

Factsheet Biosfera-Partnerschaft

(Kategorie Hotellerie, Version III vom 15.1.2020)

1. Was sind die Ziele einer Biosfera-Partnerschaft?

Die Auszeichnung von Betrieben mit dem Biosfera-Partnerlabel hat zum Ziel, die regionale Wirtschaft im Tal durch gute Vernetzung zu stärken sowie die Nachhaltigkeitsausrichtung von Betrieben gezielt zu fördern und zu unterstützen.

2. Was für Vorteile haben die Partnerbetriebe von der Biosfera-Partnerschaft?

Die Partnerhotels werden bei der Umsetzung der gemeinsam festgelegten Nachhaltigkeitsmassnahmen (Aktionsplan) vom Naturpark unterstützt und profitieren von massgeschneiderten Weiterbildungen, Erfahrungsaustausch und Vernetzung mit anderen Partnerbetrieben. Ein weiterer Vorteil ist die bessere Sichtbarkeit über die Kommunikations- und Vermarktungskanäle des Parks, auch auf nationaler Ebene. Natürlich dürfen Partner auch das spezielle Partnerlogo verwenden, um ihre Nachhaltigkeitsorientierung sichtbar machen. Gäste von Partnerhotels können zudem ausgewählte Naturpark-Angebote gratis nutzen.

3. Wer kann Biosfera-Partner werden?

Biosfera-Partnerschaften gibt es vorerst nur für Hotels, Pensionen und B&B's. Sie werden Schritt für Schritt auch für weitere Betriebe (Parahotellerie, Camping, Gastronomie, Anbieter touristischer Aktivitäten, usw.) umgesetzt, allenfalls auch ausserhalb des Tourismussektors. Hier ist allerdings noch etwas Geduld angesagt – Qualität statt Quantität ist die Devise. Aber das Naturpark-Team arbeitet unermüdlich daran, ein starkes Netzwerk aus Partnerbetrieben mit hohem Nachhaltigkeitsstandard aufzubauen.

4. Wie ist das Partnerschaftskonzept entstanden?

Mit Unterstützung einer Arbeitsgruppe – bestehend aus sechs Hotelbetrieben aus dem Tal – hat der Naturpark das neue Biosfera-Partnerschaftskonzept für die Hotellerie ausgearbeitet. Um die Praxistauglichkeit des Konzeptes zu prüfen, wurde mit vier Pilotbetrieben (Al Rom, Staila, Central, Helvetia) ein Testlauf durchgeführt. Aufgrund der Rückmeldungen wurde das Konzept finalisiert und dann von der Labelkommission verabschiedet.

5. Wie kann ein Hotel Biosfera-Partnerbetrieb werden?

In drei Schritten kann ein Hotel im Val Müstair Biosfera-Partner werden (Details s. [Prozessdiagramm](#)):

1. Der interessierte Betrieb füllt eine Selbsteinschätzung aus, in der er deklariert, was er aus seiner Sicht zu den Zielbereichen des Naturparks (→ s. Punkt 6) beiträgt.
2. Der Betrieb wird von externen Experten besucht und in einem gemeinsamen Auditgespräch wird geklärt, ob die Anforderungen für eine Biosfera-Partnerschaft erfüllt sind. Dafür muss der Betrieb in jedem Zielbereich bestmögliche Leistungen erbringen (→ s. Punkt 7). Dabei wird den jeweiligen betrieblichen Gegebenheiten Rechnung getragen.
3. Wenn die Anforderungen gemäss Experten erfüllt sind, wird eine schriftliche Partnerschaftsvereinbarung erstellt, in der die Rechte und Pflichten der Parteien sowie die Einzelheiten der Verwendung des Logos festgehalten werden. Dort, wo sich noch Verbesserungsbedarf zeigt, werden mit dem Betrieb individuell angepasste Massnahmen besprochen und in einem Aktionsplan festgehalten. Dieser wird alle drei Jahre überprüft und aktualisiert.

Gesuche werden einmal jährlich bis zum Stichtag vom 10. Februar entgegengenommen.

6. Was für Grundsätze gelten für Partnerbetriebe?

Naturpark-Partnerbetriebe stehen für Regionalität, Umweltbewusstsein und Qualität. Sie sind kompetente Botschafter des Naturparks und engagieren sich gemeinsam mit ihm für die nachhaltige Entwicklung der Region.

Partnerbetriebe bekennen sich zu den allgemeinen Grundsätzen in den sieben Zielbereichen des Naturparks und setzen in diesen Bereichen gezielt Verbesserungen um:

Zielbereich 1: Erhalt der natürlichen Ressourcen

Der Betrieb ist bestrebt, seine Umweltbelastungen zu reduzieren und die Biodiversität rund um den Betrieb zu fördern.

Zielbereich 2: Stärkung der regionalen Wertschöpfung

Der Betrieb bevorzugt wo möglich Produkte (insbes. zertifizierte Biosfera-Produkte) und Dienstleistungen aus dem Val Müstair. Der Betrieb engagiert sich für die Erhaltung bzw. Schaffung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen.

Zielbereich 3: Förderung der regionalen Identität und Kultur

Der Betrieb ist bestrebt, dem Gast ein regionaltypisches Urlaubserlebnis zu bieten und engagiert sich für die Förderung der regionsspezifischen Kultur, Sprache und Traditionen und trägt so zur Stärkung der regionalen Identität bei.

Zielbereich 4: Naturpark-Information und Umweltsensibilisierung

Der Betrieb unterstützt als Botschafter den Naturpark sowie dessen Ziele und informiert seine Gäste aktiv über die Aktivitäten und Angebote des Naturparks. Der Betrieb sensibilisiert Gäste und Mitarbeitende für umweltbewusstes Verhalten.

Zielbereich 5: Qualität und Innovation

Der Betrieb eruiert seine Dienstleistungsqualität und fördert aktiv das Qualitätsbewusstsein bei den Mitarbeitenden. Der Betrieb setzt sich proaktiv mit neuen Trends und innovativen Ideen auseinander.

Zielbereich 6: Kooperationen

Der Betrieb arbeitet aktiv mit anderen Naturpark-Partnerunternehmen und Leistungsträgern im Naturpark zusammen und lanciert mit ihnen gemeinsame Initiativen.

Zielbereich 7: Fairness

Der Betrieb ist verpflichtet, gerechte und befriedigende Arbeitsbedingungen für seine Mitarbeitenden zu schaffen und achtet auch bei Lieferanten auf Sozialstandards. Der Betrieb ist bestrebt, auch barrierefreie Angebote anzubieten

7. Wie werden die Leistungen eines Partnerbetriebes in den sieben Zielbereichen beurteilt?

In der Arbeitsgruppe wurde ein Best Practice-Beispiel als Referenzrahmen entwickelt: das «Hotel Sonnenschein». Es ist die gemeinsame Vision eines idealen, nachhaltigen Partnerhotels in der Biosfera Val Müstair. Diese Vision ist bewusst ehrgeizig formuliert und mit einer Prise Idealismus gewürzt. Ziel ist, dass die Betriebe dieser Vision über die Jahre im Rahmen eines gemeinsamen Entwicklungsprozesses Schritt für Schritt näherkommen.

Vom «Hotel Sonnenschein» wurden Kriterien abgeleitet und in einem Audittraster zusammengefasst. Es dient als Leitfaden für das Auditgespräch, damit dieses einheitlich und systematisch durchgeführt werden kann. Die externen Experten können anhand der Best Practice-Kriterien einschätzen, wie gut ein Betrieb im Vergleich zum «Hotel Sonnenschein» abschneidet und entsprechend 0-3 Punkte pro Kriterium vergeben (Abstufung: 0.5). Am Schluss des Gespräches ergibt sich so ein recht umfassendes Bild, was der jeweilige Betrieb in den verschiedenen Zielbereichen bereits leistet und wo – im Vergleich zum «Hotel Sonnenschein» – noch Verbesserungsbedarf besteht.



Biosfera Val Müstair
Center da Biosfera
CH-7532 Tschierv

+41 81 851 60 70
info@biosfera.ch
www.val-muestair.ch



Für eine Biosfera-Partnerschaft müssen in den sieben Zielbereichen mindestens 60% der Best Practice-Kriterien erfüllt sein. Dieser Wert darf in höchstens einem Zielbereich unterschritten werden, sofern der Mittelwert aller Zielbereiche nicht unter 60% fällt. Kein Zielbereich darf unter 50% liegen.

8. Welche Anforderungen sind für eine Biosfera-Partnerschaft zwingend?

- ✓ Der Betrieb liegt innerhalb des Park-Perimeters.
- ✓ Der Betrieb hat ein Audit durchgeführt und erfüllt die Anforderungen des Naturparks.
- ✓ Der Partnerbetrieb setzt die im individuellen Aktionsplan vereinbarten Massnahmen um.
- ✓ Der Betrieb legt eine Ansprechperson «Naturpark» fest, die jährlich an mind. zwei Informationsveranstaltungen über den Naturpark teilnimmt.
- ✓ Der Betrieb nimmt an mind. zwei Partnerveranstaltungen des Naturparks teil (Unterstützungsangebot, Weiterbildung, Erfahrungsaustausch).

9. Wie lange dauert eine Biosfera-Partnerschaft?

Die Partnerschaftvereinbarung gilt für die Dauer von sechs Jahren. Bis spätestens sechs Monate vor Ablauf der Vereinbarung kann sich der Partnerbetrieb für ein Re-Audit anmelden. Nach erfolgtem Re-Audit und Erfüllung der Anforderungen, kann eine neue Vereinbarung für weitere sechs Jahre abgeschlossen werden.

10. Was kostet eine Biosfera-Partnerschaft?

Der Mitgliedsbeitrag für eine Naturpark-Partnerschaft beträgt für einen Hotelbetrieb CHF 200.- pro Jahr und für B&B's CHF 150.- pro Jahr. Für das Audit durch externe Fachpersonen, die Erstellung und Überprüfung des Aktionsplans sowie alle Partner-Veranstaltungen entstehen für den Partnerbetrieb keine weiteren Kosten. Diese werden vom Naturpark getragen.