

Kriterienkatalog für Unternehmen

Mai 2021

1 Management

1.1 Leitbild

Das Unternehmen hat ein Leitbild, das auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht wird, und Bezug zum Management der folgenden Aspekte nimmt: (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen, (iii) Umweltschutz, (iv) Biodiversität, (v) kontinuierliche Verbesserung.

1.2 Nachhaltigkeitsmanager*in

Die Leitungsebene übernimmt CSR-Verantwortung und hat eine verantwortliche Person als Nachhaltigkeitsmanager*in benannt und mit ausreichend Kompetenzen und Zeitressourcen ausgestattet. Der*die Nachhaltigkeitsmanager*in koordiniert intern die Nachhaltigkeitsaufgaben, engagiert und motiviert die Mitarbeitenden und ist Ansprechpartner*in für externe Stakeholder.

1.3 Rechtskonformität

Das Unternehmen stellt sicher, dass alle relevanten Gesetze und alle geltenden lokalen, nationalen und internationalen Verpflichtungen erfüllt werden (z.B. Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte, Anti-Korruption).

1.4 Menschenrechte

Das Unternehmen hat die relevanten Menschenrechtsaspekte und Risiken identifiziert und ein Verfahren zur Wahrnehmung der Sorgfaltspflicht (Due Dilligence) etabliert.

Das Unternehmen garantiert bei seinen Geschäftspraktiken die Einhaltung der Rechte und die Mitbestimmung lokaler Gemeinschaften und orientiert sich an international und national bewährten Praktiken und lokal vereinbarten Leitlinien.

1.5 Risikomanagement

Das Unternehmen hat einen Krisen- bzw. Risikomanagementplan, um Touristen im Notfall zu schützen und falls erforderlich Konsequenzen für touristische Angebote zu ziehen. Verantwortliche Mitarbeitende werden für akute Sicherheits- und Gesundheitsrisiken für Touristen von entsprechenden Stellen geschult.

1.6 Stakeholder-Analyse

Das Unternehmen hat seine internen und externen Stakeholder identifiziert (z.B. mit einer Stakeholder-Landkarte) und die gegenseitigen Wechselwirkungen bewertet.

1.7 Stakeholder-Dialog

Das Unternehmen führt einen aktiven CSR-Dialog mit seinen Stakeholdern, informiert über das eigene CSR-Management und fördert die nachhaltige Entwicklung der Stakeholder.

1.8 Priorisierung der Handlungsfelder

Das Unternehmen hat auf der Grundlage der Bestandsaufnahme eine Stärken-Schwächen-Analyse sowie eine Priorisierung der Nachhaltigkeitsthemen durchgeführt und seine wichtigsten Handlungsfelder identifiziert (Portfolio-Analyse oder Wesentlichkeitsanalyse).

1.9 Monitoring und kontinuierliche Verbesserung

Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement des Unternehmens sind funktionsfähig. Im Rahmen des Monitoring der kontinuierlichen Verbesserung wird das Verbesserungsprogramm jährlich aktualisiert.

1.10 Nachhaltigkeitsbericht

Zu jeder Zertifizierung und Rezertifizierung erstellt und veröffentlicht das Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht mit aktuellen Daten und Indikatoren.

1.11 Nachhaltige Tourismusplanung vor Ort

Das Unternehmen leistet einen positiven Beitrag zur nachhaltigen Tourismusplanung und -steuerung am Zielort.

2 Wirtschaftsdaten

2.1 Wirtschaftliche Stabilität

Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur wirtschaftlichen Stabilität.

- 2.1.1 Umsatzstruktur
- 2.1.2 Umsatzentwicklung der vergangenen 3 Jahre
- 2.1.3 Umsatz pro Mitarbeiter*in
- 2.1.4 Umsatzrendite
- 2.1.5 Ausgabenstruktur
- 2.1.6 Anteil (%) des Preises, der im Reiseziel bleibt
- 2.1.7 Umsatz pro Gast/Übernachtung
- 2.1.8 Durchschnittliche Aufenthaltsdauer (Tage)

3 Angebot

3.1 Angebotsentwicklung

Das Unternehmen erhebt und bewertet regelmäßig den Grad der Nachhaltigkeit seiner eigenen touristischen Angebote.

- 3.1.1 CSR-Index (%) Produktgestaltung

3.2 Barrierefreiheit

Das Unternehmen ermöglicht einen barrierefreien Zugang und erhebt den Anteil an barrierefreien Betten. Für Personen mit besonderen Bedürfnissen werden entsprechende Informationen bereitgestellt (z.B. auf der Website).

