



NaturCert Zertifizierung

Leadership für Nachhaltigkeit und Verantwortung
Hotels & Resorts

20% Frühbucher-Rabatt bis 31. August 2010

Wir müssen selbst der Wandel sein, den wir uns wünschen...



Wir entwickeln uns von einer Wohlstands- zu einer Wohlfühlgesellschaft, in der Konsumieren mit einem guten Gewissen vereinbar sein muss.

Matthias Horx, Zukunftsforscher

Jetzt ist der Moment, an dem wir gemeinsam diesen Planeten retten müssen (...). Die Welt hat sich verändert. Und deshalb müssen auch wir uns ändern.

Barack Obama, US-Präsident

Es wird ein GREEN RACE geben. Wer das zuletzt merkt, stellt sich hinten an.

Dr. Günther Bachmann, Generalsekretär des Rats für Nachhaltige Entwicklung

Es ist Zeit, darüber nachzudenken, ob ein schlichtes Immer-mehr-Denken die Zukunft gewinnen kann... Viele Menschen in Deutschland engagieren sich für den Wandel zur Nachhaltigkeit. Noch sind sie eine Minderheit, doch schon manche Minderheit wurde zur Mehrheit und hat Geschichte gemacht.

Horst Köhler, Bundespräsident

Der Gedanke der Nachhaltigkeit verbindet wirtschaftliche Leistungsfähigkeit mit ökologischer Verantwortung und sozialer Gerechtigkeit.

Dr. Angela Merkel, Bundeskanzlerin und Schirmherrin des deutschen Nachhaltigkeitstages

Die Grundprinzipien für ein gutes Leben in Zukunft sind: Definiere deinen Lebenssinn neu. Werde dein eigener Lebensunternehmer. Verwechsle deinen Lebensstandard nicht mit Lebensqualität. Hilf anderen, damit auch dir geholfen wird. Verdien dir deinen Lebensunterhalt – durch Arbeit oder gute Werke.

Horst W. Opaschowski, Zukunftsforscher

Nachhaltige Unternehmen sind Krisengewinner. Sechs von zehn Deutschen glauben an den Erfolg nachhaltiger Unternehmen.

Otto Group, Trendstudie 2009

Leadership

Wir begleiten Unternehmen, mit nachhaltigen Produkten und Leistungen in Führung zu gehen. Wir unterstützen Manager und Hoteliers, verantwortungsvolle Leader zu werden und mehr Gäste zu gewinnen.

Umweltbewusste und verantwortungsvolle Unternehmen aus Hotellerie und Tourismus **werden für ihr Engagement zertifiziert.**

Ganz in dem Sinne "Tue Gutes und sprich darüber" entwickelt NaturCert globale und lokale Initiativen und begleitet Hotels und Resorts bei deren Umsetzung.

Darüber hinaus wird umweltfreundliches, **nachhaltiges und sozial verantwortliches Handeln** (CSR - Corporate Social Responsibility) effektiv kommuniziert und für Mitarbeiter, Kunden und Gäste transparent gemacht.

Hintergrund & Schlüsseltrends

Welche Schlüsseltrends prägen das Reiseverhalten Heute und Morgen?



LOHAS

Lifestyle Of Health And Sustainability

Reisende und Konsumenten interessieren sich zunehmend für Themen wie Nachhaltigkeit und Umwelt.



Ethische Grundsätze

Corporate Social Responsibility

Für Reisende und Konsumenten sind die ethischen Grundsätze und Verhaltensnormen von Unternehmen sehr wichtig.



Glokalisierung

Der richtige Mix macht's: Konsumenten entdecken regionale, frische Produkte (wieder).



Daraus folgt:

Wettbewerbsstärke durch Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit bedeutet Sinnmaximierung, nicht Gewinnmaximierung. Reisende blicken nicht nur auf den Preis - der Wert spielt eine zunehmende Rolle.

