

# KOM GODT I GANG MED MILJØ- OG BÆREDYGTIGHEDSCERTIFICERINGER

# INDHOLD

|    |                                                           |
|----|-----------------------------------------------------------|
| 1  | INTRODUKTION                                              |
| 3  | HVORFOR CERTIFICERINGER KAN VÆRE EN FORDEL                |
| 4  | SÅDAN FORLØBER CERTIFICERINGSPROCESSEN                    |
| 5  | KOM GODT FRA START                                        |
| 6  | ANBEFALINGER TIL JER, DER OVERVEJER AT BLIVE CERTIFICERET |
| 7  | "GREENWASHING" OG RETNINGSLINJER FOR KOMMUNIKATION        |
| 8  | LISTE OVER UDVALGTE MILJØMÆRKER OG CERTIFICERINGER        |
| 13 | CASES                                                     |



# INTRODUKTION

**” VERDEN HAR BRUG FOR, AT FLERE GØR MERE, END HVAD LOVGIVNINGEN LÆGGER OP TIL. VI SER VIRKSOMHEDERNE SOM EN MEGET STOR OG VIGTIG SPILLER FOR AT SKABE REELLE FORANDRINGER. DE HAR MULIGHEDEN FOR AT GÅ FORREST. ”**

- Mærk din forretning, Zeuthen & Ludvigsen, 2018

## BÆREDYGTIG UDVIKLING

Med denne guide ønsker vi at skabe et øget kendskab til certificeringer og miljømærkninger, som led i en bæredygtig udvikling af turismen i de danske destinationer. Certificeringer og miljømærker er en måde at skabe struktur for jeres virksomheds arbejde med tiltag inden for bæredygtighed. Det giver jer mulighed for at sætte standarder og mål for jeres virksomhed, og dermed løfte jer selv og hele branchen i et fælles ansvar.

## DOKUMENTATION OG SYNLIGHED

Mærkning er en måde at dokumentere jeres virksomheds tiltag inden for bæredygtighed. Ved at bruge symboler og logoer hjælper I gæsterne til at navigere i deres muligheder. Det er en måde at signalere jeres virksomheds processer og arbejdsmetoder, samt systematisere arbejdet med bæredygtighed og grøn omstilling.

## STRATEGISK SIGTE

Certificeringer spiller en nøglerolle i den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme. Strategien fastsætter ambitiøse mål frem mod 2030, herunder at 70 % af alle overnatningssteder og attraktioner i Danmark skal være bæredygtighedscertificerede. Samtidig er det et mål, at Danmark skal være det mest miljøvenlige rejsemål i Nordeuropa i turisternes øjne.

## EN HJÆLPENDE HÅND

Denne guide er en introduktion til jer – organisationer eller virksomheder – som overvejer at gå i gang med at arbejde med miljøcertificeringer og -mærker. Det kan være, at I allerede er i overvejelser, men er usikre på, hvilke ordninger eller mærker I skal vælge. Eller at I er i tvivl om, hvordan I skal gribe processen an. Vi håber med denne guide at kunne hjælpe jer med at træffe valget og give et sidste skub til at komme i gang med arbejdet, eller, hvis I allerede er certificeret, at bygge videre på jeres eksisterende indsatser.

# VIDSTE DU AT...

## Mellem 18 og 40%

af befolkningerne i Danmark, Tyskland, Norge, Sverige og Nederlandene forventer, at bæredygtige hensyn vil påvirke deres fremtidige rejsevalg

## Mellem 42 og 48%

af befolkningerne i Greater London, Milano, Rom og Paris forventer, at bæredygtighed vil påvirke deres næste ferievalg

## Danmark anses i høj grad...

som en attraktiv feriedestination blandt dem, der ønsker at prioritere bæredygtighed ved valg af ferierejser til udlandet

## 78%

af de danske virksomheder og organisationer stiller konkrete krav til bæredygtighed hos konferencecentre og hoteller i forbindelse med møder, konferencer og events

Kilder:

Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne, Det Nationale Turismeforum, 2025  
Bæredygtighedsanalysen blandt mødekøbere, Optimeet & MeetDenmark, 2025



Foto: Lukas Bukoven  
Copenhagen Media Center

# HVORFOR CERTIFICERINGER KAN VÆRE EN FORDEL?



## MED TANKE PÅ GÆSTER

Andelen af turister og mødegæster, der søger miljøvenlige oplevelser, er stigende. Denne gruppe har forventninger og krav om bæredygtighed på den besøgte destination. Undersøgelser fra VisitDenmark viser imidlertid, at kravene ikke altid bliver opfyldt. Miljøcertificeringer og brug af mærker kan nemt afkodes af gæsten og være loyalitetsskabende.



