsbereich nimmt stetig zu, aber mangelt an Praxisbezug und relevanten Fallstudien. Die vorliegende Arbeit trägt dazu bei diese Lücke zu schließen und den Praxisbezug mit einer Studie zum Thema Tiny House als Öko-Innovation herzustellen.

Die Indikatoren des theoretisch fundierten Öko-Innovationssystems werden innerhalb der Praxis im Zusammenhang mit dem Tiny House Konzept nachgewiesen. Damit kann bestätigt werden, dass das theoretische Modell eine Praxisrelevanz aufweist und für zukünftige Forschungsarbeiten im Bereich Öko-Innovation bedeutsam ist. Die vorliegende Arbeit trägt dadurch zur Verbreitung des „eco-innovation causal chain“

Modell nach Kemp et al. (2019) bei und hilft dabei das Öko-Innovationssystem anhand des Tiny House Konzeptes zu veranschaulichen und dessen Zusammenhänge und Auswirkungen auf die Gesellschaft, die Umwelt und das Wirtschaftssystem zu verstehen. Darüber hinaus kann das Modell auch für die Praxis relevant sein, um die Folgen und Auswirkungen des Innovationsprozesses im Unternehmen zu identifizieren und folglich Handlungsfelder abzuleiten. Zusätzlich kann es dabei helfen Lücken im Innovationsprozess festzustellen und dadurch die Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens steigern.

Aufgrund der wissenschaftlich fundierten Auseinandersetzung mit dem Tiny House Konzept leistet die vorliegende Arbeit einen Beitrag zu einer theoriegeleiteten Ergründung des Konzeptes und damit zur Tiny House Literatur. Dies ist bedeutsam, da es bislang nur eine geringe Anzahl an wissenschaftlich fundierten Forschungsarbeiten in Bezug auf das Tiny House Konzept gibt. Darüber hinaus kann die vorliegende Arbeit dazu beitragen eine einheitliche Definition des Tiny House voranzutreiben.

Die Relevanz des Tiny House Konzeptes für den Tourismus sowie den privaten Bereich ergibt sich aus den Erkenntnissen, dass das Tiny House Konzept Bedürfnisse und Sehnsüchte der Menschen widerspiegelt und gesellschaftliche Problematiken aufgreift. Das Konzept verfolgt einen Nachhaltigkeitsgedanken, der versucht die Umweltauswirkungen zu minimieren. Es lässt sich eine stark steigende Nachfrage nach Konzepten wie diesem erkennen. Daher trägt die vorliegende Arbeit dazu bei den Mehrwert des Tiny House Konzeptes als neuartige Wohnform und Beherbergungskonzept für den Tourismus zu veranschaulichen. Darüber hinaus ergeben sich aus den Empfehlungen der Arbeit Einsatzbereiche und neue touristische Nutzungsmöglichkeiten (*siehe Kapitel 5.5*). Die Erkenntnisse dieser Arbeit im Zusammenhang mit dem Beitrag des Tiny House Konzeptes zu einer nachhaltigen Entwicklung und den touristischen Möglichkeiten, die sich daraus ergeben können, forcieren somit einen neuen Ansatz für einen dezentralen und nachhaltigen Tourismus in der DACH Region.

6.3 Kritische Reflexion und Limitation

Die vorliegende Arbeit unterliegt Limitationen, die aus der theoretischen und empirischen Auseinandersetzung resultieren. Nachfolgend werden diese beschrieben:

Anfänglich ergeben sich Einschränkungen aus der Literaturrecherche, da austauschbare Suchbegriffe wie „Öko-Innovation“, „grüne Innovation“, „nachhaltige Innovationen“ oder „Umweltinnovation“ zu ungenauen Suchergebnissen führen können.

Eine weitere Einschränkung stellt die wissenschaftliche Betrachtung des Tiny House Konzeptes dar. Das Thema wird in zahlreichen populärwissenschaftlichen Veröffentlichungen und sozialen Medien zunehmend thematisiert, bislang gibt es jedoch nur vereinzelt Arbeiten, die sich dem Thema wissenschaftlich nähern, was laut Saxton (2019) zu einer Wissenslücke führt. Darüber hinaus gibt es bisher nur einen wissenschaftlichen Artikel (Grassinger, 2020), der das Tiny House Konzept und dessen Rolle im Tourismus untersucht und keinerlei Referenzstudien, die das Konzept im Öko-Innovationskontext beleuchten. Daher wird angemerkt, dass sich die vorliegende Arbeit innerhalb eines unerschlossenen, wissenschaftlichen Gebiets bewegt und dadurch explorativen Charakter aufweist. Deshalb wird in der Arbeit ein deduktiver Ansatz gewählt, um so vom Allgemeinen auf den spezifischen Fall des Tiny House im Tourismuskontext zu schließen. Es ist ebenfalls anzumerken, dass der Fokus auf das gesamte Öko-Innovationssystem relativ weit gefasst ist und dadurch die forschungsleitenden Gedanken breit gestreut sind. Dies kann dazu führen, dass die Arbeit das Tiny House Konzept zwar umfassend beleuchtet, aber deshalb die Forschungstiefe mangelnd ist.

Innerhalb der empirischen Untersuchung unterliegt die Arbeit den Limitationen, die ein qualitativer Forschungsansatz mit sich bringt. Diese wurden bereits in *Kapitel 5.1.3* dargelegt. Aufgrund der Rahmenbedingungen, die eine Masterarbeit vorgibt und dem Fakt, dass das Tiny House Konzept ein Nischenthema ist, welches noch nicht so weit verbreitet ist, fällt die Stichprobengröße relativ klein aus. Speziell innerhalb der Befragungsgruppe der Tiny House Vermieter/innen war es herausfordernd Teilnehmer/innen zu akquirieren, da die Tiny House Vermietung kleinstrukturiert ist und viele Anbieter/innen nur über Plattformen wie Airbnb oder Booking.com vermieten und dadurch schwer erreichbar sind. Die Stichprobengröße ist deshalb ein limitierender Faktor, da eine größere und differenziertere Stichprobenszusammensetzung ein umfangreicheres Bild schaffen kann. Die empirischen Erkenntnisse ergeben daher lediglich einen kleinen Einblick in das Öko-Innovationssystem im Zusammenhang mit dem Tiny House Konzept. Durch den Fokus auf kleinstrukturierte Beherbergungsbetriebe innerhalb der Befragungsgruppe

der Tiny House Vermieter/innen ist es nicht möglich die Ergebnisse auf großstrukturierte Beherbergungsformen zu übertragen. Dadurch ist die Arbeit nur bedingt repräsentativ für die Branche und kann Verzerrungen aufweisen. Darüber hinaus beeinflussen individuelle Persönlichkeitsmerkmale die Beantwortung der Interviewfragen, wodurch die Ergebnisse nicht generalisierbar sind. Es lassen sich lediglich Meinungstendenzen, persönliche Erfahrungen und Häufungen identifizieren. Inhaltlich gibt es speziell im Zusammenhang mit der Gesetzgebung innerhalb der DACH Region einige Unterschiede, die dazu führen, dass die politischen und regulatorischen Barrieren zwischen den Ländern nicht vergleichbar sind.

6.4 Ausblick

Die Forschung zum Thema Öko-Innovation im Tourismus wird in Zukunft weiterhin an Bedeutung erlangen, da Öko-Innovationen einen wettbewerbssteigernden Charakter aufweisen und darüber hinaus die Möglichkeit bieten dem Klimawandel, der speziell für den Tourismus und dessen Dienstleistungsmix als Bedrohung gilt, entgegenzuwirken (Aboelmaged, 2018).

Innerhalb der empirischen Untersuchung konnten im Zusammenhang mit den befragten Unternehmen alle Indikatoren des „eco-innovation causal chain“ Modell nachgewiesen werden. Das Modell nach Kemp et al. (2019) kann daher als Basis für weitere Forschungsprojekte in Richtung Öko-Innovation im Tourismus und anderen Forschungsgebieten herangezogen werden. Hier gibt es Potenzial für zukünftige Forschungsarbeiten, die die einzelnen Indikatoren des Modells auf einer tiefergehenden Ebene untersuchen und Kausalzusammenhänge zwischen den Indikatoren erforschen. Auch spezifische Innovationen, die eine Ähnlichkeit zum Tiny House Konzept aufweisen, können in Zukunft einen interessanten Forschungsgegenstand darstellen.

Darüber hinaus konzentriert sich die vorliegende Arbeit innerhalb der empirischen Untersuchung auf die Sichtweise der Tiny House Anbieter/innen und Vermieter/innen. In zukünftigen Forschungsarbeiten sollte auch die Perspektive der Tiny House Tourist/innen miteinbezogen werden, um dadurch weitere Erkenntnisse im Hinblick auf die Wahrnehmung und das touristische Potenzial des Konzeptes zu erlangen. Zukünftige Forschungsarbeiten können darüber hinaus inhaltlich durch das Ausdehnen des geografischen Untersuchungsraums erweitert werden. Speziell Länder wie die Niederlande, die USA oder skandinavische Länder, in denen das Tiny House Konzept weiterverbreitet ist, könnten weiter Aufschluss über die Auswirkungen

und den Beitrag des Konzeptes zu einer nachhaltigen (Tourismus-) Entwicklung geben. Darüber hinaus wäre es interessant die Barrieren, die die Umsetzung des Tiny House Konzeptes beeinflussen und die dazugehörigen Gesetzgebungen außerhalb der DACH Region zu untersuchen, um somit herauszufinden, ob der Verbreitungsgrad des Konzeptes im direkten Zusammenhang mit den Barrieren und der Gesetzgebung steht.

Literaturverzeichnis

- Abdou, A. H., Hassan, T. H., & El Dief, M. M. (2020). A Description of Green Hotel Practices and Their Role in Achieving Sustainable Development. *Sustainability*, *12*(22), 9624. <https://doi.org/10.3390/su12229624>
- Aboelmaged, M. (2018). Direct and indirect effects of eco-innovation, environmental orientation and supplier collaboration on hotel performance: An empirical study. *Journal of Cleaner Production*, *184*, 537–549. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.192>
- Adamovich, V., Nadda, V., Kot, M., & Haque, A. (2021). Camping Vs. Glamping Tourism: Providers' Perspective. *Journal of Environmental Management and Tourism*, *6*, 1431–1441. [https://doi.org/10.14505/jemt.v12.6\(54\).01](https://doi.org/10.14505/jemt.v12.6(54).01)
- Adams, R., Jeanrenaud, S., Bessant, J., Denyer, D., & Overy, P. (2016). Sustainability-oriented Innovation: A Systematic Review: Sustainability-oriented Innovation. *International Journal of Management Reviews*, *18*(2), 180–205. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12068>
- ADDITIVE. (2020, Oktober). *Hotelkomfort auf kleinstem Raum: Tiny Houses*. <https://www.additive.eu/beitraege/hotelkomfort-auf-kleinstem-raum-tiny-houses.html>
- Airbnb. (2018). *Landgasthöfe, Schäferhütten und Tiny Houses liegen 2019 im Trend*. <https://news.airbnb.com/de/landgasthoefe-schaeferhuetten-und-tiny-houses-liegen-2019-im-trend-auf-airbnb/>
- Alhaddi, H. (2015). Triple Bottom Line and Sustainability: A Literature Review. *Business and Management Studies*, *1*(2), 6. <https://doi.org/10.11114/bms.v1i2.752>
- Ali, A., Rasoolimanesh, S. M., & Cobanoglu, C. (2020). Editorial—Technology in Tourism and Hospitality to Achieve Sustainable Development Goals (SDGs). *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, *11*, 177–181. <https://doi.org/10.1108/JHTT-05-2020-146>
- Alonso-Almeida, M.-M., Rocafort, A., & Borrajo, F. (2016). Shedding Light on Eco-Innovation in Tourism: A Critical Analysis. *Sustainability*, *8*(12), 1262. <https://doi.org/10.3390/su8121262>
- Andersen, M. M. (2016). *The Sustainable Development Goals – Pathways to Eco-innovation and a Global Green Economy?: Globelics Conference 2016*.

