

# Tourismustag Köln

## Nachhaltigkeit im Leisure-Bereich



[#Nachhaltigkeit](#) [#Zielgruppen](#) [#Kommunikation](#) [#Produkt](#)

**Ich bin Anna Scheffold.**



**Gude**



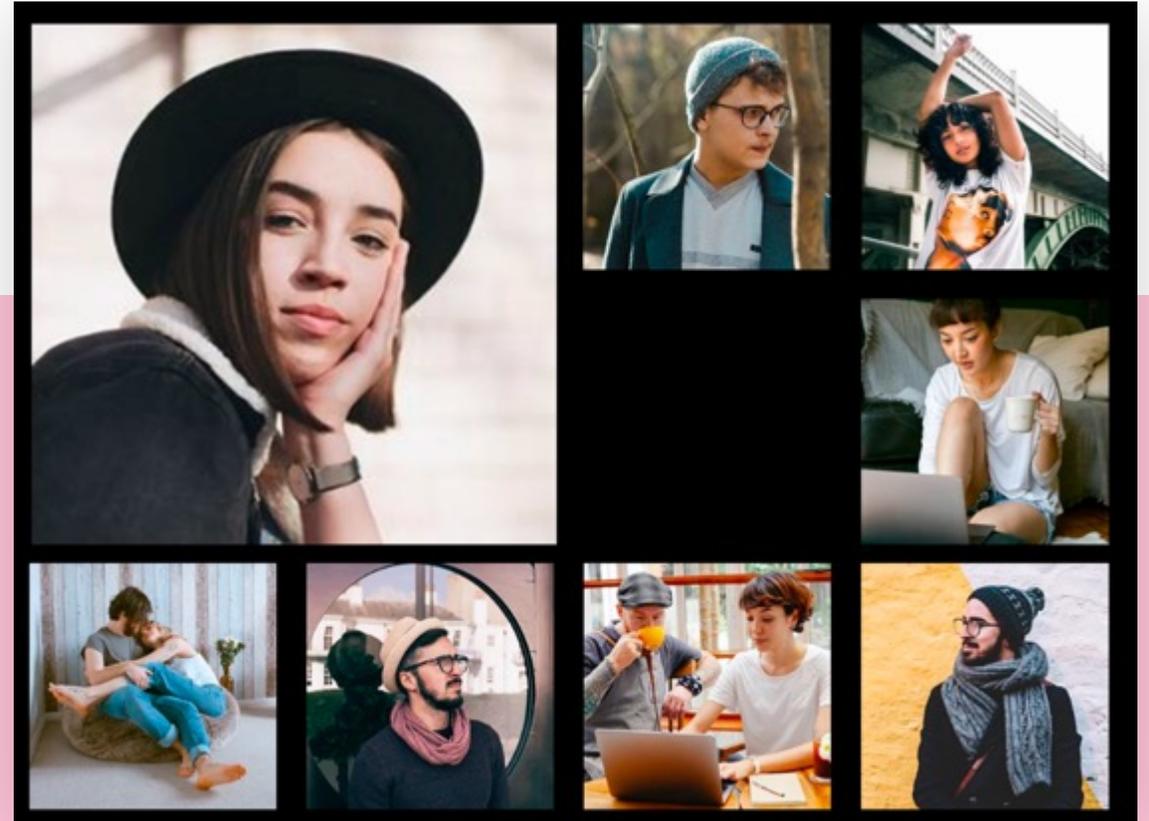
Ich begleite touristische Regionen und Organisationen.

