

# The Sustainable Hotel Handbook

---

*Mit praktischen Einblicken, Tools und  
Ressourcen für dich und dein Team*



## Kommunikation

Dein Handbuch, um deine Nachhaltigkeitsinitiativen  
nachhaltig zu kommunizieren.

MAp

THE SUSTAINABLE HOTEL

#07

August 2025

**The Sustainable Hotel Handbook:  
Kommunikation  
by MAp Boutique Consultancy.  
Edition 02, August 2025.**

Herausgegeben von  
MAp Boutique Consultancy  
Zweierstrasse 132  
8003 Zürich  
Schweiz

Copyright © 2025 MAp Boutique  
Consultancy. Alle Rechte vorbehalten.

Kein Teil dieses Handbuchs darf in  
irgendeiner Form ohne vorherige  
schriftliche Genehmigung der  
Herausgeberin kopiert und/oder  
vervielfältigt werden.

Kontakt:  
MAp Boutique Consultancy  
Zweierstrasse 132  
8003 Zürich  
Schweiz

[onwards@MAp-consultancy.com](mailto:onwards@MAp-consultancy.com)  
[TheSustainableHotel.com](http://TheSustainableHotel.com)



*Für alle auf ihrem Weg,  
den Planeten zu einem besseren und  
gastfreundlicheren Ort zu machen.*

# VORWORT

## *Beschreiten wir den Weg der Nachhaltigkeit – gemeinsam*

**Willkommen bei The Sustainable Hotel – und danke, dass du dich mit uns auf den Weg in eine bessere Zukunft für alle machst!**

Wir haben *The Sustainable Hotel Handbook: Kommunikation* mit viel Liebe und Sorgfalt erarbeitet, um Hoteliers und Unternehmerinnen, die sich auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit befinden, bei der strategischen und nachhaltigen Kommunikation ihrer Initiativen zu unterstützen.

Wir leben in einer Welt, in der die Aufmerksamkeit auf DICH gerichtet ist: auf Führungskräfte und Leader und deren Reaktion auf die Herausforderungen unserer Zeit. Auch für deinen zukünftigen Erfolg wird es immer wichtiger werden, dass du deine authentische Geschichte im Bereich der Nachhaltigkeit erzählst und Nachhaltigkeitsmaßnahmen transparent darlegst. Ausschlaggebend dabei sind zwei Bereiche: WIE du kommunizierst und WAS du kommunizierst. Um dich dabei zu unterstützen, haben wir dieses Handbuch geschrieben.

**Wenn es um Nachhaltigkeit geht, muss Kommunikation den Taten folgen – niemals umgekehrt.**

*The Sustainable Hotel Handbook: Kommunikation* ist daher eine Fortsetzung der *The Sustainable Hotel Handbook – Collection*, die Hoteliers den Weg zu nachhaltigeren Hotels weist. Wenn du gerade erst mit deiner Nachhaltigkeitsreise beginnst, empfehlen wir dir, bevor du mit diesem Handbuch weitermachst, die vier Handbücher der Kollektion durcharbeiten, um

Nachhaltigkeit in deinem Hotel ganzheitlich umzusetzen.

In diesem Handbuch zeigen wir dir, wie du deine Nachhaltigkeitsinitiativen auf nachhaltige Art und Weise kommunizieren kannst. Damit du langfristig erfolgreich sein kannst, haben wir dieses Handbuch mit praktischen Anleitungen, Tools und Ressourcen gefüllt. Es ist daher ein wichtiges Hilfsmittel für Hoteliers und Unternehmerinnen, die mehr darüber erfahren möchten, wie sie ihre Nachhaltigkeitsinitiativen und deren Auswirkungen auf das Gästelerlebnis, die Preisgestaltung, den Betrieb und vieles mehr effektiv kommunizieren können.

Wenn du deine Kommunikation richtig machst, kannst du noch mehr Vorteile aus deinen Nachhaltigkeitsbemühungen ziehen und einen noch größeren positiven Einfluss auf Mensch und Umwelt ausüben.

Dieses Handbuch ist das Ergebnis einer Partnerschaft zwischen MAP Boutique Consultancy, einem in Zürich ansässigen und B Corp-zertifizierten Beratungsunternehmen für Hotels, das innovative und nachhaltige Hoteliers auf der ganzen Welt unterstützt und empowert, und Rupp Public Relations, einer Agentur für nachhaltige Kommunikation mit Sitz in München.