- Anson, A. (2014a). "The World is my Backyard": Romanticization, Thoreauvian Rhetoric, and Constructive Confrontation in the Tiny House Movement. In *From Sustainable to Resilient Cities: Global Concerns and Urban Efforts* (Bd. 14, S. 289–313). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1047-004220140000014013>
- Anson, A. (2014b). "The World is my Backyard": Romanticization, Thoreauvian Rhetoric, and Constructive Confrontation in the Tiny House Movement. In W. G. Holt (Hrsg.), *Research in Urban Sociology* (Bd. 14, S. 289–313). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1047-004220140000014013>
- Antonioli, D., Mancinelli, S., & Mazzanti, M. (2013). Is environmental innovation embedded within high-performance organisational changes? The role of human resource management and complementarity in green business strategies. *Research Policy*, 42(4), 975–988. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.12.005>
- Arundel, A., & Kemp, R. (2009). *Measuring eco-innovation* [Working Paper Series]. Maastricht Economic and social Research and training centre on Innovation and Technology, UNU-MERIT. <https://www.oecd.org/greengrowth/consumption-innovation/43960846.pdf>
- Axelsson, R., Angelstam, P., Elbakidze, M., Stryamets, N., & Johansson, K.-E. (2011). Sustainable Development and Sustainability: Landscape Approach as a Practical Interpretation of Principles and Implementation Concepts. *Journal of Landscape Ecology*, 4(3), 5–30. <https://doi.org/10.2478/v10285-012-0040-1>
- Baicu, C. G. (2016). Some Economic Dimensions of Sustainable Development. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 5(3), 4. <https://doi.org/10.26458/jedep.v5i3.509>
- Bauer, M., & Gaskell, G. (2000). *Qualitative Researching with Text, Image and Sound: Bd. first edition*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781849209731>
- Beise, M., & Rennings, K. (2005). Lead markets and regulation: A framework for analyzing the international diffusion of environmental innovations. *Ecological Economics*, 52(1), 5–17. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2004.06.007>
- Bonou, A., Laurent, A., & Olsen, S. I. (2016). Life cycle assessment of onshore and offshore wind energy-from theory to application. *Applied Energy*, 180, 327–337. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2016.07.058>

- Bossle, M. B., Dutra de Barcellos, M., Vieira, L. M., & Sauvée, L. (2016). The drivers for adoption of eco-innovation. *Journal of Cleaner Production*, *113*, 861–872. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.11.033>
- Brochado, A., & Brochado, F. (2019). What makes a glamping experience great? *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, *10*(1), 15–27. <https://doi.org/10.1108/JHTT-06-2017-0039>
- Brokenshire, S. (2018). Tiny houses desirable or disruptive? *Australian Planner*, *55*(3–4), 226–231. <https://doi.org/10.1080/07293682.2019.1634114>
- Brooker, E., & Joppe, M. (2013). Trends in camping and outdoor hospitality—An international review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, *3–4*, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2013.04.005>
- Brosius, H.-B., Haas, A., & Koschel, F. (2016). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Eine Einführung* (7., überarb. u. aktualisierte Aufl). Springer VS.
- Brown, E. (2016). *Overcoming the Barriers to Micro-Housing*: [Project Paper, University of Oregon Department of Planning, Public Policy and Management]. <https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/handle/1794/19948>
- Brundtland, G. H. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. World Commission on Environment and Development. (United Nations General Assembly Document A/42/427 A/42/427). United Nations.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (Fifth Edition). Oxford University Press.
- BTE. (2019, Juni 4). Tiny Houses im Tourismus. *BTE Tourismus- und Regionalberatung*. <https://www.bte-tourismus.de/2019/06/04/tiny-houses-im-tourismus/>
- Buttol, P., Buonamici, R., Naldesi, L., Rinaldi, C., Zamagni, A., & Masoni, P. (2012). Integrating services and tools in an ICT platform to support eco-innovation in SMEs. *Clean Technologies and Environmental Policy*, *14*(2), 211–221. <https://doi.org/10.1007/s10098-011-0388-7>
- Carlin, T. M. (2014). Tiny homes: Improving carbon footprint and the American lifestyle on a large scale. *Celebrating Scholarship & Creativity Day*, *35*, 21.

- Carmona-Moreno, E., Céspedes-Lorente, J., & De Burgos-Jiménez, J. (2004). Environmental strategies in spanish hotels: Contextual factors and performance. *The Service Industries Journal*, 24(3), 101–130. <https://doi.org/10.1080/0264206042000247786>
- Carrillo-Hermosilla, J., Del Río, P., & Könnölä, T. (2010). Diversity of eco-innovations: Reflections from selected case studies. *Journal of Cleaner Production*, 18(10–11). <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2010.02.014>
- Chen, T. B., & Chai, L. T. (2010). Attitude towards the Environment and Green Products: *Management Science and Engineering*, 2(4), 27–39. <https://doi.org/10.3968/j.mse.1913035X20100402.002>
- Cingoski, V., & Petrevska, B. (2018). Making hotels more energy efficient: The managerial perception. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 31(1), 87–101. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1421994>
- Clark, W. C. (2007). Sustainability science: A room of its own. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 104(6), 1737–1738. <https://doi.org/10.1073/pnas.0611291104>
- Craig, C. A., & Karabas, I. (2021). Glamping after the coronavirus pandemic. *Tourism and Hospitality Research*, 21(2), 251–256. <https://doi.org/10.1177/1467358421993864>
- Dani, R., Tiwari, K., & Negi, P. (2021). Ecological approach towards sustainability in hotel industry. *Materials Today: Proceedings*, 46, 10439–10442. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.12.1020>
- Dawson, P., & Daniel, L. (2010). Understanding social innovation: A provisional framework. *International Journal of Technology Management*, 51(1), 9–21. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2010.033125>
- Del Río, P., Romero-Jordán, D., & Peñasco, C. (2015). Analysing firm specific and type specific determinants of eco-innovation. *Technological and Economic Development of Economy*, 23(2), 270–295. <https://doi.org/10.3846/20294913.2015.1072749>
- Dias, Á., Costa, R., Pereira, L., & Santos, J. (2021). Implementation of Eco-Innovation in Hotels: A Dynamic Capabilities Approach. *Tourism*, 69(1), 58–72.

<https://doi.org/10.37741/t.69.1.5>

Díaz, M. M., & García, J. I. R. (2018). La eco-innovación en las empresas mexicanas de alojamiento turístico. *Retos*, 8(15), 19–33. <https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.02>

Díaz-García, C., González-Moreno, Á., & Sáez-Martínez, F. J. (2015). Eco-innovation: Insights from a literature review. *Innovation*, 17(1), 6–23. <https://doi.org/10.1080/14479338.2015.1011060>

Döring, N., & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften* (5. vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-41089-5>

Dresing, T., & Pehl, T. (2015). *Praxisbuch Transkription* (6. Aufl.). Eigenverlag.

DTV. (2022). *DTV-Klassifizierung für Ferienunterkünfte—Deutscher Tourismusverband*. [deutschertourismusverband.de. https://www.deutschertourismusverband.de/qualitaet/sterneunterkuenfte.html](https://www.deutschertourismusverband.de/qualitaet/sterneunterkuenfte.html)

Dyck, B., & Silvestre, B. S. (2018). Enhancing socio-ecological value creation through sustainable innovation 2.0: Moving away from maximizing financial value capture. *Journal of Cleaner Production*, 171, 1593–1604. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.09.209>

Edgeman, R., & Eskildsen, J. (2014). Modeling and Assessing Sustainable Enterprise Excellence: Sustainable Enterprise Excellence. *Business Strategy and the Environment*, 23(3), 173–187. <https://doi.org/10.1002/bse.1779>

EIO, E.-I. O. (2016, Juni 16). *The Eco-Innovation Scoreboard and the Eco-Innovation Index*. Eco-Innovation Action Plan - European Commission. https://ec.europa.eu/environment/ecoap/indicators/index_en

Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.

Elmo, G. C., Arcese, G., Valeri, M., Poponi, S., & Pacchera, F. (2020). Sustainability in Tourism as an Innovation Driver: An Analysis of Family Business Reality. *Sustainability*, 12(15), 6149. <https://doi.org/10.3390/su12156149>

European Commission. (2004). *Stimulating Technologies for Sustainable Development: An Environmental Technologies Action Plan for the European Union*

(COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE COUNCIL AND THE EUROPEAN PARLIAMENT COM(2004) 38 final). COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52004DC0038&from=EN>

Evans, K. (2018). Integrating tiny and small homes into the urban landscape: History, land use barriers and potential solutions. *Journal of Geography and Regional Planning*, 11(3), 34–45. <https://doi.org/10.5897/JGRP2017.0679>

Everett, S., & Slocum, S. L. (2013). Food and tourism: An effective partnership? A UK-based review. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), 789–809. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.741601>

Farid, H., Hakimian, F., Nair, V., Nair, P. K., & Ismail, N. (2016). Trend of research on sustainable tourism and climate change in 21st century. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 8(5), 516–533. <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2016-0032>

Flick, U., Kardorff, E. von, & Steinke, I. (Hrsg.). (2019). *Qualitative Forschung: Ein Handbuch* (13. Auflage, Originalausgabe). Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Ford, J., & Gomez-Lanier, L. (2017). Are Tiny Homes Here to Stay? A Review of Literature on the Tiny House Movement. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 45(4), 394–405. <https://doi.org/10.1111/fcsr.12205>

Foxon, T., & Andersen, M. (2009). *The Greening of Innovation Systems for Eco-innovation—Towards an Evolutionary Climate Mitigation Policy*. DRUID Summer Conference 2009, Denmark. https://backend.orbit.dtu.dk/ws/portalfiles/portal/115359611/The_Greening_of_Innovation_Systems.pdf

FUR, F. U. und R. e.V. (2021, Februar 23). *Erste Ergebnisse der Reiseanalyse 2022*. RA-Reise Analyse. <https://reiseanalyse.de/erste-ergebnisse/>

Fussler, C., & James, P. (1996). *Driving eco-innovation: A breakthrough discipline for innovation and sustainability*. Pitman Publishing.

