

STV FST
 Finkenhübelweg 11
 Postfach
 CH-3001 Bern

T +41 31 307 47 47
 F +41 31 307 47 48
 info@stv-fst.ch
 www.stv-fst.ch

STV FST
 Schweizer Tourismus-Verband
 Fédération suisse du tourisme
 Federazione svizzera del turismo
 Federaziun svizra dal turissem

WELLNESS DESTINATION

1. Januar 2021

KRITERIENKATALOG UND SELBSTDEKLARATION 2021–2023

1	Facts & Figures.....	2
2	Wellnessverständnis	3
3	Destinations-/Ortsmerkmale.....	4
4	Einbindung der Bevölkerung und Gäste	5
5	Tourismusorganisation/Tourist center	5
6	Anforderungen an Partner-Betriebe*	6
7	Wellness-Infrastruktur	7
8	Wellnessangebote	8
9	Kommunikation: Print und Web.....	10
10	Einzureichende Dokumente	11
11	Externes Audit	12

KONTAKT UND ANGABEN ZUR DESTINATION

Tourismusorganisation	Qualitäts-Verantwortliche/r Wellness Destination
Adresse	PLZ / Ort
E-Mail	Website
Telefon	Telefon direkt
Anzahl Hotels	Vorhandene Hotelbetten



1 FACTS & FIGURES

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Das Qualitätsprofil der «Wellness Destination» ist eine Selbsteinschätzung. Bitte reichen Sie Ihre Bewerbung für das Gütesiegel «Wellness Destination» bis zum 31. März 2020 in digitaler Form beim Schweizer Tourismus-Verband ein. Der STV prüft die Dossiers und die Auditoren kontrollieren die Destination bis Ende August 2020 vor Ort. Anschliessend entscheidet die Qualitätssicherungs-Kommission (QSK) über die Vergabe des Gütesiegels. Die Auszeichnung erfolgt bis spätestens Ende November des gleichen Jahres und wird schriftlich kommuniziert.

DEFINITION DER AUSZUZEICHNENDEN DESTINATION

Das Label zeichnet Ferienorte aus, die ihr Angebot im besonderen Mass auf die Bedürfnisse der Zielgruppe «Wellness-Gäste» ausrichten und ein besonderes Augenmerk dabei auch auf die Nachhaltigkeit ihrer Dienstleistungen richten. Der Gast verbindet den Begriff «Destination» mit seinem Ferien-Aufenthaltsort. Aus diesem Grund wird der Ort, in dem der Gast die massgeblichen Leistungen vorfindet, ausgezeichnet, und nicht die verantwortliche Organisationseinheit (Tourismusorganisation, DMO, etc.). Der Begriff «Destination» wird im Zusammenhang mit dem Label ausschliesslich im Sinne von «Ferien-Aufenthaltsort» verwendet. In der Vermarktung darf das Label von den Destinationen nur im Zusammenhang mit dem Namen des ausgezeichneten Ortes genutzt werden.

Die für die Auszeichnung nötigen Infrastrukturen und Angebote sind im Ferienort wie folgt lokalisiert:

Innerer Kreis: Die Wellness-Infrastruktur und das Angebot sind in einem Radius von 10 Minuten mit ortsüblichem Transportmittel erreichbar.

Äusserer Kreis: Die Wellness-Infrastruktur und das Angebot sind in einem Radius von 30 Minuten mit ortsüblichem Transportmittel erreichbar.

→Alle Punkte, die im inneren Kreis sein müssen, sind blau hinterlegt.

DEFINITION PARTNER-BETRIEBE

Betriebe, die mit ihrem Angebot massgeblich am auszuzeichnenden Angebot beteiligt sind und damit in der Selbstdeklaration in Erscheinung treten, werden als Partner-Betriebe der Destination bezeichnet (z.B. Hotel, Restaurant, Bad, Massagestudio, Transportunternehmung, Sportzentrum etc.). Sie müssen die Partner-Vereinbarung unterschreiben, welches sie zur Einhaltung der geforderten Kriterien und Richtlinien verpflichtet.