Da Partnerschaften für das Erreichen unserer allgemeinen Nachhaltigkeitsziele (gemäß Ziel 17 der SDGs der Vereinten Nationen) von entscheidender Bedeutung sind, haben wir unsere Kompetenzen

gebündelt, um dieses Handbuch mit den für dich wertvollsten und praktischsten Inhalten zu füllen. Indem du die notwendigen Schritte unternimmst, um deine Nachhaltigkeitskommunikation zu definieren und optimieren, bringst du weitere positive Veränderungen auf den Weg – in deinem Hotel und in der Welt.

**Nochmals vielen Dank, dass du dich mit uns auf den Weg machst, um etwas auf unserem Planeten zu bewegen und zu bewirken!**

**Lass uns gemeinsam diese Welt zu einem besseren und gastfreundlicheren Ort für alle machen.**

**#onwards**

**Deine Teams von MAP Boutique Consultancy und Rupp Public Relations**



**BESUCHE JETZT DAS NACHHALTIGE HOTEL**

*P.S.: Wir würden uns freuen, mehr über deine Nachhaltigkeitsreise zu erfahren. Nimm uns mit und teile deine Erfahrungen via [onwards@MAP-consultancy.com](mailto:onwards@MAP-consultancy.com).*

1.

# KOMMUNIKATION



# Index

## 1.1. EINFÜHRUNG IN KOMMUNIKATION

- 19 **WAS IST Kommunikation**  
In diesem ersten Abschnitt definieren wir, was Kommunikation ist bzw. was sie nicht ist. Außerdem geben wir dir weitere Einblicke in die Begriffe „Nachhaltigkeitskommunikation“ und „nachhaltige Kommunikation“.
- 24 **FAKTEN + ZAHLEN: Die Macht der Kommunikation**  
Reisende sind auf der Suche nach nachhaltigen Optionen. Daher präsentieren wir dir in diesem zweiten Abschnitt einige interessante Fakten und Zahlen über den Impact, den Kommunikation auf deinen Hotelerfolg haben kann.
- 26 **IMPACT: Warum Kommunikation wichtig ist**  
Wir nennen die Gründe, warum Kommunikation wichtig für den Erfolg deines Hotels ist.
- 28 **GLOSSAR: Kommunikation in Worten**  
Wir erklären die wichtigsten Begriffe, die du kennen solltest, um Nachhaltigkeit auf nachhaltige Weise zu kommunizieren.

## 1.2. ERFOLGSGESCHICHTE

- 30 **WIR TREFFEN RACHEL JONES: Mitgründerin und Direktorin von Helm Agency**  
Lerne Rachel Jones kennen und erfahre, wie sie nachhaltige Kommunikation mit Schwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit für ihre Hotelkunden in aller Welt betreibt.

## 1.3. AKTION NACHHALTIGE KOMMUNIKATION: DAS „WIE“

- 36 **NACHHALTIGE KOMMUNIKATION: WIE du kommunizierst**  
Es ist an der Zeit, aktiv zu werden und die Elemente, Grundsätze und Praktiken nachhaltiger Kommunikation zu erlernen sowie von unseren Expertinnen mehr zu diesem Thema zu erfahren.
- 52 **KOMMUNIKATION – ÜBUNG 1: Überprüfe deinen Nachhaltigkeits-Status-quo (Checkliste)**  
Überprüfe dein vorhandenes Kommunikationsmaterial anhand der Grundsätze und Praktiken der nachhaltigen Kommunikation.

## 1.4. ERFOLGSGESCHICHTE

- 58 **WIR TREFFEN ANDREW DIXON: Direktor der Inselresorts Nikoi und Cempedak**  
Wir treffen Andrew Dixon und erfahren mehr über seinen Weg zur Nachhaltigkeit und darüber, wie er Nachhaltigkeit in seinen beiden Hotels erfolgreich kommuniziert.