Hintergrund und Trends

Schlüsseltrend LOHAS: steigende Nachfrage nach grünen Produkten

77% der weltweit Befragten halten es für wichtig, einen aktiven Beitrag zum Umweltschutz zu leisten.

Quelle: Roper Reports Worldwide, 2008 / Befragung mit über 25.000 Teilnehmern in 25 Ländern weltweit.

51% der Europäischen Touristen würden sich für umweltfreundliche Resorthotels und Unterkünfte entscheiden.

Quelle: TheTraveller Holiday

51 Mio. Amerikanische Touristen haben ein ausgesprochenes Interesse an Aktivitäten, welche die Natur, Kultur sowie das kulturelle Erbe schützen und bewahren.

Quelle: National Geographic Traveller



Schlüsseltrend LOHAS:
Lifestyle Of Health
And Sustainability

Der „Lifestyle of Health and Sustainability“ spielt nicht nur in der deutschsprachigen Gesellschaft in Europa eine wichtige Rolle.

So halten nach einer Umfrage von GFK Ropers **77% der weltweit Befragten** (25.000 Befragte in 25 Ländern) es für wichtig, **einen aktiven Beitrag zum Umweltschutz zu leisten**. Mehr als einem Viertel ist es sogar "besonders wichtig".

Die Herausforderung für Hotels und Resorts besteht darin, mit den gestiegenen Ansprüchen der Reisenden „Schritt zu halten“ und die Erfolge effektiv zu kommunizieren. Zudem bieten sich interessante Chancen auf Marktanteilsgewinne.

Hintergrund und Trends

Schlüsseltrend „Ethical Business“: Konsum nur mit gutem Gewissen

42% der weltweit Befragten Geschäftsleitern von Unternehmen aus den Branchen Umweltschutz und erneuerbaren Energien hat angegeben, dass ihr Umsatz in den vergangenen 1-2 Jahren gestiegen ist.

Quelle: Environmental Defense Fund und Frost & Sullivan.

73% der weltweit Befragten Konsumenten halten es für wichtig oder sehr wichtig, dass ein Unternehmen eine gute Öko-Bilanz hat.

Quelle: Global Green Consumer Survey: 9.000 Erwachsene zwischen 18 – 65 Jahren aus Kanada, Frankreich, Deutschland, Italien, Japan, Spanien, Großbritannien und China.



Schlüsseltrend LOHAS:
„Ethical Business“

In Zukunft müssen Unternehmen den Kunden und Stakeholdern nicht nur rational und emotional überzeugen, sie müssen auch dem Anspruch an ethisches Verhalten gerecht werden. Der "moralische Mehrwert" wird zu einem wichtigen Kaufargument.

Reisen, Hotelaufenthalte und Konferenzen müssen künftig mit gutem Gewissen konsumierbar sein.

Auch Glaubwürdigkeit ist wichtig. **Greenwashing**, d.h. halbherzige oder geschönte Bemühungen von Unternehmen, **führt zum Verlust der Kunden der Zukunft.**

Hintergrund und Trends

Schlüsseltrend „Glokalization“: Der richtige Mix aus global und lokal

Sushi, dazu Wein aus der Region; eine Lomi Lomi Massage, danach ein Tee mit frischen Kräutern der hauseigenen Alm...

Glokalisierung ist die Kombination von Vertrautem mit Aufregendem, Unbekanntem und Überraschendem - von der west-östlichen Fusion-Küche bis hin zum Stil-Mix bei der Einrichtung.



Schlüsseltrend
„Glokalization“

„Glokalization“ oder auch Glokalisierung ist Balance zwischen *global* und *lokal*:

die Kombination zwischen exotischen, internationalen Produkten und lokalen, frischen Produkten aus der Region.

Indikator für den Trend der Glokalisierung ist die Zahl und Zunahme lokaler Marken. "Gutes, Frisches aus der Region" ist eine Erwartungshaltung des Global Travellers. Auch der wachsende BIO-Trend unterstreicht: "**The new Organic is local**".

