

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 Wohlfühl-anbieter 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 Wohlfühl-unternehmen: 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: Produkte

1. Verfolgen Sie eine Strategie zur Minimierung der Verschwendung in Ihrer Produktion, Transport und Präsentation Ihrer Produkte?

z.B.: Unnötige Verpackung vermeiden, Wiederverwendung von Resten für andere Produkte; Nutzung von Recyclingmaterialien für die Produktion; Verkauf von Materialresten an eine dritte Partei zur Weiterverwendung.

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. Nutzen Sie für Ihre Produkte Zutaten oder Elemente, die nachhaltig oder selbst produziert wurden?

z.B.: zertifizierte oder anderweitig nachgewiesene nachhaltige Rohstoffe, z.B. Verzicht auf Palmöl, Nutzung von Fair Trade Produkten, Bio-Lebensmitteln, Öko-Textilien, zertifiziertem Holz.

4. Achten Sie auf die Qualität Ihrer Rohmaterialien anstatt die günstigste Alternative zu kaufen?

5. Verfolgen Sie eine Strategie zur Minimierung Ihrer CO₂-Emissionen für Zu- und Auslieferung?

z.B.: Standard Lieferung/Keine Expresslieferung; CO₂ Kompensation; Produktion und/oder Nutzung erneuerbarer Energien.

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. Sind die Zutaten oder Teile Ihrer Produkte aus Eigenproduktion oder regional*? (*aus dem Umkreis von 250km)

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

z.B.: z.B. Fair Trade Kaffee, Kakao, Schokolade, Bananen, Zucker, Tee, Orangensaft, Gewürze usw.
Hinweis: Antwortmöglichkeit "Wir benutzen keine Produkte aus ethisch sensiblen Regionen."

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 Produkte 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, beauftragen Sie lokale Lieferanten und Transportunternehmen wann immer möglich.

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

z.B.: Generelles Interesse daran, dass Ihre Produkte 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. Bemühen Sie sich darum, einen hohen Anteil von zertifizierten Bio-Zutaten oder Teilen für Ihre Produkte zu nutzen?

Hinweis: Die Antwortoption "Auf unsere Produkte trifft dies nicht zu." besteht.

13. Nutzen Sie klare und authentische Kommunikation bei Ihren Produktinformationen, Bildern und Verpackungen?

z.B.: Transparente Information des Kunden zum Inhalt und den Bestandteilen des Produktes.

14. 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.

15. Begrüßen Sie Ihre Gäste vorurteilsfrei ?

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

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

z.B.: Testen/Probieren der Produkte, Souvenir am Ende gratis, Gutschein für regionale Produkte anderer Partner/ Unternehmen.

17. Weisen Sie Inhaltsstoffe, die möglicherweise einen negative Gesundheitseffekt hervorrufen können (z.B. Allergene) klar auf der Verpackung Ihres Produktes aus?

18. Sind Ihre Produkte frei von künstlichen Zusatzstoffen?

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.