

SCHRITT FÜR SCHRITT

HANDBUCH ZUR NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION VON LEVI



HAUPTBOTSCHAFTEN DER NACHHALTIGKEIT

In den Hauptbotschaften sind die Anschauungen und Thesen zusammengefasst, die der Nachhaltigkeitsarbeit von Levi zugrunde liegen. Diese lassen sich zum Beispiel in Medieninterviews verwerten. Bitte darauf achten, dass Sie neben der allgemeinen Schlüsselbotschaft auch angeben, in welchen Maßnahmen sich diese Schlüsselbotschaft (die auf einer Ihrer Nachhaltigkeitsthesen basiert) gerade in Ihrem Unternehmen bemerkbar macht.

HAUPTBOTSCHAFT

1

SCHRITT FÜR SCHRITT

In Levi wird seit mehreren Jahren eine langfristige Nachhaltigkeitsarbeit geleistet. Nun haben die Unternehmer der Region Levi gemeinsam ein Nachhaltigkeitsprogramm „Schritt für Schritt“ erarbeitet und sich zur Einhaltung dieses Programms bei ihrer täglichen Arbeit verpflichtet. Darüber hinaus ermutigen sie ihre Gäste, selbst zu handeln und das Nachhaltigkeitsprogramm Schritt für Schritt wahr werden zu lassen.

+ Bitte hier angeben, wie Ihr Unternehmen seine Gäste und Mitarbeiter einweist und welche Ziele Sie sich für Ihr Unternehmen hinsichtlich der Nachhaltigkeitsarbeit gesetzt haben!

HAUPTBOTSCHAFT

2

ERHALTUNG DER NATUR

Ausgangspunkt der gesamten Tätigkeit in Levi ist die Erhaltung der arktischen Natur. Wir sind Teil des Sustainable Travel Finland-Programms. Für einen nachhaltigen Tourismus werden immer mehr Unternehmen in Levi zertifiziert oder sie sind auf dem Weg dahin.

+ Bitte hier angeben, wie sich gerade Ihr Unternehmen für die Erhaltung der arktischen Natur einsetzt!



HAUPTBOTSCHAFT

3

GEMEINSCHAFT

Das Levi Ski Resort liegt im traditionsreichen Dorf Sirkka. Die Unternehmer in Levi möchten die Vitalität der Gemeinschaft fördern und den ganzjährigen Tourismus aktiv weiterentwickeln, um möglichst vielen Menschen einen Arbeitsplatz und festen Wohnsitz in Levi anbieten zu können.

+ Bitte hier angeben, wie Ihr Unternehmen zur Vitalität der lokalen Kultur und der Gemeinschaft beiträgt.

HAUPTBOTSCHAFT

4

GLEICHSTELLUNG

In Levi sind seit jeher alle Menschen willkommen. Unternehmer aus der ganzen Welt sind in den Ort gezogen, einschließlich Europa, Afrika und Australien. Wir setzen uns aktiv dafür ein, dass sich Touristen und in den Ort ziehende Unternehmer beliebiger Herkunft willkommen und gleichgestellt fühlen.

+ Bitte hier angeben, wie gerade Ihr Unternehmen die Gleichstellungsarbeit realisiert oder neue lokale Unternehmer unterstützt.

WIE WIRD ÜBER ZIELE, THESEN UND BEREITS UNTERNOMMENE SCHRITTE BERICHTET?

Am Wichtigsten ist es, aktiv zu bleiben und die Kunden über unternommene Aktionen kontinuierlich zu informieren, damit sie überzeugt und zum Mitmachen engagiert werden. Wenn sich eine große Gruppe engagiert, haben auch kleine Aktionen eine große Wirkung. Und wenn gesagt werden kann, dass sich eine große Gruppe zu einer nachhaltigen Tätigkeit verpflichtet hat, hat das Auswirkungen auf die Attraktivität der gesamten Region.