## ET ØKONOMISK ASPEKT

Arbejdet med miljøcertificeringer og brug af mærker kan nedsætte driftsomkostninger. Det kunne f.eks. være ved at optimere jeres virksomhed i forhold til madspild, samt reducere forbrug af vand, el og varme. Med fokus på bæredygtighed i omlægningsprocesser, og med den transparens som certificeringer kan give, kan I stå stærkere i markedet, og der er samtidigt grønne puljer fra det offentlige, som kan søges.



## ET OVERBLIK OVER JERES VIRKSOMHED

Arbejdet med miljøcertificeringer og brug af mærker kræver, at man kan fremlægge dokumentation for sine indsatser. Indsatsen for at fremskaffe den dokumentation kan være med til at give en dybere indsigt i jeres egen virksomhed på flere områder f.eks. inden for drift. Certificeringsprocessen kan også være et springbræt til at systematisere indsatser



## ET SKRIDT MOD ESG

Certificeringer kan understøtte jeres arbejde med ESG ved at dokumentere konkrete tiltag og skabe struktur for jeres bæredygtighedsindsats. Mange certificeringer stiller krav, der matcher centrale ESG-principper, og kan dermed fungere som et værktøj til både intern systematik og ekstern rapportering. Det er en fordel, hvis I ønsker at synliggøre jeres ansvarlighed over for kunder, samarbejdspartnere, investorer eller offentlige myndigheder.



## FOR MILJØETS SKYLD

Certificeringer kan være med til at gøre en forskel, både lokalt og globalt. Med brug af miljøcertifikater og -mærker er der større mulighed for at hæve standarder og niveauet for bæredygtighed. Den vigtigste grund til at bruge miljøcertificeringer og -mærker er for miljøets skyld. Det skal være fordi, I har lyst til at gøre en forskel og tage et aktivt valg om bæredygtighed.



## ET KVALITETSSTEMPEL

En uafhængig tredjepartscertificering viser validitet og troværdighed om jeres initiativer og resultater. Hvis jeres virksomhed eller produkt kan associeres med allerede anerkendte mærker eller certificeringer, kan genkendeligheden hjælpe gæsterne med at navigere i de mange valg.



## INTERNT EJERSKAB

En bæredygtig udvikling og certificeringer kræver, at der løftes i flok. Inddrag jeres medarbejdere i processerne om at opfylde certificeringernes krav. Konkretiser jeres arbejde og find en eller flere medarbejdere, der har ansvaret for processen, og som kan sikre, at certificeringsarbejdet bliver implementeret i praksis.

# SÅDAN FORLØBER CERTIFICERINGSPROCESSEN

Selvom krav og procedurer varierer mellem de enkelte certificeringer, følger de fleste bæredygtighedscertificeringer en overordnet struktur. Til højre kan I se en typisk proces, der kan give indblik i, hvad en certificeringsrejse typisk indebærer.

1

## KORTLÆGNING

Virksomheden indsamler data, kortlægger eksisterende tiltag og identificerer områder med potentiale for forbedring.

2

## OPFYLDELSE AF KRITERIER

Konkrete tiltag igangsættes for at opfylde certificeringens krav, og relevant dokumentation for arbejdet udarbejdes.

3

## ON-SITE GENNEMGANG

Auditor gennemfører en vurdering af virksomheden – enten fysisk eller digitalt – for at sikre, at kravene er opfyldt.

4

## UAFHÆNGIG VURDERING

Dokumentation og audit vurderes af certificeringsordningens faglige udvalg, jury eller tredjepart.

5

## TILDELING AF CERTIFICERING

Når virksomheden lever op til kravene, tildeles certificeringen formelt, og der gives adgang til brug af navn, logo og andet kommunikationsmateriale.

6

## LØBENDE FORBEDRING OG KONTROL

Der stilles krav om årlige opfølgninger, fornyelser og løbende forbedringer.

# KOM GODT FRA START

## HVAD SKAL I OVERVEJE I FORBINDELSE MED BRUGEN AF CERTIFICERINGER OG MÆRKER?

### ER DER OMRÅDER I VIRKSOMHEDEN, HVOR DER KAN ANVENDES CERTIFICERINGER ELLER MILJØMÆRKER?

Er der et større indkøbsområde, hvor der med fordel kan indkøbes certificerede produkter? Det kan f.eks. være fødevarer, tekstiler som arbejdstøj eller sengetøj. I kan også se, hvad andre i branchen gør, og tale med andre i branchen om, hvad de anvender. I kan både overveje proces-, virksomheds- og/eller produktorienterede certificeringer. I denne guide er det virksomhedsorienterede mærker, der er i fokus.

