

# KOMMUNIKATIONS-MAßNAHMEN NACHHALTIGER MOBILITÄT AUF SOCIAL MEDIA

*Nachhaltigkeitskommunikation für Beherbergungsbetriebe*

*Nachhaltigkeitswerkstatt.NRW*



# WARUM NACHHALTIGE MOBILITÄT WICHTIG IST



*Social-Media bietet die Möglichkeit, nachhaltige Mobilität sichtbar, greifbar und alltagsnah zu kommunizieren. Gäste informieren sich bereits vor der Buchung über Reiseziele, Unterkünfte und Erlebnisse – auch die Anreise spielt dabei eine zunehmend wichtige Rolle.*

*Mit authentischen Inhalten können Sie zeigen, wie einfach eine klimafreundliche Anreise möglich ist und welche Vorteile nachhaltige Mobilität während des Aufenthalts bietet.*

## **Ihre Vorteile:**

- *Sie machen Nachhaltigkeit konkret erlebbar*
- *Sie schaffen Inspiration statt Belehrung*
- *Sie stärken Ihr nachhaltiges Markenbild*

# QUICK WINS - SOFORT UMSETZBAR

- *Zeigen Sie den Weg vom Bahnhof bis zu Ihrer Unterkunft*
- *Kommunizieren Sie nachhaltige Anreise regelmäßig in Stories*
- *Nutzen Sie reale Situationen statt Stockbilder*
- *Integrieren Sie Mobilität in saisonale Inhalte und Angebote*
- *Weisen Sie auf Fahrradangebote oder ÖPNV-Möglichkeiten hin*

*Tipp: Kleine, authentische Einblicke wirken oft glaubwürdiger als aufwendig produzierte Inhalte.*

# TYPISCHE FEHLER VERMEIDEN

- *Nachhaltigkeit nur allgemein erwähnen*
- *Zu viele Informationen in einem Beitrag*
- *Belehrender Tonfall*
- *Ausschließlich perfekte Werbebilder verwenden*

# SOCIAL-MEDIA-KOMMUNIKATION – SO GEHT'S



## Was sollte kommuniziert werden?

- *einfache Anreise mit Bahn und Bus*
- *Shuttle Services*
- *Wege und Angebote vor Ort ohne Auto*
- *Car-/Bike-Sharing sowie Fahrradangebote und Verleihmöglichkeiten*
- *stressfreie und entspannte Reiseerlebnisse*
- *nachhaltige Aktivitäten rund um die Unterkunft*

# SOCIAL-MEDIA-KOMMUNIKATION – SO GEHT'S



## Welche Formate eignen sich?

- *Feed-Postings*
- *Stories*
- *Reels / Kurzvideos*
- *saisonale Kampagnen oder Aktionswochen*

*Wichtig: Nachhaltige Mobilität sollte regelmäßig und selbstverständlich in die Kommunikation eingebunden werden.*

# SOCIAL-MEDIA-KOMMUNIKATION – SO GEHT’S



## Wie formulieren? (Textbausteine)

- **Beispiel 1:** „Entspannt ankommen – ganz ohne Auto 🌐 🌿  
*Unser Hotel erreichst du bequem mit Bahn und Bus. Vom Bahnhof [Ort] sind es nur wenige Minuten zu Fuß. So beginnt die Auszeit schon bei der Anreise.“*
- **Beispiel 2:** „Urlaub ohne Auto? Kein Problem! 🚶 🚲  
*Viele Ausflugsziele rund um unser Haus lassen sich wunderbar zu Fuß, mit dem Fahrrad oder dem ÖPNV entdecken.“*

# SOCIAL-MEDIA-KOMMUNIKATION – SO GEHT’S



## Beispiel: Story Abfolge

- „Schon mal ohne Auto verreist?“ (Umfrage-Sticker)
- „So einfach kommst du zu uns:“
- „ 🚆 Bahnhof: 5 Minuten entfernt“
- „ 🚲 Fahrradverleih direkt vor Ort“

# SOCIAL-MEDIA-KOMMUNIKATION – SO GEHT’S



## Beispiel: Reels und Kurzvideos

- *Weg vom Bahnhof bis zur Unterkunft filmen*
- *Fahrradtour rund um die Unterkunft zeigen*
- *„Ein Wochenende ohne Auto“ begleiten*
- *Unkomplizierte Abwicklung von Car-/Bike-Sharing Angeboten*

# SOCIAL-MEDIA-KOMMUNIKATION – SO GEHT'S



## Tipps für authentische Inhalte

- *echte Wege und reale Situationen zeigen*
- *Mitarbeitende oder Gäste einbinden*
- *kurze und verständliche Botschaften nutzen*
- *Mobilität positiv und serviceorientiert darstellen*
- *Statt Verzicht zu betonen lieber Vorteile hervorheben: entspannt; unkompliziert; regional; bewusst unterwegs*

# CHECKLISTE



- Nachhaltige Mobilität regelmäßig in Inhalte integrieren
- Mindestens ein Format mit konkreter Anreise zeigen
- Stories interaktiv gestalten
- Authentische Bilder und Videos verwenden
- Vorteile nachhaltiger Mobilität sichtbar machen

Notizen:

# BEST PRACTICE – AUS DER PRAXIS



## Reel-Serie „Vom Bahnhof bis zur Unterkunft“

Ein Beherbergungsbetrieb veröffentlicht kurze Reels, die den tatsächlichen Weg vom Bahnhof bis zur Unterkunft zeigen:

- *Ausstieg aus dem Zug, Fußweg, Orientierungspunkte, Ankunft im Hotel.*

Die Videos dauern weniger als 20 Sekunden und enthalten nur wenige ergänzende Informationen wie: „7 Minuten zu Fuß vom Bahnhof.“

### Warum das funktioniert:

Der reale Weg wird sichtbar und Unsicherheiten werden reduziert. Gäste erhalten eine konkrete Vorstellung davon, wie unkompliziert die Anreise tatsächlich ist.

# BEST PRACTICE – AUS DER PRAXIS

## Story-Format mit autofreien Ausflugstipps

Ein Hotel nutzt Stories, um täglich oder saisonal kleine Ausflugstipps zu teilen:

- *„Heute ohne Auto zum See“ ; „Mit dem Bus direkt zum Wanderstartpunkt“  
„Radtour ab Hotel“*

Ergänzt werden die Stories durch:

- *Fahrzeiten, Haltestellen, Karten*

### Warum das funktioniert:

Mobilität wird direkt mit Urlaubserlebnissen verbunden. Dadurch entsteht Inspiration statt Belehrung.



# BEST PRACTICE – AUS DER PRAXIS



## Authentische Gästewege statt Werbebilder

Ein Beherbergungsbetrieb verzichtet bewusst auf allgemeine Natur- oder Nachhaltigkeitsbilder und zeigt stattdessen:

- *echte Fahrradräume, Bushaltestellen, Gepäcktransport, regionale Mobilitätsangebote oder reale Wege vor Ort.*

## Warum das funktioniert:

Die Kommunikation bleibt glaubwürdig und nachvollziehbar. Gerade im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsaussagen gewinnen konkrete und belegbare Inhalte an Bedeutung.