Von NaturCert zertifizierte Betriebe halten Balance zwischen exotischen, internationalen Produkten und lokalen, frischen Spezialitäten.

NaturCert

Zertifizierung für Nachhaltigkeit und Verantwortung

Die NaturCert Zertifizierung ermöglicht es Hotels & Resorts, als grünes und verantwortungsvolles Unternehmen wahrgenommen und international anerkannt zu werden, und damit

mehr Gäste

zu gewinnen.



Wettbewerbsstärke
durch Nachhaltigkeit

Die NaturCert Zertifizierung bedeutet:

Unterstützung

bei der Umsetzung nachhaltiger Strategien und wirksamer Corporate Social Responsibility (CSR) Initiativen

Glaubwürdigkeit & Anerkennung

durch ein unabhängiges externes Audit im Rahmen der Zertifizierung

Image-Gewinn & Bekanntheit

für Ihr Unternehmen und Ihre Marke durch medienwirksame nationale und internationale Marketing- und PR-Aktionen.

Die NaturCert Zertifizierung

Internationale Anerkennung für grüne und nachhaltige Hotels



Die NaturCert Zertifizierung unterstützt Unternehmen:

- den Verbrauch von **Wasser** und **Energie** zu reduzieren
- die **Abfallmenge** zu reduzieren und die **Abfallbeseitigung** zu verbessern
- die **Kohlendioxid-Emissionen** zu reduzieren bzw. zu kompensieren
- einen Beitrag zur Erhaltung der **biologischen Artenvielfalt** zu leisten
- **Mitarbeiter** und **Gäste** zu informieren und zu beteiligen
- eine nachhaltig orientiertes **Einkaufsmanagement** zu implementieren.
- ein zum Unternehmen passendes **soziales und kulturelles Engagement** aufzubauen.

Die NaturCert Kriterien

Internationale Anerkennung für grüne und nachhaltige Hotels

Das NaturCert Zertifizierungs-System wurde in voller Übereinstimmung mit den "Global Sustainable Tourism Criteria" (GSTC) entwickelt,

im Einklang mit der „International Social and Environmental Accreditation and Labelling Alliance“ (ISEAL) und damit unter Berücksichtigung der Vorgaben von:

- UNWTO (UN World Tourism Organization), die Welt Tourismus Organisation der Vereinten Nationen
- UNEP (UN Environmental Program), das Umweltprogramm der Vereinten Nationen
- UN Stiftung (UN Foundation) und
- eine Arbeitsgemeinschaft von über 30 anerkannten internationalen Organisationen, denen unter anderem zugehören (siehe links):



Die NaturCert Kriterien

Internationale Anerkennung für grüne und nachhaltige Hotels

Die Kriterien der NaturCert Zertifizierung umfassen vier Bereiche:

- _ Nachhaltiges Management
- _ Sozio-ökonomische Leitlinien
- _ Rücksicht auf kulturelle Traditionen
- _ Umweltschutz

Die NaturCert Zertifizierung ist verfügbar für:

- Hotels & Resorts
- Reisebüros & Reiseveranstalter
- Veranstaltungs- Kongress- und Eventagenturen
- Schiffsreisen und Kreuzfahrten



Die Struktur:

1. Kategorie

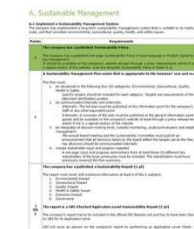
...mit Gesamt-Punktzahl je Kategorie

2. Unterkategorie

...mit Gesamt-Punktzahl je Unterkategorie.

3. Anforderungskriterium

Bewertung mit Punkten je Kriterium.



Die Kriterien:

Das NaturCert Zertifizierungssystem setzt sich aus obligatorischen und optionalen Kriterien zusammen.

Prozess

Die Stufen zur Zertifizierung

Stufe 1 Schulung

Ein NaturCert-Berater besucht das Hotel, erhebt die erforderlichen Daten und schult jenen Mitarbeiter, der für die Aufgabe des "Nachhaltigkeits-Managers" ausgewählt wird.

