



## Nachhaltigkeitskommunikation Teil 2

### Wie kommuniziere ich Nachhaltigkeit mit Kunden und Lieferanten?

Nachhaltigkeit gegenüber deinen B2B-Kontakten (Business to Business) wie geschäftliche Gäste und Lieferanten zu kommunizieren, erfordert einen etwas anderen Ansatz als bei z.B. Individual-Gästen oder Mitarbeitenden. B2B-Kunden können beispielsweise Geschäftsreisende oder Tagungsgäste sein. Bei der Kommunikation geht es verstärkt um eine professionelle, partnerschaftliche Zusammenarbeit, die nachhaltige Werte und Maßnahmen in den Mittelpunkt stellt.

Den Unterschied in der Kommunikation zum Endverbraucher, also den Gästen und den Mitarbeitenden, und den Business-Kontakten herauszustellen, ist aus mehreren Gründen von Belang:

- Ab Januar 2025 werden alle im bilanzrechtlichen Sinne großen Unternehmen in Bezug auf Nachhaltigkeit berichtspflichtig. Als groß gelten die Unternehmen, wenn:
  - die Unternehmen zwei der drei folgenden Größenkriterien erfüllen:
    - Bilanzsumme von mindestens 25 Millionen Euro,
    - Nettoumsatzerlöse von mindestens 50 Millionen Euro,
    - mindestens 250 Beschäftigte.

Zusätzlich werden kleine und mittlere Unternehmen ab zehn Mitarbeitenden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung verpflichtet, sofern eine Kapitalmarktorientierung vorliegt.

Das bedeutet für gastgewerbliche Betriebe, die nicht berichtspflichtig sind, trotzdem, dass Antworten auf Fragen hinsichtlich Nachhaltigkeit anfallen könnten.

- Insbesondere ist das der Fall, wenn der Betrieb auf die Ausrichtung von Tagungen oder das Beherbergen von Tagungsgästen großer Unternehmen ausgelegt ist. Somit überträgt sich die Berichtspflicht indirekt auch auf kleine und mittlere Betriebe, die nicht kapitalmarktorientiert sind.
- Zudem verändert sich die Werteorientierung auch in geschäftlichen Beziehungen. Auch, wenn weder Lieferanten noch Betriebe berichtspflichtig sind, kann dennoch Wert auf einen zukunftsfähigen Austausch gelegt werden.
- Mehr zu Berichtspflicht gibt es bei der Initiative des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales [CSR in Deutschland](#).



Um euch die Arbeit dahingehend zu erleichtern, haben wir ein paar Tipps zusammengestellt, wie euch die Kommunikation gelingen kann:

### 1. Transparenz und Zertifizierungen:

- **Zertifikate und Standards:** Wenn dein Betrieb über Nachhaltigkeitszertifikate verfügt, präsentiere diese deinen Geschäftspartnern. Zertifizierungen geben zusätzliche Glaubwürdigkeit und können als Qualitätsmerkmal in der B2B-Kommunikation genutzt werden. Allerdings ist hier Vorsicht geboten: Überprüfe Zertifikate, Standards und Auszeichnungen immer auf ihre Seriosität, ansonsten kann es teuer werden! Weitere Informationen findest du in dem spannenden Artikel von [Top Hotel](#).
- **Transparente Lieferketten:** Erkläre, wie dein Betrieb auf nachhaltige Beschaffung achtet und welche Kriterien für die Auswahl von Lieferanten gelten (z.B. regional, fair gehandelt, umweltfreundlich, bio, etc.). Dafür lohnt es sich auch ein Unternehmensleitbild für Nachhaltigkeit zu erstellen. Informationen dazu, gibt es bereits in [Teil 1](#). Ein ausführlicher Beitrag folgt in Kürze in unseren [Downloadbereich](#).

### 2. Partnerschaften und Zusammenarbeit:

- **Kooperation mit nachhaltigen Lieferanten:** Kommuniziere klar, dass du bevorzugt mit Lieferanten zusammenarbeitest, die nachhaltige Praktiken fördern. Diese Partnerschaften kannst du hervorheben, indem du Lieferanten in deiner Kommunikation nennst und damit ein Netzwerk von Nachhaltigkeitspartnern aufbaust. Wenn du auf der Suche nach nachhaltigen Produkten für deinen Betrieb bist, schau doch mal bei [komodea](#) vorbei.
- **Gemeinsame Projekte:** Entwickle gemeinsame Nachhaltigkeitsprojekte mit deinen Lieferanten und B2B-Kunden (Unternehmen, die regelmäßig bei dir buchen). Das könnte z.B. die Einführung von Mehrwegverpackungen, die Reduzierung von Lebensmittelabfällen oder die Nutzung nachhaltiger Energiequellen sein. Oder bist du bereits Teil eines Projektes? Super! Teile es doch auf den Kanälen, die du nutzt.

### 3. Nachhaltige Geschäftspraktiken demonstrieren:

- **Nachhaltige Meetings und Events:** Wenn du Geschäftstreffen, Konferenzen oder Events veranstaltest, stelle sicher, dass diese nachhaltig gestaltet sind (z.B. durch umweltfreundliche Caterings, Reduzierung von Papier, digitale Kommunikation). Kommuniziere klar, dass dein Betrieb auch in der Geschäftsabwicklung auf Nachhaltigkeit achtet. Solltest du diesbezüglich Unterstützung benötigen, frag gerne bei den DEHOGA Coaches für Nachhaltigkeit nach. Wir haben immer Ideen, welche kleinen Kniffe dein Event nachhaltig nach vorne bringen.
- **Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen:** Wenn du Produkte oder Dienstleistungen anbietest, die besonders nachhaltig sind (z.B. klimaneutrale Zimmer, Green Meetings, regionale Verpflegung), biete diese gezielt deinen Geschäftskunden an und mache sie auf diese Vorteile aufmerksam. Trage diese auch nach außen, um neue Kunden zu gewinnen, denn berichtspflichtige Unternehmen schauen immer nach Betrieben mit entsprechenden Nachhaltigkeitsstandards.

### 4. Langfristige Geschäftsbeziehungen aufbauen:

- **Verbindlichkeit zeigen:** Kommuniziere klar, dass dein Betrieb langfristig auf Nachhaltigkeit setzt. Das schafft Vertrauen bei Kunden und Lieferanten, die auch Wert auf langfristige, stabile Beziehungen legen.
- **Nachhaltigkeits-Klauseln in Verträgen:** Erwäge, Nachhaltigkeitskriterien in deine Verträge mit Lieferanten und Geschäftspartnern aufzunehmen. Damit signalisierst du, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein Marketingthema, sondern ein verbindlicher Teil deiner Geschäftsbeziehungen ist.

Durch diese Maßnahmen kannst du Nachhaltigkeit als festen Bestandteil deiner B2B-Kommunikation etablieren und so nicht nur deine Marke stärken, sondern auch langfristige, nachhaltige Partnerschaften aufbauen.

Die DEHOGA Coaches für Nachhaltigkeit unterstützen gerne, Maßnahmen für nachhaltiges Handeln transparent nach außen zu tragen.



**DEHOGA**  
NORDRHEIN-WESTFALEN

*DEHOGA COACHES*

■ ■ ■ ■ FÜR NACHHALTIGKEIT UND DIGITALISIERUNG

Die Informationen in diesem Dokument sind allgemeiner Art und dienen lediglich dazu, die Möglichkeiten der Nachhaltigkeit dem Interessierten vorzustellen. Der DEHOGA übernimmt die Haftung für diese Inhalte gemäß den gesetzlichen Bestimmungen. Die Zusammenstellung der Informationen erfolgt mit der gebotenen Sorgfalt. Für Entscheidungen, die der Verwender auf Grund der vorgenannten Informationen trifft, übernehmen wir keine Verantwortung.

**Ihre Ansprechpartnerin Pia Weselowski, DEHOGA Coach**

DEHOGA Nordrhein-Westfalen e.V. · Hammer Landstraße 45 · 41460 Neuss · 02131 7518 227

weselowski@dehoga-nrw.de · dehoga-nrw.coach