

# Kriterien zur Publikation der Unternehmensprofile auf dem Wohlfühl-Atlas der touristischen Wohlfühl-Angebote im Südlichen Ostseeraum

## Leitlinien zur Verwendung der Wohlfühl-Kriterien

Wohlfühl-tourismus ist Tourismus, der die Harmonie und Ausgeglichenheit von Körper, Geist und Seele von Gästen und Gastgebern in einer nachhaltigen Zusammenarbeit mit der lokalen Bevölkerung und Umwelt unterstützt.

Mit Hilfe der Wohlfühl-Kriterien können Sie herausfinden, wie gut Ihr Unternehmen im Bereich des Wohlfühl-Tourismus aufgestellt ist. Wenn Sie die meisten Fragen zur Selbsteinschätzung positiv beantworten, können Sie einen Eintrag auf dem Wohlfühl-Atlas des Südlichen Ostseeraums gestalten. Damit werden Sie für Kunden aus dem Bereich des Wohlfühl-tourismus sichtbar.

Arbeitsgrundlage eines jeden Wohlfühl-Anbieters sind dabei diese fünf Werte:

1. Einem **ehrlichen** Tourismusanbieter können Gäste vertrauen. Für ihn ist Ehrlichkeit ein Ausdruck von Moral und Verantwortung und gehört deshalb zum inneren Wohlbefinden dazu.
2. **Achtsamkeit** bedeutet, Sie sind aufmerksam und nehmen Ihre Umgebung genau wahr. Sie verstehen die Zusammenhänge und welche Reaktionen sie hervorrufen. Sie sehen, hören zu und bedenken Ihre Reaktion.
3. **Fürsorglich** ist, wer sich um die physischen und emotionalen Bedürfnisse anderer kümmert. Empathie, Mitgefühl und Rücksicht gehören für Sie selbstverständlich dazu.
4. **Freundlichkeit** beinhaltet eine positive Einstellung und rücksichtsvolles Verhalten.
5. **Freude** ist ein Zustand von Wohlbefinden, der von positiven und freudigen Gefühlen zeugt. Ein freudiges Zusammentreffen kann Glück in Ihr Leben bringen.

Ein Wohlfühlanbieter wendet diese Werte in seinem Arbeitsalltag stets an und integriert sie in seine Dienstleistungen für den Gast. Der Wohlfühl-Tourismus betrachtet vier verschiedene Gruppen von Wohlfühlunternehmen: Unterkünfte, Gastronomie, Produkte und Dienstleistungen. Für jede dieser Gruppen wurde ein Fragebogen zur Selbsteinschätzung entwickelt. Das Beantworten der Fragen dauert ungefähr 15-25 Minuten.

## Hinweise zum Fragebogen

Zur Beantwortung des Fragebogens ist eine kurze Registrierung notwendig, damit Ihre Ergebnisse gespeichert werden können. Je nachdem in welcher Branche Sie tätig sind, können Sie eine oder mehrere Fragebögen beantworten. Bieten Sie zum Beispiel neben regionalen Produkten auch gastronomische Leistungen an, können Sie eine Selbsteinschätzung zu beiden Bereichen vornehmen. Wenn Sie die Anforderungen erfüllen, werden Sie in beiden Kategorien auf dem Wohlfühl-Atlas präsentiert.

Jeder Fragebogen besteht aus 20 Fragen. Um auf der Webseite präsent zu sein, müssen Sie fünf Pflichtfragen positiv beantworten sowie insgesamt mindestens 75% der Fragen.

Hinweis: Manche Fragen können Sie mit „nicht zutreffend“ beantworten, ohne dass diese Einfluss auf Ihr Ergebnis haben.

# Kriterien zur Publikation der Unternehmensprofile auf dem Wohlfühl-Atlas der touristischen Wohlfühl-Angebote im Südlichen Ostseeraum

## Unternehmenstyp: Dienstleistung

### 1. Verfolgen Sie eine Strategie zur Minimierung des Abfalls während Ihrer Dienstleistungen?

z.B.: Für den Fall, dass Sie Essen / Trinken anbieten, vermeiden Sie Einmal-Geschirr und Wegwerfartikel. Sammeln Sie Müll, wenn Sie in der Natur unterwegs sind.

2. Minimieren Sie die Nutzung von Plastik-Wegwerfprodukten, wenn es die Hygienevorschriften zulassen?

z.B.: Becher, Besteck, Gebrauchsgegenstände, abgepackten Zucker / Kekse / Kaffee, unnötige Verpackungen für Lebensmittel werden vermieden.

3. Achten Sie darauf, dass die Zutaten für Fleisch- und Fischgerichte nachhaltig oder lokal produziert worden sind?

z.B.: zertifizierte Ware mit Labeln wie WWF, MSC, Bio-Lebensmittel, lokales\* bzw. regionales\* Wildfleisch oder Fisch (\*im Umkreis von 250 km)

*Hinweis: Antwortmöglichkeit "Wir bieten keine tierischen Produkte an"*

4. Nutzen Sie einen hohen Anteil von zertifizierten Bio-Zutaten, fertigen Snacks und Getränken?

### 5. Stellen Sie Ihren Gästen Informationen zur Verfügung, wie Sie mit klimafreundlichen Verkehrsmitteln zu erreichen sind (auf ihrer Webseite, im Buchungssystem)?

z.B.: Sie informieren die Gäste über Verbindungen des ÖPNV. Sie wählen den Startpunkt für ihre geführte Tour an einer Haltestellen des ÖPNV und die Startzeit entsprechend der Ankunftszeiten.

6. Bieten Sie Ihre Dienstleistungen zumindest zum Teil auch in der Nebensaison an?

Erläuterung: Um die Belastungen durch den Tourismus auf das ganze Jahr zu verteilen, ist eine ganzjährige Öffnung von Vorteil.

7. Nutzen Sie einen hohen Anteil regionaler\* oder lokaler\* Zutaten für Ihre Lebensmittel und informieren Sie ihre Gäste hierüber? (\*aus dem Umkreis von max. 250 km)

z.B.: Bieten Sie Gerichte aus saisonal verfügbaren Zutaten an.

8. Sind Sie sich beim Kauf von Produkten oder Materialien aus ethisch sensiblen Regionen der sozialen Verantwortung des Fair Trade bewusst?

z.B.: Fair Trade Kaffee, Kakao, Schokolade, Bananen, Zucker, Tee, Orangensaft, Gewürze usw.

9. Tragen Sie aktiv zum Wohlstand Ihrer Region bei?

z.B.: Spenden oder investieren Sie einen Teil Ihres Gewinns an soziale Projekte, teilen Sie Ihr Wissen kostenlos z.B. mit Schulen, Seniorenbetreuung, Jungunternehmern, Jugendgruppen, spenden Sie Ihre Dienstleistung an Bedürftige, engagieren Sie sich in einer Partnerschaft mit Naturschutzgebieten oder Nationalparks.

### 10. Arbeiten Sie mit lokalen Initiativen, Vereinen, Organisationen, anderen Unternehmen und Tourismusverbänden zusammen?

z.B.: Machen Sie Ihre Gäste auf andere Reiseziele in der Umgebung aufmerksam, empfehlen Sie andere regionale Dienstleistungen und Produkte, arbeiten Sie mit anderen Unternehmen Dienstleistungen und Auftragnehmern zusammen.

11. Bemühen Sie sich darum, Ihre Dienstleistung mit dem lokalen Natur- und Kulturerbe zu verbinden?

z.B.: Sie arbeiten mit den lokalen Gemeinden und Vereinen zusammen und organisieren spezielle, historische Veranstaltungen mit ihnen. Während Ihrer Dienstleistung servieren Sie traditionelles Essen. Touristenführer sind in der lokalen Geschichte geschult und erzählen fesselnde Geschichten. Generelles Interesse daran, dass Ihre Dienstleistung das lokale Natur- und Kulturerbe schützt / entwickelt und zu einer lebendigen ländlichen Region beiträgt.

## **Kriterien zur Publikation der Unternehmensprofile auf dem Wohlfühl-Atlas der touristischen Wohlfühl-Angebote im Südlichen Ostseeraum**

12. Verfolgen Sie eine Strategie zur Kundenzufriedenheit für eine positive Kommunikation mit Ihren Gästen?

z.B.: Eine einladende und kundenorientierte Servicementalität, ein echtes Interesse an der Person hinter dem Gast, Wertschätzung dem Gast gegenüber zeigen, Evaluierung des Kundenservice, Gäste können einfach und anonym Feedback geben.

13. Begrüßen Sie Ihre Gäste vorurteilsfrei ?

Erläuterung: Sie akzeptieren Personen jeden Alters, Geschlechts, sexuellen Orientierung, Ethnie und religiösen Glaubens.

14. Enthält ihre Dienstleistung physische Bewegung oder ermuntert sie die Gäste dazu?

z.B.: Mündliche oder schriftliche Informationen, die die Gäste zur Nutzung der Treppe, zum Fahrradverleih, zur Teilnahme an einer sportlichen Aktivität oder zum Besuch von Attraktionen in Laufdistanz auffordern. Eine geführte Wander-/Fahrrad-/Kanutour.

**15. Ist Ihre Dienstleistung mit Natur verbunden oder erbringen Sie sie wenn möglich draußen in einem natürlichen Umfeld?**

z.B.: Die Dienstleistung findet in einem natürlichen Umfeld statt. Falls das für die Dienstleistung nicht möglich ist, gestalten Sie ein möglichst naturnahes Umfeld (z.B. mit Dekoration oder natürlichen Rohstoffen).

16. Bieten Sie ihren Gästen eine extra Aufmerksamkeit gratis an?

z.B.: Willkommensgetränk/~snack; Souvenir am Ende; Gutschein für die nächste Inanspruchnahme einer ähnlichen Dienstleistung bei Ihnen oder einem Ihrer Partner.

17. Befinden sich Information zu 1. Hilfe, der nächstgelegenen medizinischen Versorgung sowie Telefonnummern zu Ärzten und Notrufnummern in Ihrem Informationsmaterial?

Erläuterung: Notwendige Notfallinformationen werden vor Beginn der Dienstleistung an den Kunden ausgegeben.

18. Bieten Sie eine Auswahl an vegetarischen oder veganen vollwertigen Gerichten (keine Vorspeisen oder Beilagen) oder Menüs an?

Erläuterung: Es handelt sich um ein vollwertiges Gericht, das eine ausgewogene Alternative zu Fleischgerichten darstellt.

**19. Bezahlen Sie ihren Angestellten faire Löhne auf der Basis gesetzlicher Vorschriften und entsprechend ihrer Qualifikation, unabhängig von Geschlecht und ethnischer Herkunft?**

Erläuterung: Angestellte mit gleichen Qualifikationen erhalten Lohn in selber Höhe.

20. Verfolgen Sie eine Strategie der kollegialen Kommunikation zwischen den Beschäftigten?

z.B.: Nutzen sie positive Worte bei Mitarbeitergesprächen. Strahlen Sie eine positive Einstellung aus. Setzen Sie Dienstbesprechungen an, um Arbeitsdetails offiziell zu besprechen. Integrieren Sie Ihre Angestellten in den Organisationsprozess. Führen Sie ein System der Evaluierung der Mitarbeiterzufriedenheit ein.