

## **Alle Handlungsempfehlungen und Formulierungshilfen auf einen Blick**

### ***Auf die Reise allgemein bezogen / Gesprächseinstieg***

#### ***Handlungsempfehlungen***

Lassen Sie in die Bedarfsanalyse einfließen, dass Nachhaltigkeit ein Qualitätsmerkmal ist und Sie die positiven Aspekte in Ihren Vorschlägen berücksichtigen können und sprechen Sie so Kund:innen aktiv an.

Umgekehrt werden Sie aktiv angesprochen, wenn Sie deutlich nach Außen signalisieren sich in diesen Themen auszukennen. Dafür eignen sich Newsletter Beiträge, Blogartikel mit eigenen Reiseerfahrungen, eine Schaufenstergestaltung mit nachhaltigen Reisetipps, Poster sowie kurze E-Mail Abbinder in denen Sie darauf hinweisen, dass Sie sich im Thema weitergebildet haben.

#### ***Formulierungshilfen***

„Wenn Sie möchten, stelle ich Ihnen zwei Varianten gegenüber: Standard vs. eine nachhaltigere Alternative. Dann können Sie ganz in Ruhe vergleichen.“

„Ich kann Ihnen zeigen, wo Nachhaltigkeit im Preis drinsteckt, damit Sie genau wissen, wofür Sie zahlen.“

„Wie stellen Sie sich Ihren idealen Urlaubstag vor? Möchten Sie zum Beispiel gerne regionale Spezialitäten genießen oder lieber ein breites internationales Angebot – das hilft mir, die passende Unterkunft für Sie zu finden.“

„Viele unserer Gäste möchten mit ihrer Reise auch etwas Positives für die Region bewirken – z.B. durch lokale Anbieter. Ist das etwas, das Ihnen wichtig ist?“

„Viele unserer Gäste achten auf Themen wie Natur, regionale Küche oder faire Arbeitsbedingungen im Hotel – spielt das für Sie auch eine Rolle?“

„Ist Ihnen ein authentisches Urlaubserlebnis wichtig, bei dem Sie Land und Leute wirklich kennenlernen – etwa durch regionale Küche oder kleine, landestypische Hotels?“

„Soll der Fokus auf Entspannung liegen, z. B. in einer Unterkunft, die Wellness mit regionalen Produkten anbietet, oder auf Aktivitäten wie Wandern und Radfahren?“

„Ich berücksichtige bei Ihrem Angebot, dass es umwelt- und sozialverträglich ist. Was halten Sie davon?“

„Möchten Sie neben dem Komfort auch Wert auf einen geringen ökologischen Fußabdruck legen – z. B. durch Unterkünfte mit guter Bahnanbindung oder zertifizierte Business-Hotels?“

„Neben Komfort und Erholung – ist es Ihnen auch wichtig, dass Ihre Reise die Region und die Menschen vor Ort unterstützt? Dann kann ich Ihnen gezielt Angebote zeigen, die genau diesen Mehrwert haben.“

„Ist es Ihnen wichtig, dass es vor Ort kinderfreundliche Angebote gibt, zum Beispiel regionale Aktivitäten oder Naturerlebnisse, die die ganze Familie gemeinsam machen kann?“

„Darf ich Sie fragen, ob Nachhaltigkeit oder soziale Verantwortung bei der Auswahl Ihrer Reise für Sie eine Bedeutung haben?“

*XXX Was würden Sie zu Ihren Kund:innen sagen?*

### ***Auf eine klimafreundlichere Anreise bezogen***

#### ***Handlungsempfehlungen***

##### **Bieten Sie bevorzugt Nonstop-Flüge an**

Nonstop-Flüge bringen Ihre Kund:innen ohne Zwischenstopp und Wartezeit **schneller** und **entspannter** an das Ziel. Zudem können Nonstop-Flüge die CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck einer Reise reduzieren, da für Start und Landung viel Kerosin benötigt wird.

##### **Achten Sie auf die Sitzklasse**

Beachten Sie bei der Angebotsgestaltung die Sitzklasse. Sitze der Business- und First-Class benötigen mehr Platz, sodass weniger Personen befördert werden können. Damit steigt automatisch die Klimawirkung pro Person.

##### **Bieten Sie bevorzugt Charter-Flüge an**

Die Auslastung ist bei **Charter-Flügen** in der Regel höher als bei Linien-Flügen, u.a. durch die engere Bestuhlung. Das heißt, der CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck wird durch mehrere Personen geteilt und ist somit pro Person geringer.

### **Geben Sie Tipps zum Gepäck**

Die Reduktion der **Anzahl und Gewicht der Gepäckstücke** ist eine einfache Möglichkeit, einen Bruchteil der klimaschädlichen Emissionen einzusparen, da jedes Kilo, das nicht transportiert werden muss, etwas weniger Treibstoff verbraucht. Das Ausleihen von Geräten wie bspw. Surfbretter oder Räder am Urlaubsort hat nicht nur einen positiven Klimaeffekt, sondern unterstützt gleichzeitig die lokale Wirtschaft im Urlaubsland.

### **Klären Sie über einen Klimaschutzbeitrag auf**

Trotz aller bereits genannten Maßnahmen, bleiben Emissionen. Klimaschutzprojekte, die über Spenden finanziert werden, ermöglichen es, Emissionen an anderer Stelle einzusparen. Weitere Informationen finden Sie im [DRV Climate Counter](#).

### **Formulierungshilfen**

„Soll ich bei der Reisesuche auch darauf achten, dass die Anreise möglichst klimafreundlich ist – etwa mit Bahn oder Direktflug?“

„Wenn es eine klimafreundlichere Alternative gäbe, die sonst Ihren Wünschen entspricht, wäre das für Sie interessant?“

*XXX Was würden Sie zu Ihren Kund:innen sagen?*

### **Auf Unterkünfte bezogen**

### **Handlungsempfehlungen**

Schlagen Sie Ihren Kund:innen bei jedem Angebot mind. eine nachhaltig zertifizierte Unterkunft vor und kennzeichnen Sie diese entsprechend. In der Bedarfsanalyse haben Sie sicherlich herausgefunden, welche Bedürfnisse und Wünsche Ihre Kund:innen haben. Stellen Sie die Vorteile dieser Unterkunft für Ihre Kund:in entsprechend heraus (bspw. viele lokale frisch bereitete Spezialitäten).

Informieren Sie sich darüber, welche Nachhaltigkeitsmaßnahmen viel gebuchte Unterkünfte konkret umsetzen. Das hilft Ihnen in der Kund:innen Beratung.

Haben Sie Lieblingshotels? Schauen Sie doch mal, ob diese nachhaltig zertifiziert sind.  
Wenn ja, dann kennen Sie bereits die Argumente, um es Ihren Kund:innen anzubieten.

Tauschen Sie sich mit Ihren Kolleg:innen oder Freunden zu deren Erfahrungen in nachhaltig (zertifizierten) Hotels aus.  
Sammeln Sie die Informationen und Nachhaltigkeitsaktivitäten der jeweiligen Hotels in einer gemeinsamen Übersicht, so dass alle Mitarbeitenden die Informationen parat haben.

### ***Formulierungshilfen***

„Mit Ihrer Unterkunftswahl stärken Sie die Region, fördern lokale Betriebe und tragen zu einer positiven Entwicklung vor Ort bei.“

„Ich habe jetzt ein gutes Bild davon, was Sie sich in Ihrem Urlaub wünschen und eine Idee, was Ihnen gefallen könnte. Ich möchte Ihnen ein Hotel vorstellen, welches zu Ihren Ansprüchen an Komfort passt, dabei landestypisch eingerichtet ist, so dass auch im Zimmer erkenntlich ist: XY. Das Haus bietet eine köstliche saisonale Küche und bezieht dabei die Produkte aus der Region und dem eigenen Garten ein. Die gepflegte Grünanlage ist voll mit einheimischen Pflanzen, hier werden Sie wunderbar entspannen können.“

„Ich achte bei der Auswahl darauf, dass das Hotel bspw. faire Arbeitsbedingungen bietet und damit auch verlässlich guten Service garantiert.“

„Wenn Sie an ein ‚schönes Hotel‘ denken – meinen Sie eher moderne Ausstattung oder lieber eine landestypische Umgebung? Manche Häuser bieten zusätzlich den Vorteil, dass sie regionale Produkte nutzen oder besonderen Wert auf eine intakte Natur legen.“

„Hier können Sie richtig entspannen – und das mit gutem Gewissen. Das Hotel achtet auf Umwelt- und Sozialverträglichkeit, ohne beim Komfort Abstriche zu machen. Viele Gäste berichten sogar, dass sich der Aufenthalt dadurch noch authentischer und erholsamer anfühlt, durch die intakte Natur und den aufmerksamen Service.“

„X (ausgewähltes Hotel) entspricht genau Ihren genannten Vorstellungen. Sie wünschen sich Komfort, was sich hier in der modernen Ausstattung, der hochwertigen Einrichtung mit landestypischen Elementen und der Großzügigkeit der gesamten Anlage zeigt. Ihrem Wunsch nach guter Küche kommt sehr entgegen, dass hier regional und saisonal gekocht wird, was frische Produkte und lokale Spezialitäten bedeutet.“

„Sie wünschen sich für Ihren Urlaub ein Hotel mit XX (*Wünsche kurz zusammengefasst aufzählen*) – da habe ich das perfekte Hotel für Sie! Dieses bietet Ihnen nicht nur alles, was Ihnen wichtig ist, sondern darüber hinaus ein besonders hochwertiges Urlaubserlebnis, da hier bspw. auf Einwegprodukte verzichtet wird, lokale Produkte verarbeitet werden und die Mitarbeiter:innen gut geschult sind.“

„Legen Sie Wert darauf, dass das Hotel familienfreundlich ist – etwa durch großzügige Zimmer, nachhaltige Küche mit frischen Zutaten oder Freizeitangebote für Kinder?“

„Wünschen Sie sich eher Ruhe und Naturerlebnisse oder ein vielseitiges Kulturprogramm? Viele nachhaltige Unterkünfte verbinden beides auf besondere Weise.“

„Das Besondere an diesem Hotel ist, dass es nachhaltig arbeitet, ohne dass Sie auf Komfort verzichten müssen. Sie profitieren von frischen regionalen Produkten, einer gesunden Umgebung und einem Urlaub, der nicht nur Ihnen, sondern auch der Region guttut.“

„Mit der Wahl dieser Unterkunft (XX) stärken Sie die Region, fördern lokale Betriebe und tragen zu einer positiven Entwicklung vor Ort bei.“

„Sie möchten gerne ruhig und in der Natur übernachten – hier ist das für seine Maßnahmen zum Umwelt- und Naturschutz ausgezeichnete Hotel (Name) genau das Richtige! Es liegt nicht nur etwas außerhalb der Stadt im Grünen, sondern engagiert sich auch mit verschiedenen Maßnahmen für den Schutz und Erhalt der Umwelt und biologischen Vielfalt. Bspw. werden keine Einwegprodukte oder bevorzugt Bio-Produkte verwendet / Ausflüge in die Natur oder regelmäßige, gemeinsame Clean Ups angeboten.“

„Möchten Sie neben dem Komfort auch Wert auf einen geringen ökologischen Fußabdruck legen – z. B. durch Unterkünfte mit guter Bahnanbindung oder zertifizierte Hotels?“

„Legen Sie Wert darauf, dass Ihre Unterkunft typisch für die Region gebaut oder eingerichtet ist?“

„Soll der Fokus auf Entspannung liegen, z. B. in einer Unterkunft, die Wellness mit regionalen Produkten anbietet, oder auf Aktivitäten wie Wandern und Radfahren?“

XXX Was würden Sie zu Ihren Kund:innen sagen?

### **Auf Unterkünfte bezogen – eigene Erfahrungen**

#### **Handlungsempfehlungen**

Teilen Sie Ihre Erfahrungen, die Sie bei Ihrem Aufenthalt in einem nachhaltig zertifizierten Hotel gemacht haben. Wie hat Ihnen die Anlage gefallen? Gab es lokale und regionale Köstlichkeiten beim Frühstück? Wird Abfall getrennt? Wurde auf Einwegprodukte verzichtet? Hat das Hotel Nachhaltigkeitsmaßnahmen hingewiesen?

#### **Formulierungshilfen**

„Meinen letzten Urlaub habe ich im Hotel XY gemacht. Dort hat mir besonders gefallen, dass bspw. das Hotel mit lokalen Produzenten zusammenarbeitet und ich beim Frühstück diese regionalen Spezialitäten probieren konnte.“

„Bei meinem letzten Aufenthalt war das Hotel für seine guten Arbeitsbedingungen ausgezeichnet. Ich hatte mir vorher darüber keine Gedanken gemacht, aber nun weiß ich, es macht einen Unterschied. Die Mitarbeitenden sind gut ausgebildet, viele seit Jahren dort beschäftigt und man hat das Gefühl sehr willkommen zu sein. Zukünftig werde ich immer darauf achten.“

„Ich habe ein paar Tage in einem Hotel verbracht, welches sich für den Schutz der Umwelt einsetzt, den eigenen Garten in ein kleines Paradies verwandelt hat und darüber hinaus lokale Tierschutzprojekte unterstützt. Es war rundum wunderbar und beim nächsten Mal habe ich mir geschworen darauf zu achten, dass das nächste Hotel sich ebenfalls diesbezüglich engagiert. Ich kann mir gut vorstellen, dass das auch etwas für Ihren Urlaub ist.“

XXX Was würden Sie zu Ihren Kund:innen sagen?

### **Auf Aktivitäten sowie Kulinarik vor Ort bezogen**

## **Handlungsempfehlungen**

Ermuntern Sie Ihre Kund:innen, sich vorab mit dem gewählten Reiseziel näher auseinander zu setzen, indem sie bspw. Reiseführer oder die Sympathiemagazine des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. lesen und vielleicht schon ein paar Wörter in der Landessprache lernen.

Eine kleine Auswahl der Tipps für Kund:innen:

- *Lernen Sie doch ein paar Wörter in der Landessprache – Dies hilft beim Zurechtkommen vor Ort und zaubert den Einheimischen ein Lächeln ins Gesicht.*
- *Klimabewusst packen: Umweltfreundliche Sonnencremes und wiederverwendbare Wasserflasche und Einkaufstasche mitnehmen.*
- *Kontakt zu den Menschen vor Ort suchen und ihnen auf Augenhöhe begegnen.*
- *„Nein“ zu Strohhalmen, selbst denen aus Papier.*
- *Bevorzugung lokaler Spezialitäten anstatt Verzehr internationaler Spirituosen oder Gerichte.*
- *Ressourcen schonen: Handtücher und Bettwäsche nicht täglich wechseln lassen, auf die tägliche Zimmerreinigung verzichten. kein Wasser und kein Essen verschwenden.*
- *Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel für einen authentischen Einblick in das Leben vor Ort.*
- *Umwelt- und sozialverträgliche Aktivitäten wählen, wie im nachfolgenden Kapitel beschrieben.*

## **Formulierungshilfen**

„Genießen Sie es im Urlaub, regionale Spezialitäten zu probieren oder lokale Märkte zu besuchen?“

„Viele Hotels setzen inzwischen auf regionale und saisonale Küche – wäre das etwas, das Ihnen wichtig ist?“

„X (ausgewähltes Hotel) entspricht genau Ihren genannten Vorstellungen. Ihrem Wunsch nach guter Küche kommt sehr entgegen, dass hier regional und saisonal gekocht wird, was frische Produkte und lokale Spezialitäten bedeutet.“

XXX Was würden Sie zu Ihren Kund:innen sagen?

## **Kreuzfahrten**

### **Handlungsempfehlungen**

- Wählen Sie nahe Routen (bspw. Ostsee anstatt Mittelmeer).
- Bieten Sie aktiv die Nutzung von Bus und Bahn an, um zum Abfahrtshafen zu gelangen.
- **Neue Schiffe** und Reedereien mit **klarer Nachhaltigkeitsstrategie** bieten die besten Ansätze.
- Bei der Beratung können Sie auf **transparente Informationen und Nachhaltigkeitsberichte** hinweisen.
- Bieten Sie vornehmlich Segelkreuzfahrten an, bspw. Kreuzfahrten von nachhaltig zertifizierten Veranstaltern (wie bspw. vom forum anders reisen).

## **Kommunikation / Greenwashing vermeiden**

### **Handlungsempfehlungen**

- **Nachhaken:** Fragen Sie bei Veranstaltern nach, welche unabhängigen Zertifikate oder Standards hinter einem Angebot stehen, oder was konkret an Maßnahmen umgesetzt wird.
- **Kund:innen sensibilisieren:** Erklären Sie, dass echte Nachhaltigkeit ein Qualitätsmerkmal ist und viele Bereiche umfasst – von Energie und Wasser über faire Arbeitsbedingungen bis hin zu Biodiversitätsschutz.

- **Positive Alternativen anbieten:** Machen Sie Ihren Kund:innen bspw. auf Unterkünfte mit dem STAYFAIR-Siegel aufmerksam und erklären Sie kurz seine Bedeutung (siehe auch Kapitel 3.2.2).
- **Eigene Erfahrungen nutzen:** Wenn Sie selbst schon in einer nachhaltig zertifizierten Unterkunft waren oder mit einem Veranstalter positive Erlebnisse gemacht haben, teilen Sie diese Eindrücke. Das schafft Vertrauen.