

KOMMUNIKATIONS-MAßNAHMEN NACHHALTIGER MOBILITÄT AUF DER WEBSITE

Nachhaltigkeitskommunikation für Beherbergungsbetriebe

Nachhaltigkeitswerkstatt.NRW



WARUM NACHHALTIGE MOBILITÄT WICHTIG IST



Die An- und Abreise ist nicht nur ein Bestandteil des Reiseerlebnisses – sondern hat auch einen großen Einfluss auf die Umweltbilanz.

Zur Verhaltensänderung der Gäste, sind klare und leicht zugängliche Informationen ein erster Schritt.

Als Beherbergungsbetrieb können Sie hier gezielt unterstützen: Mit einer guten Website-Kommunikation machen Sie nachhaltige Mobilität sichtbar und erleichtern Ihren Gästen die Entscheidung für umweltfreundliche Alternativen.

Ihre Vorteile:

- *Sie bieten echten Service bereits vor der Anreise*
- *Sie positionieren sich als nachhaltiger Betrieb*
- *Sie reduzieren Unsicherheiten bei Gästen*

QUICK WINS - SOFORT UMSETZBAR

- *Ergänzen Sie eine Rubrik „Anreise“ auf Ihrer Website*
- *Nennen Sie die nächstgelegene Haltestelle mit Gehzeit*
- *Verlinken Sie Bahn- oder ÖPNV-Verbindungen*
- *Weisen Sie auf Fahrradstellplätze oder Verleihmöglichkeiten hin*
- *Platzieren Sie einen kurzen Hinweis zur autofreien Anreise auf der Startseite*

Tipp: Oft reichen wenige, gut platzierte Informationen aus, um die Entscheidung Ihrer Gäste positiv zu beeinflussen.

TYPISCHE FEHLER VERMEIDEN

- *Nur Autofahrten beschreiben*
- *ÖPNV-Infos zu allgemein halten („gut erreichbar“)*
- *Informationen schwer auffindbar platzieren*
- *komplizierte oder lange Texte*

Besser: konkret, einfach und serviceorientiert kommunizieren

WEBSITE-KOMMUNIKATION – SO GEHT'S



Was sollte kommuniziert werden?

- *Anreise mit Bahn und Bus (inkl. Haltestellen & Gehzeit)*
- *Entfernung zum Bahnhof*
- *Möglichkeiten vor Ort (ÖPNV, Fahrrad, zu Fuß)*
- *ggf. Zusatzangebote (Gästekarte, Shuttle, Verleih)*

WEBSITE-KOMMUNIKATION – SO GEHT'S



Wo auf der Website?

- *eigene Seite „Anreise“ oder „Lage & Anfahrt“*
- *Kurzinfo auf der Startseite*
- *Hinweise im Buchungsbereich*
- *ergänzend im Footer*

Wichtig: Informationen sollten schnell auffindbar sein – idealerweise in maximal 2 Klicks.

WEBSITE-KOMMUNIKATION – SO GEHT’S



Wie formulieren? (Textbausteine)

- **Beispiel 1:** „Reisen Sie entspannt und klimafreundlich an: Unser Haus erreichen Sie bequem mit Bahn und Bus. Vom Bahnhof [Ort] sind es nur 5 Minuten zu Fuß.“
- **Beispiel 2:** „Die Bushaltestelle [Name] liegt nur wenige Gehminuten entfernt – so starten Sie stressfrei in Ihren Aufenthalt.“
- **Beispiel 3:** „Auch vor Ort bleiben Sie flexibel: Mit dem gut ausgebauten ÖPNV-Netz und unseren Fahrradangeboten erkunden Sie die Region ganz ohne Auto.“
- **Beispiel 4 (Startseite kurz):** „Gut erreichbar – auch ohne Auto“

WEBSITE-KOMMUNIKATION – SO GEHT'S



Darstellung & Nutzerführung

- *Nutzen Sie Karten (z. B. Lageplan, Haltestellen)*
- *Arbeiten Sie mit Icons (🗺️ 🚲 🚶)*
- *Heben Sie nachhaltige Optionen visuell hervor*
- *Vermeiden Sie lange Textblöcke – setzen Sie auf klare Abschnitte*

CHECKLISTE



- *Anreise-Seite vorhanden und aktuell*
- *Haltestellen & Gehzeiten angegeben*
- *Hinweis auf nachhaltige Anreise auf Startseite integriert*
- *Fahrradangebote sichtbar gemacht*
- *Inhalte verständlich und kurz formuliert*



Notizen:

BEST PRACTICE – AUS DER PRAXIS



Anreiseinformationen direkt im Buchungsprozess integriert

Ein Beherbergungsbetrieb ergänzt im Buchungsprozess einen eigenen Abschnitt zur Anreise mit Bahn und Bus. Gäste erhalten dort:

- *die nächstgelegene Haltestelle, konkrete Gehzeiten, Hinweise zu Shuttle- oder Fahrradangeboten vor Ort sowie einen direkten Link zur Fahrplanauskunft.*

Zusätzlich werden diese Informationen automatisch in der Buchungsbestätigung aufgegriffen.

Warum das funktioniert:

Die Informationen erscheinen genau in dem Moment, in dem Gäste ihre Reise konkret planen. Dadurch wird nachhaltige Mobilität als Serviceleistung wahrgenommen – nicht als zusätzliche Hürde.

BEST PRACTICE – AUS DER PRAXIS



Interaktive Mobilitätskarte für Gäste

Ein Hotelbetrieb integriert auf seiner Website eine interaktive Karte mit:

- *Bahnhöfen, Bushaltestellen, Fahrradverleihstationen, Wanderwegen und b
Ausflugszielen ohne Auto.*
- *Zusätzlich werden typische Wege beschrieben, etwa: „Vom Bahnhof in 7 Minuten
zu Fuß zur Unterkunft.“*

Warum das funktioniert:

Die Kombination aus visueller Orientierung und konkreten Wegen reduziert Unsicherheiten bei Gästen und erleichtert die Entscheidung gegen die Anreise mit dem eigenen Auto. Ähnliche Ansätze werden in touristischen Mobilitätsprojekten und regionalen Informationssystemen als besonders nutzerfreundlich beschrieben.

BEST PRACTICE – AUS DER PRAXIS



Mobilitätsinformationen als Teil der Aufenthaltsplanung

Ein Beherbergungsbetrieb ergänzt seine Website um einen Bereich „Urlaub ohne Auto“, in dem folgende Inhalte gebündelt dargestellt werden:

- *Ausflugstipps mit ÖPNV-Anbindung, Fahrradstrecken, Gästekarten sowie regionale Mobilitätsangebote*

Die Informationen werden nicht isoliert als Nachhaltigkeitsthema dargestellt, sondern direkt mit Urlaubserlebnissen verknüpft.

Warum das funktioniert:

Mobilität wird nicht als Verzicht kommuniziert, sondern als komfortabler Bestandteil des Aufenthalts. Studien und Praxisprojekte zeigen, dass genau diese Verknüpfung von Erlebnis und Mobilität die Akzeptanz nachhaltiger Angebote erhöht.