

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 1/57

# **Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie**

## **Schlussbericht**

### **1. Teil (Bestandesaufnahme)**

Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern  
Prof. Martin Barth, Dr. Fabian Weber  
Luzern, 08.02.2011

**Inhaltsverzeichnis**

1. Einleitung.....	3
1.1. Ausgangslage .....	3
1.2. Ziele und Vorgehen.....	3
2. Labels & Management Systeme .....	4
3. Auswahl der zu analysierenden Umwelt- und Nachhaltigkeitslabels .....	5
4. Auswahl der Klassifizierungs- und Differenzierungskriterien .....	7
4.1. Indikatoren zur Beschreibung und Kategorisierung (Fact Sheet).....	7
4.2. Indikatoren in der Gesamtübersicht (Matrix).....	8
4.3. Operationalisierung und Skalierung der Kriterien .....	9
5. Übersicht - Matrix .....	11
6. Empfehlungen .....	12
7. Quellen und weiterführende Links: .....	14
8. Anhang 1 - Fact Sheets.....	15
9. Anhang 2 – Weitere Labels und Informationen .....	43

## 1. Einleitung

### 1.1. Ausgangslage

Eine nachhaltige Unternehmensführung gewinnt im Tourismus und insbesondere in der Hotellerie an Bedeutung. Die Branche ist mit einer Vielzahl an Gütesiegeln, Standards und Organisationen konfrontiert, welche versuchen, Umwelt- und Nachhaltigkeitsbestrebungen mittels Indikatoren mess- und nachvollziehbar zu machen. Die Ausrichtung, Abdeckung und Bekanntheit dieser Labels ist jedoch sehr unterschiedlich und teilweise wenig transparent.

Die fehlende Kategorisierung der Labels erschwert bisher eine vertiefte Verankerung des Themas in der Branche. Hotelleriesuisse möchte das Thema Nachhaltigkeit in Tourismus und Hotellerie proaktiv angehen und den Hoteliers eine Hilfestellung bieten, indem die Labels kategorisiert und deren Unterschiede und Schwerpunkte transparent aufgezeigt werden.

### 1.2. Ziele und Vorgehen

Primäres Ziel der Studie ist es, interessierten Hoteliers den Entscheid, ob und welches Label im Bereich Nachhaltigkeit erarbeitet werden soll, zu erleichtern. Grundsätzlich können folgende Teilziele unterschieden werden:

- Teilziel 1: Bestandsaufnahme bestehender Nachhaltigkeits- und Umweltlabels  
Welche Labels gibt es bzw. welche sind für den Schweizer Tourismus relevant oder könnten es werden?
- Teilziel 2: Evaluation & Differenzierung der Labels  
Erstellung eines Kriterienkatalogs zur Unterscheidung und Kategorisierung von Nachhaltigkeitslabels und Analyse der Labels.

Die Studie wird mittels ausführlicher Analysen von Literatur, Artikeln und Internetquellen durchgeführt (Desk Research). Speziell werden auch die Dienstleistungen von in der Schweiz akkreditierten Zertifizierungsstellen und deren Angebote im Themenfeld Tourismus und Nachhaltigkeit gesichtet. Es werden bewusst auch Labels evaluiert, welche nicht ausschliesslich auf den Beherbergungssektor ausgerichtet sind, wenn sie für diesen von Relevanz sein können.

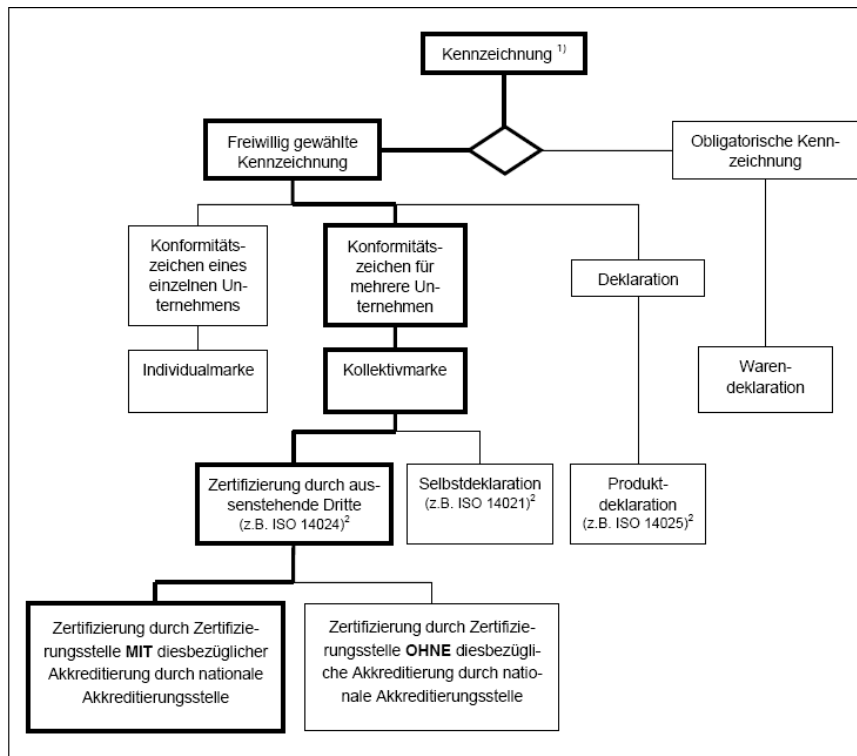
In einer Übersichtsmatrix werden die unterschiedlichen Gütesiegel und Standards kategorisiert und können so miteinander verglichen werden. Neben der inhaltlichen Ausrichtung werden dadurch auch Unterschiede zwischen den Systemen auf einen Blick ersichtlich. Da die Ausrichtungen der Labels sehr unterschiedlich sind und deren Eignung für den Hotelier somit stark von dessen Bedürfnissen abhängt, findet keine eigentliche Bewertung statt.

Aus der Auswertung der kategorisierten Labels resultiert eine Auslegeordnung der verschiedenen Gütesiegel mit ihren spezifischen Eigenheiten und Ausprägungen. Sie dient dem Hotelier als Hilfestellung, um sich in der Vielfalt besser orientieren zu können. Die Kriterien für die Beurteilung der Labels wurden während der Bestandsaufnahme entwickelt, laufend erweitert und während eines Workshops mit dem Auftraggeber diskutiert. Durch die Kategorisierung und Differenzierung werden Ausrichtung und Schwerpunkt der verschiedenen Labels erkennbar, so dass je nach Bedarf Empfehlungen zu Auswahl und Umsetzung abgeleitet werden können.

## 2. Labels & Management Systeme

Bewertungssysteme und Standards ermöglichen es, Informationen zu einem Produkt, einer Dienstleistung oder zu einem Unternehmen in aggregierter Form zum Ausdruck zu bringen. Sie stehen für die Erfüllung bestimmter Forderungen und bieten somit dem Verbraucher eine Orientierungsmöglichkeit.

Kennzeichnungen i.w.S. können wie folgt untergliedert werden:



Quelle: Seco 2009

Als standardsetzende Institutionen können sowohl Unternehmen als auch staatliche und nichtstaatliche sowie internationale Institutionen oder Brancheninitiativen infrage kommen. Innerhalb der freiwillig gewählten Kennzeichnung und den Konformitätszeichen für mehrere Unternehmen kann zwischen Selbstdeklarationen und *externen Zertifizierungen*, die in dieser Studie im Fokus stehen, unterschieden werden.

Als Zertifizierung bezeichnet man ein Verfahren, mit dessen Hilfe die Einhaltung bestimmter Standards für Produkte / Dienstleistungen und ihrer jeweiligen Herstellungsverfahren einschließlich der Handelsbeziehungen nachgewiesen werden kann. Zertifikate werden oft zeitlich befristet vergeben und hinsichtlich der Standards unabhängig kontrolliert.

Innerhalb der extern zertifizierten Kennzeichen können *Gütesiegel* und zertifizierbare *Management-Systeme resp. Standards* unterschieden werden. Als Gütesiegel, Gütezeichen oder Qualitätssiegel werden grafische oder schriftliche Markierungen an Produkten bezeichnet, die eine qualitative Aussage geben sollen. Der Zweck dieser Gütesiegel ist es, einerseits dem Verbraucher Hinweise über die Qualität oder Beschaffenheitsmerkmale eines Produktes zu liefern und andererseits den Hersteller eines Produktes als vertrauenswürdigen Anbieter herauszustellen.

Während Gütesiegel also in der Regel für bestimmte Eigenschaften eines Produktes, einer Dienstleistung oder eines Unternehmens stehen, geben Management Standards Richtlinien vor, um die Management-Aufgaben erfolgreich und unter Berücksichtigung bestimmter Prinzipien zu bewältigen.

Die in den Kennzeichen definierten Forderungen können in Leistungs- und Prozessanforderungen unterteilt werden. Zuweilen wird auch von prozessorientierten resp. ergebnisorientierten Systemen gesprochen.

- Leistungsanforderungen beinhalten Vorgaben zu den gewünschten qualitativen, ökologischen und sozialen Leistungen.
- Prozessanforderungen definieren Instrumente und Methoden, mit welchen die Einhaltung der Performancekriterien sichergestellt und dokumentiert wird (z.B. ISO Normen).
- Es existieren auch Standards die sowohl Prozess- als auch Leistungskriterien vorgeben (z.B. EMAS).

In dieser Studie werden freiwillig gewählte Kennzeichnungen, die durch aussen stehende Dritte zertifiziert werden können, betrachtet. Sie werden als Label oder Gütesiegel bezeichnet und umfassen auch Management-Systeme resp. Standards.

### **3. Auswahl der zu analysierenden Umwelt- und Nachhaltigkeitslabels**

In einem ersten Schritt wird eine Bestandesaufnahme durchgeführt. Die näher zu analysierenden Gütesiegel werden ausgewählt, wobei die Nachhaltigkeits-, Umwelt- und Soziallabels für Unternehmen geeignet abgegrenzt werden müssen.

In Absprache mit dem Auftraggeber werden folgende Ein- und Ausschlusskriterien zur Auswahl der Labels gewählt.

Es werden primär Labels i.w.S. angeschaut,

- die extern überprüft werden oder werden können
- die von Beherbergungs-, insbesondere Hotelbetrieben angewandt werden können
- die für den Schweizer Markt von Interesse und Relevanz sind resp. sein könnten
- die mindestens eine Dimension (oder Teildimension) der Nachhaltigkeit abdecken
- die sich an den Gesamtbetrieb richten
- die dem Betrieb zugänglich sind und deren Erlangung er direkt beeinflussen kann
- deren Aufnahme vom Auftraggeber gewünscht wird.

Nicht explizit in die Analyse einbezogen, aber im Anhang mit Beispielen ohne Anspruch auf Vollständigkeit aufgelistet, werden folgende Kategorien:

- Produktelabels
- nationale oder regionale Label anderer Länder (die nur dort eingesetzt werden)
- touristische Labels, welche sich nicht auf Beherbergungsbetriebe beziehen
- einmalige externe Tests und Bewertungen (ökotest, ktipp etc.)
- Evaluations- und Informationsportale
- Nicht zertifizierbare Richtlinien und Verhaltenskodices
- Sammlungen umweltfreundlicher Reiseangebote
- Preise, Awards

Aufgrund der genannten Kriterien werden folgende 27 Labels in die engere Auswahl aufgenommen und wie folgt unterteilt:

### **Labels, Management-Systeme & Standards**

#### **Touristische**

1. Green Globe
2. EarthCheck
3. STEP (Sustainable Tourism Eco-Certification Program)
4. Travelife (The Travelife Sustainability System)
5. Steinbock-Label
6. EU-Umweltzeichen für Beherbergungsbetriebe
7. Blaue Schwalbe
8. Green Key (La Clef verte)
9. Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus (Q, QQ)

#### **Allgemeine**

10. Valais Excellence
11. ISO 9001
12. ISO 14001
13. ISO 26000
14. EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)
15. EFQM (European Foundation for Quality Management)
16. EcoEntreprise
17. EcoStep
18. AA1000AS (AccountAbility 1000 Assurance Standard)
19. GRI (Global Reporting Initiative )
20. SA8000 (Social Accountability)

#### **Spezifische**

21. Ferien für alle
22. BioHotels
23. SwissClimate CO2e
24. myclimate klimaneutral
25. Stop Climate Change
26. Die lachende Welt (Climate Partner)
27. EnAW (Energie-Agentur der Wirtschaft)

#### **Erläuterungen zur Auswahl**

Es werden bewusst auch Labels in die Liste aufgenommen, die nur eine Dimension oder Teildimensionen der Nachhaltigkeit abdecken oder die primär Qualitätslabels (Q-Programm, ISO 9001) sind. Obwohl die ISO-Norm 26000 nicht zertifizierbar ist, wird sie hier aufgeführt, da sie als Ergänzung zu ISO 9001 und 14001 betrachtet werden kann. Es gibt eine Vielzahl meist freiwilliger Normen im Sozialbereich, die im Anhang aufgeführt sind. Der zertifizierbare Standard SA8000 wird hier aufgenommen, auch wenn er sich primär an Produktionsbetriebe richtet. AA1000 und GRI sind Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Da ein Betrieb, der einen umfassenden Nachhaltigkeitsbericht erstellt und ihn extern bestätigen lässt, Vieles für die Nachhaltigkeit tut, sind auch diese hier explizit aufgeführt. Die Energieagentur für Wirtschaft vergibt kein eigentliches

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 7/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

Label, aber ein Zertifikat für Betriebe, welche eine Zielvereinbarung zur Emissionsreduktion eingehen. Da eine Partnerschaft mit hotelleriesuisse besteht und das Vorgehen ein ähnliches ist, wie bei anderen ‚Klimalabels‘, die oft eigentlich eher ein begleitetes Reduktionsprogramm darstellen, wird auch das EnaW-Zertifikat aufgenommen. Von den vielen Organisationen und Labels, welche im Bereich der Klimakompensation tätig sind, wurden bewusst nur ein paar wenige ausgewählt, die in der Schweiz aktiv und bekannt sind.

Die Liste wurde mit dem Auftraggeber besprochen und in einem zweiten Schritt durch eine Konsultation interessierter und kompetenter Hoteliers geprüft.

#### **4. Auswahl der Klassifizierungs- und Differenzierungskriterien**

Die aufgeführten Labels und Standards haben unterschiedliche Ausrichtungen, Adressaten und Schwerpunkte. Bei der Klassifizierung geht es entsprechend primär um *Unterscheidungsmerkmale*. Einerseits werden die wichtigsten Informationen in einem qualitativen, beschreibenden und einem quantitativen Teil in einem Fact Sheet pro Label festgehalten. Andererseits wird in einer Übersichtsmatrix ein Vergleich der Labels in Bezug auf unterschiedliche quantitative Kriterien ermöglicht. Es werden in jedem Fall nur die zertifizierten Labels berücksichtigt und bewertet, nicht das alleinige Anwenden von Instrumenten, Richtlinien oder Standards. Bei mehrstufigen Labels bezieht sich die Bewertung auf die höchste Auszeichnung.

##### **4.1. Indikatoren zur Beschreibung und Kategorisierung (Fact Sheet)**

In Absprache mit dem Auftraggeber werden folgende Kriterien festgelegt, um die wichtigsten Merkmale der unterschiedlichen Labels qualitativ festzuhalten:

- Kurzbeschreibung
- Schwerpunkte
- Art/Kategorie der Zertifizierung
- Leistungs- und/oder Prozessanforderung
- Geographische Abdeckung
- Adressaten, Tourismusbezug
- Anzahl ausgezeichnete Betriebe
- Verschiedene Stufen der Auszeichnung
- Sprachen (Informationen)
- Anzahl Indikatoren
- Zertifizierungsverfahren
- Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar, die über Kriterienkatalog/ Auditbericht hinausgehen
- Kosten
- Transparenz
- Webseite Link
- Allgm. Informationen (Gründungsjahr, Trägerorganisation, Hauptsitz)

In der Kurzbeschreibung wird u.a. darauf verwiesen, falls sich ein Label an den Global Sustainable Tourism Criteria orientiert oder zur VISIT-Initiative gehört:

### ***Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC)***

Die Partnerschaft für Globale Kriterien eines Nachhaltigen Tourismus (GSTC) ist eine Koalition von 32 Organisationen, die gemeinsam zu einem besseren Verständnis von Nachhaltigem Tourismus in der Praxis und zu einer Anwendung weltweiter Prinzipien für einen Nachhaltigen Tourismus beitragen möchten. Um ein gemeinsames Verständnis von Nachhaltigem Tourismus zu erreichen hat die GSTC Partnerschaft Richtlinien in Form von Mindestkriterien für einen Nachhaltigen Tourismus erarbeitet.

### ***VISIT***

In der europäischen Initiative VISIT (Voluntary Initiatives for Sustainability in Tourism) haben sich touristische Umweltzeichen in Europa zusammengeschlossen und den VISIT Standard mit 21 Schlüsselanforderungen entsprechende Umweltzeichen verabschiedet. Zurzeit entsprechen 12 regionale und internationale Umweltzeichen dem VISIT-Standard (<http://www.ecotrans.org/visit/brochure/de/index.htm>).

Die Fact Sheets mit den entsprechenden Informationen zu jedem Label sind im Anhang aufgeführt. Sie sind jeweils ergänzt mit einigen quantitativen Kriterien. In einer Kurzzusammenfassung werden die Eigenheiten des Labels hervorgehoben, so dass die Schwerpunkte und Stärken für die interessierten Hoteliers ersichtlich werden.

## **4.2. Indikatoren in der Gesamtübersicht (Matrix)**

Eine Gesamtübersicht ermöglicht den einfachen Vergleich der unterschiedlichen Labels. Die Informationen werden hier konzentriert. Es wird eine rein quantitative Einteilung der Labels nach bestimmten Kriterien vorgenommen.

