

Wir setzen auf Nachhaltigkeit. Weiß dies der Gast?

Nach dem 30-minütigen Impulsreferat von Alexandra Mair (IDM Südtirol) über den nachhaltigen Tourismus und darüber, wie nachhaltiges Reiseverhalten gefördert und kommuniziert werden kann, haben sich die Teilnehmer/innen des OnTour Workshops in zwei Gruppen aufgeteilt, um folgende Themen aufzuarbeiten:

Thema 1: Kommunikation nach außen (Website, Newsletter, Mailabsender etc.). Überlegungen: Braucht es weniger Texte, mehr Bilder, Videos, Meinungen anderer Gäste?

Thema 2: Kommunikation im Betrieb (Mitarbeiter, Gäste). Empfehlung: an sympathische Ideen denken, die auch die Betriebskosten schonen können.

Die **Arbeitsgruppe A** hat sich mit dem Thema „Kommunikation nach außen“ auseinandergesetzt und folgende Lösungsvorschläge zu einer möglichen Kommunikation mit Gästen ausgearbeitet:

- Das Verfassen und Versenden einer E-Mail an alle Gäste vor deren Ankunft im Hotel mit Informationen zur Nachhaltigkeitsstrategie des Betriebes (worauf wird Wert gelegt, was wird gemacht?). Diese können gerne visuelle Inhalte (Fotos, Videos) enthalten. Gleichzeitig bietet sich die Gelegenheit, mit innovativen und kreativen Hilfeleistungen die Anreise und den Aufenthalt der Gäste zu erleichtern, z.B. einer Liste an Dingen, die der Gast zu Hause lassen kann, da diese im Hotel zur Verfügung gestellt werden.
- Bei der Verwendung von Verpackungen (wo nicht darauf verzichtet werden kann) besteht die Möglichkeit, dass diese dazu verwendet werden, verschiedenste Informationen zum Produkt oder zu dessen nachhaltiger Verwendung an den Gast weiterzugeben.
- Um lokale, nachhaltige Betreiber zu fördern und ihnen mehr Sichtbarkeit zu gewähren, können (wöchentliche) Wanderungen/Ausflüge dorthin unternommen werden.
- Um die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu fördern und sie für den Gast zu vereinfachen, ist es ratsam, alle Details zu Ankunftszeit- und Ankunftsort, Haltestelle, Busunternehmen etc. einzuholen, um so genaue Informationen bzgl. „letzte Meile“ liefern zu können.
- Veröffentlichung von Wanderrouten/-wegen auf der Website des Betriebes (vielleicht eigene Rubrik), die mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sind.
- Die Mitarbeiter müssen über die nachhaltigen Maßnahmen im Unternehmen bzw. über die Unternehmensphilosophie Bescheid wissen und auch selbst danach handeln, um diese authentisch und korrekt an die Gäste weiterzugeben.
- Dienstleistungen wie z.B. die tägliche Bereitstellung frischer Handtücher, tägliches Reinigen des Zimmers werden nur durchgeführt, wenn sie aktiv von den Gästen nachgefragt werden.
- Die Verknüpfung der Homepage mit Social-Media-Kanälen (z.B. Instagram Wall mit Gästebewertungen) sorgt für mehr Transparenz im Unternehmen.
- Ein nachhaltiges Verhalten bei den Gästen kann mit einfachen, unauffälligen Maßnahmen hervorgerufen und verstärkt werden. Ein Beispiel wäre das „richtige“ Positionieren von Mülleimern, um die Mülltrennung bei den Mitarbeitern sowie bei den Gästen zu fördern. Achtung: Der Betrieb soll aber nicht zu sehr „belehrend“ auftreten!

- Graphisch anregende Flyer mit wichtigen und interessanten Informationen zur Nachhaltigkeit im Unternehmen können im Gebäude aufliegen und den Gästen frei zur Verfügung gestellt werden.
- Eine effiziente Methode, nachhaltiges Verhalten der Gäste zu fördern, ist die Belohnung für ein solches Verhalten, z.B. Gratisgetränk an der Bar, Sonderleistungen...
- Fakten zur Nachhaltigkeit im Betrieb, zu ökologischen Maßnahmen oder Verhaltensweisen können dem Gast auf kreative/spielerische Art und Weise vermittelt werden, z.B. mit einem „Zertifikat“ am Ende des Aufenthaltes in einem nachhaltigen Hotel, mit Angabe der eingesparten CO₂-Emissionen im Vergleich zu einem Aufenthalt in einem herkömmlichen Unternehmen. Die Zahlen können durch einfache Vergleiche anschaulicher gemacht werden. (z.B. X Tonnen CO₂ = X Lastautos mit Äpfeln).

Die **Arbeitsgruppe B** hat sich währenddessen mit dem Thema „Kommunikation nach innen“, d.h. mit den eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und mit den Gästen vor Ort beschäftigt. Folgende Vorschläge wurden präsentiert:

- Eine Informations- oder Hof-Mappe ist ein geeignetes Kommunikationsmittel, um den Gästen nähere Informationen zum Betrieb zu vermitteln. Die Informations- bzw. Hof-Mappe enthält alle wichtigen Informationen über das Hotel oder den Hof sowie die nähere Umgebung und sollte gut ersichtlich im Eingangsbereich aufliegen. Alternativ zur Informationsmappe kann z.B. auch ein Holzwürfel gestaltet werden. Auf allen sechs Seiten des Würfels können Infos zu nachhaltigen Praktiken, wie nachhaltiger Mobilität, lokalen Produzenten usw. festgehalten werden.
- Informationsaustausch: nachhaltige Praktiken sollten nicht nur in Informationsmappen festgehalten, sondern auch über persönlichen Kontakt weitergegeben werden, damit der Gast auch versteht, dass dieses Thema den Gastgebern wirklich am Herzen liegt.
- Schulprojekte können dazu beitragen, Kindern das Thema des nachhaltigen Reiseverhaltens spielerisch zu vermitteln. Kinder geben das Gehörte und Gelernte meist an ihre Eltern und an Bekannte weiter.
- Werte vorleben: Um eine gute Kommunikation zwischen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und den Gästen zu fördern, ist es besonders wichtig, diese miteinzubeziehen und sich mit ihnen auszutauschen. Nur wenn die Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch informiert sind und sich für nachhaltige Praktiken interessieren, werden sie diese Informationen auch an die Gäste weitergeben.
- Wasser soll den Gästen sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bewusst kostenlos zur Verfügung gestellt werden (z.B. Karaffen im Zimmer) und gleichzeitig soll auf das gute, trinkbare Leitungswasser in Südtirol hingewiesen werden. Bei der Buchungsbestätigung kann darauf hingewiesen werden, dass das qualitativ hochwertige Wasser bereits im Zimmerpreis enthalten ist.
- Durch einen vorbildlich geringen Plastikverbrauch im Hotel wird der Gast darauf aufmerksam gemacht, dass Plastik im Hotel nicht erwünscht ist.
- Die Speisekarte kann als Kommunikationsmittel verwendet werden: Gemüsegerichte können als Hauptgerichte angeboten werden, während Fleischgerichte als spezielle Gerichte beworben werden.
- Um Papierverwendung zu vermeiden, kann z.B. die „Morgenpost“ auf einem Tablet angeboten werden.

Bozen, November 2019