Stufe 2 Implementierung

Nach Abschluss der ersten Schulungseinheit wird mit einer Implementierungsphase von ca. 3 Monaten gerechnet, bis das Hotel die notwendigen Schritte unternommen hat und die geforderten (Mindest-) Kriterien erfüllt. Der Berater von NaturCert unterstützt und begleitet diesen Prozess aktiv.

Stufe 3 Auditing

Das Unternehmen wählt einen unabhängigen Prüfer bzw. Auditor, damit dieser die Vor-Ort-Prüfung durchführt und die Übereinstimmung mit den Anforderungen des NaturCert Zertifizierungs-Systems feststellt.

Stufe 4 Zertifizierung

Sobald das positive Ergebnis der Vor-Ort-Prüfung durch den externen Auditor bestätigt wurde, wird die Zertifizierung von NaturCert und vom Auditor überreicht.



Die 4 Ebenen der Zertifizierung

Von „Zertifiziert“ bis „Triple AAA“



Zertifiziert
40%-49%



Zertifiziert **A**
50%-59%



Zertifiziert **AA**
60%-79%



Zertifiziert **AAA**
80% und mehr

NaturCert



Das Angebot



Umsatz Hotel (exklusive MwSt.)	NaturCert Zertifizierung (zzgl. MwSt.)
bis 1 Mio. Euro	2.000 Euro
bis 2 Mio. Euro	2.500 Euro
bis 5 Mio. Euro	3.000 Euro
bis 10 Mio. Euro	3.500 Euro
bis 20 Mio. Euro	4.000 Euro
Über 20 Mio. Euro	Auf Nachfrage

Die Gebühren für die Zertifizierung sind abhängig vom Jahresumsatz des Hotels. Die Preise beinhalten die Beratungs- und Lizenz-Gebühr für das erste Jahr der Zertifizierung bei einer Vertragslaufzeit von drei Jahren. Die Gebühren der Jahre 2 und 3 liegen bei 50% des ersten Jahres. **Bei Buchung bis 31. August wird ein Frühbucherrabatt von 20% auf den Listenpreis eingeräumt.**

Nicht enthalten sind die Kosten des externen Audits (800 bis 1.200 Euro netto, je nach Auditor). Diese fallen nur im 1. Jahr, nicht im 2. und 3. Jahr an. Die Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlich gültigen Mehrwertsteuer.

Wir müssen das,
was wir denken sagen.

Wir müssen das,
was wir sagen tun.

Und wir müssen das,
was wir tun
dann auch sein.

Alfred Herrhausen

Der Nutzen für NaturCert zertifizierte Betriebe



Die operative Perspektive

- **Geringere operative Betriebskosten**
- Geringerer Verbrauch von **Wasser und Energie**
- Geringere **Abfallmengen** & verbessertes Abfallmanagement
- Geringere Emissionen von **Kohlendioxid**
- Höhere Mitarbeiter- und **Kundenzufriedenheit**
- Effektives **nachhaltiges Einkaufsmanagement**
- Unterstützung für **soziale und kulturelle Verantwortung**

Der Nutzen für NaturCert zertifizierte Betriebe



Die Marketing- und PR-Perspektive

- **Verwendung des NaturCert Zertifizierungs-Logo** für Website, Broschüren oder sonstigen Werbemitteln
- Imagegewinn – und damit verbunden: verbesserte **Mund-zu-Mund-Empfehlungen**
- **Steigerung von Bekanntheit und Anerkennung** durch vielfältige Vermarktung der NaturCert Marke in Ländern mit NaturCert Repräsentanzen
- **PR- und Marketing-Aktionen** mit Medien-Partnern: Newsletter, Magazine, Zeitungen, Webseiten & Blogs
- Promotion auf touristischen **Messen**
- Promotion und Listing im **NaturCert Katalog „Zertifizierte Unternehmen“**, der an Reisebüros, Reiseveranstalter, Kongress- und Event-Veranstalter sowie Travel Manager geschickt wird. Dieser wird in allen Ländern mit NaturCert Repräsentanz verteilt.
- Unterstützung beim **Aufbau von Partnerschaften** mit Gemeinnützigen Organisationen
- **Cross-Marketing-Promotions** mit B2C Partnern, z.B. nachhaltige Produkte, Marken, Unternehmen.