### HVORDAN SER JERES RESSOURCER OG TIDSPERSPEKTIV UD?

Bæredygtighed er en proces som kræver, at der afsættes tid og ressourcer. I kan med fordel forsøge at definere det område i virksomheden - begrænset eller en helhed - I vil certificere, og hvilken tidshorisont der er realistisk. Derefter skal de rette menneskelige ressourcer allokeres, så det forankres i virksomheden over tid og udvikles løbende.

### IMPLEMENTERING

I kan begynde at overveje konkret, hvordan kravene skal implementeres og se, hvordan de kan passe i jeres virksomhed. De konkrete krav kan i mange tilfælde findes på certificeringernes hjemmesider.



Foto: Daniel Rasmussen  
Copenhagen Media Center

# TRE ANBEFALINGER TIL JER, DER OVERVEJER AT BLIVE CERTIFICERET

FRA MARIA KLAUSEN, SALGS- OG MARKETINGCHEF HOS HOTEL FAABORG FJORD



1

## FÅ SAMLET ET TEAM

Få samlet et team, 2-4 personer hvis det er muligt, til at starte op og indhente oplysninger og data.

2

## INVESTER I EN MILJØMÆRKNING

Det betaler sig at investere i en miljømærkning. Hotellet har oplevet, at der i højere grad stilles krav til bæredygtighed i forbindelse med offentlige udbud.

3

## BRUG MILJØMÆRKNING TIL AT UDVIKLE VIRKSOMHEDEN

Miljømærkning er et oplagt udgangspunkt for at udvikle nye visioner og forretningsmodeller, der kan spare ressourcer og forøge omsætningen.

Foto: Daniel Rasmussen  
Copenhagen Media Center



# "GREENWASHING" OG RETNINGSLINJER FOR KOMMUNIKATION

NÅR I ARBEJDER MED CERTIFICERINGER, SÅ FORTÆL DE GODE HISTORIER!

I kommunikation om bæredygtighed, dukker begrebet "greenwashing" ofte op. Det dækker over beskyldninger om, at der kommunikeres om større bæredygtige bedrifter, end hvad tilfældet er.

Greenwashing kan dog nemt undgås ved at være ærlig, transparent og bruge korrekt information. De fleste mærker og certificeringer har også guides til, hvordan, hvornår og hvor man kan bruge logoerne.

Læs mere i guiden 'Styrk jeres klimakommunikation', som Dansk Storbyturisme og Wonderful Copenhagen har udarbejdet.



Foto: Mallanë Gandee  
Copenhagen Media Center

# LISTE OVER UDVALGTE MILJØ-MÆRKER OG CERTIFICERINGER

Herunder er listet eksempler på mærker og certificeringer, som kan være gavnlige i en bæredygtig udvikling indenfor turismebranchen. Listen er ikke udtømmende, men en vejledning til de mærker og certificeringer, der er mest udbredte i dansk turisme i 2025. Data er indsamlet via certificeringernes officielle hjemmesider samt undersøgelser af turismecertificeringer som fx "*Kortlægning og analyse af certificeringsordninger til bæredygtig turismeudvikling*" (2023) for Danske Destinationer.

| NAVN                                                                                                                                                                                                                                                                       | HVEM KAN BRUGE DEN                                                                     | OMKOSTNINGER                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Green Key</b><br>Green Key er et internationalt mærke, som er specifikt henvendt til overnatningssteder. Det fungerer som rammeværktøj, der hjælper virksomheder med at organisere arbejdet med bæredygtighed. I Danmark er HORESTA operatør på certificeringen.        | Hoteller, vandrehjem, conference- og kursussteder.                                     | <b>Ansøgningsgebyr:</b> 7.500 kr.<br><b>Årligt deltagergebyr – overnatningssteder:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundgebyr: 7.000 kr.</li> <li>Værelsesgebyr: 45 kr. pr. værelse</li> </ul> <b>Årligt deltagergebyr – konferencesteder:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Under 5.000 m<sup>2</sup>: 5.000 kr.</li> <li>5.000–19.999 m<sup>2</sup>: 10.000 kr.</li> <li>Over 20.000 m<sup>2</sup>: 15.000 kr.</li> </ul> <b>Auditgebyr:</b> 5.500 kr. pr. audit (første audit er inkl. i ansøgningsgebyret) |
| <b>Green Attraction</b><br>Green Attraction er udviklet med udgangspunkt i Green Key, men tilpasset attraktioner. Ordningen hjælper med at strukturere bæredygtighedsarbejdet via obligatoriske og pointbaserede kriterier bl.a. inden for energi, vand, affald og indkøb. | Museer, attraktioner vandland, zoologiske anlæg og videnspædagogiske aktivitetscentre. | <b>Ansøgningsgebyr:</b> 7.500 kr.<br><b>Årligt deltagergebyr:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>5.000 kr. for attraktioner med under 50.000 gæster</li> <li>10.000 kr. for attraktioner med under 200.000 gæster</li> <li>15.000 kr. for attraktioner med over 200.000 gæster</li> </ul> <b>Auditgebyr:</b> 5.500 kr. pr. fysisk audit (første audit er inkl. i ansøgningsgebyret)                                                                                                                                        |