In einem ersten Teil ist ersichtlich, ob folgende Aussagen für die aufgeführten Labels zutreffen oder nicht:

- Kategorie (Gütesiegel, Management-System, zertifizierbarer Standard)
- Anforderung (Leistungsanforderung, Prozessanforderung)
- Geographische Abdeckung (Schweiz, Europa, global)
- Tourismusbezug
- Offizielle Informationen auf deutsch, französisch und italienisch
- Nachhaltigkeitsdimensionen
- Labeleigene Instrumente angeboten

Im zweiten Teil sind folgende quantitativen Kriterien mit der Skala von 0-4 (●●●●) nochmals aufgeführt. Sie ermöglichen den direkten Vergleich der Labels in Bezug auf diese Kriterien:

- Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsdimensionen
- Abdeckung, Gewichtung der einzelnen Nachhaltigkeitsdimensionen
- Internationale Ausrichtung
- Verbreitung in der Schweizer Hotellerie
- Anspruch, Detaillierungsgrad
- Unabhängige Überprüfung (Zertifizierung)
- Transparenz (Internet)
- Aussagekraft/ Glaubwürdigkeit



### 4.3. Operationalisierung und Skalierung der Kriterien

Es wird jeweils beurteilt, inwiefern das Kriterium erfüllt ist oder nicht. Dabei handelt es sich um eine Einschätzung aufgrund der zum Zeitpunkt der Untersuchung auf den Homepages verfügbaren Informationen.

- = trifft nicht zu / nicht vorhanden
- ●●●● = trifft voll und ganz zu / sehr ausgeprägt

Konkret steht folgende Skalierung hinter der in der Matrix aufgeführten Beurteilung.

#### Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsdimensionen

Sind Kriterien in allen drei Dimensionen berücksichtigt?

- Beurteilungsgrundlage: Kriterien in den Dimensionen
- = keine Nachhaltigkeitskriterien
- ● = Kriterien in einer Teildimension
- ●● = Kriterien in einer Dimension
- ●●● = Kriterien in zwei Dimensionen
- ●●●● = Kriterien in allen drei Dimensionen

#### Abdeckung, Gewichtung der einzelnen Dimensionen

Wie breit ist die Abdeckung innerhalb der genannten Dimensionen?

- Beurteilungsgrundlage: Kriterien/ Indikatoren in den Dimensionen, Ausrichtung
- = keine Kriterien in dieser Dimension
- ● = Dimension minimal berücksichtigt
- ●●●● = Dimension breit abgedeckt, Hauptfokus

#### Internationale Ausrichtung

Wie international ist das Label ausgerichtet/etabliert?

- Beurteilungsgrundlage: Geographische Abdeckung, Anzahl Länder
- = nur auf Region ausgerichtet
- ● = auf Schweiz ausgerichtet, nur wenige Betriebe
- ●● = auf mehrere Länder ausgerichtet
- ●●● = auf Europa ausgerichtet
- ●●●● = global ausgerichtet, > 100 Betriebe

#### Verbreitung in der Schweizer Hotellerie

Wie stark ist das Label innerhalb der Schweizer Hotellerie verbreitet?

- Beurteilungsgrundlage: Anzahl Unternehmenseinheiten in der Schweiz
- = keine Betriebe in der Schweiz
- ● = Einzelne Betriebe in der Schweiz (1-10)
- ●● = 11-100 Betriebe in der Schweiz
- ●●● = 101-200 Betriebe in der Schweiz
- ●●●● = > 200 Betriebe in der Schweiz

#### Anspruch, Detaillierungsgrad

Wie anspruchsvoll und detailliert sind die Kriterien zur Erlangung des Labels (höchste Stufe)?

- Beurteilungsgrundlage: Indikatoren pro Dimension, Einschätzung des Anspruchs (harte, nachvollziehbare Kriterien) und der Aussagekraft zum Kerngebiet sowie zur Verfügung gestellte einzusetzende Instrumente
- = geringer Anspruch, wenig Aussagekraft über Kerngebiet
- ●●●● = hoher Anspruch, gute Aussagekraft, Kerngebiet gut abgedeckt

### Unabhängige Überprüfung (Zertifizierung)

Wird die Einhaltung der Labelkriterien regelmässig unabhängig überprüft?

- Beurteilungsgrundlage: Zertifizierungsverfahren, regelmässige externe Kontrolle
- = keine Zertifizierung
- ● = unsystematische Überprüfung
- ●● = Zertifizierung durch Label-Organisation
- ●●● = Zertifizierung durch unabhängige externe Auditoren
- ●●●● = Zertifizierung durch losgelöste /akkreditierte Zertifizierungsstelle

### Transparenz (Internet)

Wie transparent und übersichtlich werden wichtige Informationen zum Label (Verfahren, Indikatoren, Kosten etc.) offengelegt?

- Beurteilungsgrundlage: Verfügbarkeit, Übersichtlichkeit und einfaches Auffinden von Informationen über Verfahren, Indikatoren, Kosten etc.
- = kaum Informationen über Internet erhältlich
- ●●●● = alle Informationen einfach über Internet erhältlich

### Aussagekraft/ Glaubwürdigkeit

Wie aussagekräftig und glaubwürdig ist das Label?

- Beurteilungsgrundlage: Die Aussagekraft/ Glaubwürdigkeit ergibt sich aus den drei Indikatoren: Anspruch, Unabhängigkeit der Überprüfung und Transparenz. Halbe Punkte werden aufgerundet.
- = geringe Aussagekraft/ Glaubwürdigkeit
- ●●●● = hohe Aussagekraft/ Glaubwürdigkeit

Einige Labels decken ihre Entwicklungskosten, indem sie gewisse Informationen erst nach erfolgter Mitgliedschaft zugänglich machen. Wo die Punkte nicht eindeutig vergeben werden können, beruht die Punktevergabe auf einer Einschätzung aufgrund der vorliegenden Informationen. Einige Kriterien sind aufgrund mangelnder Informationen nicht beurteilbar (○).

Luzern, 08. Februar 2011

Seite 11/57

Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

### 5. Übersicht - Matrix

	Name	Kategorie		Anforderung	Geogr. Abdeckung	Tourismusbezug	Offizielle Informationen u.a. auf				Nachhaltigkeits-Dimensionen				Eigene Instrumente	Berücksichtigung der Nachhaltigkeits-Dimensionen	Abdeckung, Gewichtung der einzelnen Dimensionen				Internationale Ausrichtung	Verbreitung in der Schweizer Hotellerie	Aussagekraft/ Glaubwürdigkeit				
		Gütesiegel	Manag.-Syst. Standard				Leistungsanf.	Prozessanf.	Schweiz	Europa	global	deutsch	französisch	italienisch			Umfassend (alle 3)	Umwelt	Sozial	Wirtschaft			Nur Teildim.	Qualität	Umwelt	Sozial	Wirtschaft
Touristische	<a href="#">Green Globe</a>	•		• (•)		•	•				•	•	•	•	•	••••	••••	••••	••		••••	•	•••	•••	•••	•••	
	<a href="#">EarthCheck</a>	•		• (•)		•	•				•	•	•	•	•	••••	••••	••••	••		••••	•	•••	•••	•••	•••	
	<a href="#">STEP (Sustainable Tourism Eco-Certification Program)</a>	•		•	•	•	•					•	•	•	•	••••	••••	••••	••		••••	•	•••	•••	•••	•••	
	<a href="#">Travelife (The Travelife Sustainability System)</a>	•		•		•	•					•	•	•	•	••••	••••	••••	••		••••	•	•	•	•	•	
	<a href="#">Steinbock-Label</a>	•		•	•		•	•				•	•	•	•	••••	••••	••••	••••		•	••••	•••	•••	•••	•••	
	<a href="#">EU-Umweltzeichen für Beherbergungsbetriebe</a>	•		•		•	•	•					•	•	•	••	••••	•			••••	•	••••	•••	•••	•••	•••
	<a href="#">Blaue Schwalbe</a>	•		•		•	•	•					•	•	•	••	••				••	••	••	••	••	••	
	<a href="#">The Green Key (La Clefverte)</a>	•		•		•	•	•					•	•	•	••	••••	•	•		••	••••	••	•••	•••	•••	•••
	<a href="#">Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus (Stufe I &amp; II)</a>	•		•		•	•	•				• (•)	• (•)	•	•	•	•	•	•		••••	•	••••	••	•••	•••	•••
Allgemeine	<a href="#">Valais Excellence</a>	•	•		•	•	•					•	•	•	•	••	••••			••••	•	••	••••	•••	•••	•••	
	<a href="#">ISO 9001</a>	•	•		•	•							•	•	•	•	••			••••	••••	••••	••••	•••	•••	•••	
	<a href="#">ISO 14001</a>	•	•		•	•							•	•	•	••	••••			••••	•	○	••••	•••	•••	•••	
	<a href="#">ISO 26000</a>	•	•		•	•							•	•	•	••	••••	••••			••••	○	••••	○	•••	•••	
	<a href="#">EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)</a>	•	•	•	•	•							•	•	•	••	••••			••••	••••	••••	•••	•••	•••	•••	
	<a href="#">EFQM (European Foundation for Quality Management)</a>	•	•	•	•	•							• (•)	• (•)	•	•	○	••	••	••	••••	••••	•	•••	•••	•••	•••
	<a href="#">EcoEntreprise</a>	•	•	•	•	•							• (•)	•	•	••••	••••	••	••	••••	•	•••	•••	•••	•••	•••	
	<a href="#">EcoStep</a>	•	•		•	•							•	•	•	••	••••			••••	••	•••	•••	•••	•••	•••	
	<a href="#">AA1000AS (AccountAbility 1000 Assurance Standard)</a>	•	•	•	•	•							•	•	•	○	○	○	○	••••	••••	○	•••	•••	•••	•••	•••
	<a href="#">GRI (Global Reporting Initiative)</a>	•	•	•	•	•							•	•	•	••••	••	••••	••••	•	••••	○	•••	•••	•••	•••	•••
	<a href="#">SA8000 (Social Accountability)</a>	•	•	•	•	•							•	•	•	••	••	••	••	••••	○	••	•••	•••	•••	•••	•••
	Spezifische	<a href="#">Ferien für alle</a>	•	•	•	•	•	•						•	•	•	•	•	•		•	•	○	•••	•••	•••	•••
<a href="#">BioHotels</a>		•	•	•	•	•	•	•					•	•	•	•	•	•		•	•	•	•••	•••	•••	•••	
<a href="#">SwissClimate CO2e</a>		•	•	•	•	•	•	•					•	•	•	•	•	•		•	•	•	•••	•••	•••	•••	
<a href="#">myclimate klimaneutral</a>		•	•	•	•	•	•	•					•	•	•	•	•	•		•	•	•	•••	•••	•••	•••	
<a href="#">Stop Climate Change</a>		•	•	•	•	•	•	•					•	•	•	•	•	•		•	•	•	•••	•••	•••	•••	
<a href="#">Die lachende Welt (ClimatePartner)</a>		•	•	•	•	•	•	•					•	•	•	•	•	•		•	•	○	•••	•••	•••	•••	
<a href="#">EnAW (Energie-Agentur der Wirtschaft)</a>		•	•	•	•	•	•	•					•	•	•	•	•	•		•	•	•	•••	•••	•••	•••	

= gar nicht ausgeprägt / nicht vorhanden, • = minimal erfüllt / vorhanden, •• = teilweise erfüllt/ ausgeprägt, ••• = ziemlich gut erfüllt / ausgeprägt, •••• = ganz erfüllt / stark ausgeprägt  
○ nicht beurteilbar

## **6. Empfehlungen**

Da in dieser Studie nur Labels berücksichtigt werden, die extern überprüft werden, ist die Erfüllung minimaler Qualitätsanforderungen in jedem Fall garantiert. Es wird immer nur die zertifizierte Version berücksichtigt und bewertet, nicht das alleinige Anwenden von Instrumenten, Richtlinien oder Standards. Grundsätzlich können alle aufgeführten Labels dazu beitragen, den Betrieb in Richtung mehr Nachhaltigkeit zu führen und entsprechend empfohlen werden. Auf dem Weg zur Erarbeitung eines Nachhaltigkeits-Labels können folgende Handlungsempfehlungen hilfreich sein.

### **1. Informieren Sie sich zum Thema**

Mehrere Internetseiten widmen sich spezifisch dem Thema Nachhaltigkeit und Tourismus. Neben reinen Informationsseiten gibt es Netzwerke, Selbstbeurteilungsinstrumente, Trainingsprogramme oder Einkaufsführer. Im Anhang findet sich eine umfangreiche Liste mit Links zum Thema Nachhaltigkeit.

### **2. Bekennen Sie sich zur Nachhaltigkeit**

Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Einführen eines Labels ist der Wille und das Commitment der Geschäftsleitung sowie die Bereitschaft, Ressourcen zeitlicher und finanzieller Art zur Verfügung zu stellen.

### **3. Prüfen Sie 2-3 Alternativen**

Die aufgeführten Labels haben unterschiedliche Ansätze und Schwerpunkte. Entsprechend sind die Labels untereinander nur bedingt vergleichbar. Welches der Labels für Ihren Betrieb das Geeignenste ist, hängt stark von Ihren Bedürfnissen ab.

#### ***3.1 Klären Sie Ihre Bedürfnisse ab***

Folgende Fragen können u.a. in der Entscheidungsfindung hilfreich sein:

- In welchem Bereich (Ökologie, Soziales, Emissionen etc.) möchte ich mich verbessern/positionieren?
- Möchte ich eine umfassende Managementlösung anstreben?
- Wie wichtig ist für mich, dass das Label international bekannt ist?
- In welchen Sprachen sind Informationen vorhanden?
- Welche Kosten fallen an?
- Welchen Aufwand bin ich bereit zu leisten?

#### ***3.2 Informieren Sie sich zu den Kosten***

Die Kosten sind nicht überall transparent kommuniziert und teilweise nur auf Anfrage/Offerte erhältlich. Sie richten sich in der Regel nach der Grösse des Betriebs (Anzahl Mitarbeitende, Betten, Zimmer oder Umsatz) und beinhalten meist keine Auditkosten. Die verschiedenen Konzepte (Mitgliedschaft, Antragskosten, jährliche Kosten etc.) können kaum miteinander verglichen werden. In den Fact Sheets wird jeweils direkt auf die entsprechenden Informationen verwiesen.

#### ***3.3 Schätzen Sie den Aufwand ein***

Der Aufwand für die Erarbeitung der einzelnen Labels kann nicht pauschal abgeschätzt werden und hängt wesentlich davon ab:

- was für Ziele das Unternehmen hat
- was im Betrieb bereits vorhanden ist/gemacht wird

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 13/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

- wie umfangreich und seriös das Label umgesetzt wird
- welche Vorgehensweise gewählt wird (z.B. Einbezug der Mitarbeitenden)
- inwiefern externe Beratung in Anspruch genommen wird

Die meisten Labels bieten gewisse Freiheitsgrade in der Umsetzung. Es gilt bei der Erarbeitung, die für den Betrieb optimale Vorgehensweise zu wählen und die Umsetzung als Chance für echte Verbesserungen zu nutzen. Die Erarbeitung spezifischer Labels oder einzelner Standards können den Grundstein legen für die Einführung eines umfassenden Labels oder Managementsystems (wie Steinbock oder EMAS). In der Übersichtsmatrix ist ersichtlich, welche Labels eigene Instrumente anbieten, deren Einsatz dem Betrieb die Erarbeitung erleichtern kann. Umfassende Managementsysteme und auch die Klimalabels erfordern im Normalfall eine externe Begleitung, die es sorgfältig zu evaluieren gilt.

#### **4. Füllen Sie einen Entscheid**

Entscheiden Sie im Führungsteam, welche/s Label Sie anstreben möchten. Erstellen Sie einen Plan, in dem sie das interne Vorgehen sowie Budgetierung und Terminierung festhalten.

#### **5. Beziehen Sie Ihre Mitarbeitenden mit ein und informieren Sie sie**

Involvieren Sie Ihre Mitarbeitenden und beziehen Sie diese in die Erarbeitung mit ein. Nur wenn das System bekannt ist und auch im täglichen Betrieb gelebt wird, kann es dazu beitragen, Prozesse zu optimieren sowie Mitarbeitende und Gäste zu sensibilisieren.

Neben den hier vorgestellten Labels gibt es weitere Möglichkeiten, sich gezielt zu verbessern. Im Anhang finden Sie u. a. Informationen zu nicht zertifizierbaren Sozialstandards und Produktlabels:

##### ***Nicht zertifizierbare Sozialstandards & Richtlinien***

Zwar haben nicht zertifizierbare Richtlinien das Manko, dass es für die erbrachte Leistung keine externen Garantien gibt. Dennoch gibt es - insbesondere im Sozialbereich - eine Reihe anerkannter Standards und Verhaltenscodices, mit deren Umsetzung ein Betrieb seine Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft wahrnehmen kann.