Der Nutzen für NaturCert zertifizierte Betriebe



Die Online und Social Media Perspektive

- Eigene Seite auf der **nationalen NaturCert Website** als zertifiziertes Hotel in allen Sprachen, die vom Kunden zur Verfügung gestellt werden – mit Unternehmensdarstellung, Bildern und (auf Wunsch) Videos
- Vermarktung eines (optionalen) **Image-Videos** des zertifizierten Hotels auf NaturCerts Kanal auf YouTube, dem weltgrößten Video Netzwerk mit 1 Mio. abgerufenen Videos pro Tag
- Vermarktung des zertifizierten Hotels auf **Social Media** Plattformen wie Facebook & Twitter
- Vermarktung der zertifizierten Hotels auf **Netzwerk-Plattformen** wie XING und LinkedIn, die weltweit größten Netzwerk-Plattformen mit über 30 Millionen Berufstätigen
- Listing des zertifizierten Hotels auf **Partner-Websites & Blogs**
- **Promotion-Banner** für das zertifizierte Hotel auf NaturCerts Website und im E-Mail-Newsletter.

Der Nutzen für NaturCert zertifizierte Betriebe



...sowie spezielle B2B und B2C Promotions

- Promotion an **Travel Manager und Unternehmen** mit dem Ziel, bevorzugt Ihr zertifiziertes (grünes und nachhaltiges) Hotel für Geschäftsreisende zu buchen
- Promotion an größere **MICE Online-Vermittler, Kataloge und Agenturen** mit dem Ziel, bevorzugt Ihr zertifiziertes Hotel für nachhaltige Konferenzen und Events zu buchen.
- Promotion bei größeren **Reiseveranstaltern** und **Loyalitäts-Programmen größerer Unternehmen**

NaturCert 2010

NaturCert agiert durch ein **internationales Netzwerk** von Repräsentanz-Büros und Tochter-Gesellschaften. Jeder Netzwerk-Partner ist ein wirtschaftlich und juristisch unabhängiges Unternehmen mit einer starken Präsenz in dem jeweiligen lokalen Markt. Diese Struktur erlaubt es, lokal und global effizient und effektiv agieren zu können.

Die **lokale Präsenz** erlaubt es den Netzwerk-Partnern, den Anforderungen der lokalen Nachfrage und der Entwicklung des Landes und der Region gerecht zu werden.

Gleichzeitig ermöglicht die **internationale Zusammenarbeit** die Implementierung von Strategien, Initiativen und Ideen auf internationaler Ebene.

Derzeit bestehen **Repräsentanzen in USA**, in **Südamerika** mit Brasilien und Argentinien, in **Afrika** mit Tunesien, Libyen und Algerien, in **Asien** mit Thailand, Indonesien und Malaysia. In **Europa** ist NaturCert in Deutschland und Österreich durch die Unternehmensberatung hotelbiz consulting vertreten.

Der Geschäftssitz von NaturCert wird ab Juli 2010 Brüssel sein.



Ihr Ansprechpartner



Ihr Ansprechpartner für Deutschland
und Österreich:

Jörg Föllmer

joerg.foellmer@hotelbiz.de

Tel. +49 89 620 60 900

NaturCert Deutschland & Österreich
c/o hotelbiz consulting
Lindenstrasse 12a
81545 München

www.naturcert.com/Germany

Sie finden NaturCert auf:

Twitter | YouTube | Facebook | LinkedIn | Xing