HOTELS (PUNKT 7)

In der Destination gibt es **mindestens zwei** Wellness- oder Medical-Wellness-Hotels **gemäss Spezialisierungskategorien im Rahmen der Klassifikation von HotellerieSuisse**. Oder mindestens **ein** Wellness- oder Medical-Wellness-Hotels nach Klassifikation von HotellerieSuisse und **ein öffentlich zugängliches Kurhaus «Gesundheit»**, welches Mitglied beim Verband Heilbäder und Kurhäuser Schweiz ist.

2 WELLNESSVERSTÄNDNIS

In einer Wellness Destination geht es darum, den ganzheitlichen Wellness-Ansatz zu leben. Sei dies durch die einheimische Bevölkerung, die Mitarbeitenden in Wellnessbetrieben oder den Gast selbst. Wellness als Lebensphilosophie und als Lebensstil. Der Gast wird mit verschiedenen Massnahmen und Angeboten darin unterstützt, sein eigenes Potenzial optimal zu nutzen, beispielsweise über ein gezieltes Training, Bewegung an der frischen Luft, eine bewusste Ernährung, Entspannungstechniken zur Stressreduktion usw. Dies geschieht optimalerweise unter Anwendung der ortsgebundenen Heil- und Therapiegrundlagen.

Damit das Wellnessverständnis einer Destination überprüft werden kann, muss mit der Bewerbung ein **gesamtheitliches Konzept** eingereicht werden, welches folgende Punkte beinhaltet:

- Destinationsstrategie mit darin ersichtlichem Schwerpunkt Wellness
- Positionierung der Destination im Bereich Wellness
- Marketingplan und Marketing-Massnahmen zum Thema Wellness
- Personelle Ressourcenplanung der verantwortlichen Person «Wellness Destination» (z.B. in Form eines Stellenbeschriebs)
- Nachweis eines Energiekonzepts, sowie konkrete Massnahmen zur Förderung der Nachhaltigkeit (ökologisch, ökonomisch, sozial)
- Qualitätssicherung: Aus dem Konzept geht hervor, was vor Ort aktiv gemacht wird, um die Qualität zu messen und zu verbessern
- Begründung, weshalb die Destination das Label erlangen will und erhalten soll

Der Umfang des Konzepts ist frei, es müssen jedoch alle oben beschriebenen Punkte darin abgebildet sein.

3 DESTINATIONS-/ORTSMERKMALE

→ Zwingend: mind. 7 Kriterien müssen erfüllt und mind. 5 davon im inneren Kreis (blau hinterlegt) sein.

	erfüllt	Beschreibung/Erklärung	Externes Audit (<i>bitte leer lassen</i>)
Parkanlage, Grünfläche im Zentrum Beschreibung: Beschilderung, Grösse etc.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Waldgebiet oder Gebirge Beschreibung: Fläche, Routen, Zeit, Erreichbarkeit etc.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Naturschutzzone, Natur- oder Nationalpark Beschreibung: Fläche, Erreichbarkeit, Touren	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Spezielle Naturerlebnisse, z.B. Wasserfall, Schlucht Beschreibung: Art/Besonderheit	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Gewässer oder Thermal-/Mineralquelle Beschreibung: Bad, See, Fluss	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Ortsgebunde, natürliche Heilmittel Beschreibung: Heilerde, Torf, Schlamm, Kräuter, Luft, Sole, Wasser	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Kraftorte, Pilger Routen Beschreibung: Schluchten, Wasserfälle, Jakobsweg, Kapellen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Kultur Authentisches Dorfbild, gelebte Tradition, regelmässige Gästeveranstaltungen Beispiele: Lesungen, Führungen, Museen, Handwerk erleben, Schaukäseerei etc. (Muss erlebbar sein; konkretes Angebot, das sich auf Wellness-Philosophie bezieht und im Veranstaltungskalender publiziert ist.)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Verkehrsberuhigte Zonen / Fussgängerzonen / Begegnungszonen Tempo max. 30 km/h	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Erreichbarkeit / öffentlicher Verkehr Das Zentrum der Destination ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