Listen fortsætter på næste side.

| NAVN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | HVEM KAN BRUGE DEN                                                                                                    | OMKOSTNINGER                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Green Tourism Organization</b><br>GTO er udviklet med udgangspunkt i Green Key, men tilpasset turismeorganisationer. Ordningen hjælper fx destinationsselskaber med at strukturere bæredygtighedsarbejdet i egen organisation, på egne lokationer og i destinationens geografiske område.                                                   | Turismeorganisationer, brancheorganisationer, destinationsselskaber samt professionelle kongres- og event-arrangører. | <b>Ansøgningsgebyr:</b> 7.500 kr.<br><b>Årligt deltagergebyr:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 5.000 kr. for små turistorganisationer (små/mindre byer)</li> <li>• 10.000 kr. for mellemstore turistorganisationer (mellemstore byer/områder)</li> <li>• 15.000 kr. for større turistorganisationer (landsdækkende, regionale, storbykontorer)</li> </ul> <b>Auditgebyr:</b> 5.500 kr. pr. fysisk audit (første audit er inkl. i ansøgningsgebyret)                                                                                              |
| <b>Green Sport Facility</b><br>Certificeringen er lavet med udgangspunkt i Green Key, men tilpasset idrætsanlæg. Ordningen hviler på obligatoriske og pointbaserede kriterier, der, udover at fokusere på det enkelte anlæg, inddrager brugere, klubber og samarbejdspartnere omkring anlægget.                                                | Idrætsanlæg.                                                                                                          | <b>Anlægstype type 1:</b> 4.800 kr. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etageareal: 0–6.000 m<sup>2</sup></li> <li>• Driftsomkostninger (ekskl. lån): 1.500.000 – 6.000.000 kr.</li> <li>• Antal ansatte: 0–15 fuldtidsansatte</li> </ul> <b>Anlægstype type 2:</b> 8.600 kr. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etageareal: Over 6.000 m<sup>2</sup></li> <li>• Driftsomkostninger (ekskl. lån): Over 6.000.000 kr.</li> <li>• Antal ansatte: Over 15 fuldtidsansatte.</li> <li>• Der tilbydes rabat ved flere anlæg i samme kommune.</li> </ul> |
| <b>Green Restaurant</b><br>Certificeringen er lavet med udgangspunkt i Green Key, men tilpasset restauranter, caféer og catering, og hjælper med at strukturere bæredygtighedsindsatsen i særlig drift og råvarevalg. Ordningen opstiller obligatoriske og pointbaserede kriterier, der gør det nemt for gæster at vælge grønnere spisesteder. | Spisesteder, restauranter og catering.                                                                                | <b>Ansøgningsgebyr:</b> 7.500 kr.<br><b>Årligt deltagergebyr:</b> 5.000 kr.<br><b>Auditgebyr:</b> 5.500 kr. pr. fysisk audit (første audit er inkl. i ansøgningsgebyret)<br><b>Kæderabat ved min. seks enheder.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Green Camping</b><br>Certificeringen er lavet med udgangspunkt i Green Key, men tilpasset campingpladser. Ligesom de øvrige certificeringer, der er lavet ud fra Green Key, er HORESTA operatør på ordningen i Danmark.                                                                                                                     | Campingpladser.                                                                                                       | <b>Ansøgningsgebyr:</b> 7.500 kr.<br><b>Årligt deltagergebyr:</b> 5.000 kr.<br><b>Auditgebyr:</b> 5.500 kr. pr. fysisk audit (første audit er inkluderet i ansøgningsgebyret)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

Listen fortsætter på næste side.

