



# Nachhaltig Kommunizieren

Von Nudging im Lebensmittelbereich und Storytelling entlang der Customer Journey

Lunch & Learn

Dominika Mazurkiewicz

15. November 2023

# Agenda



- 1. Kommunikation entlang der Customer Journey
- 2. Storytelling in der Kommunikation
- 3. Nudging in der Lebensmittelbranche

# Einleitung.





# Zielgruppen.



### Gästetypen bezogen auf Nachhaltigkeit:

- 1. Überzeugungs-Gäste
- 2. "Was habe ich davon?"-Gäste
- 3. Nicht Interessierte



# Storytelling.



- Storytelling = Erzählmethode, in der Botschaften in Form einer Geschichte kommuniziert werden
- Mögliche Inhalte: Herkunft Zutaten, umweltfreundliche Kochmethoden, Abfallmanagement, etc.
- Ziel: Emotionale Ansprache
- Medien: Gespräche, Social Media, Website,
   Speisekarte, etc.



# Storytelling.



- Botschaft festlegen
- 2. Authentizität
- 3. Glaubwürdige Helden
- 4. Produkt nicht aus den Augen verlieren
- 5. Plot sinnvoll aufbauen
- 6. Zielgruppen richtig ansprechen
- 7. Storytelling als Teil der Marketing-Strategie

# Beispiel.





### Studio Inés Lauber



# **Customer Journey.**





# Informations suche.





# Reservierung/Anfrage.



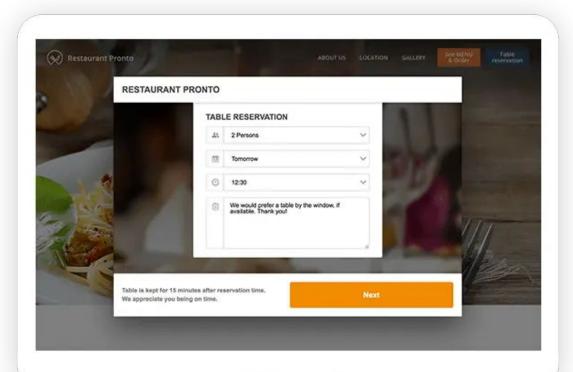


Foto: ORACLE GloriaFood

# Ankunft/Platzierung.



- Einrichtung
- Mitarbeitende
- Poster
- Aufsteller
- Tafeln



### **Aufenthalt: Aufsteller.**









Produkt-Aufsteller



**Tischset** 

### Kommunikationsstil.





#### Einfach

Klare Botschaften, keine großen Zahlen, Ergänzung durch Bilder

"Ein Drittel der Lebensmittel pro Teller landen weltweit in der Tonne – 50 % davon können wir vermeiden!"

1

#### **Positiv**

Positive Formulierungen ohne erhobenen Zeigefinger.

"Wir gehen sehr sorgsam mit Lebensmitteln um, damit weniger weggeworfen wird."

2

#### **Ehrlich**

Engagement zeigen und wahrheitsgemäß kommunizieren.

Wir bereiten unsere Speisen frisch zu, viele davon auch im Front-Cooking."

3

#### Verbindend

Hervorheben gemeinsamer Aktivitäten und Gäste zum mitmachen einladen.

"Gemeinsam gegen Verschwendung"

4

### **Aufenthalt: Buffet.**







Fotos: Sustainable Food Tools, Futouris

# Nudging.





Nudging = Verhalten eines Menschen ohne finanzielle Anreize oder Verbote zu ändern und ihn so in eine gewünschte Richtung zu "stupsen"

(Thaler und Sunstein, 2008)

# Nudging.



Kleine Teller am Buffet können weniger vollgefüllt werden als große Teller



Weniger Essen bleibt auf den Tellern liegen und muss entsorgt werden



### **Aufenthalt: Speisekarte.**



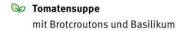
- Nachhaltige Gerichte am Anfang und auf der linken Seite platzieren
- Beliebte (nicht nachhaltige) Gerichte unauffällig positionieren
- Einlegekarten gegen Monotonie
- Farben und Hervorhebungen für mehr Aufmerksamkeit
- Beschreibende Namen und blumige Sprache
- Vegan/vegetarische und tierische Gerichte nicht separieren, aber kennzeichen

"Auf der Haut gebratener Zander mit Duftreis und sautiertem Gemüse"

VS.

"Zander mit Reis und Gemüse"

#### SUPPEN



Pfifferlingrahmsuppe

Kraftbrühe mit Kräuterfrittaten

# Schockieren?





# Aufenthalt: Speisekarte.

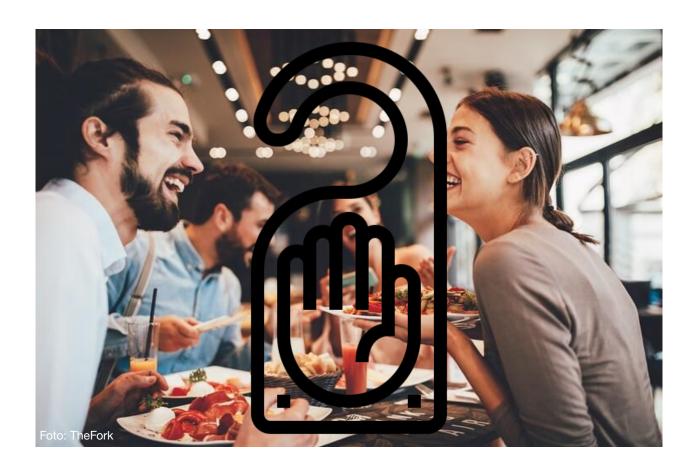






# Aufenthalt: Essen.





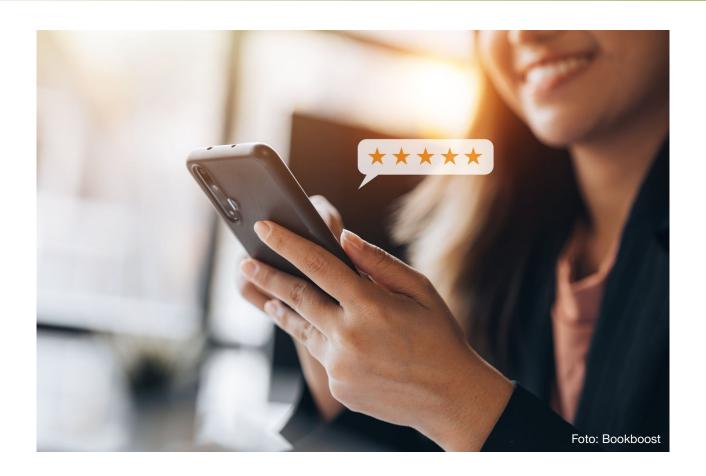
# Verabschiedung.





# Post-Stay-Kommunikation.





### Werkzeuge.



- Handbuch "Sustainable Food Tools Instrumente für die Gästekommunikation" → https://sustainable-food.futouris.org/wp-content/upl oads/sites/3/2022/12/Handbuch zur Gastekommuni kation von nachhaltigen Speisen.pdf
- Checkliste (Nudging und Kommunikation) →
   https://sustainable-food.futouris.org/wp-content/upl oads/sites/3/2022/11/Checkliste Nudging.pdf





# **Haben Sie Fragen?**







# Bei Fragen stehen wir Ihnen gern zur Verfügung!

Dominika Mazurkiewicz

+49 (0) 40 / 53 93 00 12

+49 (0) 151 10385975

dm@klimapatenschaft-tourismus.de