## 1.5. AKTION NACHHALTIGE KOMMUNIKATION: DAS „WAS“

- 66 **NACHHALTIGE KOMMUNIKATION: WAS du kommunizierst**  
Wir zeigen dir in 7 Schritten, WAS Du kommunizieren musst, um deine Nachhaltigkeits-Kommunikationsstrategie zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen.
- 68 **SCHRITT 1: Recherchiere und analysiere**  
Beginnen wir mit einer Bestandsaufnahme deiner Nachhaltigkeitsstrategie inklusive einer näheren Betrachtung deines Marktumfeldes.
- 69 **KOMMUNIKATION – ÜBUNG 2: Verschaffe dir zusätzliche Informationen über deine Nachhaltigkeitsstrategie**  
Erlange ein umfassendes und gründliches Verständnis für die Nachhaltigkeitsstrategie deines Hotels.
- 72 **KOMMUNIKATION – ÜBUNG 3: Durchführung einer Mitbewerbenanalyse**  
Mache dir ein Bild davon, wie andere Hotels das Thema Nachhaltigkeit angehen, um Erkenntnisse und Inspiration zu gewinnen.
- 74 **SCHRITT 2: Beginne mit deinem Purpose**  
Wie immer beginnen wir mit deinem intrinsischen Purpose und eruieren den Grund für die Existenz deines Hotels – dein WARUM.
- 78 **SCHRITT 3: Definiere deine Kommunikationsziele**  
Es ist an der Zeit, SMART zu sein und deine Kommunikationsziele zu definieren.
- 80 **KOMMUNIKATION – ÜBUNG 4: Lege deine Ziele fest**  
Wir führen dich zunächst durch eine Brainstorming-Übung, um anschließend deine Ziele festzulegen.

# Index

- 83** **SCHRITT 4: Entwickle deine Nachhaltigkeitsgeschichte**  
Gemeinsam erarbeiten wir deine Geschichte, stimmen sie auf die verschiedenen Stakeholder ab und testen und ergänzen sie.
- 84** **KOMMUNIKATION – ÜBUNG 5: Schreibe dein Nachhaltigkeitsstatement**  
In diesem Schritt erstellen wir das Nachhaltigkeitsstatement deines Hotels = die Grundlage für deine gesamte Kommunikation.
- 87** **KOMMUNIKATION – ÜBUNG 6: Passe deine Message an die Stakeholder an**  
In dieser Übung erlangen wir Klarheit darüber, was jede Interessengruppe „wissen, fühlen, tun“ soll, wenn es um deine Nachhaltigkeitskommunikation geht.
- 89** **SCHRITT 5: Kommuniziere nach innen**  
Bevor du deine Nachhaltigkeitspraktiken an die große Glocke hängst, sorgen wir in diesem Abschnitt dafür, dass deine Mitarbeitenden einbezogen und motiviert werden.
- 94** **SCHRITT 6: Kommuniziere nach außen**  
Nachdem du deine interne Kommunikation optimiert hast, kannst du nun deine Botschaften an externe Interessengruppen weitergeben. In diesem Abschnitt zeigen wir dir, wie.
- 96** **KOMMUNIKATION – ÜBUNG 7: Definiere deinen Kommunikationsmix**  
Wir identifizieren die Kommunikationskanäle, auf denen sich deine Gäste aufhalten und auf denen auch du zugegen sein solltest.

- 102** **SCHRITT 7: Miss deinen Fortschritt**  
Gemeinsam gehen wir den letzten Schritt und schauen uns an, wie du deine Nachhaltigkeitsaktivitäten messen und in einem Bericht festhalten kannst.
- 107** **WIR TREFFEN NATASCHA RUPP von Rupp Public Relations**  
Wir sprechen mit Natascha Rupp, um ihre wichtigsten Empfehlungen für die Kommunikation von Nachhaltigkeit zu erfahren.
- 113** **BEST PRACTICE**  
Lasst uns den Fokus auf die Hotels richten, die mit viel Erfolg Nachhaltigkeitsinitiativen auf nachhaltige Weise kommunizieren.
- 118** **1.6. FAZIT**

## **122** **1.7. SCORECARDS**

**PROFIT – SCORECARD 4:  
KOMMUNIKATION DEINER NACHHALTIGKEITS-  
AKTIVITÄTEN**

**PROFIT – SCORECARD 5:  
ÜBERPRÜFUNG DEINER NACHHALTIGKEITS-  
AKTIVITÄTEN**



*„Das größte Problem bei Kommunikation ist die Illusion, dass sie stattgefunden hat.“*