4 EINBINDUNG DER BEVÖLKERUNG UND GÄSTE

	erfüllt	Beschreibung/Erklärung	Externes Audit (bitte leer lassen)
Ämter, Behörden sowie sonstige Einrichtungen der Destination (Vereine, Unternehmen) setzen sich zusammen mit der Tourismusorganisation für die Verbesserung der Rahmenbedingungen der Gesundheit von Bevölkerung und Gästen ein. <input type="checkbox"/> Nachweise sind einzureichen.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Gesundheitsbewusste Regionalpolitik: Bei allen betreffenden Planungen und Entscheidungen ist zu dokumentieren, dass die Planung/Entscheidung zumindest keine negativen Auswirkungen auf die gesundheitliche Lebensqualität der Bevölkerung und Gäste hat. <input type="checkbox"/> Mind. drei Nachweise (Teile des Nachhaltigkeitskonzepts) sind einzureichen.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

5 TOURISMUSORGANISATION / TOURIST CENTER

5.1 Tourismusorganisation

	erfüllt	Beschreibung/Erklärung	Externes Audit (bitte leer lassen)
Die TO ist die erkennbare Schnittstelle zwischen sämtlichen Wellness-Anbietern vor Ort, gegenüber Gästen und der Bevölkerung. Es gibt in der TO eine verantwortliche Person, die alles zum Thema Wellness koordiniert, ein abgestimmtes Angebotsportfolio gemeinsam mit den Partnern entwickelt und für die Schulung der TO-Mitarbeiter verantwortlich ist Ein Stellenbeschrieb der verantwortlichen Person gemäss Kapitel 2 wird der Prüfstelle eingereicht.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Die Zielgruppe Wellnessgäste bildet einen Schwerpunkt in der Kommunikation. <input type="checkbox"/> Ein Nachweis ist zu erbringen (Website, Produkte, Broschüren, Strategiepapier o.Ä.).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Die TO ist mit dem Qualitäts-Gütesiegel des Schweizer Tourismus (QI-III) ausgezeichnet.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Eine Servicekette für die Zielgruppe Wellness ist erstellt (analog QI). <input type="checkbox"/> Ein Nachweis ist einzureichen.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Ein Aktionsplan für den Bereich Wellness wird erstellt und eingereicht. <input type="checkbox"/> Ein Nachweis ist jährlich einzureichen.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

Mind. 1-mal jährlich werden alle Partner-Betriebe zu einem «Wellness-Produkte-Workshop» eingeladen. <input type="checkbox"/> Ein Protokoll oder eine Aktennotiz inkl. Teilnehmerliste ist einzureichen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Während der Auszeichnungsperiode werden mind. drei Produkte-/Angebotsentwicklungen oder Angebotsweiterentwicklungen mit Schwerpunkt Wellness ausgewiesen. <input type="checkbox"/> Ein Nachweis ist jährlich einzureichen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die TO organisiert mind. 1-mal pro Jahr einen Event zum Thema Wellness, Wasser oder Gesundheit. <input type="checkbox"/> Ein Nachweis ist jährlich einzureichen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der/die Qualitätsverantwortliche Wellness Destination nimmt an Netzwerkveranstaltungen (Labeltag, ITW Forum o.ä.) teil.		

5.2 Tourist Center / Infostelle

	erfüllt	Beschreibung/Erklärung	Externes Audit (<i>bitte leer lassen</i>)
Der Gesamteindruck ist in Bezug auf Wellness-Gäste stimmig und das Informationsmaterial zum Thema Wellness ist prominent präsentiert.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Die Mitarbeiter des Tourist Centers geben aktiv und kompetent Auskunft zur Philosophie, zum Label und zu den verschiedenen Wellness-Angeboten, Programmen und Aktivitäten (Wochenprogramm, Broschüren, Flyer, Anschlagbrett und Website).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Die Pauschalangebote/Erlebnisse (Punkt 8.5) können via Tourist Center und online gebucht werden.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Die Urkunde über die Auszeichnung als «Wellness Destination» ist gut sichtbar im Tourist Center angebracht.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