##### ***Produktlabels***

Während die hier behandelten Labels auf den Gesamtbetrieb ausgerichtet sind, gibt es eine Vielzahl an Labels, welche einzelne Produkte oder Produktkategorien in Bezug auf ihre Umwelt- und/oder Sozialverträglichkeit auszeichnen. Bei der Beschaffung von Mobiliar, Geräten und Lebensmittel kann der Betrieb einen beachtlichen Beitrag leisten, indem er entsprechende Labels berücksichtigt.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 14/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

## **7. Quellen und weiterführende Links:**

Bewusst Reisen

[http://www.reisekompass-online.de/reisecheck.php/cat/8/aid/8/title/Durchblick\\_bei\\_Labeln](http://www.reisekompass-online.de/reisecheck.php/cat/8/aid/8/title/Durchblick_bei_Labeln)

Bio Inspecta

<http://www.bio-inspecta.ch/htm/lebensmittelbranchendienstleistungen.htm>

Blauer Engel

[http://www.blauer-engel.de/de/blauer\\_engel/presse/linksammlung.php](http://www.blauer-engel.de/de/blauer_engel/presse/linksammlung.php)

DestiNet - Sustainable Tourism Information Portal

<http://destinet.ew.eea.europa.eu/>

Ecolabels Datenbank

<http://www.ecolabelindex.com/ecolabels/>

EMAS. "Step up to EMAS": Study on Guidelines for Transition from Non-Formal EMS and ISO 14001 to EMAS. [http://ec.europa.eu/environment/emas/documents/StepUp\\_2.htm](http://ec.europa.eu/environment/emas/documents/StepUp_2.htm)

Ergo Online

[http://www.ergo-online.de/site.aspx?url=html/arbeitsplatz/pruefsiegel\\_fuer\\_geraete\\_arbe/prfsiegel.htm](http://www.ergo-online.de/site.aspx?url=html/arbeitsplatz/pruefsiegel_fuer_geraete_arbe/prfsiegel.htm)

GEN, Global Ecolabeling Network

<http://www.globalecolabelling.net/>

Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC)

<http://www.sustainabletourismcriteria.org>

Labelinfo.ch Datenbank

<http://www.umweltschutz.ch/index.php?pid=408&theme=5&submit=Suchen>

Label-Online

<http://www.label-online.de/label-datenbank?labelcat=15>

Seco. Regeln für die Beurteilung von normativen Grundlagen zur Konformitätsbewertung von Produkten inkl. Dienstleistungen durch akkreditierte Zertifizierungsstellen. November 2009

<http://www.seco.admin.ch/sas/> (Dokumente, Zertifizierungsstellen für Produkte) Dok. 523d

VISIT, Voluntary Initiatives for Sustainability in Tourism

<http://www.ecotrans.org/visit/brochure/de/100.htm>

## **8. Anhang 1 - Fact Sheets**

- 1. *Green Globe***
- 2. *EarthCheck***
- 3. *STEP (Sustainable Tourism Eco-Certification Program)***
- 4. *Travelife (The Travelife Sustainability System)***
- 5. *Steinbock-Label***
- 6. *EU-Umweltzeichen für Beherbergungsbetriebe***
- 7. *Blaue Schwalbe***
- 8. *Green Key (La Clef verte)***
- 9. *Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus, Stufe I&II***
- 10. *Valais Excellence***
- 11. *ISO 9001***
- 12. *ISO 14001***
- 13. *ISO 26000***
- 14. *EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)***
- 15. *EFQM (European Foundation for Quality Management)***
- 16. *EcoEntreprise***
- 17. *EcoStep***
- 18. *AA1000AS (AccountAbility 1000 Assurance Standard)***
- 19. *GRI (Global Reporting Initiative )***
- 20. *SA8000 (Social Accountability)***
- 21. *Ferien für alle***
- 22. *BioHotels***
- 23. *SwissClimate CO2e***
- 24. *myclimate klimaneutral***
- 25. *Stop Climate Change***
- 26. *Die lachende Welt (Climate Partner)***
- 27. *EnAW (Energie-Agentur der Wirtschaft)***

**Green Globe**

Nr.	Name des Labels	Green Globe
1	Kurzbeschreibung	Green Globe, ein globales Nachhaltigkeitslabel, ist ein webbasiertes Zertifizierungssystem für Tourismusbetriebe und insbesondere Hotels. Es werden die Leistungen des Hotels in acht verschiedenen Bereichen bewertet. Green Globe berücksichtigt die Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC) und hat weltweit Lizenznehmer. Das international bekannte Label wird bisher primär von grösseren Betrieben und Ketten umgesetzt. Neu besteht eine Exklusivpartnerschaft mit dem Europäischen Verband der Veranstaltungszentren.
2	Schwerpunkte	Strategie, Wasser, Energie, Abfall, Papier, Pestizide, Reinigungs- und Hygieneprodukten, Engagement gegenüber der örtlichen Bevölkerung. Der Hauptunterschied zu EarthCheck besteht in der Messung. Green Globe erlaubt jede transparente Messung, während EarthCheck nur das eigene Datensammlungs- und Reportingtool zulässt.
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Mitgliedschaft, Gütesiegel/Zertifizierung
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungs- und Prozessanforderung
5	Geographische Abdeckung	International (70 Länder)
6	Adressaten, Tourismusbezug	Tourismusunternehmen, Hotels, Destinationen
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	> 1000 Betriebe, 240 Hotels & Resorts, in der Schweiz 5 (Novotel)
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	3: Green Globe Affiliate/Awareness, Green Globe Benchmarkered, Green Globe Certified
9	Sprachen (Informationen)	deutsch, englisch, spanisch, französisch, portugiesisch
10	Anzahl Indikatoren	ca. 300
11	Zertifizierungsverfahren	webbasiertes Programm, jährliche Audits durch unabhängige Auditoren
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Leistungsanalyse, Aktionsplan, Best Practices
13	Kosten	Mitgliedschaftsbeitrag nach Anzahl Mitarbeitenden, plus Auditkosten <a href="http://www.greenglobe.com/futour.html">http://www.greenglobe.com/futour.html</a>
14	Transparenz	Nur Standard-Kriterien ersichtlich <a href="http://www.greenglobe.com/criteria.html">http://www.greenglobe.com/criteria.html</a>
15	Webseite, Link	<a href="http://www.greenglobe.com/">http://www.greenglobe.com/</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	1993, World Travel & Tourism Council & Green Globe International, Kalifornien (USA)
Nr.	Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)	
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	●●●●
18	Umweltaspekte	●●●●
19	Sozialaspekte	●●●
20	Wirtschaftsaspekte	●●
21	Internationale Ausrichtung	●●●●
22	Verbreitung in CH Hotellerie	●
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	●●●
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	●●●
25	Transparenz Internet	●●●
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	●●●
27	Zusammenfassung	Green Globe ist ein weltweit eingesetztes webbasiertes Nachhaltigkeits-Gütesiegel für Tourismusbetriebe, welches primär Umweltaspekte abdeckt. Für den Zugang zu den Kriterien und Instrumenten ist eine Mitgliedschaft erforderlich.



Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 17/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

### EarthCheck

Nr.	Name des Labels	EarthCheck
1	Kurzbeschreibung	EarthCheck ist eine internationale Umwelt-Benchmarking, Zertifizierungs- und Managementlösung für den Tourismus. Das Programm, das sich explizit auch an kleinere Betriebe richtet, bietet Betrieben speziell die Möglichkeit, CO2-Emissionen zu berechnen. EarthCheck behandelt alle Dimensionen der Nachhaltigkeit, berücksichtigt die Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC) und vergibt ein Siegel mit den Stufen Bronze, Silber, Gold und Platinum. Earth Check verfügt zudem über die exklusiven Rechte zur Vergabe von Green Globe Zertifikaten im asiatisch-pazifischen Raum.
2	Schwerpunkte	Strategie, Wasser, Energie, Abfall, Papier, Pestizide, Reinigungs- und Hygieneprodukten, Engagement gegenüber der örtlichen Bevölkerung. Der Hauptunterschied zu Green Globe besteht in der Messung. EarthCheck bemisst nach einer einheitlichen Methode, während Green Globe die verschiedenen Methoden der unterschiedlichen Lizenznehmer zulässt.
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Mitgliedschaft, Gütesiegel/Zertifizierung
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungs- und Prozessanforderung
5	Geographische Abdeckung	International (70 Länder)
6	Adressaten, Tourismusbezug	Tourismusunternehmen, Hotels, Destinationen
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	> 700 Betriebe, in der Schweiz 5
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	benchmarked (Bronze), certified (Silber, Gold und Platinum) nach Dauer der Mitgliedschaft
9	Sprachen (Informationen)	englisch, französisch, spanisch
10	Anzahl Indikatoren	10 Hauptthemenfelder
11	Zertifizierungsverfahren	Unabhängige Auditoren für den Status 'zertifiziert'. Externe Überprüfung alle 2 Jahre.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Toolkit, Benchmarking Software, CO2Rechner, Vorlagen
13	Kosten	Mitgliedschaft 'assessed' rund 400.- CHF, 'certified' rund 2800.- CHF (wechsellkursabhaengig, jährlich, ohne Auditkosten)
14	Transparenz	Nur grobe Kategorien ersichtlich, keine Infos zu Stufen & Verfahren
15	Webseite, Link	<a href="http://www.earthcheck.org">http://www.earthcheck.org</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	EC3 Global, Queensland (Australia)
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	●●●●
18	Umweltaspekte	●●●●
19	Sozialaspekte	●●●
20	Wirtschaftsaspekte	●●
21	Internationale Ausrichtung	●●●●
22	Verbreitung in CH Hotellerie	●
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	●●●
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	●●●
25	Transparenz Internet	●●
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	●●●
27	Zusammenfassung	EarthCheck ist ein weltweit eingesetztes Nachhaltigkeits-Gütesiegel für Tourismusbetriebe, welches primär Umweltaspekte abdeckt und vorwiegend im asiatisch-pazifischen Raum tätig ist. Für den Zugang zu den Kriterien und Instrumenten ist eine Mitgliedschaft erforderlich.

**STEP (Sustainable Tourism Eco-Certification Program)**

Nr.	Name des Labels	STEP
1	Kurzbeschreibung	Die NPO Sustainable Travel International hat das Sustainable Tourism Eco-Certification Program™ (STEP) entwickelt. Das noch junge Label ist global anwendbar, behandelt alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit und ist mit den Minimalanforderungen der Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC) abgestimmt. Das Tool richtet sich an Tourismusbetriebe aller Grössen und ist in Stufen mit 5 Sternen aufgebaut (assessed, certified).
2	Schwerpunkte	Management, Arbeitsplatz, Beschaffung, Energie, Klima, Gesellschaft
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Zertifizierung, Gütesiegel
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungs- und Prozessanforderung
5	Geographische Abdeckung	International (USA - Brasilien - Costa Rica - UK - Spanien - Malaysia - Taiwan), Fokus Nordamerika
6	Adressaten, Tourismusbezug	Tourismusunternehmen, Hotels
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	300 Betriebe im Programm, keine in der Schweiz
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	5 Sterne (1assessed, 2-5 certified) <a href="http://www.sustainabletravelinternational.org/documents/sustainabletourismcertification_ratings.html">http://www.sustainabletravelinternational.org/documents/sustainabletourismcertification_ratings.html</a>
9	Sprachen (Informationen)	englisch
10	Anzahl Indikatoren	> 20 Kriterien, nicht im Detail ersichtlich
11	Zertifizierungsverfahren	Selbsteinschätzung > Unterlagen Audit = Eco-assessed > Vor-Ort-Audit, Evaluation = Eco-certified. Externe Überprüfung alle 2 Jahre.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Nachhaltigkeitsplanungs- und Berichterstattungs-Kit mit Leitfaden, Evaluationsplattform, Vergleichszahlen, Vorlagen
13	Kosten	nach Grösse, ohne Auditkosten <a href="http://www.sustainabletravelinternational.org/documents/sustainabletourismcertification_rates.html">http://www.sustainabletravelinternational.org/documents/sustainabletourismcertification_rates.html</a>
14	Transparenz	Nur Auswahl der Kriterien ersichtlich
15	Webseite, Link	<a href="http://www.sustainabletravelinternational.org/documents/sustainabletourismcertification.html">http://www.sustainabletravelinternational.org/documents/sustainabletourismcertification.html</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	2009, Sustainable Travel International, White Salmon (USA), Middlesex (UK)
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	●●●
18	Umweltaspekte	●●●●
19	Sozialaspekte	●●●
20	Wirtschaftsaspekte	●●
21	Internationale Ausrichtung	●●●●
22	Verbreitung in CH Hotellerie	
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	●●●
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	●●●
25	Transparenz Internet	●●●
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	●●●
27	Zusammenfassung	STEP ist ein noch junges Nachhaltigkeits-Programm für Tourismusunternehmen, das weltweit aktiv ist und aufbauend von einer Selbsteinschätzung über ein Unterlagenaudit zu einer Kontrolle vor Ort mit Zertifizierung führt.

**Travelife (The Travelife Sustainability System)**

Nr.	Name des Labels	Travelife
1	Kurzbeschreibung	Das Nachhaltigkeitslabel Travelife wurde von der britischen Reisebranche initiiert. Travelife bietet eine online Nachhaltigkeits-Selbstbeurteilung für Tourismusbetriebe weltweit an. Für die Aufnahme in die Plattform 'Greentravelmarket' gelten folgende Kriterien: 1. Zertifizierung durch anerkanntes Nachhaltigkeitssystem (z.B. VISIT), 2. Empfohlen von einer anerkannten unabhängigen NGO, 3. Umwelt- oder Nachhaltigkeitspreise gewonnen, 4. Travelife-Checkliste ausgefüllt (Vergleich mit anderen Betrieben, Unterstützung zur Verbesserung).
2	Schwerpunkte	Management, Umwelteinwirkungen, Personalpraxis, Kinderschutz
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Zertifizierung, Gütesiegel
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungsanforderung
5	Geographische Abdeckung	international
6	Adressaten, Tourismusbezug	Anbieter in der Reisebranche
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	ca. 800 Betriebe weltweit, 10 Betriebe in der Schweiz
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	4 Stufen (Aufnahme; Bronze, Silber, Gold) <a href="http://www.travelife.eu/index.php?id=5">http://www.travelife.eu/index.php?id=5</a>
9	Sprachen (Informationen)	deutsch, französisch, italienisch, englisch u.a.; Trainingwebseite auf englisch, holländisch, spanisch
10	Anzahl Indikatoren	rund 100 Kriterien
11	Zertifizierungsverfahren	Selbstbeurteilung anhand Checkliste, Audit und Auszeichnung auf Antrag ab bestimmtem Level zur Erreichung des Bronze, Silber oder Gold Logos
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Online Tool zur Planung konkreter Nachhaltigkeits-Schritte
13	Kosten	Handbuch kostenlos, Mitgliedschaft für Award-Auszeichnung zwingend, Kosten nach Grösse (Betten), ab 250 Euro
14	Transparenz	Handbuch erhältlich, keine Informationen zu Stufen
15	Webseite, Link	<a href="http://www.travelife.eu/index.php?id=1">http://www.travelife.eu/index.php?id=1</a> <a href="http://www.its4travel.com/">http://www.its4travel.com/</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	2008, International Tourism Services Ltd (Travelife), Haywards Heath (UK)
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	●●●●
18	Umweltaspekte	●●●
19	Sozialaspekte	●●●
20	Wirtschaftsaspekte	●●
21	Internationale Ausrichtung	●●●●
22	Verbreitung in CH Hotellerie	●
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	●
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	●
25	Transparenz Internet	●●
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	●
27	Zusammenfassung	Travelife ist ein im Jahr 2008 neu entstandenes Nachhaltigkeitslabel, welches von Reiseveranstaltern entwickelt wurde und touristische Leistungsträger auszeichnet, die bzgl. Ökologie und Soziales Minimalstandards erfüllen. In der Schweiz unterstützen die Reiseveranstalter Kuoni und M-Travel das Travelife-System, das zu einer Bronze, Silber oder Goldauszeichnung führen kann.

**Steinbock-Label**

Nr.	Name des Labels	Steinbock	
1	Kurzbeschreibung	Das Steinbock-Label kennzeichnet touristische Betriebe in der Schweiz, die nachhaltig geführt werden und regional verankert sind. Bei der Zertifizierung werden Energie- und Wasserverbrauch, Abfallaufkommen sowie die Einhaltung von Umweltstandards sowie regionale Kriterien bewertet. Darüber hinaus werden soziale und Management Aspekte sowie die Partner- und Gästebeziehungen berücksichtigt. Das Steinbock-Label wird von der grischconsulta AG vergeben und entspricht dem VISIT-Standard.	
2	Schwerpunkte	Management, betriebswirtschaftliche, ökologische, regionalwirtschaftliche, soziale Qualität	
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Zertifizierung, Gütesiegel	
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungs- und Prozessanforderung	
5	Geographische Abdeckung	Schweiz	
6	Adressaten, Tourismusbezug	Hotels, Beherbergung	
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	21 Hotels, 30 Hostels (JHs) in der Schweiz	
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	Basisanforderungen (1 Steinbock), Nachhaltigkeitsleistung (2-5 Steinböcke)	<a href="http://www.steinbock-label.ch/pages/auszeichnung/leistungen.html">http://www.steinbock-label.ch/pages/auszeichnung/leistungen.html</a>
9	Sprachen (Informationen)	deutsch	
10	Anzahl Indikatoren	37 Kriterien und rund 250 Massnahmen in 5 Kategorien	
11	Zertifizierungsverfahren	Prüfung durch Auditor, Entscheid durch Zertifizierungskomitee, Gültigkeit 3 Jahre (2 Jahre bei 1 -2 Steinbock)	
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Schulung	
13	Kosten	nach Grösse, auf Anfrage	<a href="http://www.oe-plus.ch/uploaded_files/113871571819.pdf">http://www.oe-plus.ch/uploaded_files/113871571819.pdf</a>
14	Transparenz	nur grobe Kategorien der Kriterien	
15	Webseite, Link	<a href="http://www.steinbock-label.ch/">http://www.steinbock-label.ch/</a>	<a href="http://www.oe-plus.ch/uploaded_files/113871571819.pdf">http://www.oe-plus.ch/uploaded_files/113871571819.pdf</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	2000, grischconsulta AG, Chur	
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>			
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	●●●●	
18	Umweltaspekte	●●●●	
19	Sozialaspekte	●●●●	
20	Wirtschaftsaspekte	●●●●	
21	Internationale Ausrichtung	●	
22	Verbreitung in CH Hotellerie	●●	
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	●●●●	
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	●●●	
25	Transparenz Internet	●●	
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	●●●	
27	Zusammenfassung	Das Steinbock-Label ist das in der Schweiz wohl bekannteste Nachhaltigkeitslabel für Hotels. Neben ökonomischen und ökologischen werden auch soziale Kriterien berücksichtigt. Je nach Erfüllungsgrad der Kriterien können bis zu fünf Steinböcke erreicht werden.	