| NAVN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | HVEM KAN BRUGE DEN                                                                                                                                                         | OMKOSTNINGER                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>B Corp</b><br>B Corp er en international virksomhedscertificering. Certificeringen gives til virksomheder, der lever op til høje standarder for ansvarlighed på tværs af miljø, samfund, ledelse og forretningspraksis. I modsætning til produktmærker vurderer B Corp hele virksomheden.                                        | Er attraktiv for alle i erhvervet, men har særlig relevans for større virksomheder, kæder og koncerner, der arbejder på tværs af E, S og G.                                | <b>Verificeringsgebyr (én gang):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Omsætning under €5 mio.: €2.500</li> <li>• Omsætning mellem €5–50 mio.: €5.000</li> <li>• Over €100 mio.: €10.000</li> </ul> <b>Årligt certificeringsgebyr</b> er skaleret efter omsætning.                                                                                                                            |
| <b>EU's miljømærke (Blomsten)</b><br>Anerkendt symbol på bæredygtighed i EU. Ordningen stiller både obligatoriske krav til bl.a. energi, vand og affald samt en række valgfri krav, hvor der skal opnås point. Blomsten stiller krav til miljøpåvirkningen gennem hele produktets eller servicens livscyklus.                       | Overnatningssteder: hoteller, vandrehjem, campingpladser.                                                                                                                  | <b>Ansøgnings- og fornyelsesgebyr:</b> 2.000 € (nedsat til 600 € for SMV'er og 350 € for mikrovirksomheder)<br><b>Årligt anvendelsesgebyr:</b> 0,15 % af EEA-omsætning, min. 1.673 € og maks. 25.000 €<br><b>Øvrige gebyrer:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontrolbesøg: 1.115 € pr. dag + rejseudgifter</li> <li>• Ændringer i licens: 138 € pr. time for sagsbehandling.</li> </ul> |
| <b>Svanemærket</b><br>Det officielle nordiske miljømærke og tildeles bl.a. hoteller, conferencecentre campingpladser og spisesteder, der lever op til krav til miljø, klima og ressourceforbrug. Mærket centrerer sig om hele produktets eller servicens livscyklus og kontrolleres løbende.                                        | Hoteller, vandrehjem, restauranter, cafeer, catering, kantiner, fastfood, erhvervskøkkener og konferencестeder. Events og festivaler kan også certificeres med Svanemærket | Priserne afhænger af produktkategori, branche og processens kompleksitet. De omfatter som regel et ansøgnings- og auditgebyr, et løbende vedligeholdelsesgebyr samt eventuelle omkostninger til re-certificering.                                                                                                                                                                                    |
| <b>Det Økologiske Spisemærke</b><br>Det Økologiske Spisemærke retter sig mod alle typer spisesteder og dokumenterer andelen af økologiske fødevarer gennem en statsgodkendt proces. Med tre certificeringsniveauer og en gratis certificeringsproces gør ordningen det nemt for spisesteder at synliggøre deres økologiske indsats. | Offentlige og private restauranter, cafeer, køkkener, kantiner, catering og take-away.                                                                                     | Gratis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Green Stay</b><br>Kravene i Green Stay er rettet mod campingpladser og campingforhandlere og bygger på FN's seks verdensmål. Green Stay synliggør arbejdet med bæredygtighed overfor forbrugerne, ligesom certificeringen tilskynder campingpladser og forhandlere til at arbejde struktureret med bæredygtighed.                | Campingpladser og campingforhandlere.                                                                                                                                      | <b>Optagelsesgebyr:</b> 8.000kr<br><b>Årlig ydelse:</b> 6.000kr                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

Listen fortsætter på næste side.