- 3.2.1 Anteil (%) barrierefreie Betten

4 Kund*innen/Gäste

4.1 Information and Kommunikation

Das Unternehmen bewirbt bei seinen Kunden aktiv das nachhaltige Reisen durch transparente Kommunikation.

Über die Nachhaltigkeit der Leistungsträger wird an geeigneter Stelle informiert.

Die in den Vermarktungsaktivitäten eingesetzten Werbebotschaften und Bilder präsentieren die Orte bzw. die Destination respektvoll und geben ein authentisches, realistisches Abbild der Destination oder des Produktes wieder.

4.2 Kund*innen Zufriedenheit

Das Unternehmen erhebt regelmäßig die Zufriedenheit seiner Kund*innen inklusive der Wahrnehmung von nachhaltigen Aspekten der Reisen.

- 4.2.1 Zufriedenheitsindex Kund*innen
- 4.2.2 Rücklaufquote (%) der Kund*innen-Befragung
- 4.2.3 Betreuerschlüssel (Gruppengröße pro Betreuer*in)
- 4.2.4 Anteil (%) wiederkehrende Gäste (Stammgäste)/ Kund*innen

4.3 Gästeinformation und Beschwerdemanagement

Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Grad der Qualität und Nachhaltigkeit seiner Kund*innen-Information.

Das Unternehmen informiert seine Gäste aktiv zu (i) umweltfreundlicher Anreise, (ii) umweltfreundlicher Mobilität am Standort und (iii) umwelt- und sozialverträglichem Verhalten vor-Ort.

- 4.3.1 CSR-Index (%) Kund*innen-Information

5 Mitarbeitende

5.1 Sicherheit

Das Unternehmen gewährleistet eine sichere Arbeitsumgebung für seine Mitarbeitenden.

5.2 **Schulung (zur Nachhaltigkeit)**

Alle Mitarbeitenden (auch die in den Destinationen) erhalten mindestens einmal jährlich Schulungen zu mind. einem der folgenden Themenbereiche: (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen (einschließlich Sicherheit und Gesundheitsschutz, Risiko- und Krisenmanagement, Wirtschaftlichkeit und Qualität), (iii) Umweltschutz, (iv) biologische Vielfalt und (v) ihrer Rolle und Verantwortung bei der Umsetzung der genannten Aspekte.

5.3 **Anreizsystem und Sozialleistungen**

Das Unternehmen bietet seinen Mitarbeitenden freiwillige Sozialleistungen, Aufstiegsmöglichkeiten und weitere Zusatzleistungen an (z.B. Mobilitätzuschuss, freie Verpflegung, etc.).

5.4 **Bezahlung**

Das Unternehmen verpflichtet sich zur Einhaltung der Mindestlohn- und Tarifverträge. Die Löhne müssen mindestens existenzsichernd sein und die lokalen Lebenshaltungskosten decken.

5.5 **Überstundenregelung**

Das Unternehmen hat eine Überstundenregelung.

5.6 **Interessenvertretung**

Das Unternehmen unterstützt die Bildung einer Interessenvertretung oder eines Betriebsrats der Mitarbeitenden.

5.7 **Gerechtigkeit und Inklusion**

Das Unternehmen bietet gerechte und gleiche Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten unabhängig von Herkunft, Ethnie, Alter, Glaube, Geschlecht, sexueller Orientierung und Behinderung an.

Die lokale Bevölkerung erhält die gleichen Chancen auf Beschäftigung, Aufstieg und Einstellung in Führungspositionen.

5.8 **Beschäftigungsstruktur**

Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Beschäftigtenstruktur.

5.8.1 Anzahl Mitarbeitende (Vollzeitäquivalente)

5.8.2 Anzahl Führungspositionen, Fachkräfte, Auszubildende, Sonstige Mitarbeitende

5.8.3 Anteil (%) Frauen in Führungspositionen

5.9 **Mitarbeitenden-Zufriedenheit**

Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Grad der Zufriedenheit der Mitarbeitenden.

5.9.1 Zufriedenheitsindex (%) Mitarbeitende

5.9.2 Anteil (%) der Teilnehmenden an der Befragung

5.9.3 Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit (Jahre)

6 **Leistungsträger**

6.1 **Einbindung von Leistungsträgern**

Das Unternehmen bindet lokale Unternehmen bei der Entwicklung und dem Verkauf von Produkten und Dienstleistungen ein, die auf Natur, Geschichte und Kultur der Region basieren.

