

KOMMUNIKATIONS-MAßNAHMEN NACHHALTIGER MOBILITÄT AUF DER WEBSEITE

*Nachhaltigkeitskommunikation für Tourist-Informationen und
Destinationsmanagementorganisationen*

Nachhaltigkeitswerkstatt.NRW



WARUM NACHHALTIGE MOBILITÄT WICHTIG IST



Tourist-Informationen und Destinationsmanagementorganisationen (DMOs) sind zentrale Anlaufstellen für Gäste bei der Reiseplanung. Sie bündeln Informationen zur Anreise, zu Ausflügen und zu touristischen Angeboten in der Region und können nachhaltige Mobilität gezielt sichtbar machen.

Wer bereits auf der Website erfährt, wie die Region mit Bus und Bahn erreichbar ist und welche Möglichkeiten es gibt, sich vor Ort ohne eigenes Auto fortzubewegen, kann seine Reise bewusster und einfacher planen.

Wichtig ist dabei eine klare und glaubwürdige Kommunikation: Statt allgemeiner Aussagen wie „nachhaltig“ oder „umweltfreundlich“ sollten konkrete Informationen zu Mobilitätsangeboten und tatsächlichen Vorteilen im Mittelpunkt stehen. Aussagen zu Umweltleistungen sollten eindeutig formuliert und nachvollziehbar belegt werden.

Ihre Vorteile:

- *Sie erleichtern Gästen die Reise- und Aufenthaltsplanung.*
- *Sie machen regionale Mobilitätsangebote sichtbar.*
- *Sie unterstützen eine nachhaltige Besucherlenkung.*

QUICK WINS - SOFORT UMSETZBAR

- *Erstellen Sie eine zentrale Seite zu Anreise und Mobilität vor Ort.*
- *Nennen Sie konkrete Informationen zu Bahnanschlüssen, Haltestellen und Fahrzeiten.*
- *Verlinken Sie auf regionale Fahrplanauskünfte und Karten.*
- *Integrieren Sie Mobilitätsinformationen in Ausflugstipps und Unterkunftseinträge.*
- *Weisen Sie auf Fahrradverleih und regionale Verkehrsangebote hin*

Tipp: Je konkreter die Informationen, desto höher der Nutzen für Ihre Gäste.

TYPISCHE FEHLER VERMEIDEN

- *Allgemeine Aussagen wie: „Nachhaltig reisen in unserer Region.“ - ohne weitere Erläuterung*
- *Übertriebene Aussagen wie: „Die klimafreundlichste Region Deutschlands.“*
- *Mobilitätsinformationen nur an einer Stelle platzieren*
- **Besser:**
- *konkrete Fakten nennen*
- *Informationen an mehreren Kontaktpunkten integrieren*
- *Komfort und Service hervorheben*

WEBSITE-KOMMUNIKATION – SO GEHT'S



Was sollte kommuniziert werden?

- Anreise in die Region mit Bus und Bahn
- Mobilität vor Ort mit ÖPNV, Fahrrad und zu Fuß
- Car-/Bike-Sharing Angebote
- Fahrradverleih und Abstellmöglichkeiten
- barrierefreie Mobilitätsangebote
- konkrete Vorteile wie stressfreie Anreise oder flexible Ausflugsmöglichkeiten

WEBSITE-KOMMUNIKATION – SO GEHT'S



Wo auf der Website?

- *Bereich „Anreise & Mobilität“*
- *Ausflugstipps und Tourenvorschläge*
- *Unterkunftseinträge*
- *Veranstaltungsseiten*
- *Buchungs- oder Servicebereiche*

Wichtig: Mobilitätsinformationen sollten an allen relevanten Kontaktpunkten sichtbar sein.

WEBSITE-KOMMUNIKATION – SO GEHT’S

Wie formulieren? (Textbausteine)

- **Beispiel 1:** „Unsere Region erreichen Sie bequem mit Bahn und Bus. Vor Ort stehen Ihnen zahlreiche Möglichkeiten zur Verfügung, Ausflugsziele wie z.B. XYZ oder ABC mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder dem Fahrrad zu entdecken.“
- **Beispiel 2:** „In unserer Gästekarte ist der ÖPNV für Sie kostenlos integriert.“
- **Beispiel 3:** „Viele Sehenswürdigkeiten und Freizeitangebote, wie XYZ & ABC lassen sich auch ohne eigenes Auto bequem erreichen.“
- **Beispiel 4 (Kurzinfo für Unterkunftseinträge):** „Informationen zur Anreise mit Bus und Bahn finden Sie hier.“

WEBSITE-KOMMUNIKATION – SO GEHT'S



Darstellung & Nutzerführung

- *interaktive Karten und Routenplaner integrieren*
- *Icons für Bus, Bahn, Fahrrad und Barrierefreiheit nutzen*
- *Mobilitätsinformationen mobiloptimiert darstellen*
- *Inhalte übersichtlich strukturieren*

CHECKLISTE



- *Zentrale Seite „Anreise & Mobilität“ erstellt*
- *Informationen zu Bahn und Bus ergänzt*
- *Mobilitätsinformationen in relevante Inhalte integriert*
- *Aussagen konkret und nachvollziehbar formuliert*

Notizen:

BEST PRACTICE – AUS DER PRAXIS

Zentrale Mobilitätsseite als „Planungs-Hub“

Eine DMO bündelt auf ihrer Website alle mobilitätsrelevanten Informationen auf einer zentralen Seite „Anreise & Mobilität“. Dort finden Gäste:

- *Anreise mit Bahn und Bus, Mobilität vor Ort, Gästekarten, Fahrradverleih, barrierefreie Mobilitätsangebote, autofreie Ausflugstipps.*

Die Seite wird zusätzlich aus Unterkunftseinträgen, Veranstaltungsseiten und Tourenvorschlägen verlinkt.

Warum das funktioniert:

Gäste finden Mobilitätsinformationen nicht zufällig, sondern an einer zentralen Stelle. Gleichzeitig bleiben die Informationen in relevanten Nutzungssituationen sichtbar.



BEST PRACTICE – AUS DER PRAXIS



Autofreie Tagesausflüge als konkrete Routenvorschläge

Eine DMO stellt auf ihrer Website konkrete Ausflugsvorschläge zusammen, z. B.:

- *„Mit dem Zug zum Wanderstartpunkt“; „Mit Bus und Rad zum See“;*
„Kulturroute ohne Auto“; „Familienausflug mit Bahnanschluss“

Jeder Vorschlag enthält:

- *Startpunkt, empfohlene Verbindung, Gehzeit, Dauer, Rückreiseoption.*

Warum das funktioniert:

Mobilität wird nicht abstrakt erklärt, sondern direkt mit Erlebnissen verbunden.

Das senkt die Planungshürde und macht die autofreie Fortbewegung praktisch nutzbar.

BEST PRACTICE – AUS DER PRAXIS



Mobilitätsinformationen in POI- und Veranstaltungseinträgen

Eine Tourist-Information ergänzt bei Sehenswürdigkeiten, Museen, Veranstaltungen und Freizeitangeboten konkrete Mobilitätsinfos:

- *nächste Haltestelle, Entfernung in Minuten, Fahrradabstellmöglichkeiten, Hinweis auf barrierefreie Anreise, Link zur Fahrplanauskunft.*

Warum das funktioniert:

Gäste müssen nicht aktiv nach Mobilitätsinformationen suchen. Die Hinweise erscheinen genau dort, wo Ausflüge und Besuche geplant werden.