#Strategie

#ExperienceDesign

#Nachhaltigkeit

# Hello again! „Julia & Michael Schreiber“ und „Sarah Welten“



**Wie verstehen diese Zielgruppen das  
Thema Nachhaltigkeit?**

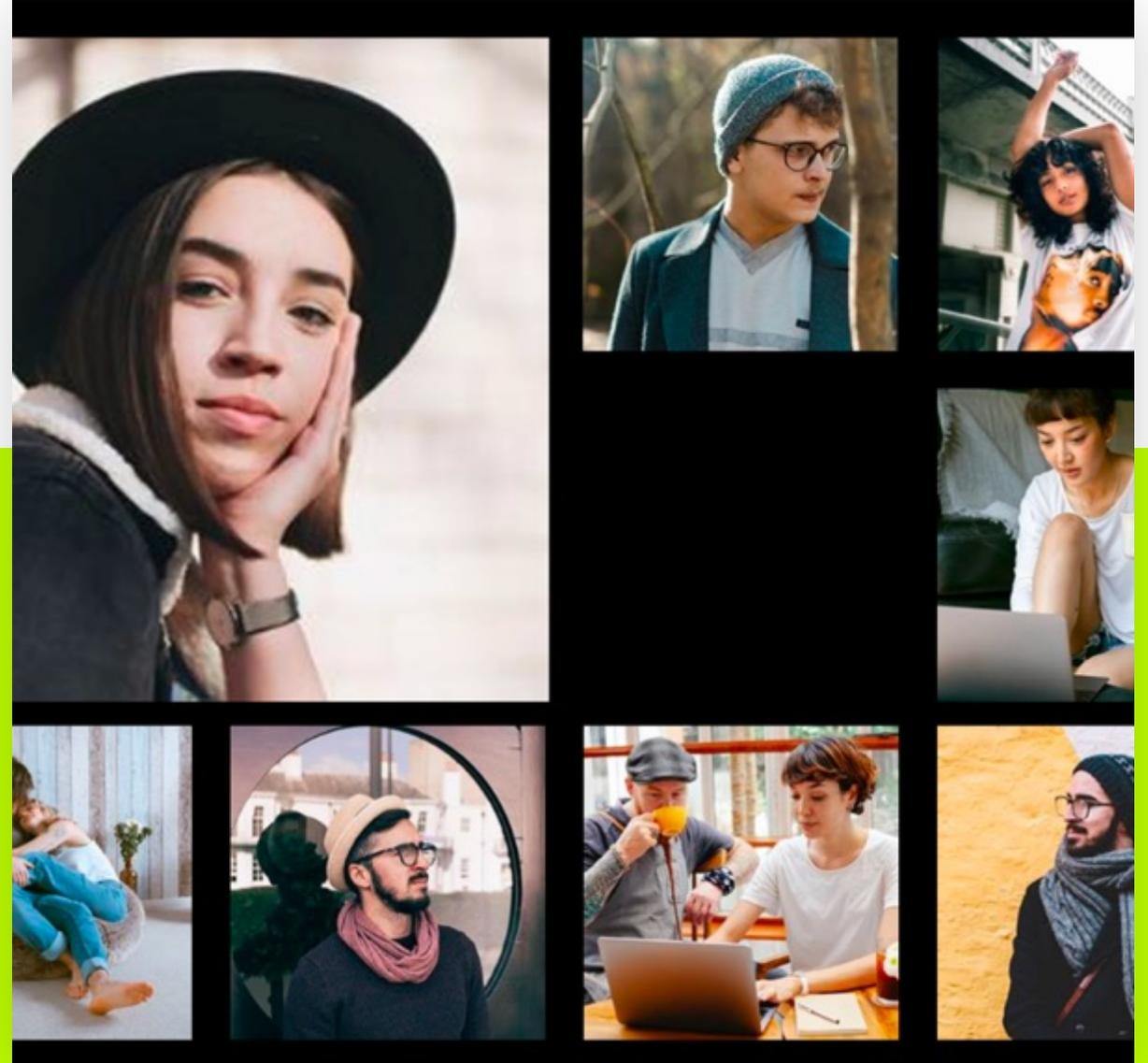
# So sehen Julia und Michael Schreiber das Thema Nachhaltigkeit

- Nachhaltigkeit ist selbstverständlich und überall im Alltag präsent
- Sehen das Thema ideell und nicht verbissen
- Motto: Qualität statt Quantität



# So sieht Sarah das Thema Nachhaltigkeit

- Nachhaltigkeit als moderner Lifestyle nicht als Ideologie
- Findet es selbstverständlich, sich damit auseinanderzusetzen
- Wenn es etwas nicht in „perfekt nachhaltig“ gibt, kauft sie auch die konventionelle Option, anstatt ihr Verhalten zu ändern



**Wie sehen nachhaltige Angebote und Erlebnisse für diese Zielgruppe aus?**

# Nachhaltige Erlebnisse und Angebote für Julia und Michael Schreiber

- Authentische Erlebnisse, die die lokale Kultur erlebbar machen, z.B. durch Kontakt mit Einheimischen
- Bitte keine Eile sondern tiefes Eintauchen, Verstehen, Genießen
- Thema ganzheitlich integrieren, nicht nur oberflächlich
- Schätzen Qualität und sind gewillt dafür angemessen zu bezahlen

