

Herausforderung: Fehlende Akzeptanz der Nutzer*innen

Häufige Gründe

- Produkt „Nachhaltigkeit“ für Gäste nicht ausreichend interessant
- Gäste sehen den Sinn nicht
- Nachhaltige Angebote sind (zu) teuer

Lösungen

Attraktive Angebote gestalten: Gestalten Sie Ihre nachhaltigen Angebote so, dass sie die Erwartungen und Bedürfnisse der Nutzer*innen – z. B. nach besonderen Erlebnissen und Einblicken in die lokale Kultur – erfüllen und zugleich attraktive Alternativen zu konventionellen Produkten darstellen. Überzeugen Sie mit hohen Qualitätsstandards und einzigartigen Erlebnissen und betrachten Sie Nachhaltigkeit nicht als Alleinstellungsmerkmal (USP), sondern als grundlegende Anforderung an all Ihre Angebote.

Passende Zielgruppen ansprechen: Analysieren Sie, welche Zielgruppen besonders empfänglich für das Thema Nachhaltigkeit sind und richten Sie Ihre Kommunikation gezielt an diese Segmente. Laut Sinus-Milieus sind das v. a. die neo-ökologischen und postmateriellen Gruppen. Für weniger interessierte Gäste können Sie Nachhaltigkeit in eine umfassendere Botschaft zu Qualität, Exklusivität oder Lifestyle integrieren, um sie subtil anzusprechen. Durch personalisierte Marketingstrategien können Sie Nachhaltigkeit spannend und für verschiedene Zielgruppen relevant gestalten.

Effektiv und emotional kommunizieren: Nutzen Sie Storytelling, um eine emotionale Verbindung zu schaffen und komplexe Nachhaltigkeitsthemen zugänglich zu machen. Zeigen Sie z. B. die Geschichte hinter Ihrem Produkt, die Menschen, die daran arbeiten oder den positiven Einfluss auf die Umwelt. Visuelle und interaktive Inhalte wie Videos und Infografiken können die Wirkung Ihrer Botschaft zusätzlich verstärken.

Herausforderung: Schwierigkeiten, Partner*innen zu überzeugen

Häufige Gründe

- Partner*innen sehen keine Notwendigkeit, sich mit dem Thema zu beschäftigen
- Wir kennen keine passenden Partner*innen
- Wir haben keine Zeit

Lösungen

Mehrwerte aufzeigen: Zeigen Sie klar auf, welchen zusätzlichen Nutzen nachhaltige Praktiken für die Betriebe bieten – z. B. Einsparung von Ressourcen, positiver Einfluss auf die Umwelt, soziale Verantwortung und eine Differenzierung vom Wettbewerb. Verwenden Sie konkrete Beispiele oder Fallstudien, um die Vorteile für Ihre Partner*innen und Kund*innen nachvollziehbar zu machen.

Multiplikatoren nutzen: Um passende Partner*innen zu finden und gezielt anzusprechen, können Sie auf bestehende Netzwerke, Verbände und Nachhaltigkeitsinitiativen zurückgreifen (z. B. FairTrade Town, Slow Food, ADFC). Wenn Sie diese Organisationen von Ihrem Anliegen überzeugen, können Sie Ihre Mitglieder direkt ansprechen und mobilisieren. Platzen Sie Ihr Thema in etablierten Gremien, um einer Überflutung mit Arbeitsgruppen vorzubeugen und eine gezielte Wirkung zu erzielen.

Nachhaltigkeit priorisieren: Verankern Sie Nachhaltigkeit als grundlegenden Wert in Ihrer Unternehmensstrategie und Produktentwicklung. Definieren Sie konkrete Nachhaltigkeitsziele und implementieren Sie Maßnahmen, die ökologische, wirtschaftliche und soziale Aspekte gleichermaßen berücksichtigen. Nur durch eine authentische und umfassende Nachhaltigkeitsstrategie können Sie glaubwürdig nach außen kommunizieren und andere dazu inspirieren, sich anzuschließen.

Herausforderung: Vorhandene Infrastruktur ist nicht nachhaltig, barrierefrei, ...

Häufige Gründe

- Fehlende finanzielle Mittel
- Andere Prioritäten (z. B. Kosten, schnelle Umsetzbarkeit)

Lösungen

Langfristig planen: Nicht alles lässt sich sofort anpassen. Setzen Sie auf eine langfristige Perspektive, indem Sie zunächst die Aspekte angehen, die sich schnell und einfach verändern lassen. Weitere Schritte sollten dann in Abhängigkeit von finanziellen und zeitlichen Ressourcen folgen. In einigen Fällen kann es ressourcensparender sein, eine gut funktionierende Lösung zu erhalten, anstatt etwas Neues zu beschaffen. Kommunizieren Sie transparent, wo Sie aktuell stehen, und scheuen Sie sich nicht, Ihre Grenzen offen zu benennen.

Nachhaltigkeit von Anfang an berücksichtigen: Integrieren Sie Nachhaltigkeit bereits in der Konzeptionsphase und beziehen Sie ökologische, ökonomische und soziale Aspekte in alle Entscheidungen mit ein. In vielen Fällen – wie beispielsweise bei barrierefreien digitalen Angeboten – ist eine spätere Anpassung teurer. Durch vorausschauende Planung können Sie Folgekosten vermeiden und mit durchdachten Produkten nicht nur Effizienz steigern, sondern auch Ihre Partner*innen inspirieren.

Kreative Finanzierungsquellen finden: Nutzen Sie alternative Finanzierungsquellen wie Crowdfunding, Patenschaften oder Förderprogramme. Auch Kooperationen mit regionalen Anbieter*innen oder Umweltorganisationen können zusätzliche Mittel bereitstellen und das Projekt finanziell absichern.

Herausforderung: Fehlendes Know-how

Lösung

Externe Unterstützung holen: Besuchen Sie Schulungen und Weiterbildungen zum Thema nachhaltiger Tourismus oder schließen Sie sich mit Ihren Kolleg*innen zusammen, um mit gebündeltem Wissen an Lösungen zu arbeiten. Beratung durch externe Fachleute kann den Anstoß für einen Transformationsprozess geben und frische Impulse in die Organisation bringen. Mithilfe innovativer Methoden wie zum Beispiel Design Thinking können Sie Ihre Angebote weiterentwickeln und dabei Unterstützung erhalten.