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 21/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**EU-Umweltzeichen für Beherbergungsbetriebe**

Nr.	Name des Labels	EU-Umweltzeichen
1	Kurzbeschreibung	Das Europäische Umweltzeichen ("Euro-Blume") kennzeichnet umweltorientierte Beherbergungsbetriebe und Campingplätze. Es hat zum Ziel, die grössten Umweltbelastungen in den drei Phasen Kauf, Bereitstellung der Dienstleistung und Entsorgung so gering wie möglich zu halten. Im Mittelpunkt der rund 90 Umweltkriterien stehen Massnahmen zur umweltgerechten Energieversorgung sowie zur Abfallvermeidung, Wassereinsparung und Umweltinformation. Das Umweltzeichen für Beherbergungsbetriebe entspricht dem VISIT-Standard.
2	Schwerpunkte	Energie, Wasser, Information, Beschaffung, Abfall, Chemie
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Zertifizierung, Gütesiegel
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungsanforderung
5	Geographische Abdeckung	Europa
6	Adressaten, Tourismusbezug	Beherbergung
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	300 Betriebe, in der Schweiz ca. 40 Betriebe (v.a. JHs)
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	englisch; sowie d & f auf der STV-Homepage <a href="http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=941">http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=941</a>
10	Anzahl Indikatoren	90 Kriterien
11	Zertifizierungsverfahren	Bei Antragstellung prüft eine unabhängige Stelle die Einhaltung der Kriterien, spätere Kontrollen können unangekündigt folgen. Gültigkeit 3 Jahre.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Ja, Train-to-Ecolabel <a href="http://www.traintoecolabel.org/">http://www.traintoecolabel.org/</a>
13	Kosten	Nach Grösse, ohne Auditkosten <a href="http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=1093">http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=1093</a>
14	Transparenz	Kriterien-Katalog zum Download <a href="http://www.traintoecolabel.org/r/chd/accomodation/all">http://www.traintoecolabel.org/r/chd/accomodation/all</a>
15	Webseite, Link	<a href="http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/">http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/</a> <a href="http://www.ecolabel-tourism.eu/">http://www.ecolabel-tourism.eu/</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	2003, Europäische Kommission, Paris/Brüssel
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	●●
18	Umweltaspekte	●●●●
19	Sozialaspekte	●
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	●●●
22	Verbreitung in CH Hotellerie	●●
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	●●●●
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	●●●
25	Transparenz Internet	●●●●
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	●●●●
27	Zusammenfassung	Das EU-Umweltzeichen zeichnet Beherbergungsbetriebe aus, welche einen strengen Katalog mit Umweltkriterien erfüllen. Die Schweiz war von Anfang an in der Entwicklung dabei und weist auch schon einige zertifizierte Betriebe aus. Die Einhaltung der Kriterien wird extern überprüft.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 22/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**Blaue Schwalbe**

Nr.	Name des Labels	Blaue Schwalbe
1	Kurzbeschreibung	Die „Blaue Schwalbe“ kennzeichnet umweltfreundliche Tourismusbetriebe. Sie ist kein klassisches Label, sondern lediglich die Bezeichnung für die in der <i>Verträglich Reisen</i> Zeitschrift inserierenden Beherbergungsbetriebe. Die Aufnahme und Auszeichnung mit der Blauen Schwalbe wird nach einer Selbsteinschätzung der Betriebe erteilt, die telefonisch, anhand der Prospekte und sporadisch vor Ort überprüft wird.
2	Schwerpunkte	Speisen und Getränke, Verkehr, Energie, Wasser, Abfall, Putzmittel, Gartenanlagen, Freizeit
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Selbstdeklaration, Gütesiegel
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungsanforderung
5	Geographische Abdeckung	Europa
6	Adressaten, Tourismusbezug	Hotels, Beherbergung
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	ca. 150 in Europa, in der Schweiz 16 Betriebe (+ 59 JHs)
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	deutsch, englisch
10	Anzahl Indikatoren	14 Kriterien
11	Zertifizierungsverfahren	Selbstverpflichtung, Aufnahme in das Online-Reiseportal "Verträglich Reisen", Kontrolle durch den Verlag findet nicht bzw. nur bedingt statt (tel. und sporadische vor Ort Überprüfungen). Die Überprüfung der Kriterien lebt primär durch die Rückmeldungen der Gäste. Gültigkeit 1 Jahr.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Nein
13	Kosten	Inseratepreise <a href="http://www.vertraeglich-reisen.de/mediadaten-formate-preise.php">http://www.vertraeglich-reisen.de/mediadaten-formate-preise.php</a>
14	Transparenz	Kriterien ersichtlich
15	Webseite, Link	<a href="http://www.vertraeglich-reisen.de/biohotels/blaue-schwalbe-kriterien.php">http://www.vertraeglich-reisen.de/biohotels/blaue-schwalbe-kriterien.php</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	Verlag Fairkehr, Bonn
Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	••
18	Umweltaspekte	•••
19	Sozialaspekte	
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	••
22	Verbreitung in CH Hotellerie	••
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	••
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	•
25	Transparenz Internet	••
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	••
27	Zusammenfassung	Die Blaue Schwalbe ist die Bezeichnung für die in der Zeitschrift 'Verträglich Reisen' inserierenden Beherbergungsbetriebe. Sie müssen bestimmte Mindestanforderungen im Umweltbereich erfüllen. Diese werden sporadisch überprüft.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 23/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**Green Key**

Nr.	Name des Labels	Green Key
1	Kurzbeschreibung	Der Green Key kennzeichnet umweltfreundliche Tourismusbetriebe in Europa mit einem speziellen Fokus auf Umweltbildung. Er basiert auf Grundkriterien, die als nationale Kriterien den jeweiligen landesspezifischen Bedingungen angepasst werden. Es gibt Muss-Kriterien, die für die Auszeichnung umgesetzt sein müssen, Soll-Kriterien, die innerhalb von zwei Jahren nach Auszeichnung zu erfüllen sind, und Kann-Kriterien für besonders umweltfreundliche Betriebe. Das Gütesiegel ist v.a. in Frankreich, Dänemark und Skandinavien bekannt.
2	Schwerpunkte	Umweltmanagement, Umweltbildung, Energie, Wasser, Abfall, Lebensmittel
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Zertifizierung, Gütesiegel
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungsanforderung
5	Geographische Abdeckung	international (37 Länder): primär Frankreich, Dänemark, Skandinavien, Baltikum
6	Adressaten, Tourismusbezug	Tourismusunternehmen, Hotels
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	250 Betriebe, keine in der Schweiz
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	englisch, französisch u.a.
10	Anzahl Indikatoren	100 Kriterien
11	Zertifizierungsverfahren	In jedem Land gibt es eine nationale Steuerungsgruppe mit Vertretern von Behörden, NGOs und Verbänden, welche sich um die Green Key Aktivitäten und Bewerbungen kümmert. Jedes ausgezeichnete Unternehmen wird regelmässig vom nationalen Green Key Anbieter auditiert. Die internationale Green Key Organisation macht zudem Stichprobenbesuche in allen Ländern. Gültigkeit 1 Jahr.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	nein
13	Kosten	nach Länder unterschiedlich
14	Transparenz	Kriterien ersichtlich (Download)
15	Webseite, Link	<a href="http://www.green-key.org/">http://www.green-key.org/</a> <a href="http://www.laclefverte.org">http://www.laclefverte.org</a> <a href="http://www.kmvk.nl/cmslib/www.kmvk.nl/greenkeyorg/files/Factsheet_Green_Key_v1.pdf">http://www.kmvk.nl/cmslib/www.kmvk.nl/greenkeyorg/files/Factsheet_Green_Key_v1.pdf</a> <a href="http://www.green-key.org/">http://www.green-key.org/</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	1994, Foundation for Environmental Education, Dänemark & Frankreich
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	••
18	Umweltaspekte	••••
19	Sozialaspekte	•
20	Wirtschaftsaspekte	•
21	Internationale Ausrichtung	••
22	Verbreitung in CH Hotellerie	
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	••••
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	••
25	Transparenz Internet	•••
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	•••
27	Zusammenfassung	Der Green Key ist ein europäisches Umweltlabel für Tourismusbetriebe, das zurzeit v.a. in F, DK und Skandinavien bekannt ist. Die Grundkriterien werden von den nationalen Steuerungsgruppen angepasst. In der Schweiz existiert zurzeit noch keine Vertretung.

**Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus**

Nr.	Name des Labels	Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus (Stufe I & II)	
1	Kurzbeschreibung	Das Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus fördert die Qualitätsentwicklung und die Qualitätssicherung in touristischen Betrieben. Das dreistufige Programm berücksichtigt auf den Stufen I & II auch einige Umwelt- und Sozialkriterien. Die Stufe III entspricht einem anerkannten Qualitätsmanagementsystem.	
2	Schwerpunkte	Servicequalität	
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Gütesiegel	
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Prozessanforderung	
5	Geographische Abdeckung	Schweiz (+ Lizenzkäufer in Europa: Griechenland, Lettland, Tirol, Luxemburg & Deutschland)	
6	Adressaten, Tourismusbezug	Tourismusunternehmen, Hotels	
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	ca. 4900 Auszeichnungen in der Schweiz (3780 QI, 700 QII, 450 QIII)	
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	3 Stufen (QI, QII, QIII)	
9	Sprachen (Informationen)	deutsch, französisch, italienisch	
10	Anzahl Indikatoren	keine Indikatoren, verschiedene Instrumente je nach Stufe	
11	Zertifizierungsverfahren	Während die Stufe I auf einer Selbstbeurteilung mit Stichprobenbesuchen beruht, gilt es auf der Stufe II eine Mindestnote aus der Bewertung durch Gäste, Mitarbeitende und einer Mystery Person zu erreichen. Zur Stufe III führt die Umsetzung eines umfassenden anerkannten QM-Systems (z.B. Zertifizierung durch ISO 9001). Gültigkeit 3 Jahre.	
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Ja, Schulungen; Servicekette, Reklamationsmanagement, Qualitätsprofil u.a.	
13	Kosten	Stufe I: <a href="http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=1054">http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=1054</a>	Stufe II: <a href="http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=1059">http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=1059</a>
14	Transparenz	Musterinstrumente ersichtlich	
15	Webseite, Link	<a href="http://www.quality-our-passion.ch">www.quality-our-passion.ch</a>	
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	1997, 12 Trägerverbände, Schweizer Tourismus-Verband, Bern	
Nr.	Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	•	
18	Umweltaspekte	•	
19	Sozialaspekte	•	
20	Wirtschaftsaspekte		
21	Internationale Ausrichtung	•	
22	Verbreitung in CH Hotellerie	••••	
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	••••	
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	••	
25	Transparenz Internet	••••	
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	•••	
27	Zusammenfassung	Das Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus, das von allen grossen touristischen Verbänden getragen wird, bietet Instrumente zur Analyse und Massnahmenplanung im Bereich Servicequalität an. Das dreistufig aufgebaute Programm berücksichtigt auf den Stufe I und II auch soziale und Umweltaspekte.	



Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 25/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

### Valais Excellence

Nr.	Name des Labels	Valais Excellence
1	Kurzbeschreibung	Das Valais Excellence Label zeichnet Unternehmen mit einem integrierten Managementsystem aus. Es steht für die Walliser Herkunft des Unternehmens, für eine doppelte Qualitätsauszeichnung des Unternehmens (ISO 9001, ISO 14001) und für ein Engagement des Unternehmens für ein bürgerfreundliches Vorgehen gegenüber dem Wallis und seinen Bewohnern. Das Projekt wurde zudem für folgende Partnerregionen adaptiert: Wallonien (Belgien), Picardie (Frankreich) und Berner Oberland (Schweiz).
2	Schwerpunkte	Qualitätsmanagement, Umweltmanagement
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Zertifizierung, Gütesiegel
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Prozessanforderung
5	Geographische Abdeckung	Wallis & Partnerregionen
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	76 Betriebe in der Schweiz, davon 12 Hotels
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	deutsch, französisch
10	Anzahl Indikatoren	keine, ISO-Normen sind Grundlage
11	Zertifizierungsverfahren	Webbasierte Erarbeitung, Schulungen, ext. Überprüfung und Zertifizierung. Gültigkeit 3 Jahre.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Managementtools, Best-Practises Datenbank, Begleitung
13	Kosten	nach Grösse, auf Anfrage
14	Transparenz	Mustereinblick in Tools
15	Webseite, Link	<a href="http://www.valais-excellence.ch">www.valais-excellence.ch</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	Verein Marke Wallis, Siders
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	••
18	Umweltaspekte	••••
19	Sozialaspekte	
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	•
22	Verbreitung in CH Hotellerie	••
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	••••
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	••••
25	Transparenz Internet	•••
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	••••
27	Zusammenfassung	Valais Excellence ist ein webbasiertes Programm zum Aufbau eines Managementsystems, das auf den ISO Normen 9001 (Qualitätsmanagement) und 14001 (Umweltmanagement) beruht und sich an Walliser Betriebe richtet.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 26/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**ISO 9001**

Nr.	Name des Labels	ISO 9001
1	Kurzbeschreibung	Die ISO Norm 9001 legt die Anforderungen an ein umfassendes betriebliches Qualitätsmanagementsystem (QM-System) fest, wobei die Kundenorientierung und ein prozessorientierter Ansatz im Zentrum stehen.
2	Schwerpunkte	Qualitätsmanagement
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Management System
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Prozessanforderung
5	Geographische Abdeckung	international
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	rund 10'000 Betriebe in der Schweiz
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	englisch, französisch
10	Anzahl Indikatoren	ISO-Norm ist Grundlage, 8 Kapitel
11	Zertifizierungsverfahren	Ext. Zertifizierung durch unabhängige akkreditierte Auditoren. Gültigkeit 3 Jahre.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Nein
13	Kosten	Begleitung und Zertifizierung, nach Aufwand
14	Transparenz	Norm käuflich erwerbbar
15	Webseite, Link	<a href="http://www.iso.org/">www.iso.org/</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	International Standards Organisation (ISO), Schweiz
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	•
18	Umweltaspekte	
19	Sozialaspekte	
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	••••
22	Verbreitung in CH Hotellerie	••••
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	••••
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	••••
25	Transparenz Internet	•••
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	••••
27	Zusammenfassung	Mit der Umsetzung der global bekannten ISO-Norm 9001 implementiert ein Betrieb ein umfassendes Qualitätsmanagementsystem und kann somit auch das QIII des Qualitäts-Programms für den Schweizer Tourismus beantragen.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 27/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**ISO 14001**

Nr.	Name des Labels	ISO 14001
1	Kurzbeschreibung	Die internationale Umweltmanagementnorm ISO 14001 legt weltweit anerkannte Anforderungen an ein umfassendes betriebliches Umweltmanagementsystem fest. Sie kann sowohl auf produzierende als auch auf dienstleistende Unternehmen angewendet werden.
2	Schwerpunkte	Umweltmanagement
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Management System
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Prozessanforderung
5	Geographische Abdeckung	international
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	rund 1500 Betriebe in der Schweiz
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	englisch, französisch
10	Anzahl Indikatoren	ISO-Norm ist Grundlage
11	Zertifizierungsverfahren	Ext. Zertifizierung durch unabhängige akkreditierte Auditoren. Gültigkeit 3 Jahre.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Nein
13	Kosten	Begleitung und Zertifizierung, nach Aufwand
14	Transparenz	Norm käuflich erwerbbar
15	Webseite, Link	<a href="http://www.iso.org/">www.iso.org/</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	1996, International Standards Organisation (ISO), Schweiz
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	••
18	Umweltaspekte	••••
19	Sozialaspekte	
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	••••
22	Verbreitung in CH Hotellerie	○
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	••••
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	••••
25	Transparenz Internet	•••
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	••••
27	Zusammenfassung	Die ISO-Norm 14001 steht für ein umfassendes Umweltmanagement und ist das bekannteste Umweltmanagementsystem. Umwelthanliegen werden in der Unternehmenspolitik verankert, Ziele und Massnahmen definiert und überprüft. Die Norm wird oft in Kombination mit der Qualitätsnorm 9001 umgesetzt.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 28/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**ISO 26000**

Nr.	Name des Labels	ISO 26000
1	Kurzbeschreibung	Die ISO 26000 wird im Jahr 2010 als Norm für soziale Verantwortlichkeit (social responsibility) publiziert. Sie enthält keine Anforderungen und ist somit kein zertifizierbarer Standard. Kernthemen sind Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umwelt, faires Handeln sowie Verbraucherfragen. Sieben grundlegende Prinzipien kennzeichnen die Norm: Verantwortlichkeit, Transparenz, ethisches Verhalten, die Berücksichtigung der Interessen von Anspruchsgruppen, Einhaltung von Gesetzen, Respekt vor internationalen Verhaltensnormen und Respektierung der Menschenrechte.
2	Schwerpunkte	Gesellschaftliche Verantwortung
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Management Norm
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Prozessanforderung
5	Geographische Abdeckung	international
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	keine
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	englisch, französisch
10	Anzahl Indikatoren	ISO-Norm ist Grundlage, 8 Kapitel
11	Zertifizierungsverfahren	nicht zertifizierbar
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Nein
13	Kosten	Begleitung, nach Aufwand
14	Transparenz	Norm käuflich erwerbbar
15	Webseite, Link	<a href="http://www.iso.org/">www.iso.org/</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	2010, International Standards Organisation (ISO), Schweiz
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	●●
18	Umweltaspekte	
19	Sozialaspekte	●●●●
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	●●●●
22	Verbreitung in CH Hotellerie	○
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	●●●●
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	○
25	Transparenz Internet	●●●
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	●●●●
27	Zusammenfassung	Die ISO-Norm 26000 wurde neu entwickelt und beinhaltet Richtlinien für die soziale Verantwortung im Unternehmen. Sie gilt als Leitfaden und kann nicht zertifiziert werden.

**EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)**

Nr.	Name des Labels	EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)
1	Kurzbeschreibung	Das Gemeinschaftssystem für das freiwillige Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung (Eco-Management and Audit Scheme, EMAS) ist ein von den Europäischen Gemeinschaften 1993 entwickeltes Instrument für Unternehmen, die ihre Umweltleistung verbessern wollen. Der Aufbau eines UMS und die Abläufe entsprechen seit 2001 der ISO Norm 14001. EMAS geht jedoch über ein reines Managementsystem hinaus und beinhaltet auch Leistungsanforderungen. Ab 2011 können auch Drittländer nach EMAS ausgezeichnet werden, wobei entsprechende Umweltgutachter eine spezielle Akkreditierung brauchen.
2	Schwerpunkte	Umweltmanagement: Energieeffizienz, Materialeffizienz, Wasser, Abfall, biologische Vielfalt und Emissionen
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Management System
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungs- und Prozessanforderung
5	Geographische Abdeckung	Europa
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	ca. 5'000 Betriebe in Europa, keine in der Schweiz, neu weltweit möglich
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	deutsch, englisch
10	Anzahl Indikatoren	6 Kerinindikatoren
11	Zertifizierungsverfahren	Umwelterklärung (Umweltprüfung, Umweltmanagementsystem, Umweltprogramm mit Zielen), Vor-Ort Begutachtung durch akkreditierten Auditor, Validierung, Registrierung. Gültigkeit 3 Jahre.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Ja, Eco-mapping, Toolkit für KMUs und andere
13	Kosten	Begleitung und Zertifizierung, nach Aufwand
14	Transparenz	Verordnung mit Kernindikatoren ersichtlich
15	Webseite, Link	<a href="http://www.emas.de/home/">http://www.emas.de/home/</a> <a href="http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm">http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	1995, Europäische Kommission
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	••
18	Umweltaspekte	••••
19	Sozialaspekte	
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	•••
22	Verbreitung in CH Hotellerie	
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	••••
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	••••
25	Transparenz Internet	•••
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	••••
27	Zusammenfassung	Das Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) der EU wurde als Umweltmanagementsystem für Unternehmen, entwickelt. Es entspricht der ISO-Umweltmanagementnorm 14001, geht jedoch darüber hinaus und beinhaltet auch Leistungsanforderungen. Neu können auch Drittländer nach EMAS ausgezeichnet werden, wobei es zurzeit noch keine Betriebe in der Schweiz gibt.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 30/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**EFQM (European Foundation for Quality Management)**

Nr.	Name des Labels	EFQM (European Foundation for Quality Management)
1	Kurzbeschreibung	Die European Foundation for Quality Management (EFQM) hat ein Bewertungsmodell für ein umfassendes Qualitätsmanagement entwickelt, welches in einem Punktesystem auch konkrete Geschäftsergebnisse berücksichtigt. Das EFQM-Modell ist im Gegensatz zu ISO 9001 ein Wettbewerbsmodell, das auf die Selbstverantwortung in der Bewertung abzielt. Zentrales Anliegen des EFQM-Modell ist die stetige Verbesserung mittels Innovation und Lernen in allen Unternehmensteilen und in Zusammenarbeit mit anderen EFQM-Anwendern.
2	Schwerpunkte	Qualitätsmanagement
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Mitgliedschaft, Management System
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungs- und Prozessanforderung
5	Geographische Abdeckung	Europa
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	nicht bekannt, einzelne Hotelbetriebe
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	Ja, Punktesystem (ab 300 Pk. Recognised 3 Sterne, ab 400 Pk. Recognised 4 Sterne, ab 500 Pk. Recognised 5 Sterne)
9	Sprachen (Informationen)	englisch
10	Anzahl Indikatoren	Modell mit 9 Kriterienkategorien
11	Zertifizierungsverfahren	Externe Zertifizierung durch unabhängige Assessoren. Gültigkeit 2 Jahre.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Nein
13	Kosten	Mitgliedschaft (nach Grösse), ab jährlich 1350 Euro <a href="http://www.efqm.org/en/PdfResources/Membership%20Contract%202010.pdf">http://www.efqm.org/en/PdfResources/Membership%20Contract%202010.pdf</a>
14	Transparenz	Modell ohne spezifische Kriterien als Download erhältlich, Details erwerbbar
15	Webseite, Link	<a href="http://www.efqm.org/en/">http://www.efqm.org/en/</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	1991, European Foundation for Quality Management
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	•
18	Umweltaspekte	•
19	Sozialaspekte	•
20	Wirtschaftsaspekte	••
21	Internationale Ausrichtung	•••
22	Verbreitung in CH Hotellerie	•
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	••••
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	••••
25	Transparenz Internet	•••
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	••••
27	Zusammenfassung	Im EFQM-Modell bewertet ein Betrieb in einem Punktesystem verschiedene Kriterien seiner Unternehmensleistung. Neben konkreten wirtschaftlichen Ergebnissen werden in dem umfassenden Qualitätsmanagementsystem am Rande auch die Ergebnisse in Bezug auf Umwelt und Gesellschaft berücksichtigt. Mit dem Wettbewerbsmodell kann sich der Betrieb mit anderen EFQM-Betrieben vergleichen.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 31/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**EcoEntreprise**

Nr.	Name des Labels	EcoEntreprise
1	Kurzbeschreibung	Mit dem Bewertungs- und Verwaltungssystem EcoEntreprise des westschweizer Vereins Ecoparc können Unternehmen ihre Leistung im Bereich Nachhaltigkeit beurteilen, bewerten und zertifizieren lassen. Es werden verschiedene Hilfsmittel, Checklisten und eine Online-Selbstbewertung zur Verfügung gestellt. Das Tool kann auch als Hilfe zur Erlangung einer ISO-Zertifizierung (9001, 14001) eingesetzt werden.
2	Schwerpunkte	Qualität, Umwelt, Gesundheit, Sicherheit, Soziales
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Zertifizierung, Gütesiegel, Zertifizierung nach ISO möglich
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungs- und Prozessanforderung
5	Geographische Abdeckung	Schweiz
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	12 Betriebe in der Schweiz
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	primär französisch, teilweise deutsch
10	Anzahl Indikatoren	18 Indikatoren, Checklisten für verschiedene Bereiche
11	Zertifizierungsverfahren	Externe Zertifizierung durch unabhängige Auditoren
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Ja, Checklisten, Vorlagen, Selbstevaluation
13	Kosten	Nach Grösse, auf Anfrage <a href="http://www.ecoentreprise.ch/fr/index.php?id=B3c">http://www.ecoentreprise.ch/fr/index.php?id=B3c</a>
14	Transparenz	Nur einige Kriterien ersichtlich
15	Webseite, Link	<a href="http://www.ecoentreprise.ch/">http://www.ecoentreprise.ch/</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	2003, Verein Ecoparc, Neuenburg (Schweiz)
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	●●●●
18	Umweltaspekte	●●●●
19	Sozialaspekte	●●
20	Wirtschaftsaspekte	●●
21	Internationale Ausrichtung	●
22	Verbreitung in CH Hotellerie	
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	●●●
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	●●●●
25	Transparenz Internet	●●
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	●●●
27	Zusammenfassung	Mit dem in der Westschweiz entwickelten Programm EcoEntreprise kann ein Betrieb eine Selbstbewertung seiner Nachhaltigkeitsleistung vornehmen. Das Zertifikat bestätigt die Einführung eines Bewertungs- und Verwaltungssystems in nachhaltiger Entwicklung. Das Tool und die zur Verfügung gestellten Checklisten können auch als Hilfe zur Erlangung einer ISO-Zertifizierung (9001, 14001) eingesetzt werden.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 32/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**EcoStep**

Nr.	Name des Labels	EcoStep
1	Kurzbeschreibung	EcoStep ist ein zertifizierungsfähiges, integriertes, prozessorientiertes Managementsystem für klein- und mittelständische Unternehmen bis 250 Mitarbeiter. EcoStep basiert auf den Kernforderungen und bildet die Ausgangsbasis für die Managementsysteme ISO 9001 (Qualität), ISO 14001 (inkl. bestimmter Kernforderungen von EMAS) (Umwelt) sowie OHSAS 18001 (Arbeitsschutz und ggf. weitere Anforderungen wie z.B. ISO 22000/IFS Lebensmittelsicherheit).
2	Schwerpunkte	Qualitätsmanagement, Umweltmanagement, Arbeitssicherheit
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Management System, Zertifizierung nach ISO möglich
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Prozessanforderung
5	Geographische Abdeckung	Europa, bisher Deutschland (mit Partnern in Frankreich und Italien)
6	Adressaten, Tourismusbezug	KMU, insbes. auch Weinbau
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	90 Teilnehmer, davon 42 zertifiziert, keine Betriebe in der Schweiz
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	deutsch
10	Anzahl Indikatoren	Normen bilden Grundlagen
11	Zertifizierungsverfahren	Ext. Zertifizierung durch unabhängige Auditoren. Gültigkeit 2 Jahre.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Ja, Arbeitshilfen, Checklisten, Leitfaden
13	Kosten	4250 Euro (exkl. MwSt., ohne Auditkosten) <a href="http://www.ecostep-online.de/zeitunggeld.html">http://www.ecostep-online.de/zeitunggeld.html</a>
14	Transparenz	Normen käuflich erwerbbar
15	Webseite, Link	<a href="http://www.ecostep-online.de">www.ecostep-online.de</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	2004, Umweltallianz Hessen
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	••
18	Umweltaspekte	••••
19	Sozialaspekte	•
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	••
22	Verbreitung in CH Hotellerie	
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	•••
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	••••
25	Transparenz Internet	•••
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	•••
27	Zusammenfassung	EcoStep wurde in Deutschland als Managementsystem für KMUs entwickelt. Es basiert auf den Kernforderungen der ISO-Normen 9001 (Qualität) und 14001 (Umwelt, inkl. bestimmter Kernforderungen von EMAS) und wurde bisher fast ausschliesslich in Deutschland umgesetzt.



**AA1000 (AccountAbility Standard)**

Nr.	Name des Labels	AA1000AS (AccountAbility 1000 Assurance Standard)	
1	Kurzbeschreibung	Das internationale Institut AccountAbility hat sich zum Ziel gesetzt, die Überprüfbarkeit sozialen und ethischen Verhaltens von Unternehmen bzw. Organisationen zu fördern. Die AccountAbility Serie AA1000 beinhaltet Standards für soziale und ethische Bilanzierung, Auditing und Berichterstattung. Der AA 1000AS ist eine branchenunabhängige, zertifizierbare Verhaltensnorm für die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Organisationen. Sie interpretiert Reporting als Teil eines laufenden Engagements mit den Anspruchsgruppen und ist mit den GRI-Kriterien und anderen Standards kompatibel. Sie unterstützt Unternehmen, Indikatoren und Ziele im Bezug auf ihre gesellschaftlichen Auswirkungen festzusetzen, die Fortschritte zu messen und über sie zu berichten.	
2	Schwerpunkte	Nachhaltigkeitsberichterstattung	
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Zertifizierbarer Standard	
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Prozessanforderung	
5	Geographische Abdeckung	international	
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen	
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	nicht bekannt	
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein	
9	Sprachen (Informationen)	englisch, spanisch, chinesisch	
10	Anzahl Indikatoren	3 Prinzipien mit jeweils 5-10 Kriterien	
11	Zertifizierungsverfahren	Selbstbeurteilung nach Standard, Pre-Check wird überprüft, externe Bestätigung möglich. Gültigkeit 1 Jahr.	
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	nein	
13	Kosten	Standard gratis, Lizenzkosten nach Grösse	<a href="http://www.accountability21.net/uploadedFiles/Issues/Licensing%20FAQ.pdf">http://www.accountability21.net/uploadedFiles/Issues/Licensing%20FAQ.pdf</a>
14	Transparenz	Download des Standards möglich	<a href="http://accountability.org/uploadedFiles/Conference/AA1000AS%20(2008)_German.pdf">http://accountability.org/uploadedFiles/Conference/AA1000AS%20(2008)_German.pdf</a>
15	Webseite, Link	<a href="http://www.accountability.org/">www.accountability.org/</a>	
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	2003, AccountAbility, Beijing, Genf, London, Sao Paulo und Washington D.C.	
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>			
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	○	
18	Umweltaspekte	○	
19	Sozialaspekte	○	
20	Wirtschaftsaspekte	○	
21	Internationale Ausrichtung	●●●●	
22	Verbreitung in CH Hotellerie	○	
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	●●●	
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	●●●	
25	Transparenz Internet	●●●●	
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	●●●	
27	Zusammenfassung	Der weltweit eingesetzte AccountAbility Standard 1000AS ist eine branchenunabhängige, zertifizierbare Verhaltensnorm für das Nachhaltigkeitsmanagement von Organisationen. Er legt ein besonderes Gewicht auf den Einbezug der relevanten Stakeholder und hilft dabei, Indikatoren und Ziele in Bezug auf die gesellschaftliche Verantwortung festzusetzen, zu messen und über sie zu berichten.	

**GRI (Global Reporting Initiative)**

Nr.	Name des Labels	GRI (Global Reporting Initiative)
1	Kurzbeschreibung	Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkbasierte Organisation, welche die weltweit am meisten verbreiteten Richtlinien für Nachhaltigkeits-Berichterstattung entwickelt hat. Es gibt drei Basiskategorien (A, B, C), die falls sie überprüft und bestätigt wurden, zu A+, B+ und C+ werden. Während der Standard öffentlich verfügbar ist und von jedermann eingesetzt werden kann, führt eine externe Überprüfung des Berichtes also zur Plus-Kategorie.
2	Schwerpunkte	Nachhaltigkeitsberichterstattung
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Zertifizierbarer Standard
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Prozessanforderung
5	Geographische Abdeckung	international
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	nicht bekannt
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	6 Kategorien (A,A+,B,B+,C,C+)
9	Sprachen (Informationen)	deutsch & 20 weitere Sprachen
10	Anzahl Indikatoren	5 Indikatorenprotokolle (Ökonomie, Umwelt, Produktverantwortung, Arbeitsbedingungen, Menschenrechte, Gesellschaft), rund 70 Kriterien
11	Zertifizierungsverfahren	Richtlinien, externe Bestätigung möglich. Gültigkeit 1 Jahr.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Ja, Vorlagen, Tools, Schulungen
13	Kosten	Standard gratis, ext. Bestätigung nach Aufwand
14	Transparenz	Download des Standards möglich <a href="http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/LanguageGerman.htm">http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/LanguageGerman.htm</a>
15	Webseite, Link	<a href="http://www.globalreporting.org">http://www.globalreporting.org</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	2000, Global Reporting Initiative (GRI), Amsterdam (NL)
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	●●●●
18	Umweltaspekte	●●●
19	Sozialaspekte	●●●●
20	Wirtschaftsaspekte	●●●
21	Internationale Ausrichtung	●●●●
22	Verbreitung in CH Hotellerie	○
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	●●●●
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	●●●
25	Transparenz Internet	●●●●
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	●●●●
27	Zusammenfassung	Die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) bilden die weltweit anerkannten Standards für die Nachhaltigkeits-Berichterstattung. Der mehrstufige Standard ist frei verfügbar und kann durch eine externe Überprüfung des Berichtes zur zertifizierten Plus-Kategorie führen.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 35/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**SA8000 (Social Accountability)**

Nr.	Name des Labels	SA8000 (Social Accountability 8000)
1	Kurzbeschreibung	SA8000 ist ein weltweit zertifizierbarer Standard für die sozial verantwortliche Unternehmensführung. Ins Leben gerufen von der Social Accountability International (SAI) dient er vor allem international tätigen Unternehmen als Mindestmass betreffend Anstellungs- und Arbeitsplatzbedingungen. Er basiert auf der internationalen Menschenrechtskonvention und ausgesuchten Artikeln der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). In Abgrenzung zur nicht zertifizierbaren Business Social Compliance Initiative (BSCI) ergänzt der SA 8000 diese um ein Managementsystem identisch zur ISO Norm 9001.
2	Schwerpunkte	Arbeitsbedingungen
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Standard, Zertifizierung
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungs- und Prozessanforderung
5	Geographische Abdeckung	international
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen (hauptsächlich Industrie und Handel)
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	2100 (60 Länder)
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	englisch und 10 weitere Sprachen
10	Anzahl Indikatoren	9 Grundsätze mit je 3-16 Kriterien
11	Zertifizierungsverfahren	Zertifizierungsantrag, Erstaudit, periodische Nachkontrollen durch akkreditierte Kontrollinstitution. Gültigkeit 3 Jahre.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Ja, Schulungen; Servicekette, Reklamationsmanagement, Qualitätsprofil u.a.
13	Kosten	Standard gratis, Auditkosten nach Grösse, auf Anfrage
14	Transparenz	Standard öffentlich <a href="http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&amp;PageID=937">http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&amp;PageID=937</a>
15	Webseite, Link	<a href="http://www.sa-intl.org/">http://www.sa-intl.org/</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	1997, Social Accountability International (SAI), New York (USA)
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	●●
18	Umweltaspekte	
19	Sozialaspekte	●●●
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	●●●●
22	Verbreitung in CH Hotellerie	○
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	●●
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	●●●●
25	Transparenz Internet	●●●●
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	●●●
27	Zusammenfassung	SA8000 ist ein weltweit zertifizierbarer Standard für die sozial verantwortliche Unternehmensführung mit dem Schwerpunkt Arbeitsbedingungen. Er ergänzt vorhandene Managementsysteme wie ISO 9001, ISO 14001 und OHSAS 18001 und kann in bestehende Systeme mit vergleichsweise geringem Aufwand integriert werden.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 36/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**Ferien für alle**

Nr.	Name des Labels	Ferien für alle
1	Kurzbeschreibung	Das Schweizer Gütesiegel 'Ferien für alle' richtet sich an Tourismusbetriebe, welche bzgl. Infrastrukturen und Mitarbeiterschulungen die speziellen Bedürfnisse von Behinderten (Barrierefreiheit) berücksichtigen und entsprechende Qualitätsvorgaben erfüllen.
2	Schwerpunkte	Behindertengerechte Infrastrukturen
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Gütesiegel
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungsanforderung
5	Geographische Abdeckung	Schweiz
6	Adressaten, Tourismusbezug	Tourismusbetriebe
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	6 Betriebe (4 Beherberung, davon 1 Hotel) in der Schweiz
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	deutsch
10	Anzahl Indikatoren	nicht ersichtlich
11	Zertifizierungsverfahren	Erhebung der Infrastruktur durch Auditor, Auditbericht, Auszeichnung durch Zertifizierungsstelle. Gültigkeit 3 Jahre.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Nein
13	Kosten	Nach Branche und Grösse <a href="http://www.ferienfueralle.ch/pdf/preisliste161109.pdf">http://www.ferienfueralle.ch/pdf/preisliste161109.pdf</a>
14	Transparenz	Kriterien auf Anfrage
15	Webseite, Link	<a href="http://www.ferienfueralle.ch/">http://www.ferienfueralle.ch/</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	2009, Mobility International Schweiz (MIS)/Quality Service Schaffhausen (QS), Olten
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	•
18	Umweltaspekte	
19	Sozialaspekte	•
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	•
22	Verbreitung in CH Hotellerie	•
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	○
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	•••
25	Transparenz Internet	•••
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	•••
27	Zusammenfassung	Das junge Label 'Ferien für alle' zeichnet Betriebe aus, welche spezifisch den Bedürfnissen von behinderten Menschen entgegenkommen. Die Kriterien lehnen sich u.a. an die SIA500-Normen „behindertengerechtes Bauen“ an. Die Betriebe werden von Auditoren individuell angeschaut, wobei gewisse Mindestkriterien erfüllt sein müssen.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 37/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**Bio-Hotels**