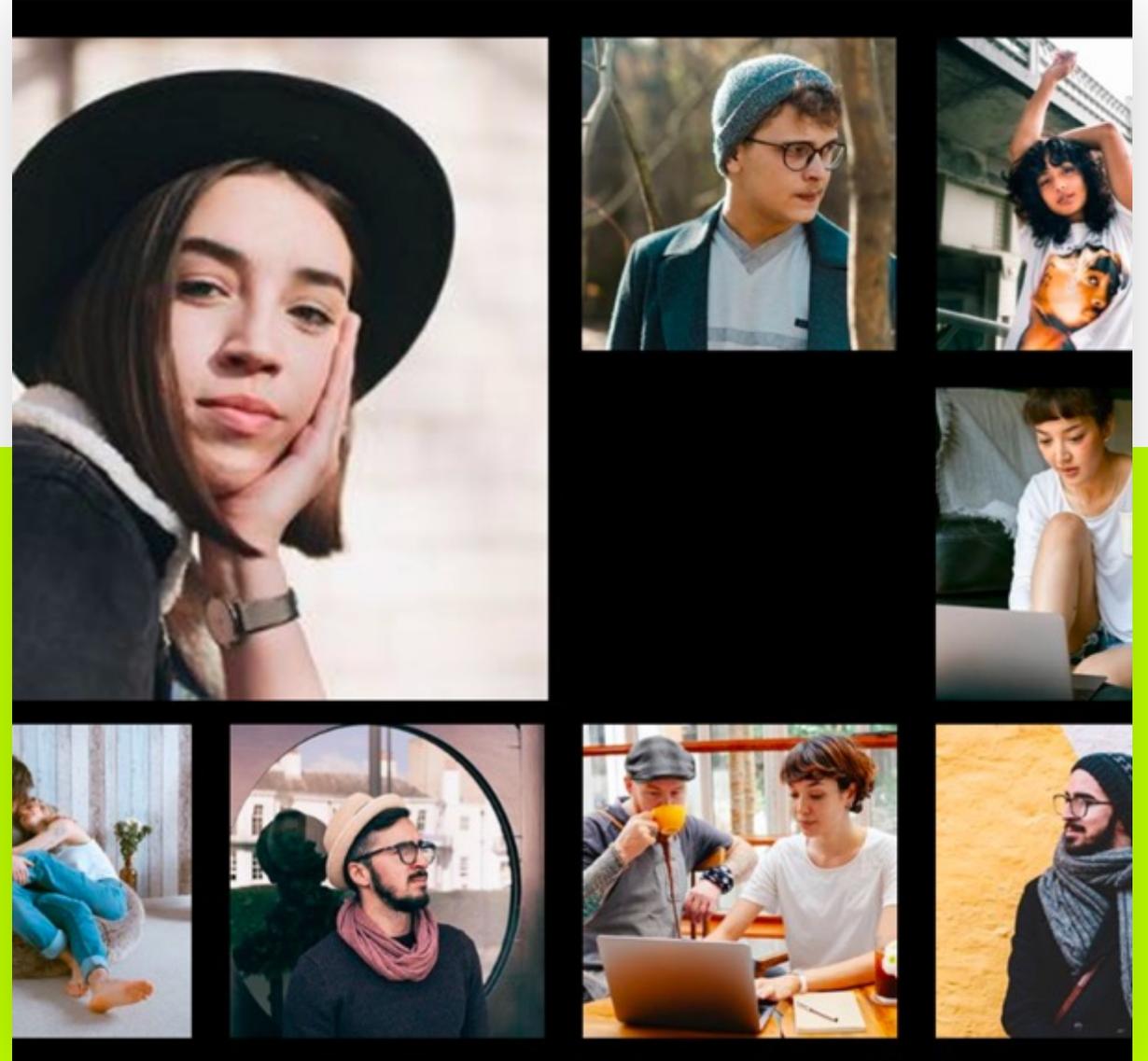




Fine Food Days Cologne.

# Nachhaltige Erlebnisse und Angebote für Sarah

- (außergewöhnliche) Möglichkeiten bieten, positiv Einfluss zu nehmen (Trendsetter)
- Integration ins urbane Lebensumfeld
- Hohes Gesundheitsbewusstsein (z.B. Fitness, Ernährung)





Körnerstraße.