| NAVN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | HVEM KAN BRUGE DEN                                                                                                                                          | OMKOSTNINGER                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Green Globe</b><br>Global anerkendt certificering gennem akkreditering af Global Sustainable Tourism Council. Green Globe dækker både miljø, sociale, økonomiske, ledelsesmæssige og kulturelle dimensioner.                                                                                                                                                                                                                                                    | Alle virksomheder inden for rejse- og turismebranchen; attraktioner, event/kongres, cruise, hoteller, restauranter, m.m.                                    | <b>Hotel &amp; Resort (baseret på antal værelser):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 0–19 værelser: €715</li> <li>• 20–59 værelser: €1.320</li> <li>• 60–99 værelser: €2.200</li> <li>• 100–249 værelser: €3.190</li> <li>• 250+ værelser: €4.950</li> </ul> <b>Virksomhed/organisation (baseret på antal ansatte):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1–9 ansatte: €715</li> <li>• 10–19 ansatte: €1.320</li> <li>• 20–69 ansatte: €2.200</li> <li>• 70–119 ansatte: €3.190</li> <li>• 120+ ansatte: €4.950</li> </ul> |
| <b>ISO-standarder</b><br>ISO-standarder er internationalt anerkendte ledelsesstandarder, der bruges til at strukturere og dokumentere sin drift, organisering og processer inden for en lang række områder – herunder miljø, energi, arbejdsmiljø og bæredygtighed. I turismebranchen er især ISO 14001 (miljøledelse), ISO 50001 (energiledelse) og ISO 20121 (bæredygtig eventledelse) relevante i relation til bæredygtighed.                                   | Er attraktiv for alle i erhvervet, men særligt større virksomheder. ISO 20121 er særligt henvendt til møde-, event-, sport-, kultur- og oplevelsesbranchen. | Priserne fremgår ikke offentligt og fastsættes individuelt. De afhænger bl.a. af virksomhedens størrelse, branche, antal lokationer og valgte standard(er).<br><br>Udgifterne omfatter typisk køb af standarden, den indledende certificeringsaudit, møde- og auditgebyrer samt løbende re-certificering.                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Travelife Certified for Tour Operators</b><br>Travellife er en international certificering, der hjælper rejsebureauer og turoperatører med at styrke deres arbejde inden for social og miljømæssig bæredygtighed – både i egen organisation og gennem samarbejde med leverandører. Certificeringen er organiseret i en tretrinsmodel: Engaged, Partner og Certified. Travelife har desuden udviklet en mærkeordning rettet mod overnatningssteder (se nedenfor) | Rejsebureauer og turoperatører                                                                                                                              | <b>Årligt gebyr (inkl. audit) For Certified:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1-4 ansatte: €550</li> <li>• 5-25 ansatte: €950</li> <li>• 26-100 ansatte: €1.500</li> <li>• 101-250 ansatte: €2.000</li> <li>• Over 250 ansatte: €2.600</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Travellife Gold</b><br>Travelife Gold er en international certificeringsordning under Travelife, der retter sig mod overnatningssteder såsom hoteller, feriehus og campingpladser. Certificeringen har fokus på social og miljømæssig bæredygtighed og er differentieret i tre priskategorier afhængigt af antal gæster. Travelife har desuden udviklet en mærkeordning rettet mod tour-operatører og rejsebureauer (se ovenfor).                               | Overnatningssteder                                                                                                                                          | <b>Gybyr (inkl. audit) for 2 år:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 0-30 gæster pr. nat: fra €1.175</li> <li>• 31-160 gæster pr. nat: mellem €1.650</li> <li>• 161-1.000 gæster pr. nat: €2.130</li> <li>• 1.001+ gæster pr. nat: €2.690</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                |

| NAVN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | HVEM KAN BRUGE DEN                           | OMKOSTNINGER                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>EarthCheck Certified</b><br>EarthCheck er en internationalt anerkendt certificering, der hjælper turismevirksomheder med at strukturere, dokumentere og forbedre deres miljømæssige og sociale ansvar – baseret på bl.a. benchmarks. Certificeringen kan opnås i Silver, Gold, Platinum og Master, hvilket afhænger af hvor længe virksomheden har været certificeret. | Alle turismevirksomheder og -organisationer. | Prisen fremgår ikke offentligt, men tilpasses til den specifikke organisation. Prisen er dog minimum AU\$ 6.600 årligt. |

*Omkostninger kan variere alt efter virksomhed og ens personlige forløb. Omkostninger kan udover selve certificeringen være forbundet med licensafgifter, etableringsprocesser, gebyrer og konsulenter. Miljøstyrelsen har lavet beregninger på, at pengene dog tjener sig ind for langt størstedelen der investerer i en miljøledelsescertificering.*

# CASES

På de følgende sider kan I få indblik i, hvordan andre virksomheder i turismebranchen arbejder med certificeringer. Fire virksomheder har delt deres motivationer for at gå i gang med certificeringsarbejdet samt de erfaringer, de har gjort sig undervejs. Alle fire virksomheder har i dag opnået en certificering.

## DESIGNMUSEUM DANMARK

Bæredygtighed er en vigtig dagsorden inden for designfeltet. Designmuseum Danmark ville ikke blot formidle denne dagsorden i deres udstillinger, men også selv arbejde med den som museum. Derfor valgte de at gå efter Green Attraction-certificeringen.

**GÅ TIL CASEN**



## HOTEL HERMAN BANG

Hotel Herman Bang har længe haft interesse i arbejdet med grøn omstilling. De var derfor ikke i tvivl om, at de skulle arbejde med Green Key, da en certificering blev et krav fra både erhvervskunder og fra Best Western-kæden, som hotellet er en del af.

**GÅ TIL CASEN**



## DEN GAMLE BY

Reparation og nøjsomhed har altid været en integreret del af Den Gamle Bys fortælling om en tid, hvor man havde færre ressourcer. I dag relaterer museet denne fortælling til en moderne, mere bæredygtig tankegang. Det var derfor både forventet og en selvfølge, at de skulle arbejde med Green Attraction.