6 ANFORDERUNGEN AN PARTNER-BETRIEBE *

	erfüllt	Beschreibung/Erklärung	Externes Audit (<i>bitte leer lassen</i>)
Die Partner-Vereinbarung ist von allen beteiligten Partner-Betrieben unterschrieben . <input type="checkbox"/> Eine komplett unterzeichnete Vereinbarung ist einzureichen.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Die Partner-Urkunde ist gut sichtbar in jedem Partner-Betrieb angebracht.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Die Teilnahme am Produkte-Workshop der Destination ist für jeden Partner-Betrieb mind. 1-mal pro Jahr obligatorisch . Wird nicht mind. 1-mal pro Jahr teilgenommen, ist der Betrieb nicht mehr als Partner-Betrieb zugelassen. Zuständig für die Präsenzkontrolle ist die Tourismusorganisation.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Kommunikation (Website, Broschüren etc.) ist das Logo Wellness Destination gut sichtbar eingebaut und verlinkt. Es wird aktiv in der Kommunikation mitgetragen.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

* Alle in der Destination relevanten Wellness-Anbieter müssen Partner-Betriebe sein.
 Die in der Selbstdeklaration erwähnten Betriebe gelten als Partner-Betriebe und müssen die Vereinbarung unterschreiben.

7 WELLNESS-INFRASTRUKTUR

Öffentlich, ganzjährig, 7 ganze Tage die Woche für die ganze Destination zugänglich*
 → Zwingend im inneren Kreis = blau hinterlegt

	erfüllt	Begründung/Betriebe *	Externes Audit (bitte leer lassen)
In der Destination steht dem Wellness-Gast mindestens 400 m² Gesamtwasserfläche (Therme, Hallen- und/oder Freibad, Hotelanlage) aufgeteilt auf max. 2 Betriebe zur Verfügung*	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination stehen dem Wellness-Gast mindestens 2 verschiedene Saunalandschaften mit je 3 unterschiedlichen Schwitzbädern zur Verfügung.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination stehen bei Wellness-Anbietern separate Erholungs- und Ruheräume mit genügend Liegen zur Verfügung (insbesondere für die Gäste der Saunazonen jederzeit, auch bei hoher Frequenz). Getränke (Wasser, Tee) stehen zur freien Verfügung.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination verfügen die Spa- und Wellnessbereiche gesamthaft über ausreichend Behandlungsräume für therapeutische und kosmetische Anwendungen, so dass auch bei hoher Frequenz Beratung und Behandlung möglich ist (inkl. öffentlichen Kosmetikstudios, Fusspflegepraxen oder Rehaklinik mit Behandlungsräumen).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination sind mindestens 2 betreute Fitnessräume vorhanden (einer davon im inneren Kreis).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination ist der Sportgeräteverleih sichergestellt (Velo, Ski, Boote, etc.).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Dem Wellness-Gast stehen Nordic Walking Park, Vita Parcours und/oder gesundheitsorientierte Wellness-Themenwege zur Verfügung.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination gibt es mindestens 2 Wellness- oder Medical-Wellness-Hotels nach Klassifikation von HotellerieSuisse . Oder mindestens ein Wellness- oder Medical-Wellness-Hotels nach Klassifikation von hotelleriesuisse und ein Kurhaus «Gesundheit», welches Mitglied beim Verband Heilbäder und Kurhäuser Schweiz ist*.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Weitere Wellness-Infrastruktur vor Ort (Kneippanlage etc.).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

* Die in der Selbstdeklaration erwähnten Betriebe gelten als Partner-Betriebe und unterschreiben die Vereinbarung unterschreiben (siehe Punkt 6).
 Abweichungen von der Norm können bei einzelnen Punkten zulässig sein, wenn das Angebot ansonsten vollständig ist und der Wellness-Gedanke gelebt und gespürt wird.

8 WELLNESSANGEBOTE

Die Wellnessangebote stehen so zur Verfügung, dass auch bei hoher Frequenz eine Beratung und Behandlung möglich ist.
 → Zwingend: mind. 1 Angebot pro Kategorie und total mind. 15 Angebote während mind. 30 Wochen/Jahr.