**Und wie kommunizieren wir die  
Nachhaltigkeit dann passend?**

# Nachhaltigkeit kommunizieren für Julia und Michael Schreiber

- Online, offline, Print, Dokumentation... sind sehr offen für Inhalte auf vielen Wegen
- Wissensdurst stillen, Horizont erweitern
- Transparenz schaffen: Was wird getan in Sachen Nachhaltigkeit? Auch Unperfektes kommunizieren
- Alle Sinne ansprechen



# Die Geschenkideen der Fattoria La Vialla

Die Fattoria La Vialla stellt ihre italienischen Spezialitäten eigenständig, auf handwerkliche Weise und mit der biologischen und biodynamischen Anbaumethode her. Seit beinahe 30 Jahren liefert sie ihre weingastronomischen Erzeugnisse in Kartons, **Geschenkpäckungen** und **-Körben** direkt an die Familien. Die Idee dazu kam von den Gästen selbst, die auf der Fattoria Ferien machten. Nach ihrer Heimreise wollten sie gern die Köstlichkeiten, die sie dort gekostet hatten, für sich bestellen oder ihren **Freunden schenken** können. Also rüsteten die „Viallini“ sich dementsprechend aus und lieferten die Erzeugnisse zunächst mit Kleintransportern.



Fattoria la Vialla

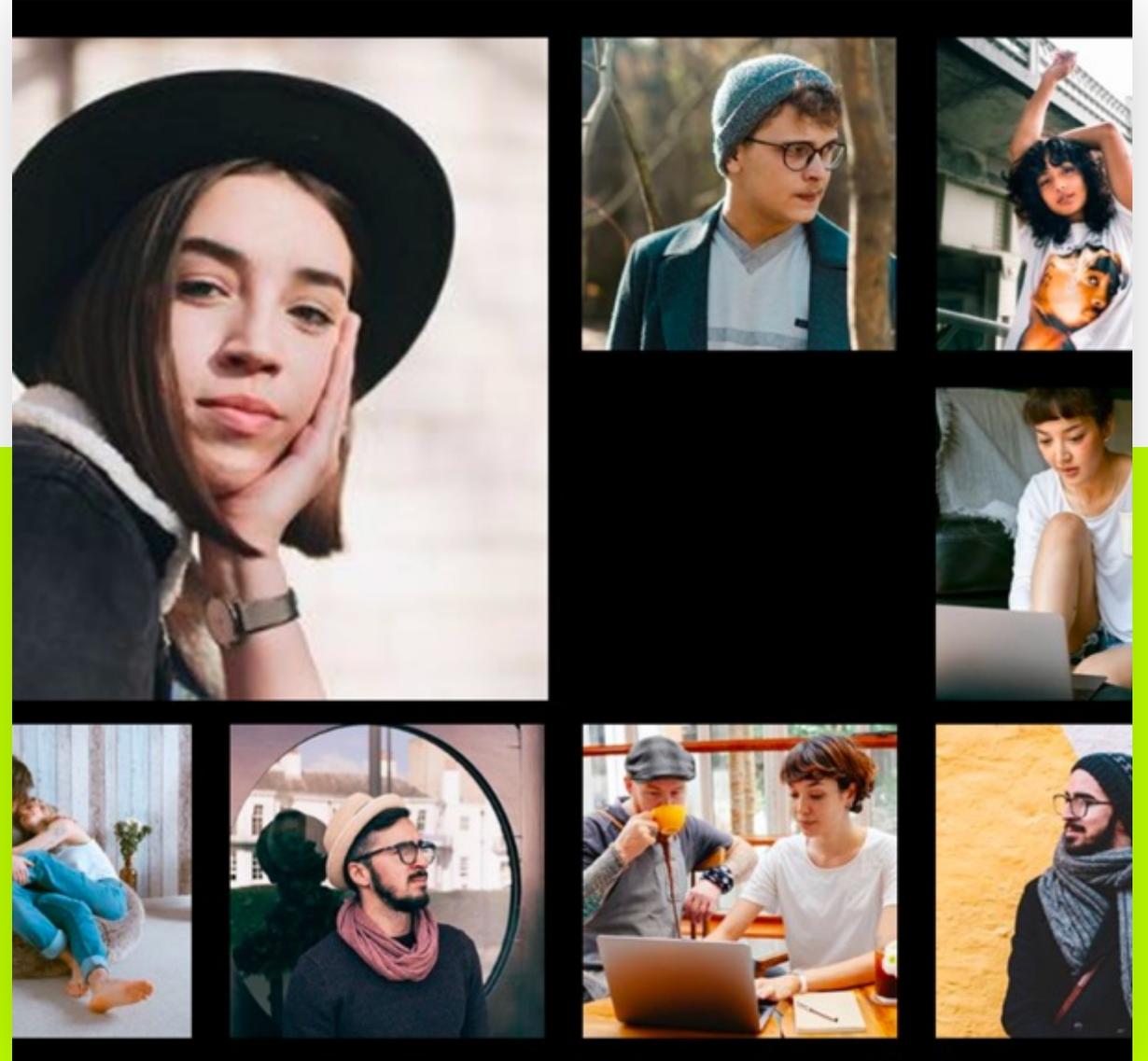
# Ein paar konkrete Ideen für die Ansprache von Julia und Michael