Gabler, C. B., Richey, R. G., & Rapp, A. (2015). Developing an eco-capability through environmental orientation and organizational innovativeness. *Industrial Marketing Management*, 45, 151–161. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.02.014>

García-Pozo, A., Sánchez-Ollero, J. L., & Marchante-Lara, M. (2015). Eco-innovation

and management: An empirical analysis of environmental good practices and labour productivity in the spanish hotel industry. *Innovation*, 17(1), 58–68. <https://doi.org/10.1080/14479338.2015.1011057>

Giardina, G. (2019). Expo 2020 and sustainability: Luxury hotel properties challenges and future outlook. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(3), 314–326. <https://doi.org/10.1108/WHATT-01-2019-0005>

Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2017). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research* (1. Aufl.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203793206>

Gläser, J., & Laudel, G. (2010). *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen* (4. Auflage). VS Verlag.

Graham, S., & Potter, A. (2015). Environmental operations management and its links with proactivity and performance: A study of the UK food industry. *International Journal of Production Economics*, 170, 146–159. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2015.09.021>

Grassinger, B. (2020). Die Tiny House Bewegung und ihre Rolle im Tourismus. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 12(3), 445–457. <https://doi.org/10.1515/tw-2020-0021>

Hall, J., Matos, S., & Silvestre, B. (2012). Understanding why firms should invest in sustainable supply chains: A complexity approach. *International Journal of Production Research*, 50(5), 1332–1348. <https://doi.org/10.1080/00207543.2011.571930>

Hallenga-Brink, S. C., & Brezet, J. C. (2005). The sustainable innovation design diamond for micro-sized enterprises in tourism. *Journal of Cleaner Production*, 13(2), 141–149. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2003.12.021>

Harris, E., & Nowicki, M. (2020). “GET SMALLER”? Emerging geographies of micro-living. *Area*, 52(3), 591–599. <https://doi.org/10.1111/area.12625>

Hart, S. L. (1995). A Natural-Resource-Based View of the Firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986–1014. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9512280033>

Hart, S. L., & Dowell, G. (2011). Invited Editorial: A Natural-Resource-Based View of the Firm: Fifteen Years After. *Journal of Management*, 37(5), 1464–1479.

<https://doi.org/10.1177/0149206310390219>

Haupt, A. (2018). *TinyHouse Energieeffizienz* (WirBauenZukunft.de & RaumKollektiv.eco, Hrsg.). https://wirbauenzukunft.de/wp_v3/wp-content/uploads/2017/06/2018-12-15-TinyHome-Energieeffizienz.pdf

Hazarika, N., & Zhang, X. (2019). Evolving theories of eco-innovation: A systematic review. *Sustainable Production and Consumption*, 19, 64–78. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2019.03.002>

Helferich, C. (2011). *Die Qualität qualitativer Daten: Manual für die Durchführung qualitativer Interviews* (4. Aufl). VS, Verl. für Sozialwiss.

Hellström, T. (2007). Dimensions of environmentally sustainable innovation: The structure of eco-innovation concepts. *Sustainable Development*, 15(3), 148–159. <https://doi.org/10.1002/sd.309>

Higgins-Desbiolles, F., Moskwa, E., & Wijesinghe, G. (2017). How sustainable is sustainable hospitality research? A review of sustainable restaurant literature from 1991 to 2015. *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1551–1580. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1383368>

Hjalager, A.-M. (1997). Innovation patterns in sustainable tourism. *Tourism Management*, 18(1), 35–41. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00096-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00096-9)

Hjalager, A.-M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012>

Horbach, J., Rammer, C., & Rennings, K. (2012). Determinants of eco-innovations by type of environmental impact—The role of regulatory push/pull, technology push and market pull. *Ecological Economics*, 78, 112–122. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2012.04.005>

Hornig, J.-S., Wang, C.-J., Liu, C.-H., Chou, S.-F., & Tsai, C.-Y. (2016). The Role of Sustainable Service Innovation in Crafting the Vision of the Hospitality Industry. *Sustainability*, 8(3), 223. <https://doi.org/10.3390/su8030223>

Hug, T., Poscheschnik, G., Lederer, B., & Perzy, A. (2010). *Empirisch forschen: Die Planung und Umsetzung von Projekten im Studium* (Lizenzausg.). UVK-Verl.-Ges.

Jacob, M., Florido, C., & Aguiló, E. (2010). *Research Note: Environmental Innovation as a Competitiveness Factor in the Balearic Islands*. *Tourism Economics*, 16(3), 755–

764. <https://doi.org/10.5367/000000010792278365>

Jacobs, K., & Manzi, T. (2014). Investigating the New Landscapes of Welfare: Housing Policy, Politics and the Emerging Research Agenda. *Housing, Theory and Society*, 31(2), 213–227. <https://doi.org/10.1080/14036096.2013.857716>

Jahn, G. A., Carlowitz, H. C. von, & Sächsische Hans-Carl-von-Carlowitz-Gesellschaft (Hrsg.). (2013). *Die Erfindung der Nachhaltigkeit: Leben, Werk und Wirkung des Hans Carl von Carlowitz*. oekom-Verl.

Jones, P., Hillier, D., & Comfort, D. (2016). Sustainability in the hospitality industry: Some personal reflections on corporate challenges and research agendas. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 36–67. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2014-0572>

Kelle, U., Reith, F., & Metje, B. (2017). Empirische Forschungsmethoden. In M. K. W. Schweer (Hrsg.), *Lehrer-Schüler-Interaktion* (S. 27–63). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-15083-9_2

Kemp, R., Arundel, A., Miedzinski, M., Rammer, C., Tapia, C., Barbieri, N., Türkeli, S., Bassi, A., Massimiliano, M., Chapman, D., Diaz Lopez, F. J., & Mcdowall, W. (2019). *Maastricht Manual on Measuring Eco-innovation for a Green Economy*. European Union.

Kemp, R., Arundel, A., Rammer, C., Tapia, C., Barbieri, N., Türkeli, S., Bassi, A. M., Mazzanti, M., Chapman, D., López, F. J. D., & McDowall, W. (2019). Measuring eco-innovation for a green economy. *Wirtschaftspolitische Blätter*, 66(4), 391–404.

Kemp, R., & Foxon, T. (2007). *Typology of eco-innovation* (Deliverable 2 044513: 24). DG Research of the European Commission. <https://www.oecd.org/env/consumption-innovation/43960830.pdf>

Kemp, R., & Pearson, P. (2008). *Final report MEI project about measuring eco-innovation* (Projektbericht Nr. 044513). DG Research of the European Commission. <https://www.oecd.org/env/consumption-innovation/43960830.pdf>

Keskin, D., Wever, R., & Brezet, H. (2020). Product innovation processes in sustainability-oriented ventures: A study of effectuation and causation. *Journal of Cleaner Production*, 263, 121210. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121210>

Kijek, T., & Kasztelan, A. (2013). *Eco-Innovation as a Factor of Sustainable*

Development (SSRN Scholarly Paper Nr. 2296838). Social Science Research Network. <https://papers.ssrn.com/abstract=2296838>

Kilman, C. (2016). Small House, Big Impact: The Effect of Tiny Houses on Community and Environment. *Undergraduate Journal of Humanistic Studies*, 2, 12.

Kim, Y. H., Barber, N., & Kim, D.-K. (2019). Sustainability research in the hotel industry: Past, present, and future. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(5), 576–620. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1533907>

Klewitz, J., & Hansen, E. G. (2014). Sustainability-oriented innovation of SMEs: A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 65, 57–75. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.07.017>

Klewitz, J., Zeyen, A., & Hansen, E. G. (2012). Intermediaries driving eco-innovation in SMEs: A qualitative investigation. *European Journal of Innovation Management*, 15(4), 442–467. <https://doi.org/10.1108/14601061211272376>

Könnölä, T., & Carrillo-Hermosilla, J. (2008). *Dashboard of Eco-innovation*. DIME Internatinal Conference „Innovation, sustainability and policy“, University Montesquieu Bordeaux, France.

Kostoska, O., & Kocarev, L. (2019). A Novel ICT Framework for Sustainable Development Goals. *Sustainability*, 11(7), 1961. <https://doi.org/10.3390/su11071961>

Kromrey, H., Roose, J., & Strübing, J. (2016). *Empirische Sozialforschung: Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung mit Annotationen aus qualitativ-interpretativer Perspektive* (13., völlig überarbeitete Auflage). UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Kronenburg, R. (2017). *Tiny houses: The big idea that could take some heat out of the housing crisis*. The Conversation. <http://theconversation.com/tiny-houses-the-big-idea-that-could-take-some-heat-out-of-the-housing-crisis-77295>

Kuhlman, T., & Farrington, J. (2010). What is Sustainability? *Sustainability*, 2(11), 3436–3448. <https://doi.org/10.3390/su2113436>

Kuo, F.-I., Fang, W.-T., & LePage, B. A. (2021). Proactive environmental strategies in the hotel industry: Eco-innovation, green competitive advantage, and green core competence. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1931254>

- Lamnek, S., & Krell, C. (2016). *Qualitative Sozialforschung: Mit Online-Material* (6., überarbeitete Auflage). Beltz.
- Loosen, W. (2014). Das Leitfadeninterview – eine unterschätzte Methode. In S. Averbeck-Lietz & M. Meyen (Hrsg.), *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 1–15). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-05723-7_9-1
- Mayring, P. (2010). Qualitative Inhaltsanalyse. In *Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie* (1. Aufl, S. 13). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mayring, P. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (12., überarb. Aufl). Beltz.
- Mayring, P., & Fenzl, T. (2019). Qualitative Inhaltsanalyse. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 633–648). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_42
- Meeroff, D. E., Scarlatos, P. D., Bloetscher, F., & Sobel, L. (2020). Implementation of Sustainability Practices in the Hospitality Industry. *Journal of Service Science and Management*, 13(02), 189–208. <https://doi.org/10.4236/jssm.2020.132013>
- Mey, G., & Mruck, K. (Hrsg.). (2010). *Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie* (1. Aufl). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mowforth, M., & Munt, I. (2003). *Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in the Third World, Second Edition* (2. Aufl.). Routledge.
- Naderer, G. (Hrsg.). (2011). *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis: Grundlagen, Methoden, Anwendungen* (2., überarb. Aufl). Gabler.
- Narmadha, V., & Anuradha, A. (2022). Paradigm Change in Tourist Preferences Towards Evolving New Normal Tourism and Travel Trends: In C. R. Gh. Popescu (Hrsg.), *Practice, Progress, and Proficiency in Sustainability* (S. 406–418). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-2523-7.ch019>
- Nonko, E. (2017, Juli 19). *A tiny house movement timeline*. Curbed. <https://archive.curbed.com/2017/7/19/15974554/tiny-house-timeline>
- Norton, B. G. (2010). *Sustainability: A Philosophy of Adaptive Ecosystem Management*. University of Chicago Press. <http://qut.eblib.com.au/patron/FullRecord.aspx?p=625215>

OECD. (2009). *Sustainable manufacturing and eco-innovation*. <https://www.oecd.org/innovation/inno/43423689.pdf>

OECD. (2018). *OECD Tourism Trends and Policies 2018*. Organisation for Economic Co-operation and Development. https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies-2018_tour-2018-en

OECD & Eurostat. (1997). *OSLO-Manual: Measurement of Scientific and Technological Activities*. European Commission. <https://doi.org/10.1787/9789264065581-en>

Olawumi, T. O., & Chan, D. W. M. (2018). A scientometric review of global research on sustainability and sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 183, 231–250. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.162>

Pacheco, D. A. de J., ten Caten, C. S., Jung, C. F., Ribeiro, J. L. D., Navas, H. V. G., & Cruz-Machado, V. A. (2017). Eco-innovation determinants in manufacturing SMEs: Systematic review and research directions. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2277–2287. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.11.049>

Pan, S.-Y., Gao, M., Kim, H., Shah, K. J., Pei, S.-L., & Chiang, P.-C. (2018). Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy. *The Science of the Total Environment*, 635, 452–469. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.04.134>

Papp, B., Heslinga, J., Peeters, P., & Neelis, I. (2022). *Sustainable travel in an era of disruption: Assessing the impact of the COVID-19 pandemic on travellers sustainable tourism attitudes and projected travel behaviour*. European Travel commission (ETC). <https://etc-corporate.org/uploads/2022/01/Sustainable-Travel-in-an-Era-of-Disruption-Impact-of-COVID-on-Sustainable-Tourism-Attitudes.pdf>

Portillo-Tarragona, P., Scarpellini, S., Moneva, J., Valero-Gil, J., & Aranda-Usón, A. (2018). Classification and Measurement of the Firms' Resources and Capabilities Applied to Eco-Innovation Projects from a Resource-Based View Perspective. *Sustainability*, 10(9), 3161. <https://doi.org/10.3390/su10093161>

Prihanti, A. I., Priyambodo, T. K., Sutikno, B., & Kusworo, H. A. (2020). The Social Dimensions' Aspects of Sustainable Tourism Development Analysis: A Systematic Literature Review. *Digital Press Social Sciences and Humanities*, 4, 00001. <https://doi.org/10.29037/digitalpress.44348>

- Pujari, D. (2006). Eco-innovation and new product development: Understanding the influences on market performance. *Technovation*, 26(1), 76–85. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2004.07.006>
- Purvis, B., Mao, Y., & Robinson, D. (2018). Three pillars of sustainability: In search of conceptual origins. *Sustainability Science*, 14(3), 681–695. <https://doi.org/10.1007/s11625-018-0627-5>
- Rennings, K. (2000). Redefining innovation—Eco-innovation research and the contribution from ecological economics. *Ecological Economics*, 32(2), 319–332. [https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(99\)00112-3](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(99)00112-3)
- Rodríguez-Antón, J. M., del Mar Alonso-Almeida, M., Celemín, M. S., & Rubio, L. (2012). Use of different sustainability management systems in the hospitality industry. The case of Spanish hotels. *Journal of Cleaner Production*, 22(1), 76–84. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.09.024>
- Sadiq, M., Adil, M., & Paul, J. (2022). Eco-friendly hotel stay and environmental attitude: A value-attitude-behaviour perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 100, 103094. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103094>
- Saez-Martinez, F. J., Avellaneda-Rivera, L., & Gonzalez-Moreno, A. (2016). OPEN AND GREEN INNOVATION IN THE HOSPITALITY INDUSTRY. *Environmental Engineering and Management Journal*, 15(7), 1481–1487. <https://doi.org/10.30638/eemj.2016.159>
- Saxton, M. (2019). *The Ecological Footprints of Tiny Home Downsizers: An Exploratory Study*. Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Schiederig, T., Tietze, F., & Herstatt, C. (2012). Green innovation in technology and innovation management - an exploratory literature review: Green innovation in technology and innovation management. *R&D Management*, 42(2), 180–192. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.2011.00672.x>
- Schmid, E. D. (2019, Mai 7). Tiny House und Nachhaltigkeit: Wie nachhaltig sind die Mini-Häuser? *Wohnglück - Plane. Baue. Lebe!* <https://wohnglueck.de/artikel/tiny-house-nachhaltigkeit-3343>
- Schumpeter, J. A. (1912). *The Theory of Economic Development: Bd. XLVI*. Harvard University Press.

Schumpeter, J. A. (1997). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung: Eine Untersuchung über Unternehmergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus* (9. Aufl., unveränd. Nachdr. der 1934 erschienenen 4. Aufl). Duncker und Humblot.

Schumpeter, J. A., & Swedberg, R. (2005). *Capitalism, socialism and democracy* (Transferred to digital print). Routledge.
<http://site.ebrary.com/lib/alltitles/docDetail.action?docID=10058318>

Seyfang, G., & Smith, A. (2007). Grassroots innovations for sustainable development: Towards a new research and policy agenda. *Environmental Politics*, 16(4), 584–603.
<https://doi.org/10.1080/09644010701419121>

Seyfi, S., & Hall, C. (2020). COVID-19 pandemic, tourism and degrowth. In C. Hall, L. Lundmark, & J. Zhang (Hrsg.), *Degrowth and Tourism: New Perspectives on Tourism Entrepreneurship, Destinations and Policy*. Routledge.

Sharma, T., Chen, J., & Liu, W. Y. (2020). Eco-innovation in hospitality research (1998-2018): A systematic review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2), 913–933. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-01-2019-0002>

Shearer, H. (2015). *Tiny houses: A radical new solution for addressing urban housing affordability, or a just another niche market?* 7th State of Australian Cities Conference, Gold Coast, Australia. <https://soaconference.com.au/wp-content/uploads/2016/02/Shearer..pdf>

Shearer, H., & Burton, P. (2019). Towards a Typology of Tiny Houses. *Housing, Theory and Society*, 36(3), 298–318.
<https://doi.org/10.1080/14036096.2018.1487879>

Shin, H., & Perdue, R. R. (2022). Hospitality and tourism service innovation: A bibliometric review and future research agenda. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 103176. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103176>

Silvestre, B. S., & Țîrcă, D. M. (2019). Innovations for sustainable development: Moving toward a sustainable future. *Journal of Cleaner Production*, 208, 325–332.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.09.244>

Statista. (2020). *Share of travellers who intend to stay in green lodging in the year ahead 2016–2020*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1055777/sustainable->

travel-travelers-staying-in-green-lodging-in-the-next-year/

Stigler, H., & Felbinger, G. (2005). Der Interviewleitfaden im qualitativen Interview. In *Praxisbuch Empirische Sozialforschung: In den Erziehungs- und Bildungswissenschaften* (S. 129–134). Studien-Verlag.

Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259–271. <https://doi.org/10.1002/sd.2133>

Strübing, J. (2013). *Qualitative Sozialforschung* (2., überarbeitete und erweiterte Auflage). De Gruyter Oldenbourg. <https://doi.org/10.1515/9783110529920>

Tamayo-Orbegozo, U., Vicente-Molina, M.-A., & Villarreal-Larrinaga, O. (2017). Eco-innovation strategic model. A multiple-case study from a highly eco-innovative European region. *Journal of Cleaner Production*, 142, 1347–1367. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.11.174>

Tang, Z., Liu, L., Li, X., Shi, C., Zhang, N., Zhu, Z., & Bi, J. (2019). Evaluation on the eco-innovation level of the tourism industry in heilongjiang province, China: From the perspective of dynamic evolution and spatial difference. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 14(03), 202–215. <https://doi.org/10.2495/SDP-V14-N3-202-215>

Tiny House Village GmbH. (2022). *Über Uns | Das Village*. THV GmbH. <https://www.dasvillage.de/ueberuns>

Tölkes, C. (2020). The role of sustainability communication in the attitude–behaviour gap of sustainable tourism. *Tourism and Hospitality Research*, 20(1), 117–128. <https://doi.org/10.1177/1467358418820085>

UN, E. E. D., & DTU, T. U. of D. (2017). *Eco—I Manual Eco-innovation implementation process*. European Commission. http://unep.ecoinnovation.org/wp-content/uploads/2017/07/UN_Environment_Eco%E2%80%94i_Manual-1.pdf

United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development* (General Assembly Nr. 15-16301 (E)). United Nations. <https://sdgs.un.org/2030agenda>

UNWTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable—A Guide for Policy Makers (English version)*. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284408214>

UNWTO (Hrsg.). (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook—Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284415496>

UNWTO, & UNEP, U. N. E. P. (Hrsg.). (2008). *Climate Change and Tourism – Responding to Global Challenges*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284412341>

Uyarra, E., Shapira, P., & Harding, A. (2016). Low carbon innovation and enterprise growth in the UK: Challenges of a place-blind policy mix. *Technological Forecasting and Social Change*, 103, 264–272. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.10.008>

Van de Valk, K. (2020). *Housing Shortage and Tiny Living: Evaluating Tiny Houses as a sustainable answer to relieve the housing crisis in the Netherlands*. <http://rgdoi.net/10.13140/RG.2.2.31004.41607>

van den Bergh, J. C. J. M. (2012). Effective climate-energy solutions, escape routes and peak oil. *Energy Policy*, 46, 530–536. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2012.04.022>

van Waes, A., Farla, J., Frenken, K., Jong, J. P. J., & Raven, R. (2018). Business model innovation and socio-technical transitions. A new prospective framework with an application to bike sharing. *Journal of Cleaner Production*, 195, 1300–1312. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.05.223>

Verbraucherzentrale.de. (2021, Dezember 7). *Tiny Houses: Kleiner wohnen heißt nicht nachhaltiger leben*. Verbraucherzentrale.de. <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/energie/strom-sparen/tiny-houses-kleiner-wohnen-heisst-nicht-nachhaltiger-leben-67322>

Verma, V. K., Chandra, B., & Kumar, S. (2019). Values and ascribed responsibility to predict consumers' attitude and concern towards green hotel visit intention. *Journal of Business Research*, 96, 206–216. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.021>

Wang, Y., Font, X., & Liu, J. (2020). Antecedents, mediation effects and outcomes of hotel eco-innovation practice. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102345. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102345>

Wassermann, S. (2015). Das qualitative Experteninterview. In M. Niederberger & S. Wassermann (Hrsg.), *Methoden der Experten- und Stakeholdereinbindung in der*

sozialwissenschaftlichen Forschung (S. 51–67). Springer Fachmedien Wiesbaden.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-01687-6_4

Welthungerhilfe.de. (o. J.). *17 Ziele für eine nachhaltige Zukunft*. Welthungerhilfe.de
- Für eine Welt ohne Hunger und Armut. Abgerufen 27. April 2022, von
<https://www.welthungerhilfe.de/informieren/themen/politik-veraendern/17-sustainable-development-goals-bis-2030/>

Wilson, A., & Boehland, J. (2008). Small is Beautiful U.S. House Size, Resource Use, and the Environment. *Journal of Industrial Ecology*, 9(1–2), 277–287.
<https://doi.org/10.1162/1088198054084680>

World Tourism Organization (UNWTO) & International Transport Forum. (2019). *Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284416660>

Xavier, A. F., Naveiro, R. M., Acussat, A., & Reyes, T. (2017). Systematic literature review of eco-innovation models: Opportunities and recommendations for future research. *Journal of Cleaner Production*, 149, 1278–1302.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.02.145>

Yenipazarli, A. (2017). To collaborate or not to collaborate: Prompting upstream eco-efficient innovation in a supply chain. *European Journal of Operational Research*, 260(2), 571–587. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2016.12.035>

Anhangsverzeichnis

Anhang A1	Auswahlkriterien für Tiny House Expert/innen	A-2
Anhang A2	Leitfaden	A-4
Anhang A3	Daten zu den Expert/innen Interviews	A-7
Anhang A4	Quantitative Häufigkeiten der inhaltlichen Aussagen	A-8
Anhang A5	Elektronischer Anhang (auf Sakai)	
	<ul style="list-style-type: none">• Kurzfassung/Abstract• Transkripte der Interviews• Inhaltsanalyse nach Mayring• Operationalisierungstabelle - „<i>Eco-innovation causal chain</i>“ Modell• Operationalisierungstabelle – Fragebogen• Operationalisierungstabelle – Kategoriensystem• Induktive Kategorienbildung• Kodierleitfaden	

Anhang A1: Auswahlkriterien für Tiny House Expert/innen

Gruppe 1: Tiny House Anbieter/innen

a) Muss-Kriterien:

- Anbieter/innen aus der DACH Region (KMU)
- Tiny Houses müssen der Definition innerhalb der vorliegenden Arbeit entsprechen (*siehe Kapitel 4.1*): nicht größer als 70m², mobile freistehende feste Struktur inkl. Sanitäreanlage, Küche, Schlaf- und Wohnbereich
- intensive Beschäftigung mit dem Thema Tiny House

b) Kann-Kriterien:

- Position der Expert/innen: Geschäftsführung, Gründer/innen, Verwaltung, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit
- eigene Website, Onlineauftritt, soziale Medien
- Das Thema Nachhaltigkeit wird auf der Website gezielt angesprochen
- Expert/innen wohnen selbst im Tiny House
- teilmobil oder mobil bzw. Tiny House auf Rädern

c) Forschungsbeitrag:

Durch den Fokus der Geschäftstätigkeit auf die Planung, den Bau, die Vermarktung und den Verkauf von Tiny Houses, scheint die Gruppe der Tiny House Anbieter/innen Fachkompetenzen aufzuweisen, welche für die Beantwortung der Forschungsfrage und damit für die Studie notwendig sind. Die Expert/innen verstehen den Tiny House Markt und können somit mögliche Barrieren und Treiber identifizieren. Durch ihr technisches Wissen über die Produktinnovation Tiny House können diese dazu beitragen das Öko-Innovationssystem zu beschreiben und die Umweltauswirkungen des Tiny House Konzeptes zu identifizieren und damit die Forschungslücke zu schließen. Da eine Vielzahl der Anbieter/innen mit dem Thema Nachhaltigkeit wirbt und sich als nachhaltig positionieren, wird angenommen, dass die ausgewählten Anbieter/innen auch Interesse daran haben mit deren Konzept zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen.

Gruppe 2: Tiny House Vermieter/innen

a) Muss-Kriterien

- Angebot der Tiny House Unterkünfte innerhalb der DACH Region (KMU)
- Tiny Houses müssen der Definition innerhalb der vorliegenden Arbeit entsprechen (*siehe Kapitel 4.1*): nicht größer als 70m², mobile freistehende feste Struktur inkl. Sanitäranlage, Küche, Schlaf- und Wohnbereich
- Vermietung von mind. einem Tiny House, welches der obigen Definition entspricht
- intensive Beschäftigung mit dem Thema Tiny House

b) Kann-Kriterien:

- Vermietung von mind. einem Tiny House oder mehreren Tiny Houses bis hin zur Ferienanlage
- eigene Website, Onlineauftritt, soziale Medien
- Das Thema Nachhaltigkeit wird auf der Website gezielt angesprochen
- Expert/innen wohnen selbst im Tiny House
- Haupttätigkeit oder Nebentätigkeit
- ganzjährige Vermietung oder Teilzeit Vermietung
- teilmobil oder mobil bzw. Tiny House auf Rädern

c) Forschungsbeitrag:

Die Gruppe der Tiny House Vermieter/innen weist zum einen fach einschlägiges Wissen zum Tiny House im Allgemeinen auf und darüber hinaus Wissen zur Dienstleistungsinnovation Tiny House als Beherbergungsform. Durch die touristische Vermietung des Tiny Houses können diese Expert/innen einen Einblick in den Tourismuskontext bieten und die Wahrnehmung der Tourist/innen geben.

Anhang A2: Leitfaden

Interviewleitfaden Masterarbeit – Tiny House Hotel Vermieter/innen /Anbieter/innen

Öko-Innovationen als Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung im Tourismus - am Beispiel von Tiny-Houses im Beherbergungssektor

Einleitung

Hallo Frau/ Herr _____,

ich möchte mich gleich zu Beginn recht herzlich bedanken, für Ihre Zeit und das Interesse an diesem Expert/innengespräch für meine Masterarbeit teilzunehmen.

Bevor wir starten, möchte ich mich nochmals kurz vorstellen. Mein Name ist Sabrina Prantl, ich komme aus Tirol und studiere derzeit in meinem letzten Semester am Management Center Innsbruck im Studiengang Strategisches Management & Tourismus. Aktuell schreibe ich meine Masterarbeit zum Thema Öko-Innovation (nachhaltige Innovationen) als Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung im Tourismus am Beispiel von Tiny Houses im Beherbergungssektor, welche ich als innovatives und neues Konzept sehe. Im Rahmen meiner Masterarbeit möchte ich untersuchen inwiefern Öko-Innovation (das Tiny House Konzept) einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung im Tourismus leisten kann.

Definition Öko-Innovation:

- Eine Öko-Innovation ist ein neues oder deutlich verbessertes Produkt (Ware oder Dienstleistung), Verfahren, Organisations- oder Marketingmethode das im Vergleich zu anderen Alternativen Umweltvorteile bringt

Interviewfragen:

	Umsetzung Öko-Innovation
1	Sehen Sie das Tiny House als Innovation bzw. Öko-Innovation und warum?

2	Inwiefern spielt Forschung und Entwicklung in der Ideenfindung und Umsetzung von Öko-Innovationen in Ihrem Betrieb eine Rolle?	
3	Durch welche Maßnahmen reduzieren Sie in Ihrem Betrieb Umweltauswirkungen und welche (Unternehmens)Bereiche sind damit verbunden? <ul style="list-style-type: none"> • Spielen Zertifizierungen in diesem Zusammenhang eine Rolle für Sie? Wenn JA welche? 	
4	Welche Nachhaltigkeitsziele verfolgen Sie in Ihrem Unternehmen?	
5	Inwiefern messen Sie Ihre Leistung in Bezug auf die Nachhaltigkeitsziele und wie garantieren Sie das Erreichen dieser Ziele?	
6	Welche materiellen und immateriellen Ressourcen sind essenziell für Sie, um Ihre Unternehmensvision und Ziele umzusetzen? (z.B. <i>Know-How, finanzielles, etc.</i>)	

	Auswirkungen	✓
7	Was sind die Vorteile eines Tiny House Hotels im Vergleich zu anderen Beherbergungskonzepten (einem Standardhaus) im Hinblick auf die ökologische Nachhaltigkeit?	
8	Gibt es neben den ökologischen Vorteilen noch wirtschaftliche oder soziale Vorteile Ihres Tiny House Konzeptes? (z.B. <i>Wettbewerbsvorteile oder fördern Sie damit soziale Projekte, Arbeitsplätze schaffen, etc.</i>)	
9	Wo sehen Sie für das Tiny House Konzept und für Ihren Betrieb die größten Handlungsfelder, um einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft zu leisten?	
10	Wie wird das Tiny House Konzept in den Medien wahrgenommen?	

	Einflussfaktoren	✓
11	Auf welche Hindernisse sind Sie bei der Umsetzung bzw. Einführung des Tiny House Konzeptes gestoßen?	
12	Welche positiven externen Einflussfaktoren im Zusammenhang mit der Einführung und Umsetzung des Tiny House Konzeptes nehmen Sie wahr? (z.B. Kundenwünsche, Staatliche Vorgaben, gesellschaftlicher Druck, etc.)	
13	Welche internen Einflussfaktoren (Beweggründe) sind die Hauptauslöser für die Schaffung, Entwicklung und Verbreitung Ihres Tiny House Konzeptes? (z.B. Umweltbewusstsein, Verantwortungsgefühl, Kostensenkungspotenzial, etc.)	

Abschluss

Möchten Sie noch etwas ansprechen, das innerhalb des Gespräches noch nicht thematisiert wurde?

Vielen Dank für Ihre Zeit und die Einblicke!

Anhang A3: Daten zu den Expert/innen Interviews

Code	Nachname	Vorname	Art des Interviews	Datum	Interviewdauer	Expert/innengruppe	Geschlecht	Funktion	Region	Unternehmen
I01	Hirschl	Corinna	Video-Call	19.05.22	46 min.	Tiny House Anbieter	w	GF	A	TINY HOMES OG
I02	Experte A	Experte A	Video-Call	19.05.22	42 min.	Tiny House Anbieter	m	GF	D	/
I03	Hartmaier	Andreas	Telefongespräch	19.05.22	23 min.	Tiny House Vermietung	m	GF	D	Hofgut Hopfenburg GmbH
I04	Pfeiffer	Viktoria	Telefongespräch	20.05.22	30 min.	Tiny House Anbieter + Vermietung	w	GF	A	Tiny House Green living
I05	Müllner	Andreas	Video-Call	20.05.22	41 min.	Tiny House Anbieter	m	GF	D	Vagabundo Living GmbH
I06	Weitowitz	Claudia	Telefongespräch	23.05.22	36 min.	Tiny House Anbieter + Vermietung	w	GF	D	Wunderwuzzi Tiny Houses
I07	Lenz	Michael	Telefongespräch	24.05.22	27 min.	Tiny House Vermietung	m	GF	D	Saarschleifenlodge
I08	Petereit	Hannah	Video-Call	24.05.22	50 min.	Tiny House Anbieter + Vermietung	w	GF	D	Black Tiny Homes
I09	Müller	Sophie	Video-Call	25.05.22	37 min.	Tiny House Vermietung	w	GF	D	The Tiny Escape
I10	Hug	Lukas	Video-Call	25.05.22	22 min.	Tiny House Vermietung	m	GF	CH	Berglodge Laresch
I11	Boeder	Marc	Video-Call	27.05.22	25 min.	Tiny House Vermietung	m	GF	D	Auszeit Tollensesee
I12	Suske	Tim	Video-Call	30.05.22	43 min.	Tiny House Vermietung	m	GF	A	Cabinski
I13	Wildi	Reiner	Video-Call	01.06.22	38 min.	Tiny House Anbieter	m	GF	CH	Fun Act AG
I14	Schindler	Tanja	Video-Call	07.06.22	40 min.	Tiny House Anbieter	w	GF	CH	Ökominihaus
I15	Unterlechner	Peter	Telefongespräch	07.06.22	50 min.	Tiny House Vermietung	m	GF	A	Biohotel Grafenast

Legende:

- m männlich
- w weiblich
- GF Geschäftsführung
- A Österreich
- D Deutschland
- CH Schweiz

Anhang A4: Quantitative Häufigkeiten der inhaltlichen Aussagen

Nachfolgend werden die inhaltlichen Aussagen der Befragten in das Kategoriensystem eingeordnet, wobei der Faktor „n“ auf die Anzahl der Nennungen hinweist und absteigend nach Häufigkeit gereiht wird. Die Codes I01 bis I15 verweisen auf die Interviewteilnehmer/innen, welche im *Anhang A3* identifiziert werden können.