8.1 Bewegungsangebote

	erfüllt	Begründung/Betriebe *	Externes Audit (bitte leer lassen)
In der Destination werden verschiedene betreute Outdoor-Aktivitäten angeboten: Wanderungen, Kanu, Velotour, Waldbaden, Schneeschuh-Touren, Nordic Walking usw.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination werden verschiedene der folgenden Aktivitäten angeboten: Yoga, Qi Gong, Pilates, Zumba, Spinning usw.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Die angebotenen Aktivitäten werden für verschiedene Leistungsniveaus angeboten.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Weitere spezielle Bewegungsangebote	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

8.2 Erholungsangebote

	erfüllt	Begründung/Betriebe *	Externes Audit (bitte leer lassen)
In der Destination werden verschiedene der folgenden Aktivitäten angeboten: Meditation, Massagen, Ayurveda, Reiki, Klangtherapie usw.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination werden Spa & Beauty Angebote wie Vinotherapie, Molkebäder, kosmetische Behandlungen usw. angeboten.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination gibt es spirituelle Angebote zur Entschleunigung wie Übernachtungen im Kloster, Digital Detox etc.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination werden Behandlungen mit den ortsgebundenen Heilmitteln angeboten (Kräutermassage/-Bad/-Tee, Wickel, Schlammpackung, etc.).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination werden ein oder mehrere Signature Treatments angeboten.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Weitere spezielle Erholungsangebote	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

8.3 Ernährungsangebote

	erfüllt	Begründung/Betriebe *	Externes Audit (<i>bitte leer lassen</i>)
Gastronomie Mind. 10% der in den Verzeichnissen der TO aufgeführten Restaurants im Ort bieten eine gesundheitsbewusste Ernährung mit mehrheitlich regionalen und saisonalen Produkten an. Die Bezugsquellen sind deklariert. Mind. ein Gastronomie-Betrieb unterzeichnet die Partner-Vereinbarung.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Ernährung In der Destination gibt es einen Bioladen, ein Reformhaus oder einen Bauernhof mit Direktverkauf von zertifizierten Bio-Produkten	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Spezielle Ernährungsprogramme, Diäten, Schonkost werden angeboten: Gluten- und laktosefrei, vegan, Basen-Balance, Trennkost, Lowcarb etc.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Weitere spezielle Ernährungsangebote	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

8.4 Individuelle Wellnessberatung/Leistungsverbesserung

	erfüllt	Begründung/Betriebe*	Externes Audit (<i>bitte leer lassen</i>)
In der Destination steht mind. 1 Fachperson an fünf Tagen pro Woche für die Beratung und Erstellung eines individuellen Programms von Wellness-Gästen zur Verfügung (z.B. Sportmediziner, Ernährungsberater, Naturheilpraktiker, Gesundheitscoach o.ä.).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination kann ein umfassender medizinischer Check-Up gemacht werden, aus dem danach ein individuelles Wellness Programm erstellt wird.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Auf Wunsch kann ein individuelles Trainingsprogramm erstellt werden (sportwissenschaftliches Package).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination werden verschiedene Beratungen angeboten, z.B. Ernährungsberatung, Mentaltraining, Life Coaching.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Dem Wellness-Gast stehen ausreichend ausgebildete Physiotherapeuten vor Ort zur Verfügung, so dass auch bei hoher Frequenz Beratung und Behandlung möglich ist.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination werden verschiedene leistungssteigernde Aktivitäten wie Höhentraining, Marathonvorbereitung, usw. angeboten.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Weitere spezielle Beratungs-Unterstützungsangebote	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

8.5 Weitere Wellness- und/oder Gesundheitsleistungen

	erfüllt	Begründung/Betriebe *	Externes Audit (bitte leer lassen)
In der Destination werden geführte Ausflüge zu regionaltouristischen Highlights angeboten.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination ist die medizinische Versorgung durch einen Arzt gewährleistet. 7-Tage-Notfall-Management ist vorhanden.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
In der Destination werden mind. 3 buchbare Erlebnisse/Pauschalangebote zum Thema Wellness/Gesundheit angeboten ▶ Ein Nachweis ist einzureichen.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Weitere Wellness- und/oder Gesundheitsleistungen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