- Sie legen Wert auf Regionalität? Wir auch und daher kommen die Zutaten auf Ihrem Teller von...“
- „Wir haben uns Gedanken gemacht, wie wir Ihren Urlaub noch nachhaltiger...“
- „Sie tragen dazu bei...“
- „Lassen Sie Ihr Auto stehen und nutzen Sie unsere elektrischen Alternativen.“
- „Unsere smarten Zimmer ermöglichen Ihnen ein noch klimabewussteren Aufenthalt...“
- „Wir bieten unsere Mitarbeiter\*innen viele entspannte Stunden im hauseigenen Fitness, damit Sie entspannt Urlaub machen können.“



# Nachhaltigkeit kommunizieren für Sarah

- Online first! Vor allem Social Media, geeignete Portale und Online Magazine
- Lifestyleaspekte integrieren (regionale Produkte, Mode etc.)
- Optionen aufzeigen und „das besondere etwas“ bieten
- Vorreiter-Rolle aufzeigen durch Nutzung des Angebots



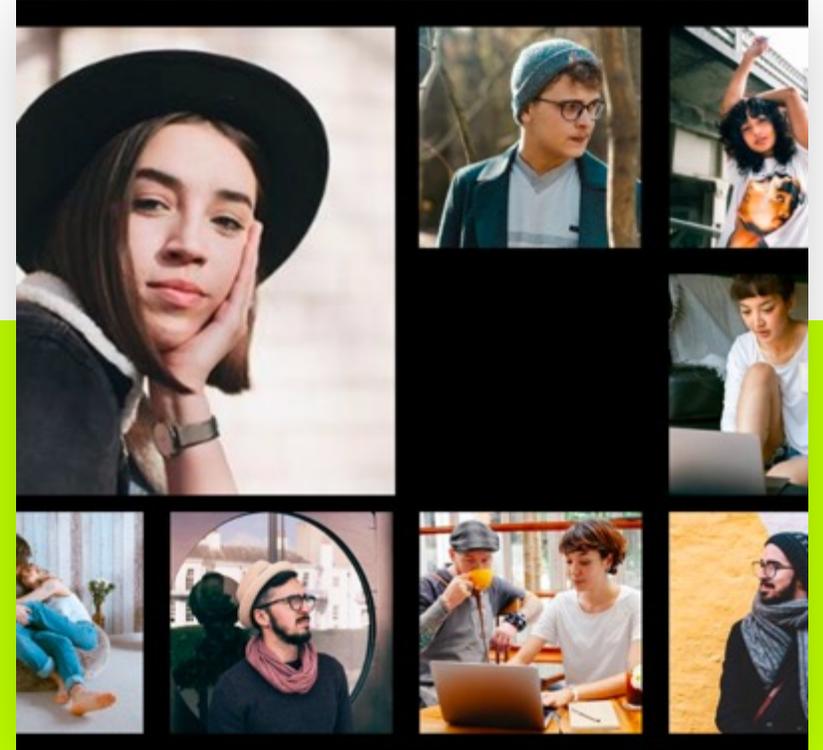
**IT'S LIKE MILK  
BUT MADE  
FOR HUMANS.**

Oatly



# Ein paar konkrete Ideen für die Ansprache von Sarah

- „Neue Orte entdecken und dabei nachhaltig sein...“
- „Du willst nicht nur das Klima schützen,...“
- „Wir bieten Dir verschiedene nachhaltige Optionen, um vor Ort mobil zu sein.“
- „Kompensieren kann ja jeder! Nimm direkten Einfluss und...“
- „Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit kommen bei uns ganz bestimmt auf ihre Kosten.“
- „Vielfältiges kulinarisches Angebot mit regionalen Wurzeln.“





Jetzt seid ihr dran.