**GEORGE BERNARD SHAW**  
(zitiert in BrainyQuote, 2023a).  
Autor



# 1.1.

## EINFÜHRUNG in Kommunikation

*„Ohne das richtige Maß an Kommunikation können Beziehungen nicht wachsen.“*

**UNBEKANNT**  
(zitiert in Food for Thought, 2015).

**Kommunikation ist ein wesentlicher Bestandteil jedes (Hotel-) Betriebs. Denn was nützt es, das innovativste, schönste oder nachhaltigste Hotel zu haben, wenn die Leute nichts davon wissen?**

Wir sind uns alle einig, dass Hotels Menschen, insbesondere Gäste, brauchen, um zu funktionieren. Als wichtiger Teil deiner Marketingabteilung geht es bei der Kommunikation darum, diese Menschen für dich zu gewinnen: der Welt mitzuteilen, dass dein Hotel existiert, warum und für wen. Ohne strategische und nachhaltige Kommunikation ziehst du nicht die (richtigen) Gäste an, und ohne Gäste wird es dein Hotel eher früher als später nicht mehr geben.

Doch wenn man sich die betriebliche Realität der meisten Boutique- und unabhängigen Hotels ansieht, haben Marketingteams oft das Gefühl, dass sie nicht mehr in der Lage sind, ihre Budgets und eine stärkere Stimme zu rechtfertigen.

Kommunikation liegt uns am Herzen, denn wir wollen, dass nachhaltig geführte Hotels erfolgreich sind. Wir wollen, dass Hotels, die Gutes tun, Aufmerksamkeit be-

kommen. Wir wollen, dass Reisende ihre Optionen verstehen und sich für die nachhaltigste Art des Reisens entscheiden. Wenn Kommunikation richtig gemacht wird – und zwar auf nachhaltige Weise – werden Hotels ihre ideale Kundschaft gewinnen, die bereit ist, für Nachhaltigkeit zu bezahlen. Kundinnen finden ihre Traumunterkunft. Mitarbeitende und Partner sind motiviert, mit dir zusammenzuarbeiten. Die lokale Bevölkerung unterstützt dich und trägt zu deinem Erfolg bei. Eine Win-win-Situation für alle – für dein Hotel und deine Stakeholder (und für den Planeten obendrein!).

**Du merkst bereits beim Lesen dieser Einleitung: Dein nachhaltiger Erfolg hängt in hohem Maße davon ab, wie du deine Nachhaltigkeitsinitiativen kommunizierst.** Doch wir haben gelernt, dass es eine Herausforderung sein kann, dies richtig zu tun. Bevor wir The Sustainable Hotel ins Leben gerufen haben, führten wir nämlich eine Umfrage in unserem Netzwerk durch. Die Ergebnisse zeigten, dass viele Hoteliers mit der Kommunikation zu kämpfen haben, sowohl intern (gegenüber den Mitarbeitenden) als auch extern (gegenüber den Gästen).

#### Häufige Herausforderungen – intern

- Rechtfertigung der für nachhaltige Initiativen erforderlichen finanziellen Mittel gegenüber Entscheidungsträgern und wichtigen Interessengruppen
- Fehlende Mitsprache und Entscheidungsbefugnis, um Dinge durchzusetzen
- Kommunikation von Nachhaltigkeitsmaßnahmen an die Mitarbeitenden und Motivierung zur Teilnahme an Initiativen
- Befähigung der Mitarbeitenden, Nachhaltigkeitsaktivitäten den Gästen zu vermitteln
- Messung der Fortschritte und Erstellen von Nachhaltigkeitsberichten

#### Häufige Herausforderungen – extern

- Glaubwürdige und authentische Kommunikation von Nachhaltigkeit, wobei *Greenwashing* als eine der größten Befürchtungen gilt

- Die Kommunikation von Nachhaltigkeitsinitiativen überhaupt, die als *Greenhushing* bezeichnet wird = das bewusste Verschweigen von Informationen über die angewandten Nachhaltigkeitspraktiken, aus Angst davor, als *Greenwasher* abgestempelt zu werden
- Erläuterung der Gründe für bestimmte Nachhaltigkeitsinitiativen, aus Angst vor Ablehnung durch die Gäste
- Identifizierung von Kommunikationsinstrumenten oder Kooperationen, um Hotels auf dem Markt als nachhaltige Unternehmen zu präsentieren