9 KOMMUNIKATION: DIGITAL UND ANALOG

	erfüllt	Begründung	Externes Audit (bitte leer lassen)
Die Website enthält die Rubrik «Wellness» mit Detailinformationen zu den einzelnen Wellness-Angeboten.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Logo des Gütesiegels Wellness Destination ist auf der Einstiegsseite und auf allen Wellness-Seiten abgebildet und zur STV-Seite verlinkt (www.stv-fst.ch/wellness).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Gütesiegel (inkl. Logo) ist auf der Website der TO erklärt und zur STV-Seite verlinkt (www.stv-fst.ch/wellness).	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Das Logo des Gütesiegels Wellness Destination ist auf allen digitalen und analogen Kommunikationskanälen (Apps, Print, Inserate, Messestände etc.) mit Zielpublikum «Wellness» abgebildet. ▶ Bitte Nachweise in digitaler Form einreichen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Informationen rund um das Thema Wellness stehen zum Download bereit. Broschüren werden kostenlos abgegeben/verschickt.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Wellnessbroschüre/Info-Flyer (falls vorhanden) und ergänzender Schwerpunkt «Wellness» werden in anderen Ferienbroschüren der Destination erwähnt.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Informationen rund um das Thema Wellness und den Wellness-Angeboten sind in Hotels, Ferienwohnungen, bei Bergbahnen, im Tourist-Center und an öffentlichen Plätzen angeschlagen resp. aufgelegt .	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Alle Partner-Betriebe werden auf der Webseite der TO aufgeführt und verlinkt.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Die Partner-Betriebe (Hotels, Bäder, etc.) sind in der Wellnessbroschüre und in anderen Verzeichnissen mit dem Logo Wellness Destination gekennzeichnet .	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

10 EINZUREICHENDE DOKUMENTE

Gestützt auf die gültigen Qualitätskriterien erwarten wir mit der Bewerbung und zusätzlich zur Selbstdeklaration folgende Unterlagen und Nachweise:

- Selbstdeklaration in Papierform** oder **elektronisch** an wellness@stv-fst.ch
- Gesamtheitliches **Wellness-Konzept**
- Nachweis über die **Einbindung der Bevölkerung/Gäste**, Zusammenarbeit mit der TO zur Verbesserung der Gesundheit (vgl. Kriterium 4)
- Nachweis über eine **gesundheitsbewusste Regionalpolitik** in Form von mind. drei aktuellen Beispielen (vgl. Kriterium 4)
- Nachweis über den Schwerpunkt **«Wellness» in der Kommunikation** (Website, Flyer, Broschüren etc.) (vgl. Kriterium 5.1.)
- Stellenbeschrieb/Pflichtenheft des Qualitätsverantwortlichen Wellness Destination innerhalb der TO (vgl. Kriterium 5.1.)
- Servicekette** für die Zielgruppe «Wellness» (vgl. Kriterium 5.1.)
- Aktionsplan für das Gästesegment** «Wellness» Vorlage verfügbar auf: www.stv-fst.ch/wellness oder im Q-Portal (vgl. Kriterium 5.1.)
- Information (Protokoll) über die Durchführung eines **«Produkte-Workshops»** (vgl. Kriterium 5.1.)
- Nachweis über **Produkte-/Angebotsentwicklung** im Bereich Wellness (Einführung Wellnesspass, neuer Kneippweg etc.) (vgl. Kriterium 5.1.)
- Nachweis über einen **Event/Jahr** zum Thema Wellness, Wasser, Gesundheit (Flyer, Webseite etc.) (vgl. Kriterium 5.1.)
- Komplette unterzeichnete **Partner-Vereinbarung** Vorlage verfügbar auf: www.stv-fst.ch/wellness (vgl. Kriterium 6)
- Nachweise über die verschiedenen Wellnessangebote und für **mind. drei buchbare Erlebnisse oder Pauschalangebote** (vgl. Kriterium 8.5)

HINWEIS

Der Aktionsplan, ein Protokoll des «Produkte-Workshops» sowie Nachweise der Angebotsentwicklung und Events, sind jährlich per Ende Oktober einzureichen. Der Aktionsplan kann auch im Rahmen des Qualitätsprogramms (QI/QII) über das Q-Portal eingereicht werden. In diesem Fall bitte mindestens drei Massnahmen für die Zielgruppe Wellness implementieren und die Prüfstelle benachrichtigen.

11 EXTERNES AUDIT

Wird von der Prüfstelle bzw. der Kontrollperson ausgefüllt, bitte leer lassen.

BEMERKUNGEN:

EMPFEHLUNG ZUHANDEN QSK: