

 **Zug.**
Small is beautiful. Think big!



Lena Rindlisbacher:
Mein Lieblingsort für grosse und
kleine Erlebnisse.

Inhaltsverzeichnis Nachhaltigkeitsbericht 2025

1. Editorial
2. Faktenübersicht
3. Einleitung
4. Zug Tourismus
5. Destination Zug
6. Wahrnehmung der nachhaltigen Entwicklung
7. Eigene Events
8. Anhang

♥ Editorial



Liebe Leserinnen und Leser

Nachhaltigkeit ist ein zentraler Bestandteil unserer strategischen Entwicklung als Destination. Auch im Jahr 2025 konnten wir wichtige Fortschritte erzielen und gleichzeitig neue Strukturen schaffen. Ein bedeutender Meilenstein war das Erreichen von Swisstainable Level II – engaged auf Destinationsebene. Damit unterstreichen wir unseren Anspruch, Nachhaltigkeit systematisch weiterzuentwickeln und langfristig zu verankern. Besonders erfreulich ist die Entwicklung der Swisstainable-Betriebe in der Destination. Die Anzahl stieg von 23 im Jahr 2024 auf 32 im Jahr 2025 – eine Zunahme von 39%. Einen wichtigen Beitrag dazu leistete die 50%ige Gebührenübernahme, seitens Zug Tourismus, für alle Betriebe im Kanton Zug.

Auch im Bereich nachhaltige Mobilität zeigte sich eine starke Dynamik. Mit 2'696 Aktivierungen hat sich die Zug Card im Sommer 2025 im Vergleich zum Vorjahr mehr als vervierfacht. Die Nachfrage war so hoch, dass das Projekt vorzeitig beendet werden musste.

Neben strukturellen Entwicklungen haben wir auch intern wichtige Schritte unternommen: Eine systematische CO₂-Erhebung wurde eingeführt, Mitarbeitende wurden geschult und Nachhaltigkeitsmassnahmen priorisiert.

Herzliche Grüsse

Joel de Buren, Leiter Marketing und Nachhaltigkeitsverantwortlicher

Zug Tourismus
Bahnhofplatz
6300 Zug
+41 41 511 75 00
info@zug.ch

♥ Faktenübersicht



11 von 28 Hotels
sind beim
Swisstainable
Programm dabei



Zug Card: 2'696
Aktivierungen
(+336% geg. 2024)



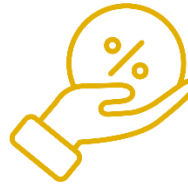
32 Swisstainable
Betriebe (+39%
gegenüber 2024)



Partnerzufrieden-
heit 6.67/7
Net Promoter
Score: 93



2.32 Nächte
Ø Aufenthaltsdauer
(+4.94% geg.
Vorjahr)



50% der
Swisstainable
Gebühren wurden
übernommen



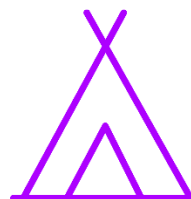
5.13/7Ø
Wahrnehmung als
nachhaltige
Destination



44.2 Tonnen CO₂
Gesamtemissionen
Zug Tourismus



64.1% der Gäste
bewerteten die
Nachhaltigkeits-
massnahmen mit
5-7



26'830
Übernachtungen in
der Parahotellerie
(+8.3% geg.
Vorjahr)



304'483
Übernachtungen
(+12.2% geg.
Vorjahr)



2'718 direkte Gäste-
Kontakte
Touristinformation
(+0.33% geg.
Vorjahr)

♥ Einleitung



Nachhaltigkeit ist für Zug Tourismus ein langfristiger Prozess, der stetiges Lernen und Anpassen erfordert. Auch im Jahr 2025 haben wir weitere Schritte unternommen, um die Destination Zug nachhaltiger zu gestalten. Gleichzeitig wissen wir, dass wir noch nicht am Ziel sind.

Dieser Bericht zeigt, wo wir aktuell stehen, welche Fortschritte wir erzielt haben und welche Massnahmen wir weiterentwickeln möchten. Nicht alle Projekte wurden vollständig umgesetzt, einzelne Initiativen befinden sich weiterhin im Aufbau oder in einer Pilotphase. Nachhaltigkeit bedeutet für uns, offen aufzuzeigen, wo wir stehen – mit Erfolgen, aber auch mit Herausforderungen.

Im Rahmen der Gästebefragung 2025 wurde die Destination Zug mit einem Mittelwert von 5.13 auf einer 7-Punkte-Skala als nachhaltiges Reiseziel wahrgenommen. An der Befragung nahmen 270 Personen teil. 64% bewerteten die Destination mit den Werten 5-7. Die Ergebnisse dienen uns als Standortbestimmung und Grundlage für die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsarbeit.