Nr.	Name des Labels	Bio-Hotels
1	Kurzbeschreibung	Im Verein Bio-Hotels sind Hotels zusammengeschlossen, die ausschliesslich biologisch produzierte Produkte (Lebensmittel) einsetzen und anbieten.
2	Schwerpunkte	Biologische Lebensmittel
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Mitgliedschaft, Externe Kontrolle der Mindeststandards
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungsanforderung
5	Geographische Abdeckung	Europa (A, F, D, I, IR, ES, CH)
6	Adressaten, Tourismusbezug	Beherbergung, Hotels
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	61 Betriebe, in der Schweiz 5 Betriebe
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	deutsch
10	Anzahl Indikatoren	Ein Indikator
11	Zertifizierungsverfahren	Beitrittserklärung, Prüfung unangemeldet als Stichprobe und jährlich als umfassendes Audit
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	nein
13	Kosten	nicht transparent, nach Grösse des Hauses (Eintrittsgebühr & EUR 60.-/Bett)
14	Transparenz	Richtlinien auf Internet
15	Webseite, Link	<a href="http://www.biohotels.info/">http://www.biohotels.info/</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	2001, Verein "Die BIO-Hotels", Nassereith (Österreich)
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	•
18	Umweltaspekte	•
19	Sozialaspekte	
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	••
22	Verbreitung in CH Hotellerie	•
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	••••
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	••••
25	Transparenz Internet	•••
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	••••
27	Zusammenfassung	Hotels, die ausschliesslich Bio-Lebensmittel anbieten, können als Bio-Hotel zertifiziert werden. Sie werden jährlich durch externe Auditoren überprüft.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 38/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**Swiss Climate CO2e**

Nr.	Name des Labels	SwissClimate CO2e
1	Kurzbeschreibung	Das SwissClimate-Gütesiegel ist eine branchenübergreifende Auszeichnung für ganzheitliche Klimastrategien, welche extern geprüft wird. Weitere Kriterien neben der Reduktion von Treibhausgasemissionen sind: eine Treibhausgasbilanz nach ISO 14064 und dem Greenhouse Gas Protocol, eine externe Prüfung durch die SQS, CO2e-Bilanzierung (Bronze), CO2e-Optimierung (Silber) und CO2e-Neutralität (Gold), hochwertige Klimaschutzprojekte. Das Gütesiegel richtet sich an Organisationen, die ihre Treibhausgasemissionen bilanzieren und sich für den Schutz des Klimas einsetzen wollen.
2	Schwerpunkte	Klimawirksame Emissionen
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Zertifizierung, Gütesiegel
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungsanforderung
5	Geographische Abdeckung	Schweiz
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	11 Unternehmen in der Schweiz
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	Bronze, Silber, Gold
9	Sprachen (Informationen)	deutsch, französisch
10	Anzahl Indikatoren	nicht beurteilbar
11	Zertifizierungsverfahren	Ext. Zertifizierung durch unabhängige akkreditierte Auditoren
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Nein
13	Kosten	auf Anfrage
14	Transparenz	Zertifizierungsrichtlinien mit Bestimmungen ersichtlich
15	Webseite, Link	<a href="http://www.klimalabel.ch">www.klimalabel.ch</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	Swiss Climate AG, Bern
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	•
18	Umweltaspekte	•
19	Sozialaspekte	
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	•
22	Verbreitung in CH Hotellerie	•
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	••••
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	••••
25	Transparenz Internet	••••
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	••••
27	Zusammenfassung	Das Gütesiegel SwissClimate CO2e richtet sich an Organisationen, die ihre Treibhausgasemissionen bilanzieren und sich für den Schutz des Klimas einsetzen wollen. Betriebe, welche eine klare Klimastrategie entwickeln und entsprechende Massnahmen treffen, werden durch externe Auditoren überprüft und zertifiziert (Bronze, Silber, Gold).

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 39/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**myclimate klimaneutral**

Nr.	Name des Labels	myclimate klimaneutral
1	Kurzbeschreibung	Organisationen, die bestrebt sind, ihre Emissionen zu reduzieren, und für den unvermeidbaren Rest Reduktionen aus den myclimate Klimaschutzprojekten kaufen, können das myclimate klimaneutral-Label tragen. myclimate kompensiert ausschliesslich mit Projekten, welche den Gold-Standard tragen und geniesst entsprechend einen sehr guten Ruf.
2	Schwerpunkte	Klimawirksame Emissionen (CO2)
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Gütesiegel
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungsanforderung
5	Geographische Abdeckung	Schweiz
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen, Produkte, Anlässe
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	Sunstar-Hotels
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	deutsch, französisch, englisch
10	Anzahl Indikatoren	1, Emissionen
11	Zertifizierungsverfahren	webbasiertes Programm mit CO2-Bilanz, Energiepotenzialanalyse, Massnahmenkatalog und Kompensation, jährliche Auswertung
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	webbasiertes Performance-Management-System für CO2-Bilanz und Eneiepotenzialanalyse
13	Kosten	auf Anfrage
14	Transparenz	grobes Verfahren ersichtlich
15	Webseite, Link	<a href="http://www.myclimate.org/de/carbon-management-services/gesamtloesungen/hotelbranche.html">http://www.myclimate.org/de/carbon-management-services/gesamtloesungen/hotelbranche.html</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	2002, myclimate, Zürich
Nr.	Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)	
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	•
18	Umweltaspekte	•
19	Sozialaspekte	
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	••
22	Verbreitung in CH Hotellerie	•
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	••••
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	••
25	Transparenz Internet	•••
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	•••
27	Zusammenfassung	myclimate klimaneutral ist ein bekanntes Label für klimaneutrale Unternehmen und Produkte. Es bietet eine Branchenlösung für Hotels an, die eine CO2Bilanz, eine Energiepotenzialanalyse, ein Massnahmenplan und die Kompensation von Emissionen beinhaltet.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 40/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**Stop Climate Change**

Nr.	Name des Labels	Stop Climate Change
1	Kurzbeschreibung	Das Zertifizierungssystem Stop Climate Change (SCC) hilft, Treibhausgase zu bilanzieren, zu reduzieren und auszugleichen. Mit dem Label wird ein Emissionsmanagement-System (EMS) für das gesamte Unternehmen oder ein spezielles Produkt implementiert.
2	Schwerpunkte	Klimawirksame Emissionen
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Zertifizierung, Gütesiegel
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungsanforderung
5	Geographische Abdeckung	international
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen, Produkte
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	6 Produkte, 10 Unternehmen (in Deutschland)
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	deutsch, englisch, spanisch, portugiesisch
10	Anzahl Indikatoren	nicht beurteilbar
11	Zertifizierungsverfahren	Gutachten, das durch ext. Zertifizierungsstelle überprüft wird
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Nein
13	Kosten	auf Anfrage
14	Transparenz	Standards ersichtlich
15	Webseite, Link	<a href="http://www.stop-climate-change.de/de/">http://www.stop-climate-change.de/de/</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	AGRA-TEG Agrar- und Umwelttechnik GmbH, Göttingen (Deutschland)
Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	•
18	Umweltaspekte	•
19	Sozialaspekte	
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	••
22	Verbreitung in CH Hotellerie	
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	••••
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	••••
25	Transparenz Internet	••••
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	••••
27	Zusammenfassung	Das Label Stop Climate Change (SCC) zeichnet Betriebe aus, die ein Emissionsmanagement-System implementieren und entsprechende Reduktions- und Kompensationsmassnahmen treffen.



**Die lachende Welt**

Nr.	Name des Labels	Die lachende Welt (Climate Partner)
1	Kurzbeschreibung	Unternehmen, Leistungen oder Produkte, deren Treibhausgasbelastung in einem zurückliegenden Zeitraum deutlich durch zusätzliche Massnahmen in der Energieeffizienz oder anderweitiger Emissionsreduzierung zurückgegangen sind, dürfen die lachende Welt zur Kennzeichnung verwenden. Eine Verwendung ist auch dann möglich, wenn eine schriftliche Realisierungsabsicht von zusätzlichen Massnahmen vorliegt, die im Rahmen der Energieeffizienz-Beratung CP EEF identifiziert und bewertet wurden. Zudem bietet Climate Partner einen speziell für Hotels konzipierten Energieeffizienz-Check an.
2	Schwerpunkte	Klimawirksame Emissionen
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Gütesiegel, Programm
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungsanforderung
5	Geographische Abdeckung	Schweiz
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen, Produkte, Dienstleistungen, Durckaufträge
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	nicht bekannt
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	deutsch, französisch
10	Anzahl Indikatoren	nicht beurteilbar
11	Zertifizierungsverfahren	Das Markenzeichen 'lachende Welt' wird klimafreundlichen Unternehmen zur Verfügung gestellt. Es darf nur mit ausdrücklicher Genehmigung nach den Vorgaben der ClimatePartner Switzerland AG verwendet werden.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Ja, Energieeffizients-Pakete
13	Kosten	auf Anfrage
14	Transparenz	Qualitätsrichtlinien ersichtlich
15	Webseite, Link	<a href="http://www.climatepartner.ch/index.php?id=383">http://www.climatepartner.ch/index.php?id=383</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	ClimatePartner Switzerland AG, Winterthur
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	●
18	Umweltaspekte	●
19	Sozialaspekte	
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	●
22	Verbreitung in CH Hotellerie	○
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	●●●
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	●●
25	Transparenz Internet	●●●
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	●●●
27	Zusammenfassung	Unternehmen, die durch zusätzliche Massnahmen deutlich zu einer Reduktion von klimawirksamen Emissionen beigetragen haben, dürfen das Label 'Die lachende Welt' von ClimatePartner verwenden. Climate Partner bietet einen speziell für Hotels konzipierten Energieeffizienz-Check an.

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 42/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**EnAW (Energie-Agentur der Wirtschaft)**

Nr.	Name des Labels	EnAW (Energie-Agentur der Wirtschaft)
1	Kurzbeschreibung	Die Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) setzt sich für die laufende Erhöhung der Energieeffizienz und die Begrenzung der CO2-Emissionen in den Bereichen Industrie, Gewerbe und Dienstleistungen ein. Zusammen mit den Unternehmen formuliert sie unternehmensspezifische Ziele und bündelt diese zu einer Gesamtzielsetzung.
2	Schwerpunkte	Klimawirksame Emissionen
3	Art/Kategorie der Zertifizierung	Zertifikat, Programm
4	Leistungs- und/oder Prozessanforderung	Leistungsanforderung
5	Geographische Abdeckung	Schweiz
6	Adressaten, Tourismusbezug	Unternehmen, KMUs
7	Anzahl ausgezeichnete Betriebe	knapp 2000 Betriebe
8	Verschiedene Stufen der Auszeichnung	nein
9	Sprachen (Informationen)	deutsch, französisch
10	Anzahl Indikatoren	nicht beurteilbar
11	Zertifizierungsverfahren	Das EnAW Zertifikat wird den Teilnehmern übergeben, nachdem sie die vereinbarte Zielverpflichtung eingegangen sind. Ein Betrieb darf maximal zwei aufeinanderfolgende Jahre die Ziele nicht erreichen. Ansonsten wird ihm das Zertifikat aberkannt.
12	Eigene Instrumente/Begleitung verfügbar	Begleitung sowie Checkup, Kommunikationskonzept, Leistungsgarantien, Energiesparwochen, Energiemanagement-Kurs
13	Kosten	nach Grösse, auf Anfrage
14	Transparenz	Grundsätze ersichtlich
15	Webseite, Link	<a href="http://www.enaw.ch">http://www.enaw.ch</a> <a href="https://www.enaw-kmu.ch/changeLanguage.do?locale=de">https://www.enaw-kmu.ch/changeLanguage.do?locale=de</a>
16	Allgm. Informationen (Gründung, Träger)	1999, Energie-Agentur der Wirtschaft, Zürich
<b>Nr. Einschätzung im Vergleich zu anderen Labels (Erfüllungsgrad)</b>		
17	NH-Dimensionen umfassend abgedeckt	•
18	Umweltaspekte	•
19	Sozialaspekte	
20	Wirtschaftsaspekte	
21	Internationale Ausrichtung	•
22	Verbreitung in CH Hotellerie	••
23	Anspruch (Detaillierungsgrad)	•••
24	Zertifizierung (Unabhängige Überprüfung)	••
25	Transparenz Internet	••••
26	Glaubwürdigkeit/ Aussagekraft	•••
27	Zusammenfassung	Die Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) trifft zusammen mit interessierten Betrieben Zielvereinbarungen zur Reduktion von CO2-Emissionen. Mit einem webbasierten KMU-Modell begleitet und berät die EnAW die Betriebe auf dem Weg der Reduktion.

## 9. Anhang 2 – Weitere Labels und Informationen

- **Produktelabels**  
Gerade im Lebensmittelbereich finden sich viele für die Gastronomie interessante Labels wie zum Beispiel Max Havelaar, Culinarium, Goût Mieux, V-Label oder aha!. Aber auch in den Bereichen Gebäude, Materialien, Baustoffe, Strom, Mobiliar oder Energie und Geräte gibt es Labels, welche ökologische und/oder soziale Kriterien berücksichtigen.
- **Labels weltweit**  
Einige bekannte Labels wie zum Beispiel Viabono, das österreichische Umweltzeichen oder der Nordische Schwan werden nur in anderen Ländern verwendet. Insgesamt wurden über 80 Labels gesichtet und nach Ländern aufgelistet.
- **Andere Labels im Tourismus**  
Einige Labels haben zwar einen direkten Tourismusbezug, zeichnen aber keine Beherbergungsbetriebe aus.
- **Informationsportale**  
Verschiedene Internetportale bieten Informationen zum Thema Nachhaltigkeit und Tourismus resp. zu Nachhaltigkeit allgemein, nachhaltiger Beschaffung oder zum Umweltmanagement.
- **Sozialstandards, Richtlinien, Verhaltenscodices**  
Vor allem im Sozialbereich gibt es viele verschiedene Richtlinien und Codices, die nicht extern zertifiziert werden, in denen sich Unternehmen zu fairem Handeln in den Themenfeldern Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Transparenz, Korruption, Ethik oder soziale Verantwortung verpflichten.
- **Preise, Awards**  
Eine weitere Möglichkeit Unternehmen für ihre Bemühungen auszuzeichnen, ist die Vergabe von Preisen. So werden rund 30 Umwelt- und Nachhaltigkeitspreise – alleine im Tourismus – aufgeführt.
- **Umweltfreundliche Reiseangebote**  
Es gibt verschiedene Sammlungen umweltfreundlicher Reiseangebote, die u. a. auf dem Internet geführt werden. Eine Liste mit einigen Beispielen findet sich im Anhang.

Luzern, 08. Februar 2011

Seite 44/57

Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

### Produktlabels

Kategorie	Name	Beschreibung	Geogr. Bezug	Adressaten	Links
<b>Lebensmittel</b>	Culinarium	Das Gütesiegel Culinarium steht für regionale Produkte und lokale Gerichte. Es hat das Ziel, bei breiten Kreisen das Bewusstsein für Saisonalität in der Ernährung zu wecken.	Schweiz	Regionale Produkte	<a href="http://www.culinarium.ch">http://www.culinarium.ch</a>
	Gastropartner Max Havelaar	Gastropartner können Betriebe werden, welche dauerhaft mindestens ein Produkt anbieten, das mit dem Fairtrade-Label Max Havelaar ausgezeichnet ist.	Schweiz	Restaurants, Cafés	<a href="http://www.maxhavelaar.ch/de/produkte-kaufen/restaurants-cafes/">http://www.maxhavelaar.ch/de/produkte-kaufen/restaurants-cafes/</a>
	Goût Mieux	Mit dem Goût Mieux-Label können Restaurants ausgezeichnet werden, welche auf eine natürliche, saisonale und regionale Küche Wert legen.	Schweiz	Restaurants	<a href="http://www.goutmieux.ch/">http://www.goutmieux.ch/</a>
	V-Label	Das V-Label zeichnet Restaurants aus, die über ein spezielles Angebot für Vegetarier verfügen.	Europa	Restaurants	<a href="http://www.v-label.info/">http://www.v-label.info/</a>
	aha!	aha! zeichnet Produkte und Dienstleistungen aus, die für Personen mit Allergien und anderen Unverträglichkeiten besonders geeignet sind	Schweiz	Produkte	<a href="http://www.service-allergie-suisse.ch/index.cfm?parents_id=955">http://www.service-allergie-suisse.ch/index.cfm?parents_id=955</a>
<b>Gebäude</b>	Minergie (Minergie-P, Minergie-ECO)	MINERGIE® ist ein Qualitätslabel für neue und modernisierte Gebäude. Der Wohnkonfort wird durch eine hochwertige Bauhülle und eine systematische Lüfterneuerung ermöglicht. Der spezifische Energieverbrauch gilt als Leitgrösse, um die geforderte Bauqualität zu quantifizieren.	Schweiz	Gebäude	<a href="http://www.minergie.ch">www.minergie.ch</a>
<b>Materialien, Baustoffe</b>	Natureplus	Natureplus ist ein Gütesiegel für Baustoffe, Bauprodukte und Einrichtungsgegenstände. Das Zeichen soll in erster Linie Verbrauchern, aber auch Architekten, Handwerkern, Baufirmen und allen am Bau Beteiligten sichere Orientierung auf nachhaltige, d.h. umweltverträgliche und gesundheitlich unbedenkliche Produkte bieten.	international	Baustoffe, Bauprodukte und Einrichtungsgegenstände	<a href="http://www.natureplus.de">http://www.natureplus.de</a>
	FSC-Label	Das FSC-Siegel wird für Holz und Holzprodukte aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung vergeben. Dabei gelten strenge Vergabekriterien.	international	Holz, Holzprodukte	<a href="http://www.fsc-schweiz.ch/">http://www.fsc-schweiz.ch/</a>
	PEFC Schweiz	Betriebe, die nach PEFC zertifiziert sind, zeigen Engagement für die Umwelt und ihre Verantwortung im Umgang mit dem unverzichtbaren Roh- und Werkstoff Holz.	Schweiz	Holz	<a href="http://www.pefc.ch/">http://www.pefc.ch/</a>

Luzern, 08. Februar 2011

Seite 45/57

Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

<b>Strom</b>	naturemade	naturemade ist das Qualitätszeichen für ökologisch produzierte Energie (naturemade star) und Energie aus erneuerbaren Quellen (naturemade basic).	Schweiz	Strom	<a href="http://www.naturemade.ch/">http://www.naturemade.ch/</a>
	TÜV Ökostromlabel	Das TÜV-Zertifikat wird an Anbieter von Strom aus erneuerbaren Energiequellen verliehen, sofern diese bestimmte Vergabekriterien erfüllen.	international	Strom	<a href="http://www.tuev-sued.de/anlagen_bau_industrietechnik/technikfelder/umwelttechnik/energie-zertifizierung/okostrom-zertifizierung">http://www.tuev-sued.de/anlagen_bau_industrietechnik/technikfelder/umwelttechnik/energie-zertifizierung/okostrom-zertifizierung</a>
	ok Power	EnergieVision e.V. zeichnet Ökostromprodukte, die für einen Ausbau der Stromerzeugung aus erneuerbaren Energiequellen und effizienter Kraft-Wärme-Kopplung sorgen, mit dem ok-power Label aus.	Deutschland, Schweiz	Strom	<a href="http://www.ok-power.de/">http://www.ok-power.de/</a>
	Grüner Strom Label	Das Grüner Strom Label (GSL) kennzeichnet Ökostromprodukte mit hohem Umweltnutzen.	Deutschland	Strom	<a href="http://www.gruenerstromlabel.org">http://www.gruenerstromlabel.org</a>
<b>Mobiliar</b>	STEP Label	Das Label STEP engagiert sich für gute Arbeits- und Lebensbedingungen der Menschen in den Produktionsgebieten von handgefertigten Teppichen, insbesondere der Knüpferrinnen und Knüpfer, bekämpft missbräuchliche Kinderarbeit und setzt sich für die Förderung ökologisch verträglicher Teppichherstellungsverfahren ein.	international	Teppiche	<a href="http://www.label-step.org">http://www.label-step.org</a>
	Care&Fair Siegel	Eine Initiative gegen illegale Kinderarbeit und für die Unterstützung der Menschen, die in der Teppich Produktion in Indien, Nepal und Pakistan arbeiten.	international	Teppiche	<a href="http://www.care-fair.org/">http://www.care-fair.org/</a>
	FWF - Fair Wear Foundation	Die Fair Wear Foundation (FWF) hat das Ziel, die Arbeitsbedingungen in der Kleidungsindustrie zu verbessern.	international	Textilien	<a href="http://fairwear.org/">http://fairwear.org/</a>
	Öko-Tex Standard	Mit dem Oeko-Tex® Standard 100 steht der Textil- und Bekleidungsbranche ein weltweit einheitlicher Massstab zur objektiven Schadstoffbewertung zur Verfügung.	international	Textilien	<a href="http://www.oeko-tex.com/OekoTex100_PUBLIC/index_portal.asp">http://www.oeko-tex.com/OekoTex100_PUBLIC/index_portal.asp</a>

Luzern, 08. Februar 2011

Seite 46/57

Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

<b>Energie/Geräte</b>	energieLabel	Produkte, die Energie überdurchschnittlich effizient nutzen und dabei die energiepolitischen Ziele von EnergieSchweiz unterstützen, können mit dem "Energy-Label" ausgezeichnet werden.	Schweiz	warmwassersparende Produkte	<a href="http://www.bfe.admin.ch/energielabel/">http://www.bfe.admin.ch/energielabel/</a>
	energieEtikette	In der Schweiz sind der Energieverbrauch und weitere Geräteeigenschaften mit der energieEtikette für verschiedene Haushaltgeräte zu deklarieren.	Schweiz	Haushaltgeräte und Beleuchtung	<a href="http://www.bfe.admin.ch/energieetikette/index.html?lang=de">http://www.bfe.admin.ch/energieetikette/index.html?lang=de</a>
	ENERGY STAR	Mit dem Label Energy Star werden energiesparende Geräte für die IT, das Büro und die Consumer Electronics ausgezeichnet. Das Gütezeichen hilft den Konsumenten, energieeffiziente Geräte beim Kauf zu erkennen und auszuwählen.	Schweiz	energiesparende Geräte	<a href="http://www.energystar.ch/">http://www.energystar.ch/</a>
<b>Allgemeine Produkte</b>	EU-Blume	Das EU Ecolabel zeichnet umweltfreundliche Produkte von hoher Qualität (ausser Lebens- und Arzneimittel) aus.	Europa	Produkte	<a href="http://www.eco-label.com/">http://www.eco-label.com/</a>
	climatop	climatop zeichnet klimapositive Produkte aus und fördert dadurch bei KonsumentInnen einen klimafreundlichen Kaufentscheid und bei Produzenten einen unternehmerischen Wettstreit für emissionsreduzierte Produktion.	international	Produkte	<a href="http://www.climatop.ch">http://www.climatop.ch</a>

Luzern, 08. Februar 2011

Seite 47/57

Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**Produktlabels Umwelt**

<b>Lebensmittel</b>	FLO-CERT (Fairtrade)	Swiss Premium Rindfleisch	Eco Service Label ISO 14024
Agri Natura	FSSC 22000	SwissGAP	Energiestadt
alpinavera	Geflügelkennzeichnung (GKZV)	Terra Suisse	e-recycling.ch
Berg -und Alpprodukte	Geographische Angaben (GGA/IGP)	UrDinkel	EU-Ecolabel
Bio im Reformhaus	GLOBALGAP	Ursprungsbezeichnungen (GUB/AOC)	Flower Label Program (FLP)
Bio Natur Plus	Hochstamm Suisse	Utz-Certified	Gebana
Bio Natur Plus	IFS International Food Standard	Vinatura	Global Organic Textile Standard
Bio Weide-Beef	IFS Logistic		Green Cotton
Bio-Fachgeschäfte	IP-Suisse	<b>Energie/Geräte</b>	GUT
Bioland	ISO 22000:2005	BG-PRÜFZERT-Label	Gütesiegel für Erdwärmesonden
Bio-Regio Coop	JAS	Blauer Engel	Gütesiegel für Wärmepumpen
Bio-Siegel	kagfreiland	CE-Zeichen	Migros Bio Baumwolle
Biotrend	Knospe Bio	ECO - Kreis	NAPM (Recycled Paper)
BRC Global Standard Food	Knospe Bio Suisse	ECO - Kreis 2004	NaTrue
BRC/IoP Global Standard Packaging Food	Knospe Bio Suisse Umstellung	ECO-Kreis 1999	Natur aktiv
Coceral GHP Global Standard Packing Food	Knospe Hilfsstoffe	EICC - Electronic Industry Citizenship Coalition	naturemade basic
Common Code for the Coffee Community Association	Label-AB	Ergonomie geprüft	naturemade star
Coop Naturaplan	Lok. Produkte Manor Supermärkte	GS-Zeichen	Natureplus
Coop Oecoplan	Migros Eco	MPR II	Naturleder IVN zertifiziert
COS (canadian organic standard)	Migros: Aus der Region. Für die Region.	NUTEK	Naturpark
Culinarium	Migros: Engagement Bio	Quality Office	Naturtextil IVN zertifiziert BEST
Dachbegrünung Qualität nach SFG	MSC COC Standard		NF Environnement
Das Beste der Region	MSC-Label		PEFC (Forest Certification)
Delinat	Natur pur	<b>Weitere</b>	Pinceau Vert
Demeter	Natura Beef Bio	By-Air	TCO 01-07
Dolphin-Safe	Naturland	By-Air (Schnittblumen)	TCO 92
EU Bio	NOP	Coop Naturaline Bio Cotton	TCO 95
Fair-Fish	Schweizer Bio-Bergkräuter	Coop Naturaline Natural Cosmetics	TCO 99
FAMI-QS	Soil Association	Das Kork Logo	TüV Süd EE01
Fidelio	Suisse Garantie	Eco Professional Label ISO 14024	TüV Süd EE02

**Labels weltweit**

Region	Name	Adressaten	Geographische Verbreitung	Weitere Links
<b>Europa</b>				
	Qualitätsverbund umweltbewusster Betriebe	Betriebe	Deutschland	<a href="http://www.gub-info.de">http://www.gub-info.de</a>
	Viabono	Unterkünfte, Tourismusbetriebe	Deutschland	<a href="http://www.viabono.de">http://www.viabono.de</a>
	Qualitäts- und Umweltsiegel für den Kanutourismus	Kanuanbieter	Deutschland	<a href="http://www.kanutouristik.de">http://www.kanutouristik.de</a>
	Bayerisches Umweltsiegel für das Gastgewerbe	Unterkünfte, Hotels	Deutschland, Bayern	<a href="http://www.stmug.bayern.de/umwelt/wirtschaft/siegel/index.htm">http://www.stmug.bayern.de/umwelt/wirtschaft/siegel/index.htm</a>
	Landurlaub	Unterkünfte, Hotels	Deutschland	<a href="http://www.landtourismus.de/">http://www.landtourismus.de/</a>
	Umweltgütesiegel auf Alpenvereinslütten	Alpvereinslütten	Deutschland, Österreich, Italien	<a href="http://alpenverein.de//template_loader.php?tplpage_id=69">http://alpenverein.de//template_loader.php?tplpage_id=69</a>
	Prüfzeichen Schorfheide-Chorin	Hotels, Tourismusbetriebe	Deutschland, Schorfheide-Chorin	<a href="http://www.schorfheide-chorin.de/pruefzeichen_index.htm">http://www.schorfheide-chorin.de/pruefzeichen_index.htm</a>
	1.2.3. Environment	Betriebe	Frankreich	<a href="http://www.123environnement.fr/">http://www.123environnement.fr/</a>
	Chouette Nature	Destinationen	Frankreich	<a href="http://www.chouettenature.com/">http://www.chouettenature.com/</a>
	Ecogite	Unterkünfte, Hotels	Frankreich	<a href="http://www.ecogite.fr/">http://www.ecogite.fr/</a>
	Tourisme Responsable	Tour Operators	Frankreich	<a href="http://www.tourisme-responsible.org/">http://www.tourisme-responsible.org/</a>
	Gites Panda	Ländliche Unterkünfte	Frankreich, Belgien	<a href="http://www.gites-panda.fr/">http://www.gites-panda.fr/</a>
				<a href="http://www.visitwallonie.be/contenus/panda_unterkunfte_oder_gastezimmer/de/164.html">http://www.visitwallonie.be/contenus/panda_unterkunfte_oder_gastezimmer/de/164.html</a>
	Tourisme & Handicap	Sehenswürdigkeiten, tourist. Einrichtungen	Frankreich	<a href="http://www.tourisme-handicaps.org/">http://www.tourisme-handicaps.org/</a>
	Das Österreichische Umweltzeichen	Unterkünfte, Hotels	Österreich	<a href="http://www.umweltzeichen.at">http://www.umweltzeichen.at</a>
	Nature's best	Ökotourismus	Schweden	<a href="http://www.naturesbest.nu/">http://www.naturesbest.nu/</a>
	Nordischer Schwan	Unterkünfte, Hotels	Skandinavien	<a href="http://www.svanen.se/en/">http://www.svanen.se/en/</a>
	Ecotourism Norway	Tourismusbetriebe	Norwegen	<a href="http://ekstranett.innovasjon Norge.no/templates/Page_Meta_58305.aspx">http://ekstranett.innovasjon Norge.no/templates/Page_Meta_58305.aspx</a>
	Estonian Ecotourism Quality Label	Tourismusbetriebe	Estland	<a href="http://estonia.ecotourism.ee/home">http://estonia.ecotourism.ee/home</a>
	Green Certificate (Zalais sertifikats)	Unterkünfte, Hotels	Lettland	<a href="http://www.eco.celotajs.lv/">http://www.eco.celotajs.lv/</a>
	Milieubarometer	Unterkünfte, Hotels	Niederlande	<a href="http://www.milieubarometer.com/">http://www.milieubarometer.com/</a>
	EcoLabel Luxemburg	Unterkünfte, Hotels	Luxemburg	<a href="http://www.oeko.lu/index.php?idusergroup=1">http://www.oeko.lu/index.php?idusergroup=1</a>
	Discover Eco-Romania	Touren, Unterkünfte, Destinationen	Rumänien	<a href="http://www.eco-romania.ro">http://www.eco-romania.ro</a>
	ECO Certification, Malta	Unterkünfte, Hotels	Malta	<a href="http://www.visitmalta.com/eco_certification">http://www.visitmalta.com/eco_certification</a>
	Legambiente Turismo	Unterkünfte, Hotels	Italien (Marche, Emilia Romagna)	<a href="http://www.legambienteturismo.it/">http://www.legambienteturismo.it/</a>
	Eco-label "Donana 21"	Tourismusbetriebe	Spanien, Donana (Andalusia)	<a href="http://www.donana calidad.com">http://www.donana calidad.com</a>



Luzern, 08. Februar 2011

Seite 49/57

Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

	Garantia de qualitat ambiental	Unterkünfte, Hotels	Spanien, Katalonien	<a href="http://mediambient.gencat.net/eng//empreses/ecoproductes_i_ecoserveis/establiments_certificats.jsp">http://mediambient.gencat.net/eng//empreses/ecoproductes_i_ecoserveis/establiments_certificats.jsp</a>
	AENOR Medio Ambiente	Produkte, DL	Spanien	<a href="http://www.aenor.es/">http://www.aenor.es/</a>
<b>UK, Irland</b>				
1	<a href="#">Green Dragon Environmental Standard, United Kingdom</a>	Tourismusbetriebe	UK, Wales	
2	<a href="#">Green Flag Award, United Kingdom</a>	Pärke, Grünflächen	UK, England, Wales	
3	<a href="#">Green Tourism Business Scheme, UK</a>	Tourismusbetriebe	UK	
4	<a href="#">Green accreditation scheme, UK</a>	Hotels	UK	
5	<a href="#">Peak District Environmental Quality Mark, United Kingdom</a>	Tourismusbetriebe	UK, Peak District	
6	<a href="#">The Green Leaf Business Scheme, United Kingdom</a>	Tourismusangebote	UK, New Forest National Park	
7	<a href="#">Green Tourism</a>	Unterkünfte, Tourismusbetriebe	UK, Schottland	
8	<a href="#">Greenbox Ecotourism Label, Ireland</a>	Ökotourismus	Irland	
9	<a href="#">Green Hospitality Award</a>	Hotels	Irland	
<b>USA, Kanada</b>				
1	<a href="#">Green Key Eco-Rating Program</a>	Unterkünfte, Hotels	USA, Kanada	
2	<a href="#">Audubon Green Leaf Eco-Rating Program</a>	Unterkünfte, Hotels	USA	
3	<a href="#">California Green Lodging Program</a>	Unterkünfte, Hotels	California, USA	
4	<a href="#">Connecticut Green Lodging Certification Program</a>	Unterkünfte, Hotels	Connecticut, USA	
5	<a href="#">Delaware Green Lodging</a>	Unterkünfte, Hotels	Delaware, USA	
6	<a href="#">Florida Green Lodging Program</a>	Unterkünfte, Hotels	Florida, USA	
7	<a href="#">Green Lodging Michigan</a>	Unterkünfte, Hotels	Michigan, USA	
8	<a href="#">Maine Green Lodging Certification Program</a>	Unterkünfte, Hotels	Maine, USA	
9	<a href="#">Missouri Certified Green</a>	Unterkünfte, Hotels	Missouri, USA	
10	<a href="#">Stay Green Illinois</a>	Unterkünfte, Hotels	Illinois, USA	
11	<a href="#">South Carolina Green Hospitality Alliance</a>	Unterkünfte, Hotels	South Carolina, USA	
12	<a href="#">Vermont Green Hotels</a>	Unterkünfte, Hotels, Restaurants, Attraktionen	Vermont, USA	
13	<a href="#">Virginia Green</a>	Unterkünfte, Hotels, Restaurants, Attraktionen	Virginia, USA	

Luzern, 08. Februar 2011

Seite 50/57

Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

14	<a href="#">New Hampshire Sustainable Lodging and Restaurant Program</a>	Unterkünfte, Hotels, Restaurants	New Hampshire, USA	
15	<a href="#">Travel Green Wisconsin, USA</a>	Tourismusbetriebe	Wisconsin, USA	
16	<a href="#">Rhode Island Hospitality Green Certification for the Hospitality and Tourism Industry</a>	Tourismusbetriebe	Rhode Island, USA	
17	<a href="#">Maryland Green Travel Program</a>	Tourismusbetriebe	Maryland, USA	
18	<a href="#">Oregon Bed and Breakfast Guild Green Certification Program</a>	Bed & Breakfast	Oregon, USA	
19	<a href="#">Green Restaurant, USA</a>	Restaurants	USA	
20	<a href="#">Green Seal, U.S.A.</a>	Alles	USA	
21	<a href="#">Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) for Hospitality</a>	Gebäude	USA	
<b>Mittel- und Südamerika</b>				
1	<a href="#">Certification for Sustainable Tourism (CST), Costa Rica</a>	Hotels, Tour Operators	Costa Rica	
2	<a href="#">Green Deal Guatemala</a>	Hotels	Guatemala, Belize	
3	<a href="#">Normas de Turismo Sostenible, Colombia</a>	Tourismusbetriebe, Destinationen	Kolumbien	
4	<a href="#">PCTS Programa de Certificação em Turismo Sustentável</a>	Unterkünfte, Tourismusanbieter	Brasilien	
5	<a href="#">Programa Nacional de Auditoria Ambiental (PNAA), Mexico</a>	Betriebe	Mexico	
6	<a href="#">SmartVoyager, Ecuador</a>	Hotels, Tour Boote	Ecuador	
7	<a href="#">Sustainable Tourism Standards, Mexico</a>	Marinas, Strände, Ökotourismus	Mexico	
8	<a href="#">Quality Tourism for the Caribbean (QTC)</a>	Hotels, Tourismusbetriebe	Karibik	
<b>Afrika</b>				
1	<a href="#">Ecotourism Kenya's Eco-rating scheme</a>	Unterkünfte	Kenia	
2	<a href="#">Green Star Hotel, Egypt</a>	Hotels	Ägypten	
3	<a href="#">Heritage Environmental Rating Programme</a>	Tourismusbetriebe	Südliches Afrika	
4	<a href="#">South Luanqwa Eco Awards</a>	Unterkünfte	Zambia	
5	<a href="#">The Green Leaf Environmental Standard</a>	Hotels, Unternehmen, Events	Südafrika	
6	<a href="#">eco awards Namibia</a>	Hotels	Namibia	
7	<a href="#">Fair Trade in Tourism South Africa</a>	Tourismusbetriebe	Südafrika	