**GÅ TIL CASEN**



## KUNSTMUSEUM BRANDTS

Det varingen, der direkte krævede at Kunstmuseum Brandt havde en Green Attraction-certificering. Alligevel mærkede museet en klar forventning om, at de tog aktivt del i den grønne omstilling – både internt og eksternt. Derfor var det oplagt at gå i gang med certificeringsarbejdet.

**GÅ TIL CASEN**



# DESIGNMUSEUM DANMARK

## INFO OM VIRKSOMHEDEN

**Virksomhedstype:** Museum  
**Certificering:** Green Attraction



Foto: Luka Hesselberg

**Bæredygtighed er en vigtig dagsorden inden for designfeltet. Designmuseum Danmark ville ikke blot formidle denne dagsorden i deres udstillinger, men også selv arbejde med den som museum. Derfor valgte de at gå efter Green Attraction-certificeringen.**

## VEJEN TIL CERTIFICERING

Netværksmøder og dialog med andre museer var med til at hjælpe Designmuseum Danmark i gang med Green-Attraction-certificeringen. Museet oprettede en intern arbejdsgruppe, som i fællesskab gennemgik alle certificeringskriterierne og begyndte at indsamle den nødvendige dokumentation. Gennemgangen af kriterierne skabte opmærksomhed på alt det, museet gjorde i forvejen, men også på de områder, hvor der var rum til forbedring. Blandt andet fik museet optimeret deres affaldssortering, og de måler nu på deres affaldsmængder.

## ERFARINGER UNDERVEJS

Det første skridt er at opnå Green Attraction-certificeringen, det næste er at opretholde den. Det er netop den udfordring, Designmuseum Danmark står over for nu. Det kræver ifølge museets vicedirektør, Kristian Rise, forankring i organisationen samt systematisk arbejde med at monitorere data og optimere sine arbejdsgange. Det er en stor opgave i sig selv - men det er umagen værd. Arbejdet med Green Attraction har vist sig at have stor værdi for museet, både fordi museet imødekommer forventninger fra branchen og besøgende, men også i høj grad deres egne medarbejdere, som sætter pris på at have en arbejdsplads, der arbejder med grøn omstilling.

**” DET SEJE LANGE TRÆK KOMMER NU, HVOR MAN SKAL VÆRE SYSTEMATISK OG VEDHOLDENDE. DER LIGGER EN OPGAVER I AT VEDLIGEHOLDE OG DOKUMENTERE LØBENDE. ”**

- Kristian Rise, museets vicedirektør



# HOTEL HERMAN BANG

## INFO OM VIRKSOMHEDEN

**Virksomhedstype:** Hotel  
**Certificering:** Green Key



Foto: Hotel Herman Bang

**Hotel Herman Bang har længe haft interesse i arbejdet med grøn omstilling. De var derfor ikke i tvivl om, at de skulle arbejde med Green Key, da en certificering blev et krav fra både erhvervskunder og fra Best Western-kæden, som hotellet er en del af.**

## VEJEN TIL CERTIFICERING

Den primære tovholder på arbejdet med Green Key på Hotel Herman Bang, er Lars Dannervig, som driver hotellet til dagligt. I arbejdet var Lars flankeret af hotellets oldfrue samt en konsulent, som hjalp dem med at gennemgå alle kriterier i certificeringsskemaet - fra affaldssortering til energiløsninger. Gennemgangen har været med til at kaste lys på områder, hotellet ellers ikke vil have gjort noget ved. De har blandt andet fået opsat sparepærer, indsat nye vinduer, optimeret affaldssorteringen og sat skilte op i morgenmadsbuffeten, hvilket skal være med til at mindske madspild.

## ERFARINGER UNDERVEJS

Da Hotel Herman Bang gik i gang med certificeringsarbejdet, stod det hurtigt klart, at der var mange lavthængende frugter. Meget var vaner, der skulle ændres - eksempelvis i forhold til affaldssortering. Disse ændringer var relativt nemme at implementere, da det også har været i medarbejdernes interesse. Hotellets største udfordring har været de investeringer, arbejdet har krævet. Det har været dyrt, at få nye vinduer, men på sigt kan investeringen hentes hjem i energibesparelser. Samlet set har hotellet erfaret, at de mange initiativer ikke blot giver miljømæssig og økonomisk mening, men også styrker både medarbejder- og gæstetilfredsheden.

