

KOMMUNIKATIONS-MAßNAHMEN NACHHALTIGER MOBILITÄT AUF SOCIAL MEDIA

Nachhaltigkeitskommunikation für Gastronomiebetriebe

Nachhaltigkeitswerkstatt.NRW



WARUM NACHHALTIGE MOBILITÄT WICHTIG IST



Social-Media bietet die Möglichkeit, nachhaltige Mobilität sichtbar und alltagsnah zu kommunizieren. Gerade bei Gastronomiebetrieben entscheiden Gäste häufig spontan, wohin sie gehen. Klare Hinweise zur Anreise mit Bus, Bahn, zu Fuß oder mit dem Fahrrad können dabei eine echte Entscheidungshilfe sein.

Mit authentischen Beiträgen zeigen Sie, wie einfach Ihr Betrieb auch ohne Auto erreichbar ist und welche Vorteile das für Ihre Gäste bietet.

Wichtig ist dabei eine klare und glaubwürdige Kommunikation: Statt allgemeiner Aussagen wie „nachhaltig“ oder „umweltfreundlich“ sollten konkrete Informationen und tatsächliche Angebote im Mittelpunkt stehen. Auch kurze Social-Media-Beiträge sollten – sofern sie Nachhaltigkeitsaussagen enthalten – durch nachvollziehbare Informationen ergänzt oder auf weiterführende Inhalte verweisen.

Ihre Vorteile:

- *Sie machen nachhaltige Mobilität konkret und greifbar.*
- *Sie inspirieren Gäste zu bewussten Entscheidungen.*
- *Sie stärken Ihr Profil als serviceorientierter Betrieb.*

QUICK WINS - SOFORT UMSETZBAR

- *Zeigen Sie in Stories den Weg von der Haltestelle zu Ihrem Restaurant.*
- *Weisen Sie regelmäßig auf Ihre gute Erreichbarkeit hin.*
- *Nutzen Sie echte Fotos und Videos statt allgemeiner Naturmotive.*
- *Kommunizieren Sie Fahrradstellplätze oder zentrale Lage.*
- *Verlinken Sie bei Bedarf auf weiterführende Informationen.*

Tipp: Kurze, authentische Einblicke wirken oft überzeugender als aufwendig produzierte Inhalte.

TYPISCHE FEHLER VERMEIDEN

- *Allgemeine Aussagen wie: „Nachhaltig genießen.“ - ohne weitere Erläuterung*
- *Naturbilder oder grüne Symbole ohne konkreten Bezug zur Aussage*
- *Übertriebene Aussagen wie: „Die klimafreundlichste Art, Essen zu gehen.“*

SOCIAL-MEDIA-KOMMUNIKATION – SO GEHT'S



Was sollte kommuniziert werden?

- *Anreise mit Bus und Bahn*
- *Gehzeit von der Haltestelle*
- *Car-/Bike-Sharing Angebote*
- *Fahrradstellplätze*
- *zentrale Lage oder fußläufige Erreichbarkeit*
- *konkrete Vorteile wie entspannte Anreise oder kein Parkplatzsuchen*

SOCIAL-MEDIA-KOMMUNIKATION – SO GEHT'S



Welche Formate eignen sich?

- *Feed-Postings*
- *Stories*
- *Reels / Kurzvideos*

Wichtig: Mobilität sollte als praktischer Service für Ihre Gäste kommuniziert werden.

SOCIAL-MEDIA-KOMMUNIKATION – SO GEHT'S



Wie formulieren? (Textbausteine)

1. **Beispiel 1:** „Schon gewusst? 🚆 🍴

Unser Restaurant erreichst du ganz unkompliziert mit Bus und Bahn. Die Haltestelle [Name] liegt nur 3 Gehminuten entfernt. Auch mit dem Fahrrad bist du schnell bei uns – Stellplätze findest du direkt vor der Tür."



• **Beispiel 2:** „Kein Parkplatzstress, dafür mehr Genuss 🚲 ✨

Ob mit dem Rad, zu Fuß oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln – unser Restaurant ist bequem erreichbar."

SOCIAL-MEDIA-KOMMUNIKATION – SO GEHT’S



Beispiel: Story Abfolge

1. „Schon mal mit Bus oder Rad zu uns gekommen?“ (Umfrage-Sticker)
2. „So einfach geht’s:“
3. „ Haltestelle [Name] – 3 Minuten zu Fuß“
4. „ Fahrradstellplätze direkt vor der Tür“
5. „Wir freuen uns auf deinen Besuch!“

SOCIAL-MEDIA-KOMMUNIKATION – SO GEHT’S



Beispiel: Reels und Kurzvideos

- Weg von der Haltestelle zum Restaurant filmen
- Anfahrt mit dem Fahrrad zeigen
- „In 3 Minuten von der Bahn zum Genuss“

SOCIAL-MEDIA-KOMMUNIKATION – SO GEHT'S



Tipps für authentische Inhalte

- *echte Wege und reale Situationen zeigen*
- *kurze und verständliche Botschaften nutzen*
- *Service und Komfort in den Vordergrund stellen*
- *nur tatsächliche Angebote kommunizieren*

Statt abstrakter Nachhaltigkeitsbotschaften lieber konkrete Vorteile nennen:

- *stressfrei ankommen , zentral gelegen, unkompliziert erreichbar*

CHECKLISTE



- *Erreichbarkeit regelmäßig in Social Media thematisieren*
- *Haltestellen und Gehzeiten konkret nennen*
- *Stories und Reels für kurze Anreiseinfos nutzen*
- *echte Bilder und Videos verwenden*
- *Aussagen konkret und nachvollziehbar formulieren*

Notizen:

BEST PRACTICE – AUS DER PRAXIS



Kurzvideos zur unkomplizierten Anreise

Ein Gastronomiebetrieb veröffentlicht kurze Videos mit typischen Wegen:

- *vom Bahnhof zum Restaurant, vom Fahrradstellplatz zum Eingang oder vom Abendbus bis zur Gastronomie.*

Die Videos zeigen reale Situationen und verzichten auf werbliche Inszenierung.

Warum das funktioniert:

Kurze visuelle Inhalte vermitteln Gästen unmittelbar, wie einfach die Anreise tatsächlich ist und reduzieren Hemmschwellen.

BEST PRACTICE – AUS DER PRAXIS

Stories mit spontanen Mobilitätstipps

Ein Restaurant nutzt Stories insbesondere an Wochenenden oder bei Veranstaltungen, um auf folgendes hinzuweisen:

- *zusätzliche Busverbindungen, Fahrradabstellmöglichkeiten oder fußläufige Erreichbarkeit*

Beispielsweise: „Heute Abend fährt die Linie X bis 23 Uhr direkt ins Zentrum.“

Warum das funktioniert:

Die Inhalte haben direkten Alltagsbezug und bieten Gästen einen konkreten Mehrwert für ihren Besuch.



BEST PRACTICE – AUS DER PRAXIS



Social Media verbindet Restaurantbesuch mit autofreien Freizeitaktivitäten

Ein Gastronomiebetrieb kombiniert Beiträge zu saisonalen Gerichten oder Aktionen mit:

- *Wandertipps, Radrouten oder Ausflugszielen in der Umgebung.*

Dabei wird konkret erklärt, wie Gäste diese Angebote ohne Auto erreichen können.

Warum das funktioniert:

Die Kommunikation verbindet Mobilität mit Genuss und Freizeit statt mit Verzicht. Praxisprojekte im nachhaltigen Tourismus zeigen, dass diese positive Ansprache die Nutzung alternativer Mobilitätsangebote stärkt.