Mit erfolgreicher Kommunikation können Hotels diese Herausforderungen meistern, ihre Glaubwürdigkeit beweisen und mehr Vertrauen und Anerkennung von Gästen, Partnerinnen, Mitarbeitenden und der örtlichen Bevölkerung gewinnen. In diesem Handbuch zeigen wir dir, wie du diese enormen Vorteile erschließen kannst.

Ein weiteres Ergebnis unserer Umfrage zeigt, dass Hoteliers, wenn sie nach Nachhaltigkeit gefragt werden, den Begriff im Allgemeinen mit ökologischer Nachhaltigkeit in Verbindung bringen. Viele der Herausforderungen, mit denen sie konfrontiert sind, sind daher greifbarer und stehen in direktem Zusammenhang mit Maßnahmen wie der Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen, der Beseitigung von Plastik oder Recycling. Wir möchten neben ökologischer Nachhaltigkeit auch soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeitsthemen für Hotels ansprechen – denn davon sind wir bei MAP überzeugt: Nachhaltigkeit muss ganzheitlich sein.

**Beleuchten wir gemeinsam, was Nachhaltigkeitskommunikation wirklich bedeutet, warum sie wichtig ist und wie du sie in deinem Hotelbetrieb umsetzen kannst – und dabei die häufigsten Fallen vermeidest.**



#### LERNE DIE 4 P DER NACHHALTIGKEIT VON MAP KENNEN

Wir von MAP haben einen ganzheitlichen Rahmen für Nachhaltigkeit geschaffen, die 4 P der Nachhaltigkeit. Deine Nachhaltigkeitsinitiativen und damit deine Nachhaltigkeitskommunikation sollten alle 4 P berücksichtigen, um den Status eines nachhaltigen Hotels zu erreichen und nachhaltig erfolgreich zu sein. Sie umfassen:

**People – soziale Nachhaltigkeit:** der Einfluss, den dein Hotel auf die Menschen hat, einschließlich deiner Gäste, Mitarbeitenden, Partnerinnen, der lokalen Bevölkerung und der Medien. Der Eckpfeiler der sozialen Nachhaltigkeit ist der Schutz der Menschenrechte, die Lösung von Problemen, die deine Mitarbeitende betreffen, sowie deren Förderung und Stärkung.

**Planet – ökologische Nachhaltigkeit:** die Auswirkungen, die dein Hotel auf den Planeten hat, um sicherzustellen, dass du die Ökosysteme der Welt schützt und die natürlichen Ressourcen für die Gesundheit und das Wohlergehen aller erhältst – jetzt und in Zukunft.

**Profit – wirtschaftliche Nachhaltigkeit:** der Einfluss, den dein Hotel auf das Wirtschaftswachstum hat, ohne die sozialen und ökologischen Aspekte der Gesellschaft negativ zu beeinflussen – und gleichzeitig die Rentabilität deines Hotels steigert.

**Purpose:** Obwohl er nicht offiziell zu den Säulen der Nachhaltigkeit gehört, steht der Purpose im Mittelpunkt des MAP-Nachhaltigkeitsrahmens. Die Definition ist einfach: Purpose ist das WARUM, das dich antreibt, das zu tun, was du tust – und es zu lieben!

MAP hat jedem der 4 P ein eigenes Handbuch gewidmet, das hilfreiche Einblicke, Tools und Ressourcen für den Umgang mit jedem einzelnen P enthält. Sie dienen als Vorläufer dieses Handbuchs und sind daher ein hervorragender Ausgangspunkt oder zusätzliche Begleiterin für deine Nachhaltigkeitsreise.

[HIER entlang](#), um mehr über die Handbücher zu erfahren.