**” MIT RÅD ER, AT MAN BARE SKAL KOMME I GANG. DET ER EN ØJENÅBNER PÅ MANGE MÅDER, FORDI DU FÅR GENNEMLYST HELE DIN VIRKSOMHED. ”**

- Lars Dannervig, hotelmanager

# DEN GAMLE BY

## INFO OM VIRKSOMHEDEN

**Virksomhedstype:** Museum

**Certificering:** Green Attraction



Foto: Den Gamle By - Fortidens livsformer kan udfordre vores tanker om bæredygtighed og det sker især i den dialog, der er mellem formidlere og gæster i Den Gamle By

**Reparation og nøjsomhed har altid været en integreret del af Den Gamle Bys fortælling om en tid, hvor man havde færre ressourcer. I dag relaterer museet denne fortælling til en moderne, mere bæredygtig tankegang. Det var derfor både forventet og en selvfølge, at de skulle arbejde med Green Attraction.**

## VEJEN TIL CERTIFICERING

Første skridt i Den Gamle Bys certificeringsarbejde handlede om at danne et overblik over Green Attraction-kriterierne. Den Gamle By er en stor organisation, som blandt andet har håndværkere, restauration, butikker og rengøring. For at leve op til kriterierne blev de relevante medarbejdere på tværs af områderne inddraget for at afklare, hvad der skulle til for at opfylde de obligatoriske krav, og for at identificere mulige forbedringer. På den måde blev arbejdet ikke forankret hos en enkelt person, men løftet i fællesskab som en tværgående indsats i hele organisationen.

## ERFARINGER UNDERVEJS

Den Gamle Bys primære formål er at formidle på en levende måde. I den forbindelse stødte de på en udfordring med certificeringens kriterie om affaldssortering. For hvordan affaldssorterer man i en tidsperiode, hvor der ikke fandtes affaldssortering, uden at det ødelægger fortællingen? Her har museet blandt andet eksperimenteret med at lave affaldssortering i tønder, som passer ind i udstillingens tidsperiode. Arbejdet med certificeringen har gjort Den Gamle By mere opmærksomme på at finde løsninger, der både understøtter museets primære funktion, som er formidling, og som samtidig tager højde for museets klimaaftryk.

**” DEN INTERNE FORANKRING OG DEN LEDELSESMÆSSIGE OPBÆK-  
NING SKAL VÆRE PÅ PLADS. DET  
GØR ALTING NEMMERE. ”**

- Stine Lykke Holt, projektleder,  
Den Gamle By



# KUNSTMUSEUM BRANDTS

## INFO OM VIRKSOMHEDEN

**Virksomhedstype:** Museum  
**Certificering:** Green Attraction



Foto: Kirstine Mengel

Det var ingen, der direkte krævede at Kunstmuseum Brandt havde en Green Attraction-certificering. Alligevel mærkede museet en klar forventning om, at de tog aktivt del i den grønne omstilling – både internt og eksternt. Derfor var det oplagt at gå i gang med certificeringsarbejdet.

## VEJEN TIL CERTIFICERING

For at igangsætte certificeringsarbejdet nedsatte Kunstmuseum Brandt en arbejdsgruppe. Gruppen gennemgik slaviske Green Attraction-kriterierne og påbegyndte arbejdet med at dokumentere og undersøge virksomheden i sømme. I den forbindelse havde museet stor gavn af have tilknyttet en rådgiver, som hjalp dem med hele processen. Arbejdet med certificeringen har givet museet en øget opmærksomhed på deres praksisser inden for blandt andet affaldssortering samt el- og vandforbrug, og det har samtidig haft betydning for det overordnede strategiske arbejde.

## ERFARINGER UNDERVEJS

Museet blev overrumplet første gang, de så Excel-arket med de mange certificeringskriterier. Men ved at gennemgå kriterierne slaviske - uden at udskyde de områder, der var komplicerede eller svære, lykkedes det at komme i mål. For museet har det været afgørende, at arbejdet med Green Attraction er forankret bredt i organisationen, så det ikke blot bliver en strategisk indsats, men også bliver en del af hverdagen. Museet har oplevet stor intern opbakning fra medarbejderne, som oplever, at det giver mening og har værdi at arbejde med grøn omstilling.

**” MAN KAN GODT BLIVE  
OVERRUMPLET AF EXCEL-ARKET.  
HER HANDLER DET OM AT SPISE  
ELEFANTEN GRADVIST. DET ER  
IKKE RAKETVIDENSKAB. ”**

- Ulrik Jungersen, kommerciel chef

Guiden er udarbejdet af:  
**Dansk Storbyturisme i regi af Partnerskab  
for Bæredygtig Turismeudvikling**

Med støtte fra:  
**Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse**