



NACHHALTIGKEIT SICHTBAR MACHEN:
WIE DU MIT GLAUBWÜRDIGER KOMMUNIKATION
VERTRAUEN SCHAFFST UND GÄSTE BEGEISTERST

Diese Unterlage zeigt dir, wie du Nachhaltigkeit gezielt und glaubwürdig kommunizierst – ohne zu belehren, aber mit Wirkung. So stärkst du Vertrauen, erreichst deine Zielgruppe und machst dein Engagement sichtbar – innen wie außen.

1. WARUM KOMMUNIKATION EIN SCHLÜSSEL ZUR NACHHALTIGKEIT IST

- Gäste achten zunehmend auf Klima, Umwelt & faire Arbeitsbedingungen
- Gleichzeitig: geringe Zahlungsbereitschaft für nachhaltige Angebote



Herausforderung: Nachhaltigkeit wirtschaftlich & sichtbar gestalten

2. KOMMUNIKATION SCHAFT WIRKUNG – INNEN WIE AUSSEN

- Sensibilisierung der Gäste für den Wert nachhaltiger Maßnahmen
- Förderung eines Umdenkens im Konsumverhalten



Auch bei gefühlter hoher „Nachhaltigkeits-Sättigung“: Gezielte Kommunikation bleibt notwendig

3. NACHHALTIGE KOMMUNIKATION VERÄNDERT VERHALTEN

- Weniger Tellerreste am Buffet durch einfache Beschilderung (-15 %)
- Mehr Nachfrage nach lokalen Produkten mit Herkunfts kennzeichnung (+130 %)



Gäste interessieren sich für: Herkunft, Produktionsweise & Nährwerte

ZIELGRUPPE ERREICHEN:

Essen ist persönlich – Kommunikation muss sensibel sein

- Essen = Identität (Werte und Erwartungen)
z. B. Tradition vs. Trend (Fleischgerichte vs. pflanzlich), nachhaltige Gastronomie erreicht eine heterogene Zielgruppe

Kommunikation muss mit Feingefühl erfolgen, um Missverständnisse und Konflikte zu vermeiden

Begeistern statt belehren – Erlebnis ist der Schlüssel

- Erlebnis = neues Statussymbol
Gastronomie als Bühne für Story und Genuss (emotionales Erlebnis)
- Gäste wollen Teil von etwas Größerem sein
positive Wirkung erleben & teilen

Nicht nur informieren – berühren & aktivieren!

WELCHE KOMMUNIKATIONSKANÄLE KÖNNEN GENUTZT WERDEN:

<i>Interne nachhaltige Kommunikation</i>	<i>Externe nachhaltige Kommunikation</i>
<p>Gegenüber Gästen:</p> <p><i>Aufsteller/Aufkleber/Tafeln/Schaukästen</i></p> <p><i>Anbringung von Auszeichnungen</i></p> <p><i>Hinweise in hausinternen Printmedien (Speisekarte, Infobroschüre, Hauszeitung etc.)</i></p> <p><i>„Offline“</i></p> <p><i>Führungen im Betrieb/zu regionalen Zulieferern</i></p> <p>Gegenüber Mitarbeitern:</p> <p><i>Schulungen/Handouts</i></p>	<p>Gegenüber (potenziellen) Gästen:</p> <p><i>Broschüren</i></p> <p><i>Kataloge</i></p> <p><i>Etc.</i></p> <p>Gegenüber weiteren Stakeholdern:</p> <p><i>Redaktionelle Zeitungsbeiträge</i></p> <p><i>Fachvorträge über die Nachhaltigkeitsaktivitäten</i></p> <p><i>Etc.</i></p>
<p>Gegenüber Gästen:</p> <p><i>Infoscreen/Touchscreen</i></p> <p><i>Touchpadkommunikation (im Zimmer)</i></p> <p><i>TV Hotelinfokanal, QR Codes</i></p> <p><i>„Online“</i></p> <p>Gegenüber Mitarbeitern:</p> <p><i>Webseitenbereich für Mitarbeiter (Intranet)</i></p> <p><i>Kommunikationstools wie hotelkit</i></p>	<p><i>Imagefilme (auf Videoportalen wie Youtube, auf Betriebswebseite etc.)</i></p> <p><i>Betriebswebseite (mit eigenem Reiter „Nachhaltigkeit“)</i></p> <p><i>Social Media (Facebook, Instagram, TikTok, Linked In)</i></p> <p><i>Pre- und Poststay Emailkommunikation (Bannerwerbung)</i></p> <p><i>Newsletter etc.</i></p>

TIPPS ZUR KOMMUNIKATION:

Regionalität als Türöffner

- „Regional“ ist emotional positiv besetzt - Heimat, Vertrauen, Qualität, schafft Offenheit

Persönlichen Nutzen betonen

- Fokus auf Vielfalt statt Verzicht, Individueller Vorteil klar kommuniziert – z. B. Genuss

Nachhaltigkeit unaufdringlich vermitteln (Nudging)

- Platzierung: nachhaltige Gerichte und regionale Getränke zuerst auf der Karte
- Kennzeichnung: dezente Icons statt explizit „vegan“
- Integration: keine Sonderrubriken für pflanzliche Optionen – alle gleichwertig



Nachhaltiges Verhalten wird einfacher, selbstverständlich und attraktiver gemacht

AIKIDO-PRINZIP:

Man holt Gäste bei etwas Vertrautem ab – und überrascht sie dann mit einer nachhaltigen Perspektive, ohne sie zu konfrontieren.

Z. B. Ein Restaurant macht eine Tagespasta – jeden Tag anders, immer lecker. Sie entsteht aus dem, was in der Küche übrig ist.

Die Gäste freuen sich über Abwechslung. Die Küche vermeidet Lebensmittelabfall.

Nachhaltigkeit, ganz nebenbei.

Was passiert, wenn Nachhaltigkeit nur behauptet wird und keine Transparenz erbracht wird?

Vertrauensverlust

- Gäste fühlen sich getäuscht, wenn Versprechen nicht eingehalten werden

Schaden für das Image

- Greenwashing erzeugt negative PR & Kritik, selbst authentische Maßnahmen werden dann unglaublich

Kurzfristiger Erfolg statt langfristiger Bindung

- Oberflächliche Maßnahmen bringen keine Loyalität, Gäste möchten transparente Kommunikation und Maßnahmen

Checklisten im Anhang:

- Checkliste Nachhaltigkeitskommunikation
- Nachhaltigkeitszertifizierungen im Gastgewerbe

Bei weiterem Interesse an dem Thema Nachhaltigkeit in der Gastronomie wenden Sie sich gerne an Ihre/n bekannte/n Ansprechpartner/in oder die Vertriebsabteilung der Radeberger Gruppe KG.