Hauptkategorie 1: Öko-Innovation Input

Folgend werden Mittel und Praktiken aufgelistet, mit deren Hilfe die Unternehmer/innen Forschung und Entwicklung im Unternehmen vorantreiben:

Forschung und Entwicklung:

- n=8: in House (I02, I03, I04, I05, I06, I07, I09, I12)
 - n=7: im Team (I01, I02, I04, I05, I06, I09, I12)
 - n=2: durch Mitarbeiter/innen (I03, I07)
- n=5: andere Unternehmen und Konzepte (Netzwerk) (I01, I05, I08, I10, I11)
- n=3: Internet (I06, I08, I10)
 - n=1: Instagram (I08)
 - n=1: YouTube (I08)
 - n=1: Facebookgruppen (I06)
- n=2: aus der Baugeschichte (I13, I14)
- n=1: Universitäre Forschung (I04)

Hauptkategorie 2: Öko-Innovationsfähigkeit

Die nachfolgenden Punkte beschreiben die materiellen, sowie immateriellen Ressourcen und Vermögenswerte, die innerhalb eines Unternehmens zur Innovationsfähigkeit beitragen:

Materielle Ressourcen:

- n=5: finanzielle Mittel (Eigenfinanzierung) (I02, I04, I05, I10, I11)
- n=3: Grundstücksbesitz (I02, I10, I15)

Immaterielle Ressourcen:

- n=8: Partnerschaften mit anderen Handwerksbetrieben (I01, I02, I05, I06, I10, I11, I12, I14)
 - n=4: Architekten und Statiker (I06, I08, I10, I11)
 - n=4: Zimmerei und Tischler (I01, I06, I13, I14)
 - n=2: vertreten ähnliche Werte (I05, I14)
 - n=2: Installations- und Sanitärbereich (I05, I06)
 - n=1: Programmierer (I02)
- n=9: Wissen und Know-How (I02, I03, I04, I05, I06, I07, I08, I12, I14)
 - n=7: Berufsausbildung (I03, I04, I05, I06, I07, I12, I14)
 - n=7: Erfahrung (I02, I03, I05, I06, I12, I13, I14)
- n=5: Netzwerk (I01, I02, I05, I06, I12)
- n=4: Personelle Ressourcen (Mitarbeiter/innen) (I02, I03, I07, I15)
- n=1: Brand Awareness/Power (I05)
- n=1: Familienunternehmen (I05)

Hauptkategorie 3: Öko-Innovationsaktivitäten

Die nachfolgenden Punkte beschreiben die Öko-Innovationsaktivitäten, welche sich auf die operativen Praktiken, womit die Unternehmen versuchen Umweltauswirkungen deren Unternehmertums zu reduzieren und dadurch nachhaltig zu agieren, konzentrieren. Diese können in die Unterkategorien grüne Praktiken und Zertifizierungen eingeteilt werden:

Grüne Praktiken:

- n=10: produktionsnahe und lokale Beschaffung der Materialien (I01, I03, I04, I05, I06, I07, I08, I10, I13, I14)
- n=10: naturbelassene Materialien (I01, I02, I05, I07, I08, I09, I10, I13, I12, I14)
- n=8: ökologische Holzbauweise (I01, I03, I04, I05, I06, I08, I13, I14)
- n=6: lokale Lieferant/innen, kurze Lieferwege (I01, I03, I05, I06, I07, I15)
- n=6: Transparenz und Nachvollziehbarkeit (I02, I05, I07, I12, I14, I15)
- n=6: Energiebedarf (PV Anlage oder Öko-Strom) (I07, I09, I10, I11, I12, I15)
- n=6: alternative Reinigungs- und Waschmittel (I01, I07, I08, I09, I11, I12)
- n=4: Müllverbrauch reduzieren (I03, I05, I07, I15)
- n=4: Wasserverbrauch reduzieren (I03, I07, I08, I15)
- n=4: Recycling (I03, I07, I09, I15)

- n=3: kein Handtuchtausch (I07, I08, I12)
- n=3: das Umfeld des Tiny Houses natürlich belassen (I06, I11, 12)
- n=3: Wasseraufbereitung und Wasserkreislauf (I03, I07, I15)
- n=3: CO2 Kompensation (Unternehmen/Gäste) (I05, I12, I15)
- n=3: regional und Bioeinkauf (I03, I07, I15)
- n=2: Trockentrenntoilette (I08, I09)
- n=2: keine Zwischenreinigung (I07, I08)
- n=2: Wege der Mitarbeiter/innen (I03, I15)
- n=2: einbeziehen der Mitarbeiter/innen (I03, I07)
- n=2: eigene Lebensmittelherstellung (I03, I07)
- n=1: Produktion auf Nachfrage (keine Produktion auf Vorrat) (I04)
- n=1: Eigenfinanzierung (keine Investoren) (I05)
- n=1: nachhaltige Bank (I09)
- n=1: klimapositiv (I15)
- n=1: Zufriedenheit der Lieferant/innen (I15)
- n=1: etwas in der Region bewegen (Clean-Up-Day) (I12)
- n=1: keine Hygieneprodukte (I07)
- n=1 biologische Landwirtschaft ohne Schadstoffe (I03)
- n=1 nachhaltige Partner (I05)
- n=1 Biodiversität am Standort (I03)
- n=1 Elektrofahrzeuge für Mitarbeiter/innen (I03)

Zertifizierungen:

- n=8: Zertifizierungen sollte man hinterfragen (I03, I05, I07, I08, I09, I12, I13, I14)
- n=7: haben keine Zertifizierung (I01, I03, I04, I08, I10, I13, I14)
- n=7: Zertifizierungen spielen keine Rolle (I01, I03, I04, I11, I12, I13, I14)
- n=5: Zertifizierungen spielen eine Rolle (I02, I05, I15, I10, I11)
- n=2: Zertifizierungen sind teuer (I12, I14)
- n=2: Transparenz ist mehr wert als ein Zertifikat (I01, I14)
- n=2: Zertifizierungen helfen Entscheidungen zu treffen (I08, I15)
- n=2: Zertifizierungen bilden einen Maßstab (I13, I15)
- n= 2: Zertifizierungen zur Qualitätssicherung (I10, I15)
- Arten von Zertifizierungen

- n=3: Eco-Camping (I03, I06, I08)
- n=2: CO2 Zertifizierungen (I05, I15)
- n=2: Blauer Engel Zertifizierung (I08, I02)
- n=2: Öko-Tex (I11, I12)
- n=1: Green Sign Label (I07)
- n=1: Zertifizierungen sind eine kapitalistische Masche (I03)

Hauptkategorie 4: Öko-Innovation Output

Die nachfolgenden Unterkategorien beinhalten die Entwicklung, Einführung und Verbreitung von Prozess- Marketing, Dienstleistung- oder Produktinnovationen. Aussagen, die auf die Typologie der Öko-Innovation hinweisen und somit auf die Kategorien inkrementelle oder radikale Innovation und Produkt- oder Dienstleistungsinnovation, bzw. Prozess- oder Marketinginnovation schließen lassen:

Typologie der Öko-Innovation:

- n=8: Rundum-Konzept (I02, I03, I05, I08, I12, I13, I14, I15)
- n=3: Erlebnisse Anbieten (I03, I12, I15)
- n=3: gesamte Lebensweise vermitteln (I05, I08, I14)
- n=2: ein Gefühl vermitteln (I03, I15)
- n=2: Fertigungsprozess (I02, I05)

Die nachfolgende Unterkategorie beschreibt Wege und Arten der Verbreitung des Tiny House Konzeptes innerhalb und außerhalb des Unternehmens:

Diffusion der Öko-Innovation:

- n=4: soziale Medien (I05, I08, I10, I12)
- n=4: Lokales Fernsehen (I03, I06, I09, I13)
- n=3: Anfragen von Tourismusverbänden (I03, I06, I07)
- n=3: Boulevard Zeitung (I02, I08, I12)
- n=3: Fachzeitschriften (Tourismus und Architektur) (I07, I10, I12)
- n=2: Vermietung Airbnb (I06, I09)
- n=2: Messen (I08, I13)
- n=2: Reportagen (I08, I09)
- n=2: Mundpropaganda (I04, I15)

- n=1: Verkauf über Ebay (I06)
- n=1: Verkauf über Facebook (I06)
- n=1: Öffentlichkeitsarbeit (I12)
- n=1: Nachhaltigkeitsbericht (I05)
- n=1: Morgenpost für Gäste (I15)
- n=1: Gemeinwohlbilanz (I15)
- n=1: Richtung Mainstream (I08)
- n=1: Tiny House Festival (I08)

Die Unterkategorie Medienberichte beschreibt die mediale Wahrnehmung des Tiny House Konzeptes und der Unternehmen:

Medienberichte:

- n=9: Hohe Mediale Aufmerksamkeit auf allen Kanälen (I01, I02, I04, I06, I08, I09, I11, I12, I15)
- n=4: Charmant und positive Wahrnehmung (I01, I09, I11, I15)
- n=3: Konzept wird romantisiert (I04, I06, I08)
- n=2: Reportagen (I08, I09)
- n=2: Artikel und Zeitungen (I06, I08)
- n=2: ein falsches Bild wieder suggeriert (I04, I09)
- n=1: Skepsis bei der Stellplatzsuche (I15)
- n=1: zu großer Hype (I04)
- n=1: unreflektiert, eine kritische Berichterstattung (I09)
- n=1: die Essenz des Tiny Houses geht verloren (Minimalismus) (I09)
- n=1: Brauchen keine Werbung, weil so hohe Berichterstattung (I03)
- n=1: mehr in den Medien als in der Realität (I08)

Hauptkategorie 5: Öko-Innovationsperformance

- n=15: Nachhaltigkeitsziele (I01-I15)
 - n=10: Regionalität (I01, I03, I04, I05, I06, I07, I08, I10, I13, I14)
 - n=6: weniger Reinigungsmaterial (I01, I07, I08, I09, I11, I12)
 - n=5: eigenen Strom generieren (I03, I05, I09, I10, I12)
 - n=3: weniger Zeit (I01, I11, I12)
 - n=2: Wasser effizient nutzen (Grauwasserreinigung) (I01, I03, I07)
 - n=2: Wärmeeffizienz (I05, I07, I09, I13)

- n=1: Zuschnitte reduzieren (I05)
- n=1: Gemeinwohlbilanz (I15)
- n=1: "Craddle to Craddle" (I02)
- n=12: keine messbaren Kennzahlen (I01, I02, I04, I06, I07, I08, I09, I10, I11, I12, I13, I14)
- n=2: CO2-Fußabdruck (I03, I05, I15)
- n=1: Sicherheitssystem (Sicherheit) (I06)
- n=1: Wohnraumaufteilung (Anschlüsse, Abtrennungen) (I05, I09)
- n=1: Energiebedarf (I01)

Hauptkategorie 6: Treiber

Folgende externen und internen Treiber beeinflussen die Umsetzung des Tiny House Konzeptes:

Externe Treiber:

- n=9: Interesse und Nachfrage ist groß (I01, I02, I05, I06, I08, I10, I13, I14, I15)
- n=6: Umsetzbarkeit (I01, I04, I10, I12, I13, I15)
 - n=4: dynamisch und flexibler (I08, I12, I13, I15)
- n=5: Trend (I04, I06, I10, I12, I14)
- n=5: Sehnsucht und Bedürfnisse der Menschen (I03, I07, I13, I14, I15)
- n=5: Konzept wird von den Medien gepusht (I01, I03, I08, I10, I12)
- n=2: Empfängliche Zielgruppe (I07, I12)
- n=3: Vermietung als Verkaufsinstrument (I04, I06, I08)
- n=3: knappes Bauland und steigende Kosten → Hausgröße wird sich verringern (I05, I13, I14)
- n=2: keine Baustelle, weil Produktion in der Halle (I01, I13)
- n=2: ungenutzte Fläche (I04, I10)
- n=2: Umsetzung erfordert geringe finanzielle Mittel (I10, I15)
- n=2: Bedarf durch die globalen Umstände (Flüchtlingskrisen) (I05, I13)
- n=2: Nische im Bauen (I01, I02)
- n=1: Konzept wird romantisiert (I01)
- n=1: Markt ist noch nicht gesättigt (I05)
- n=1: Corona als Rückenwind/Auftrieb (I05)
- n=1: Gemeinden finden das Projekt gut (support der Behörden) (I02)
- n=1: Tiny House Kredit (I09)

Interne Treiber:

- n=11: Nachhaltigkeitsgedanke (I01, I05, I06, I07, I08, I09, I10, I11, I12, I13, I14)
- n= 9: Verantwortungsgefühl (I01, I05, I06, I07, I08, I09, I11, I12, I13)
- n=8: überzeugt vom Konzept (I04, I05, I06, I08, I09, I10, I13, I14)
- n=5: andere inspirieren (I05, I08, I09, I11, I12)
- n=4: persönliches Interesse (I07, I08, I13, I14)
- n=4: eigene Erfahrungen (I04, I05, I06, I13)
- n=4: Bewusste Konsumententscheidungen (I05, I08, I09, I14)
- n=3: gewünschte Lebensform (I05, I08, I14)
- n=3: es besser zu machen als andere (I01, I04, I05)
- n=3: mehr Zeit für die wichtigen Dinge (I05, I08, I14)
- n=3: Faszination (I08, I10, I13)
- n=2: Marketingzweck/ Image (I04, I07)
- n=2: einfach ausprobieren (I11, I15)
- n=2: Wunsch nach Flexibilität (I05, I08)
- n=2: Selbstbestimmtheit (I02, I05)
- n=2: Reduktion macht glücklich (I05, I14)
- n=2: wohnt selbst im Tiny House (I04, I14)
- n=1: Product Fit (I11)
- n=1: Menschen eine Plattform bieten und Menschen zusammenzubringen (I08)
- n=1: klein ist auch einfacher zu verstehen (I09)
- n=1: mussten sich erweitern (I10)
- n=1: Geldprobleme aufgrund steigender Lebenserhaltungskosten (I14)
- n=1: Spaß (I05)
- n=1: Markt neu aufrollen (I02)
- n=1: sich beweisen (I02)
- n=1: etwas Einzigartiges zu schaffen (I01)

Hauptkategorie 7: Barrieren

Folgende Barrieren beeinflussen und behindern die Umsetzung des Tiny House Konzeptes:

Politische und regulatorische Barrieren:

- n=15: Baurecht (I01-I15)
- n=15: behördliche Genehmigungen (I01-I15)
- n=7: Finanzierung durch Banken (Mobilie oder Immobilie?) (I03, I07, I09, I10, I12, I13, I14)
- n=9: Bebauungs- und Flächennutzungsplan (I01, I03, I04, I08, I09, I10, I11, I14, I15)
- n=8: Grundstücksuche und Stellplatz (I02, I04, I08, I09, I10, I12, I14, I15)
- n=6: Bauvorschriften (I05, I07, I10, I11, I13, I14)
- n=6: Sonderregelung Campingplätze (Sonderzonen, Freizeitzone) (I06, I08, I09, I12, I13, I15)
- n=4: flexible und Angepasste Lösungen (I08, I09, I11, I14)
- n=4: Straßenverkehrsordnung und Straßenzulassung (I05, I08, I09, I13)
- n=4: Erschließung und Erschließungskosten (I08, I10, I11, I14)
- n=3: Platzproblem in den Alpen (I10, I13, I15)
- n=3: Lange Realisierungsphase (I03, I04, I13)
- n=3: Anforderungen an Wohnhaus (I08, I13, I14)
- n=2: Nähe zur Natur (I04, I08)
- n=2: ökologische Bauweise vorgeschrieben (I05, I07)
- n=2: keine gewerblichen Subventionen (I06, I08, I11)
- n=1: Brandschutz (I10)
- n=1: TÜV (I08)
- n=1: starke Lobby im Baubereich (I13)
- n=1 Aufwand Subventionen zu beantragen zu groß (I12)

Marktbezogene Barrieren:

- n=9: Preissteigerungen (I01, I02, I05, I06, I08, I09, I11, I13, I14)
- n=8: Verzögerung der Liefertermine (I01, I02, I05, I06, I08, I09, I11, I13)
- n=7: Abhängigkeit von Lieferant/innen (I01, I02, I05, I06, I08, I13, I14)
- n=3: Steigende Grundstückspreise (I06, I13, I14)
- n=2: Abdeckung der touristischen Nachfrage (I04, I15)
- n=1 Fachkräftemangel (I11)

Soziale Barrieren:

- n=7: Vorurteile (I01, I06, I08, I12, I13, I14, I15)

- n=6: Unwissenheit und Unklarheit (I01, I08, I09, I12, I13, I15)
- n=3: Chalet Problematik (I02, I12, I15)
- n=2: Preisschwelle (Preisgestaltung) (I04, I08)
- n=2: „Bau dir dein Tiny House selbst“ Gedanke (I02, I04)
- n=2: Die Bedeutung von tiny (I04, I09)
- n=2: Tiny House Lebensstil als Challenge (I04, I09)
- n=2: Akzeptanz in der Bevölkerung und der Gemeinde (I04, I15)
- n=2: USA vs. DACH (I01, I05)
- n=1: Anerkennung des Tiny House Konzept von Tourist/innen (I08)
- n=1: Eigentumsverhältnisse (I02)
- Maßnahmen:
 - n=4: Sensibilisierung innerhalb der Behörden (I08, I12, I13, I14)
 - n=4: Vorzeigeprojekte (I01, I05, I12, I14)
 - n=2: Überzeugungsarbeit (I02, I13)

Technologie- und technikbedingte Barrieren:

- n=4: Realisierbarkeit (I04, I08, I09, I13)
 - n=3: Dämmwerte (I08, I09, I13)
 - n=2: Abwasser- und Energiesysteme (I04, I09)
 - n=2: Straßenverkehrsordnung (I09, I13)
 - n=2 Gewicht (I09, I13)
 - n=1: Statik (I08)
 - n=1: Langlebigkeit der Materialien (I09)
 - n=1: Renovierungsarbeiten (I09)
 - n=1: Grundriss und Raumaufteilung (I09)
 - n=1: Begrenzte Fertigungskapazität (I05)

Hauptkategorie 8: End-Point Auswirkungen

Folglich werden die Auswirkungen des Tiny House Konzeptes innerhalb der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit aufgezählt:

Ökologisch Dimension:

- n=15: geringer Ressourcenverbrauch (I01-I15)
- n=15: keine/ geringe Bodenversiegelung (I01-I15)
- n=15: nachhaltige Materialien (I01-I15)

- n=15: lokaler Konsum und Produktion (I01-I15)
- n=8: weniger Raum bei gleicher Qualität (I01, I02, I05, I06, I10, I12, I13, I14)
- n=7: ökologische Holzbauweise (I05, I07, I08, I11, I13, I14, I15)
- n=7: geringer Energieverbrauch (I01, I02, I05, I08, I09, I11, I13)
- n=7: kurze Lieferwege (I01, I03, I05, I06, I07, I14, I15)
- n=6: Wassereinsparung (I01, I03, I04, I08, I09, I15)
- n=6: eigene Energieproduktion (I07, I09, I10, I11, I12, I15)
- n=6: Dämmung/ Fassade die CO2 speichert (I01, I02, I03, I05, I08, I13)
- n=6: Transparenz (I02, I05, I07, I12, I14, I15)
- n=5: ein rückstandsloser Rückbau ist möglich (I01, I02, I13, I14, I15)
- n=5: Bioprodukte (I03, I07, I11, I12, I15)
- n=5: Abfälle reduzieren (I03, I05, I07, I08, I09)
- n=5: autark (I01, I04, I05, I06, I15)
- n=4: die Umgebung wird natürlich gehalten (I06, I11, I12, I14)
- n=4: weniger Konsum (I04, I08, I09, I15)
- n=3: Eingriff in die Natur bleibt gering (I11, I12, I14)
- n=3: Grauwasserreinigung (I01, I03, I07)
- n=3: temporäre Flächennutzung (I12, I14, I15)
- n=3: mehr Grünfläche (I01, I06, I14)
- n=3: graue Energie ist geringer (I02, I05, I15)
- n=2: keine Bauruinen am Ende des Lebenszyklus (I12, I15)
- n=2: „Cradle to Cradle“ (I02, I09)
- n=2: Komposttoilette (I08, I09)
- n=1: keine Baustelle heißt kein Müll in der Natur (I01)
- n=1: Gründach (I01)
- n=1: Selbstversorger mit Gärten (I06)
- n=1: keine riesige Parkfläche (I06)
- n=1: keine Waldrodung (I06)
- n=1: Kompaktheit (I15)
- n=1: Langlebigkeit und Entsorgung (I09)