6.2 **Supplier Code**

Das Unternehmen stellt sicher (z.B. über Vertragsklauseln oder einen Supplier Code of Conduct), dass grundlegende Nachhaltigkeitsprinzipien in den Bereichen (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen, (iii) Umweltschutz und (iv) Biodiversität von den Leistungsträgern eingehalten werden.

6.3 **Befragung von Leistungsträgern**

Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Leistungsträger und Lieferanten durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.

6.3.1 CSR-Index (%) Lieferanten

6.3.2 Anzahl Lieferanten gesamt

6.3.3 Anteil (%) befragter Lieferanten

6.3.4 Anteil (%) Lieferanten mit Nachhaltigkeitslabel

6.4 Geschäftspartner*innen

Das Unternehmen erhebt regelmäßig die Zufriedenheit seiner Geschäftspartner*innen sowie den Grad der Qualität seiner Nachhaltigkeitskommunikation gegenüber diesen Partner*innen.

6.4.1 CSR-Index (%) Geschäftspartner*innen

7 Lokale Gemeinschaften

7.1 Unterstützung von Nachhaltigkeitsprojekten

Das Unternehmen unterstützt nachhaltige Initiativen oder Projekte am eigenen Standort und/oder in den bereisten Destinationen.

7.1.1 Ausgaben (€) für die Unterstützung von Nachhaltigkeitsprojekten z.B. in den Bereichen Bildung, Weiterbildung, Gesundheit, Sanitärversorgung oder Projekte, die sich mit den Auswirkungen des Klimawandels befassen.

7.2 Sicherung grundlegender Gemeinschaftsgüter und Lebensgrundlagen

Das Unternehmen achtet bei seinen Aktivitäten auf die allgemeine Verfügbarkeit lokaler Dienstleistungen und gefährdet nicht die Bereitstellung von Grundnahrungsmitteln, Wasserversorgung, Zugang zu Wegerechten, Transport und lokalem Wohnraum und anderen Dienstleistungen für lokale Gemeinden.

Das Unternehmen stellt sicher, dass durch seine Aktivitäten der Zugang der Anwohner zu lokalen Grundstücken, Stätten und Traditionen von historischer, archäologischer, kultureller und spiritueller Bedeutung nicht beeinträchtigt wird.

7.3 Rechte lokaler Gemeinden

Der Erwerb von Land- und Wasserrechten und von Eigentum durch das Unternehmen ist konform mit lokalen und indigenen Rechten.

Beim Erwerb von Land- und Wasserrechten sowie von Eigentum wurde die lokale Bevölkerung im Vorfeld informiert, befragt und ihre freie, vorherige Zustimmung eingeholt, sodass keine unfreiwillige Umsiedlung erforderlich ist.

7.4 Schutz und Erhalt von Kulturgütern

Das Unternehmen integriert authentische Elemente der traditionellen und zeitgenössischen lokalen Kultur in seine Aktivitäten, seine gastronomischen Angebote oder andere Angebote, wobei es die Rechte des geistigen Eigentums der lokalen Gemeinschaften respektiert.

Historische und archäologische Artefakte werden vom Unternehmen nur verkauft, gehandelt oder ausgestellt, wenn dies nach lokalem und internationalem Recht erlaubt ist.

7.5 Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild

Das Unternehmen unterstützt Initiativen zur Erhaltung traditioneller Kulturlandschaften sowie Projekte zum Erhalt und zur Verschönerung des kulturhistorischen Ortsbildes und architektonischer Besonderheiten.

7.6 Schutz vulnerabler Gruppen

Das Unternehmen stellt den Schutz jedes Menschen (Kinder, Jugendliche, Frauen, Minderheiten, andere schutzbedürftige Gruppen) und insbesondere den Schutz von Kindern vor sexuellem Missbrauch, im Unternehmen selbst und entlang der Wertschöpfungskette sicher und orientiert sich an den Empfehlungen von "The Code" (Verhaltenskodex für den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung in der Reise- und Tourismusbranche) und der ILO-Erklärung über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit. Die Organisation setzt keine illegale Kinderarbeit ein. Die Vertragspartner akzeptieren keine kommerzielle oder sonstige Form der Ausbeutung und Belästigung.

8 Klimaschutz

8.1 CO₂-Emissionen der Reisen

Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Klimawirkung der verkauften Reisen und der prozentualen Aufteilung der Paxe nach Flugstrecke.

8.1.1 CO₂-Emissionen (t)

8.1.2 Flug-(CO₂) gesamt pro Gast/Tag

8.1.3 Flug-(CO₂) gesamt pro Flugstrecke

8.1.4 Kompensierte CO₂-Emissionen (t)

8.1.5 Anteil (%) Klimakompensation

8.1.6 CO₂-Emissionen (kg) abzgl. kompensierter Emissionen pro Gast und Tag

8.2 Ökostrom

Das Unternehmen bezieht zu 100% Ökostrom.

8.3 CO₂-Emissionen und Kompensation

Das Unternehmen erhebt regelmäßig die CO₂-Emissionen am Standort. Das Unternehmen kompensiert mindestens 50% der Emissionen von Dienstreisen.

8.3.1 CO₂-Emissionen (t) gesamt und nach Verursacher (Strom, Wärme, Dienstreisen)

8.3.2 CO₂-Emissionen (t) durch Flugdienstreisen

8.3.3 CO₂-Emissionen (t) pro Mitarbeiter*in

8.3.4 Anteil (%) kompensierter Dienstreisen

8.4 Mobilität (Flüge und weitere)

Das Unternehmen prüft kontinuierlich ressourceneffiziente Alternativen für den Transport und fördert aktiv die Nutzung sauberer und ressourceneffizienter Alternativen durch Kund*innen, Mitarbeitende oder Lieferant*innen.

9 Ressourcenmanagement

9.1 Energie

Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Energieverbrauch am Unternehmenstandort.

9.1.1 Energieverbrauch (kWh) gesamt, pro Mitarbeiter*in und pro Gast

9.1.2 Stromverbrauch (kWh) gesamt, pro Mitarbeiter*in und pro Gast

9.1.3 Heizungsenergieverbrauch (kWh) gesamt, pro Mitarbeiter*in und pro Gast

9.2 Papier

Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Papierverbrauch am Bürostandort.

9.2.1 Papiergewicht (kg) gesamt und pro Mitarbeiter*in

9.2.2 Anteil (%) 100%iges Recyclingpapier am Gesamtpapierverbrauch

9.3 Abfall

Das Unternehmen erhebt regelmäßig das Abfallaufkommen am Unternehmensstandort (inkl. Lebensmittelabfälle und Einmalartikel oder Einwegprodukte), strebt einen abfallarmen Einkauf an und fördert die Kreislaufwirtschaft durch Wiederverwendung oder Recycling von Abfällen.

Das Unternehmen stellt sicher, dass die Müllentsorgung keine negativen Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung und die Umwelt hat.

9.3.1 Abfallaufkommen (l) gesamt

9.3.2 Abfallaufkommen (l) pro Gast/Tag

9.3.3 Anteil (%) Restmüllaufkommen

9.3.4 Restmüllaufkommen (l) pro Gast/Tag

9.3.5 Anteil (%) Plastikmüllaufkommen

9.3.6 Anteil (%) Essensreste

9.3.7 Anteil (%) von recyceltem oder wiederverwendetem Abfall

9.4 Wasser

Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Wasserverbrauch am Standort und identifiziert die Wasserbezugsquellen.

Das Unternehmen bewertet das Wasserrisiko v.a. in von Wasserknappheit betroffenen Gebieten und betreibt eine effiziente und wirtschaftliche Wasserversorgung, die an den Wasserbedarf der Region angepasst ist und sich nicht nachteilig auf die Umwelt auswirkt.

Abwasser, einschließlich Grauwasser, wird sinnvoll genutzt und wiederverwendet oder abgeleitet, wenn es keine negativen Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung und die Umwelt hat.

9.4.1 Wasserverbrauch (m³) gesamt

9.4.2 Wasserverbrauch (m³) pro Gast

9.5 Chemikalien und Gefahrstoffe

Das Unternehmen erhebt Daten zum Einsatz von Chemikalien am Unternehmensstandort und ergreift Maßnahmen, um diesen zu minimieren oder zu ersetzen.

Das Unternehmen führt ein Gefahrstoffkataster.

- 9.5.1 Feste Reinigungsmittel (kg) gesamt
- 9.5.2 Feste Reinigungsmittel (kg) pro Übernachtung
- 9.5.3 Flüssige Reinigungsmittel (l) gesamt
- 9.5.4 Flüssige Reinigungsmittel (l) pro Übernachtung
- 9.5.5 Gefahrstoffe (l) gesamt
- 9.5.6 Gefahrstoffe (l) pro Gast

9.6 Umweltverschmutzung

Das Unternehmen identifiziert und minimiert Quellen der Umweltverschmutzung durch Abflüsse, Erosion, ozonabbauende Stoffe sowie Luft-, Wasser-, Lärm-, Licht- und Bodenverschmutzung zu minimieren.