Die wirksamste Botschaft lässt Raum für Erkenntnisse. Denken Sie sich ein Bild und ein konkretes Beispiel aus, um die Thesen und die Arbeit, die Ihr Unternehmen zur Verwirklichung dieser These/n leistet, zu veranschaulichen.

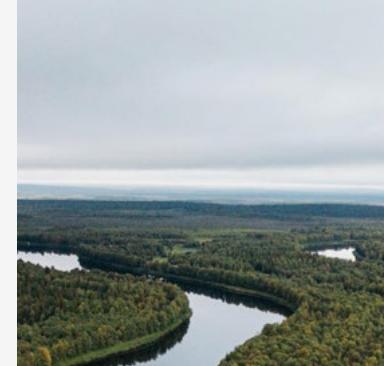
Verwenden Sie für alle gemeinsame Hashtags, die die wichtigsten Kerninhalte des Nachhaltigkeitsprogramms „Schritt für Schritt“ zusammenfassen. Es lohnt sich, den Hashtag „Schritt für Schritt“ stets zu verwenden und andere Hashtags je nach dem, wie diese mit dem Inhalt der jeweiligen Botschaft verbunden sind.

VERWENDEN SIE BITTE STETS DIESE:

#oneactionatatime #tekokerrallaan #levilapland

UND JE NACH KERNINHALT DER JEWELIGEN BOTSCHAFT EINEN ODER MEHRERE DER FOLGENDEN HASHTAGS:

*#arcticnature #purenature #purelapland
#vibrantculture #sirkkavillage #localfood #localservices
#localisbest #equality #levilocals #visitlevi*





THESE

1

THESE

*Wir setzen uns
für die Erhaltung
und Sauberhaltung
der arktischen
Natur ein.*

BEISPIEL

Anstatt zu sagen: „*Wir setzen uns für die Erhaltung und Sauberhaltung der arktischen Natur ein*“, posten Sie doch ein Bild von einem Bonbonpapierhaufen mit dem Text:
„*Die Bonbonpapierbeute dieser Woche. Während abendlicher Spaziergänge gesammelt. Denken Sie daran, den Müll in die Mülleimer zu werfen <3*“ und folgende Hashtags zu verwenden
#purenature #arcticnature #tekokerrallaan #oneactionatatime

ODER

Ein Bild von einem schönen verschneiten Wald mit dem Text: „*Die Bäume sind jetzt dick verschneit. Am besten lässt sich der Winterwald vom Sitz eines Motorschlittensitz aus bewundern, buchen Sie Ihren Ausflug jetzt auf unserer Website. Wenn Sie mit einem gemieteten Motorschlitten in den Wald fahren, bleiben Sie bitte auf den markierten Strecken. Dann bleibt die verschneite Landschaft und die gesamte arktische Natur erhalten.*“ #purenature #arcticnature #tekokerrallaan #oneactionatatime



*Wir tragen zur
Beibehaltung der
Vitalität der lokalen
Gemeinschaft und
Kultur bei.*

BEISPIEL

Anstatt zu sagen: „*Wir tragen zur Beibehaltung der Vitalität der lokalen Gemeinschaft und Kultur bei*“, posten Sie ein Bild eines lokalen Rohstoffs, Materials oder Dienstleisters, den Sie in Ihrer Geschäftstätigkeit in Anspruch nehmen, und berichten Sie darüber.

Zum Beispiel „*Dieser köstlich aussehende Flammelachs wurde von einem lokalen Fischer erworben. Auf dem Hof des Fischers kann man frischen Fisch das ganze Jahr über kaufen.*“ #localfood #tekokerrallaan #oneactionatatime #localisbest #vibrantculture #sirkkavillage #levilocals



BEISPIEL

Anstatt zu sagen: „*Wir begrüßen hier alle Menschen gleichermaßen*“, stellen Sie Ihre Mitarbeiter vor und erzählen Sie über ihre Herkunft und ihre Geschichte. Was hat sie dazu gebracht, nach Lappland zu kommen. #levilocals #vibrantculture #sirkkavillage #tekokerrallaan #oneactionatatime



SO KOMMUNIZIEREN SIE EFFEKTIV

Sie können sich in Ihren Botschaften auf die konkreten Dinge konzentrieren, die Ihr Unternehmen im Rahmen der verschiedenen Thesen bereits getan hat. Wann immer möglich, beziehen Sie den Empfänger der Botschaft in die gemeinsame Arbeit mit ein. Saubere Natur, vitale Kultur und eine freundliche Atmosphäre sind das Ergebnis der Zusammenarbeit zwischen den Menschen aus Levi und den Touristen. Deshalb ist es wichtig, den Touristen das Wir-Gefühl zu vermitteln und sie dazu zu bringen, sich für ein gutes und wichtiges Anliegen zu engagieren.

HINWEIS!

Bitte auch auf die Thementage achten, die direkt mit den Thesen verbunden sind: im Rahmen der Thementage lässt sich die eigene Botschaft in den sozialen Medien besonders praktisch verbreiten.

Verwenden Sie bitte neben den eigenen Hashtags von Levi und dem „Schritt für Schritt“ auch Eigenkennungen der internationalen Thementage.

THESE 1



Wir setzen uns für die Erhaltung und Sauberhaltung der arktischen Natur ein.

DAMIT VERBUNDENE THEMEN Tage:

Weltnaturtag	3.3.
Weltwaldtag	21.3.
Weltwassertag	22.3.
Internationaler Tag der Mutter Erde	22.4.
Weltumwelttag	5.6.
Internationaler Winter-Fahrradpendlertag	11.2.
Earth Hour (Stunde der Erde)	26.3.
Nationale Fahrradwoche	
Internationaler Tag des Lichts	16.5.
Internationale Fahrradwoche	
Zero-Waste-Kampagne	
Internationaler Tag der sauberen Luft	7.9.
Internationaler Tag gegen Lebensmittelverschwendung	29.9.

THESE 2



Wir tragen zur Erhaltung der Vitalität der lokalen Gemeinschaft und Kultur bei

DAMIT VERBUNDENE THEMENTAGE:

Weltgesundheitstag 7.4.

(Hierbei kann die Wichtigkeit der folgenden Punkte für Levi hervorgehoben werden: ganzjähriger Tourismus sowie die Möglichkeit für ein ganzjähriges Wohnen, was zum Beispiel zur Aufrechterhaltung der lokalen Gesundheitsdienste beiträgt.)

Internationaler Tag der indigenen Völker der Welt 9.8.

Welternährungstag (World Food Day) 16.10.

Tag der nachhaltigen Gastronomie 18.6.
(hier lohnt es sich, die Bedeutung des Essens aus der Region hervorzuheben)

THESE 3



Wir begrüßen hier alle Menschen
gleichermaßen.

DAMIT VERBUNDENE THEMENTAGE

Internationaler Tag der sozialen Gerechtigkeit	20.2.
Internationaler Frauentag	8.3.
Internationaler Tag der Freundschaft	30.7.
Welttourismustag	27.9.
Welttag der Toleranz	16.3.

GUT ZU MERKEN

Wenn die Thesen und die damit zusammenhängenden Aktionen der Unternehmen von allen Menschen in Levi präsent gehalten werden, beginnen die Besucher zu verstehen, dass sich Levi zur Nachhaltigkeitsarbeit verpflichtet hat, ja sogar seit langem eine Vorreiterrolle spielt.

Es lohnt sich, in der Kommunikation einen langfristigen Ansatz zu verfolgen.

Auch hier haben jeder Beitrag und jeder Satz eine Bedeutung.

Nur mit einer Botschaft lässt sich die Welt nicht verändern, sondern der Eindruck bildet sich Schritt für Schritt. *Schritt für Schritt zur Nachhaltigkeit.*



JETZT HEISST ES
IN AKTION TRETEN!

SCHRITT FÜR SCHRITT

HANDBUCH ZUR NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION VON LEVI