Sozio-kulturell Dimension:

- n=7: steigende Mobilität und Flexibilität (I01, I05, I06, I08, I13, I14, I15)

- n=7: bebauen von Leerflächen auf Zeit (Zwischennutzung) (I02, I05, I06, I12, I14, I13, I15)
- n=7: minimalistischer Lebensstil (I02, I05, I07, I08, I09, I10, I14)
- n=6: andere Möglichkeiten aufzeigen (I02, I05, I08, I09, I10, I14)
- n=5: alternative Wohnmöglichkeiten für Jung und Alt (I05, I08, I12, I13, I15)
- n=5; leistbarer Wohnraum (I01, I06, I13, I14, I15)
- n=4: Bewusstsein schaffen (I02, I07, I10, I14)
- n=4: Alterswohnsitz (barrierefrei) (I01, I12, I13, I15)
- n=4: Generationsübergreifendes Wohnen (I01, I12, I13, I15)
- n=4: Konzentrieren auf das Wesentliche (I07, I08, I09, I14)
- n=4: Besitz belastet (I05, I07, I14, I15)
- n=3: zusätzliche Wohnraum zum bestehenden schaffen (I01, I13, I15)
- n=2: Wertschätzung für die Natur und das von der Natur gegebene (I07, I08)
- n=2: Flüchtlingsunterkünfte (I12, I13)
- n=2: Platzbedarf reduzieren (I01, I14)
- n=1: andere Unternehmen inspirieren (I02)
- n=1: Angst vor kleinen Wohnräumen nehmen (I14)
- n=1: Menschen näher an die Natur bringen (I08)
- n=1: Investition Tiny House statt Mietwohnung (I08)
- n=1: Wohnraumverkleinerung (I15)
- n=1: Singlehaushalte (I06)
- n=1: Grundstücke freihalten für die nächsten Generationen (I14)
- n=1: Inklusion (I03)
- n=1: keine Lärmbelästigung durch Baustelle (I01)
- n=1: Altersarmut (I06)

Ökonomische Dimension:

- n=9: Leistbarkeit (I01, I02, I04, I05, I06, I09, I10, I13, I15)
 - n=3: Skaleneffekte bei Serienfertigung (I05, I13, I15)
 - n=2: Fixpreis (I02, I05)
 - n=2: Bindung der monetären Mittel (I10, I15)
 - n=2: Qualitätssicherung (I14, I15)
 - n=1: günstigere Instandhaltung (I11)
 - n=1: Selbstversorger (I06)

- n=7: Mobilität (I01, I05, I06, I08, I13, I14, I15)
- n=3: Zeitersparnis bei Reinigung (touristischer Kontext (I01, I08, I11))
- n=3: innovative Lösungen für die Zukunft finden (I05, I12, I14)
- n=3: Produktion nicht Bau (I01, I02, I05)
- n=3: Komfort und Wohnerlebnis (I06, I12, I15)
- n=3: Wetterunabhängigkeit beim bauen (I01, I02, I05)
- n=3: neue Infrastruktur schaffen (I08, I14, I15)
- Gesundheitsaspekt
 - n=3: physisch (I05, I06, I14)
 - n=3: psychisch (I07, I14, I15)
- n=2: Kosteneinsparungen durch nachhaltiges Handeln (lokale Zulieferer, weniger Abfallprodukte, ressourcenschonend) (I04, I05)
- n=2: Langlebigkeit (I09, I11)
- n=2: Nischenprodukt (I02, I12)
- n=2: Fertigungszeit (I01, I02, I05, I13)
- n=2: Alleinstellungsmerkmal (I03, I15)
- n=1: Verkehr entzerren durch Dezentralisierung (I15)
- n=1: Touristische Infrastruktur (I15)
- n=1: kann schnell auf Veränderungen reagieren (I15)
- n=1: keine wirtschaftlichen Vorteile, weil erhöhte Kosten (I03)
- n=1: Produktdiversifikation (I15)
- n=1: Disruption (I05)
- n=1: Fast Follower → lernen aus den Fehlern der anderen (I05)
- n=1: Preisbereitschaft der Gäste (I07)
- n=1: Beschäftigung von Mitarbeiter/innen (I02)
- n=1: Arbeitsbedingungen (I14)
- n=1: Wirtschaftswachstum (I05)

Hauptkategorie 9: Definition Tiny House

Im Folgenden werden definitionsrelevante Aspekte aufgelistet:

- n=15: ein Tiny House entspricht der kleinen Art zu bauen (I01-I15)
- n=6: Differenzieren sich von Tiny House Bewegung (I02, I05, I08, I12, I13, I14)
- Definitionsmerkmal:

- n=6: Ausstattung (I01, I03, I04, I07, I12, I15)
- n=4: Mobilität (I01, I04, I09, I07)
- n=1: Grünfläche und Platz um das Haus (I08)
- n=1: Tiny House Bewegung/ Community (I04)
- Begriffe:
 - n=5: Minimal Haus (I02, I04, I05, I11, I12)
 - n=3: Kleinwohnformen (I10, I13, I14)
 - n=1: Ökominihaus (I14)
 - n=1: Micro Haus (I08)
 - n=1 Eco Modul Haus (I13)
- n=3: Begriff ist nicht definiert (I04, I08, I09)
- n=3: Zirkus- und Schaustellerwagen (I03, I04, I07)
- n=2: Tiny House im engeren Sinne: Tiny House on Wheels (I08, I09)
- n=2: Cabins (I03, I07)
- n=2: Modulhäuser (I08, I13)
- n=2: „Ziegeunersiedlung“ (I02, I06)
- n=1: bis zu 50 Quadratmeter (I08)
- n=1: bis zu max. 70 – 75 Quadratmeter (I01)
- n=1: Hausboot (I09)

Hauptkategorie 10: Öko-Innovationsverständnis

Die nachfolgenden Punkte beschreiben das Öko-Innovationsverständnis der Befragten im Hinblick auf das Tiny House Konzept:

- n=7: Tiny House als Öko-Innovation ist Kontextabhängig (I02, I04, I08, I12, I13, I14, I15)
- n=7: Größe & Ressourcenverbrauch (I01, I04, I05, I07, I11, I13, I14)
- n=6: Tiny House ist **eine** Öko-Innovation (I01, I05, I06, I07, I10, I11)
 - n=8: natürliche und regionale Materialien (I01, I05, I06, I10, I11, I13, I14, I15)
 - n=5: Art des Hauses (wohnen auf kleinem Raum) (I02, I04, I07, I08, I14)
 - n=4: Bauweise (I04, I08, I13, I14)
 - n=3: standardisierter Fertigungsprozess (I01, I02, I05)
 - n=3: Fertigungszeit (I01, I02, I05)
 - n=3: Design (I05, I06, I13)

- n=2: Raumgestaltung und Optimierung des Raums (I02, I13)
- n=2: Fixpreisgarantie (I02, I05)
- n=1: minimalistischer Lebensstil (I09)
- n=1: Gesundheitsaspekt (I14)
- n=1: Greift die heutigen Gesellschaftlichen Problematiken (I14)
- n=3: Tiny House ist **keine** Öko-Innovation (I03, I04, I09)
 - n=5: keine verdichtete Bauweise (I02, I05, I08, I09, I12)
 - n=5: mehr Fläche pro Person (I02, I05, I08, I09, I12)
 - n=5: Tiny House ist nichts Neues das Konzept gibt es schon lange (I03, I04, I07, I13, I14)
 - n=4: Wärmeverlust (I02, I05, I09, I12)
 - n=1: egoistischer Gedanke (I09)
 - n=1: nicht innovativ, sondern praktisch (I13)
- n=3: Tiny House als Öko-Innovation im Tourismuskontext (I04, I10, I15)
 - n=2: Potential für naturnahen Tourismus (I10, I15)
 - n=1: Erlebnisfaktor (I04)

Hauptkategorie 11: Tiny House im Tourismus

Nachfolgende Punkte verweisen auf das Tiny House Konzept im Tourismuskontext:

- n=7: Standort spielt eine große Rolle (I01, I06, I07, I08, I10, I11, I12, I15)
- n=7: hohes touristisches Potenzial (I02, I03, I04, I06, I10, I11, I15)
- n=4: Campingplatz (I06, I08, I14, I15)
- n=3: neue Zielgruppe erreichen (I06, I12, I15)
- n=3: ergänzende Unterkunft zur bestehenden Infrastruktur (I10, I13, I15)
- n=3: touristische Nutzung ist einfacher umzusetzen (behördliche Nische) (I08, I13, I14)
- n=3: Erlebnisurlaub, eventorientiert (I01, I07, I12, I15)
- n=2: dezentrale Möglichkeiten für Tourismus (I10, I15)
- n=2: touristische Anfragen und Verkauf höher (I02, I06)
- n=2: potenzielle Kunden (I06, I08)
- n=1: Standort ist egal (I04)
- n=1: Zwischensaisonen ausbauen (I12)
- n=1: DEHOGA Kategorisierung für Tiny Houses (I07)
- n=1: Gäste sind bereit mehr zu bezahlen (I07)

- n=1: Authentizität (I07)
- Urlaubsmotive:
 - n=8: naturnahes Urlaubserlebnis (I03, I06, I07, I09, I10, I11, I12, I15)
 - n=6: Stadtfucht (I04, I08, I09, I11, I12, I15)
 - n=5: Auszeit im Grünen (I04, I08, I09, I11, I15)
 - n=4: Nachhaltigkeitsgedanke (I06, I07, I12, I15)
 - n=4: Probewohnen (I08, I10, I12, I15)
 - n=4: Ruhe und Atmosphäre (I02, I04, I09, I11)
 - n=3: Platz für sich selbst (I01, I03, I15)
 - n=2: Aktivurlaub (I07, I10)
 - n=2: die Lage (I07, I10)
 - n=2: etwas Neues ausprobieren, dem Trend folgen (I02, I12)
 - n=1: Nachhaltigkeit und Ökologie ist nicht relevant für die Gäste (I04)
 - n=1: Interesse an der Bauweise (I10)
 - n=1: Seele baumeln lassen (I09)
 - n=1: Rückzugsort (I09)
 - n=1: Familienurlaub (I03)
- Challenge:
 - n=3: Anerkennung der Tourist/innen (Preisdurchsetzung) (I08, I09, I15)
 - n=1: Toilette (I09)
 - n=1: andere Länder bieten schönere Stellplätze an (weil Regeln nicht so streng) (I08)
 - n=1: Skalierbarkeit (I15)
 - n=1: Abdeckung der touristischen Nachfrage (I15)
 - n=1: geeignete Zielgruppe (I15)
 - n=1: Stauraum, Raumaufteilung (I09)
 - n=1: Inklusion (I03)