9.7 Bezug von Waren und Dienstleistungen

Beim Einkauf von Waren und Dienstleistungen gibt das Unternehmen nachhaltigen Angeboten Vorrang (regional produzierte, ökologische, fair gehandelte und umweltfreundliche Produkte, Dienstleistungen, Investitionsgüter und Baumaterialien).

- 9.7.1 Anteil (%) der Ausgaben für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen

9.8 Nachhaltige Lebensmittel

Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Anteil nachhaltiger Lebensmittel (inklusive Lunchpakete auf den Touren).

- 9.8.1 Anteil (%) fair-gehandelter Lebensmittel
- 9.8.2 Anteil (%) regionaler Lebensmittel
- 9.8.3 Anteil (%) biologischer Lebensmittel
- 9.8.4 Anteil (%) nachhaltiger Lebensmittel gesamt

10 Schutz und Erhalt der Umwelt

10.1 Schutz der Biodiversität

Das Unternehmen trägt zum Erhalt natürlicher Schutzgebiete und von Gebieten mit hohem Biodiversitätswert bei, einschließlich bei der Bewirtschaftung der eigenen Grundstücke. Jegliche Störung natürlicher Ökosysteme wird minimiert, rehabilitiert und es wird ein ausgleichender Beitrag geleistet.

Das Unternehmen informiert seine Kund*innen/Gäste über die biologische Vielfalt der Region und mögliche Schutzgebiete und gibt Verhaltenshinweise in ökologisch oder kulturell sensiblen Gebieten sowie Empfehlungen, wie Gäste zum Schutz der biologischen Vielfalt und des kulturellen Erbes beitragen können.

10.2 Invasive Arten

Das Unternehmen stellt sicher, dass invasive Tier- und Pflanzenarten in unternehmenseigenen Anlagen und in Anlagen mit direktem Einfluss weder eingeführt noch gehalten werden.

Wo immer möglich verwendet das Unternehmen einheimische Arten für die Landschaftsgestaltung und Renaturierung.

10.3 Interaktionen mit Tier- und Pflanzenwelt

Interaktionen mit Wildtieren werden regelmäßig geprüft und sind so zu gestalten, dass nachteilige Auswirkungen auf die betroffenen Tiere, ihr Verhalten und die Lebensfähigkeit ihrer Populationen vermieden werden.

Das Unternehmen kennt und befolgt bestehende lokale, nationale und internationale Richtlinien, fordert die Einhaltung auch von den Leistungsträgern ein, beteiligt sich an der Entwicklung und Umsetzung lokaler Standards und greift bei Bedarf auf entsprechende Experten zurück.

Wildtiere werden nicht gejagt, konsumiert, ausgestellt, verkauft oder gehandelt, es sei denn, dies geschieht in Übereinstimmung mit lokalen und internationalen Gesetzen und trägt zur nachhaltigen Nutzung bei.

10.4 Tierschutz

Das Unternehmen gewährleistet den Schutz von Tieren und vermeidet Aktivitäten, die das Tierwohl gefährden. Es werden keinerlei Wildtierarten erworben oder gezüchtet.

Unterbringung, Pflege und Umgang mit allen Wild- und Haustieren entsprechen den höchsten Standards und stehen im Einklang mit lokalem und internationalem Recht.

11 Unternehmenseigene Gebäude und Infrastruktur

11.1 Flächenverbrauch

Das Unternehmen erhebt Daten zum Flächenverbrauch des Unternehmens.

11.1.1 Gesamtfläche (m²)

11.1.2 Versiegelte Fläche (m²)

11.1.3 Anteil (%) versiegelter Fläche

11.2 Flächennutzung

Die Flächennutzung (Planung, Standortwahl, Konstruktion, Bau, Renovierung, Betrieb und Abriss) berücksichtigt die natürlichen und kulturellen Gegebenheiten und entspricht den Anforderungen des lokalen Flächennutzungsplans und den Gesetzen in Bezug auf geschützte und sensible Gebiete sowie die Belange des Kulturerbes.

11.3 Lokale und nachhaltige Bauweisen und Materialien

Planung, Design und Konstruktion basieren auf lokal geeigneten und nachhaltigen Bauweisen und Materialien.