*„Kommunikation ist eine Fähigkeit, die man erlernen kann. Es ist wie Fahrradfahren oder Tippen. Wenn man bereit ist, daran zu arbeiten, kann sie die Qualität jedes Aspekts deines Lebens schnell verbessern.“*

**BRIAN TRACY**

(zitiert in BrainyQuote, 2023b).  
Autor

## WAS IST

### Kommunikation

**Bevor wir beginnen, ist es wichtig, dass wir ein gemeinsames Verständnis von Kommunikation schaffen. Betrachten wir sie also aus einer Makroperspektive.**

„Kommunikation ist die Vermittlung oder der Austausch von Informationen durch Sprechen, Schreiben oder die Nutzung eines anderen Mediums. Die erfolgreiche Vermittlung oder Weitergabe von Informationen, Ideen und Gefühlen.“ (Badenoch & Clark, 2019)

Die grundlegende Theorie von Kommunikation erläutert, dass jede Kommunikation

- einen Absender,
- eine Empfängerin und
- eine Nachricht hat.

**Die Absenderin**

In unserem Fall ist der Absender, ganz allgemein, dein Hotel. Wir wissen, dass es in einem Hotel streng gesehen mehrere „Absender“ geben kann (den Hotelier, die Marketingabteilung, die PR-Vertreterin usw.), und deshalb ist es wichtig, dass du auf deiner Nachhaltigkeitsreise mit EINER Stimme kommunizierst und deine Botschaften intern abstimmt.

**Der Empfänger**

Ein Empfänger ist/sind die Person(en), mit der/denen du kommunizierst. In der Hotellerie sind deine Empfängerinnen eine Vielzahl interner und externer Stakeholder-Gruppen, von denen einige der wichtigsten Gäste, Mitarbeitende, Partner, die lokale Bevölkerung und die Medien sind.

**Die Nachricht**

Eine Botschaft ist die übermittelte Idee, die sich in unserem Fall auf

Nachhaltigkeit konzentriert – konkret auf deine Nachhaltigkeitsreise und die Nachhaltigkeitsinitiativen, die du als Teil dieser Reise durchführst.

**Warum ist es so wichtig, diese Grundlagen der Kommunikation zu beherrschen?**

Wie wir aus unserem Berufs- (und Privat)leben wissen, ist das, was man sagt, nicht immer das, was verstanden wird. Deshalb solltest du dir bei der Kommunikation diese drei Fragen stellen:

- Spreche ich, der Absender, mit EINER Stimme?
- Bin ich mir darüber im Klaren, mit wem ich kommuniziere = wer soll meine Nachricht erhalten?
- Und wenn ich weiß, mit wem ich kommuniziere, ist meine Botschaft dann die richtige für diese Empfängergruppe?

**NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION VS. NACHHALTIGE KOMMUNIKATION**

**In diesem Handbuch befassen wir uns mit zwei unterschiedlichen, aber sich ergänzenden Kommunikationskonzepten zum Thema Nachhaltigkeit.**

**Nachhaltigkeitskommunikation**

Das ist das WAS (siehe Seite 66). Nachhaltigkeitskommunikation ist der Akt der bewussten Integration von Nachhaltigkeit in die Kommunikationsstrategie deines Hotels, indem du deine Stakeholder über deine Nachhaltigkeitsziele und -bemühungen informierst. Ziel der Nachhaltigkeitskommunikation ist es, das Bewusstsein und das Verständnis für Nachhaltigkeit und die Aktivitäten deines Hotels zu

schärfen und deine Menschen (z. B. deine Mitarbeitenden, Gäste, Partnerinnen), zum Handeln zu ermutigen, um deine Initiativen zu unterstützen.

**Nachhaltige Kommunikation**

Dies ist das WIE (siehe Seite 36). Das bedeutet, dass du auf eine sozial verantwortliche und ökologische Weise kommunizierst, ohne negative Auswirkungen auf die Gesellschaft, die Wirtschaft und den Planeten zu haben. Ziel der nachhaltigen Kommunikation ist es, den ökologischen und sozialen Fußabdruck der Kommunikationsaktivitäten zu verringern und sicherzustellen, dass alle davon profitieren.

In den nächsten Abschnitten werden wir diese beiden Konzepte untersuchen, um dir dabei zu helfen, den Titel dieses Handbuchs in die Tat umzusetzen: deine Nachhaltigkeitsinitiativen auf nachhaltige Weise zu kommunizieren.



**NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IST DAS WAS. NACHHALTIGE KOMMUNIKATION DAS WIE.**