Luzern, 08. Februar 2011

Seite 51/57

Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

<b>Asien</b>				
1	<a href="#">Tourism Authority Thailand (TAT)</a>	Hotels	Thailand	
2	<a href="#">Green Leaf Foundation</a>	Hotels	Thailand	
<b>Australien, Neuseeland</b>				
1	<a href="#">Eco-Friendly STAR Accreditation</a>	Hotels	Australien	
2	<a href="#">Climate Action Certification Program (CACP)</a>	Klima	Australien	
3	<a href="#">Green Star Accreditation</a>	Gebäude	Australien	
4	<a href="#">Qualmark, New Zealand</a>	Hotels, Tourismusbetriebe	Neuseeland	
5	<a href="#">Ecotourism Australia - ECO Certification Program</a>	Tourismusbetriebe	Australien	
<b>Weitere</b>				
1	<a href="#">Responsible Tourism System - Biosphere Hotels, Global</a>	Hotels	Spanien, Portugal, Chile, Dominikanische Republik	
2	<a href="#">Ecotel (New Delhi Services)</a>	Unterkünfte, Hotels	Amerika, Asien	
3	<a href="#">TÜV Rheinland STAR</a>	Unternehmen	weltweit (ohne Schweiz)	
4	<a href="#">Nationale Ecolabelling Organisationen</a>	Organisationen	weltweit	
5	<a href="#">Ökoprofit</a>	Betriebe	div. Länder (ohne Schweiz)	

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 52/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**Andere Labels im Tourismus**

Bezeichnung	Adressaten	Geographischer Bezug	Link
UNESCO World Heritage	Kultur-, Naturerbe	international	<a href="http://whc.unesco.org">http://whc.unesco.org</a>
European charter for sustainable tourism in protected areas	Natur- und Nationalpärke	Europa	<a href="http://www.european-charter.org/home/">http://www.european-charter.org/home/</a>
PAN PARKS Initiative	Pärke	Europa	<a href="http://www.panparks.org/">http://www.panparks.org/</a>
ECEAT Quality Label	Biohof Kleinstbetriebe	Europa	<a href="http://www.eceat.org/">http://www.eceat.org/</a>
Blauer Engel	Car-Sharing	Deutschland	<a href="http://www.blauer-engel.de/">http://www.blauer-engel.de/</a>
Blaue Flagge	Strände, Marinas	international	<a href="http://www.blaue-flagge.de/">http://www.blaue-flagge.de/</a>
CSR-tourism-certified	Reiseveranstalter, -angebote	Deutschland	<a href="http://www.tourcert.org">http://www.tourcert.org</a>
Eco Camping Management	Campingplätze	Österreich, Schweiz, Deutschland	<a href="http://www.ecocamping.net">http://www.ecocamping.net</a>
Tour Operators Initiative (TOI)	Reiseveranstalter	international	<a href="http://www.toinitiative.org">http://www.toinitiative.org</a>
Heilklima Premium Class	Kurorte	Deutschland	<a href="http://www.heilklima.de/index.shtml?premium_class">http://www.heilklima.de/index.shtml?premium_class</a>
Schlüssel zur Natur	Führungen in Landwirtschaftsbetrieben	Schweiz	<a href="http://www.agridea-lindau.ch/fachgebiete/paralandwirtschaft/agrotourismus/schluesseel_zur_natur/index.htm">http://www.agridea-lindau.ch/fachgebiete/paralandwirtschaft/agrotourismus/schluesseel_zur_natur/index.htm</a>

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 53/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

### Informationsportale

Bezeichnung	Beschreibung	Sprache	Link
Zukunft Reisen	Informationsportal zu umwelt- und sozialverträglichen Reiseangeboten	deutsch	<a href="http://www.zukunft-reisen.de/startseite_angebote.html">http://www.zukunft-reisen.de/startseite_angebote.html</a>
Fairunterwegs	Informationsportal zu Fairem Reisen	deutsch	<a href="http://www.fairunterwegs.org/">http://www.fairunterwegs.org/</a>
Proofit	Infothek und Selbstbeurteilung in Sachen Nachhaltigkeit	deutsch, französisch	<a href="http://www.proofit.ch/">http://www.proofit.ch/</a>
öbu	Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften	deutsch, französisch	<a href="http://www.oebu.ch/">http://www.oebu.ch/</a>
Go4Cleantech	Überblick über Aktivitäten und Akteure im Bereich Cleantech in der Schweiz.	deutsch, französisch, italienisch, englisch	<a href="http://www.cleantech.admin.ch/">http://www.cleantech.admin.ch/</a>
Umweltfreundliche Beschaffung	Informationsdienst für umweltfreundliche Beschaffung	deutsch, englisch	<a href="http://www.beschaffung-info.de">www.beschaffung-info.de</a>
Nachhaltige Beschaffung	Informationsplattform Nachhaltige Beschaffung	deutsch	<a href="http://www.nachhaltigebeschaffung.org">http://www.nachhaltigebeschaffung.org</a>
PIUS Produktionsintegrierter Umweltschutz	Informationsportal zu produktionsintegriertem Umweltschutz	deutsch, englisch	<a href="http://www.pius-info.de/">http://www.pius-info.de/</a>
Train to EcoLabel	Trainingsprogramm zum EU-Umweltzeichen für Beherbergungsbetriebe	deutsch, französisch, italienisch, englisch u.a.	<a href="http://www.traintoecolabel.org/">http://www.traintoecolabel.org/</a>
Visumsurf	VISUM Virtuelle Schule für Umweltmanagement	deutsch, französisch	<a href="http://www.visumsurf.ch/">http://www.visumsurf.ch/</a>
Visumsurf Links	Linksammlung zum Thema Umweltmanagement in der Hotellerie	deutsch	<a href="http://www.visumsurf.ch/va/links/show.php3?such=Umweltmanagement+AND+Hotel">http://www.visumsurf.ch/va/links/show.php3?such=Umweltmanagement+AND+Hotel</a>
VisumTourism	Wissensplattform für Nachhaltige Entwicklung im Tourismus	deutsch, französisch	<a href="http://www.visumtourism.ch/">http://www.visumtourism.ch/</a>
nachhaltigkeit.org	Das Infoportal für nachhaltige Wirtschaft und Politik	deutsch	<a href="http://www.nachhaltigkeit.org/">http://www.nachhaltigkeit.org/</a>
EcoShopper	Einkaufsführer, Ökoportal und Ratgeber für bewussten Konsum	deutsch	<a href="http://www.ecoshopper.de/oekolabel-umweltzeichen-energiekennzeichen-soziallabel">http://www.ecoshopper.de/oekolabel-umweltzeichen-energiekennzeichen-soziallabel</a>
Prepare	Preventive Environmental Protection Approaches Europe. Hilfe b. Aufbau eines Umweltmanagements	deutsch	<a href="http://www.prepare.at/">http://www.prepare.at/</a>
Klimaportal	Informationen zu Klimaänderung, Auswirkungen und Massnahmen, mit speziellem Tourismuskapitel	deutsch, teilweise englisch und franz.	<a href="http://www.climate-change.ch/4DCGI/wirtschaft/tourismus.html">http://www.climate-change.ch/4DCGI/wirtschaft/tourismus.html</a>
EcoTrans	Europäisches Netzwerk für nachhaltigen Tourismus	englisch	<a href="http://www.ecotrans.org">http://www.ecotrans.org</a>
DestiNet Sustainable Tourism Information Portal	Ein nachhaltige Wissens- und Netzwerktool mit best practice Datenbanken	englisch	<a href="http://destinet.ew.eea.europa.eu/">http://destinet.ew.eea.europa.eu/</a>
Rainforest Alliance Toolkit	Toolkit (Instrumenteset) und best practices für Nachhaltigkeit im Tourismus	englisch, spanisch	<a href="http://www.rainforest-alliance.org/tourism.cfm?id=toolkit">http://www.rainforest-alliance.org/tourism.cfm?id=toolkit</a>
ECObiz	Toolbox für Betriebe, 'Selbsthilfeprogramm'	englisch	<a href="http://www.derm.qld.gov.au/environmental_management/sustainability/ecobiz_queensland/">http://www.derm.qld.gov.au/environmental_management/sustainability/ecobiz_queensland/</a>
Berner Nachhaltigkeitskompass	Der «Berner Nachhaltigkeitskompass» ist ein Instrument zur Beurteilung der Wirkungen eines Vorhabens auf die Nachhaltige Entwicklung.	deutsch, französisch	<a href="http://www.bve.be.ch/site/bve_aue_berner_nachhaltigkeitskompass">http://www.bve.be.ch/site/bve_aue_berner_nachhaltigkeitskompass</a>

Luzern, 08. Februar 2011

Seite 54/57

Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

Leitfaden für ein nachhaltiges Travel Management	Der Wegweiser des Verbands deutsches Reisemanagement (VDR) bietet neutrale Übersichten und verständliche Vorschläge, wie nachhaltiges Travel Management konkret geplant und in die Praxis umgesetzt werden kann.	deutsch	<a href="http://www.vdr-service.de/portal/portal?cid=2430&amp;am=Kompetenzzentrum.Wegweiser%20Nachhaltigkeit">http://www.vdr-service.de/portal/portal?cid=2430&amp;am=Kompetenzzentrum.Wegweiser%20Nachhaltigkeit</a>
Green MICE	Green MICE ist eine zentrale Plattform für Anbieter und Nutzer von ökologisch und sozial verantwortlichen Angeboten, Projekten und Initiativen aus der Tourismus- und MICE-Branche.	deutsch	<a href="http://www.green-mice.de/">http://www.green-mice.de/</a>
Biomasseverband Österreich	Informationsportal und Zeitschrift ökoenergie	deutsch	<a href="http://www.biomasseverband.at">http://www.biomasseverband.at</a>
energeia (BFE)	Newsletter des Bundesamts für Energie BFE	deutsch, französisch	<a href="http://www.bfe.admin.ch/themen/00612/00620/index.html?lang=de">http://www.bfe.admin.ch/themen/00612/00620/index.html?lang=de</a>
LOHAS	Informationsportal zu LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability), was etwa bedeutet: "Ausrichtung der Lebensweise auf Gesundheit und Nachhaltigkeit".	deutsch	<a href="http://www.lohas.de/">http://www.lohas.de/</a>

Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 55/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

**Sozialstandards, Richtlinien, Verhaltenscodices**

Name	Thema	Sprache	Link
UN Global Compact Principles	Menschenrechte, Arbeit, Umwelt, Korruption	englisch, deutsch, französisch, spanisch u.a.	<a href="http://www.unglobalcompact.org/aboutthegc/thetepnprinciples/index.html">http://www.unglobalcompact.org/aboutthegc/thetepnprinciples/index.html</a>
BSCI (Business Social Compliance Initiative)	Arbeitsrechte, Arbeitsbedingungen	englisch	<a href="http://www.bsci-eu.org/">http://www.bsci-eu.org/</a>
Code of Conduct for the Protection of Children from Sexual Exploitation in Travel and Tourism	Internationaler Verhaltenskodex zum Schutz von Kindern vor kommerzieller sexueller Ausbeutung in der Reisebranche.	englisch, deutsch, französisch	<a href="http://www.thecode.org/">http://www.thecode.org/</a> , <a href="http://www.kinderschutz.ch/cms/de/node/210">http://www.kinderschutz.ch/cms/de/node/210</a>
Voluntary Principles on Security and Human Rights	Sicherheit, Menschenrechte	englisch	<a href="http://www.voluntaryprinciples.org/">http://www.voluntaryprinciples.org/</a>
ILO Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy	Ethik	englisch	<a href="http://www.ilo.org/empent/Whatwedo/Publications/lang--en/docName--WCMS_094386/index.htm">http://www.ilo.org/empent/Whatwedo/Publications/lang--en/docName--WCMS_094386/index.htm</a>
Business Leaders Initiative for Human Rights	Menschenrechte	englisch, französisch	<a href="http://www.blihr.org/">http://www.blihr.org/</a>
ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work	Arbeitsrechte	englisch	<a href="http://www.ilo.org/public/english/standards/index.htm">http://www.ilo.org/public/english/standards/index.htm</a>
OECD Guidelines for Multinational Enterprises	Ethik	englisch, französisch	<a href="http://www.oecd.org/home">http://www.oecd.org/home</a>
Fair Labour Association	Arbeitsrechte, Arbeitsbedingungen	englisch	<a href="http://www.fairlabor.org/">http://www.fairlabor.org/</a>
The Global Sullivan Principles	Soziale Verantwortung	englisch	<a href="http://www.globalsullivanprinciples.org/principles.htm">http://www.globalsullivanprinciples.org/principles.htm</a>
Caux Round Table Principles	Soziale Verantwortung	englisch	<a href="http://www.cauxroundtable.org/index.cfm?menuid=8">http://www.cauxroundtable.org/index.cfm?menuid=8</a>
OECD Convention on Combating Bribery of Foreign Public Officials in International Business Transactions	Korruption	englisch, französisch	<a href="http://www.oecd.org/document/20/0,3343,en_2649_34859_2017813_1_1_1_1,00.html">http://www.oecd.org/document/20/0,3343,en_2649_34859_2017813_1_1_1_1,00.html</a>
Convention against Corruption	Korruption	englisch, französisch u.a.	<a href="http://www.unodc.org/unodc/en/treaties/CAC/index.html">http://www.unodc.org/unodc/en/treaties/CAC/index.html</a>
ICC Verhaltensrichtlinie zur Bekämpfung von Korruption	Korruption	englisch	<a href="http://www.iccwbo.org">http://www.iccwbo.org</a>
Worldwide Responsible Accredited Production (WRAP)	Ethische Produktion	englisch, spanisch, chinesisch	<a href="http://www.wrapcompliance.org/">http://www.wrapcompliance.org/</a>
Code of Conduct (International Peace Operations Association)	Ethikstandard für Firmen in Konfliktgebieten	deutsch, französisch, englisch u.a.	<a href="http://ipoaworld.org/eng/codeofconduct.html">http://ipoaworld.org/eng/codeofconduct.html</a>
Kimberly Process Certification System	Konfliktfreie Diamanten	englisch, französisch u.a.	<a href="http://www.kimberleyprocess.com/">http://www.kimberleyprocess.com/</a>
The Extractive Industry Transparency Initiative	Rohstoffindustrie (Öl, Gas, Minen)	englisch, französisch, russisch	<a href="http://eiti.org/">http://eiti.org/</a>

Luzern, 08. Februar 2011

Seite 56/57

Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

***Preise, Awards***

<a href="#">To Do</a>
<a href="#">David Bellamy Conservation Award</a>
<a href="#">VESTAS - Vision/DestiNet European Sustainable Tourism Awards (3 items)</a>
<a href="#">Award for Green Heritage Sites</a>
<a href="#">CIPRA's Future in the Alps Competition</a>
<a href="#">EDEN European Destinations of Excellence Award</a>
<a href="#">Ecotrophea award</a>
<a href="#">Goldene Palme</a>
<a href="#">Green Planet Award, Kuoni</a>
<a href="#">Green travel List</a>
<a href="#">Imvelo awards for responsible tourism</a>
<a href="#">Indigenous Tourism and Biodiversity Website Award</a>
<a href="#">Jost-Krippendorf-Preis</a>
<a href="#">Milestone Nachhaltigkeit</a>
<a href="#">Le prix des Sommets du Tourisme</a>
<a href="#">NETS Award</a>
<a href="#">QualityCoast Award</a>
<a href="#">TUI Umwelt Champion</a>
<a href="#">The European "Royal Awards for Sustainability" (RAS)</a>
<a href="#">The First Choice Sustainable Tourism Awards</a>
<a href="#">The Green Island Awards</a>
<a href="#">The "EMERAUDE HOTELIER OF THE YEAR"</a>
<a href="#">Toura D'Or - Film Contest for Sustainable Tourism</a>
<a href="#">Tourism for Tomorrow Awards</a>
<a href="#">Travel+Leisure Global Vision Awards</a>
<a href="#">Trophées Maroc du Tourisme Responsable</a>
<a href="#">Trophées du Tourisme Responsable</a>
<a href="#">UNESCO World Heritage List</a>
<a href="#">Virgin Holidays Responsible Tourism Awards</a>
<a href="#">World Legacy Awards</a>
<a href="#">World Saver Awards</a>
<a href="#">World Travel Awards</a>



Luzern, 08. Februar 2011  
Seite 57/57  
Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie

***Umweltfreundliche Reiseangebote***

Auswahl an Angeboten, bei denen Umweltschutz und Sozialverträglichkeit einen besonderen Stellenwert einnehmen:
<a href="http://www.schweizmobil.ch">www.schweizmobil.ch</a>
<a href="http://www.fahrtziel-natur.de">www.fahrtziel-natur.de</a>
<a href="http://www.forumandersreisen.de">www.forumandersreisen.de</a>
<a href="http://www.reiselust-deutschland.de">www.reiselust-deutschland.de</a>
<a href="http://www.stattreisen.de">www.stattreisen.de</a>
<a href="http://www.fahrradreisen.de">www.fahrradreisen.de</a>
<a href="http://www.bauernhofurlaub-deutschland.de">www.bauernhofurlaub-deutschland.de</a>
<a href="http://www.vertraeglich-reisen.de/">www.vertraeglich-reisen.de/</a>
<a href="http://www.wanderbares-deutschland.de/">www.wanderbares-deutschland.de/</a>
etc.