Der Nachhaltigkeitsbericht 2025 beleuchtet die wichtigsten Aktivitäten von Zug Tourismus und der Destination Zug in den Bereichen Management, Ökonomie, Ökologie und Soziales. Nachhaltigkeit wird dabei als kontinuierlicher Entwicklungsprozess verstanden.

Zug Tourismus
Bahnhofplatz
6300 Zug
+41 41 511 75 00
info@zug.ch

♥ Zug Tourismus

Ökonomie



- **Nachhaltigkeit Zug Shop:** Im Zug Shop sowie bei der Beschaffung von Merchandise-Artikeln wurde weiterhin darauf geachtet, dass nachhaltige Kriterien einfließen. 2025 wurde unter anderem mit den sozialen Institutionen zuwebe und ConSol zusammengearbeitet. Damit wird nicht nur regionale Wertschöpfung gestärkt, sondern auch soziale Integration gefördert.
- **Monitoring:** 2025 wurde ein strukturiertes Monitoringkonzept eingeführt mit jährlichen, halbjährlichen und quartalsweisen Erhebungen.
- **Nachhaltigkeitsstrategie:** Die Integration der Nachhaltigkeitsstrategie in die Tourismusstrategie wurde weitergeführt und im Monitoring systematisch verankert. Nachhaltigkeitsziele werden jährlich überprüft und priorisiert.
- **Interne Nachhaltigkeitsschulung:** Am 12. November 2025 wurde eine interne Schulung für Mitarbeitende durchgeführt. 8 Mitarbeitende nahmen teil. Im Rahmen der Schulung wurden konkrete interne Massnahmen gesammelt und priorisiert. Zudem besuchte das Team die Garden Park AG.

Ökologie



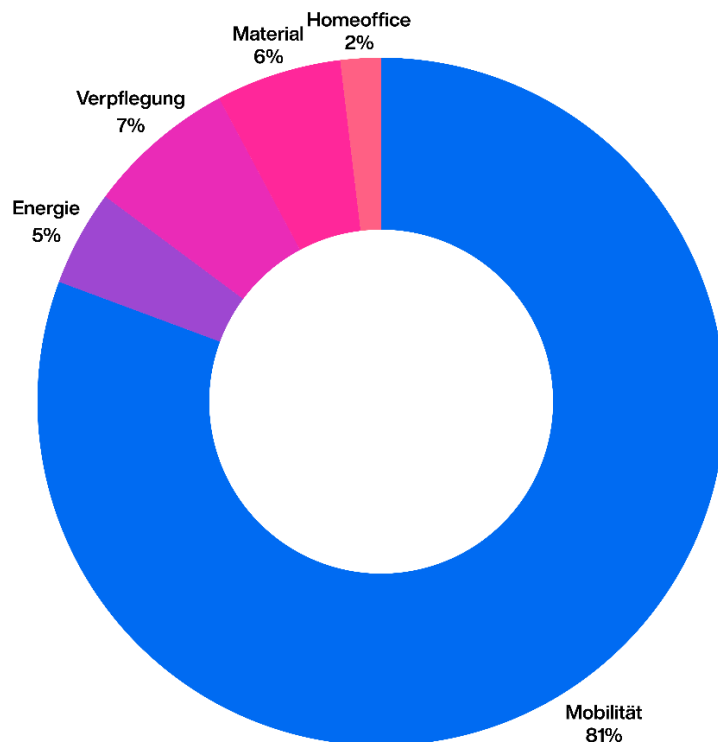
- **Homeoffice-Regelung:** Zug Tourismus ermöglicht den Mitarbeitenden Homeoffice. Bei einem Pensum von 100% sind bis zu 40% Homeoffice möglich, wodurch CO₂-Emissionen durch den Arbeitsweg reduziert werden können.
- **Förderung von öV und Velo:** Zug Tourismus übernimmt weiterhin das öV-Halbtax-Abonnement für alle Mitarbeitenden. Zusätzlich steht ein E-Bike zur Verfügung.
- **Abfallmanagement:** Im Büro wird auf konsequente Abfalltrennung geachtet. PET, Aluminium, Batterien, Papier, Karton sowie Kaffeekapseln werden separat gesammelt und recycelt.

- **Clean-Up Day:** Am 20. September 2025 wurde erstmals ein Clean-Up Day in der Stadt Zug durchgeführt. 30 Freiwillige sammelten 19.4 kg Abfall sowie 20'000 Zigarettenstummel.
- **Cause We Care Kompensationen:** Im letzten Jahr wurde 0.26 Tonnen CO₂ kompensiert.

Ökologischer Fussabdruck Zug Tourismus

Im Jahr 2025 wurde erstmals eine vereinfachte CO₂-Bilanz für den Betrieb von Zug Tourismus erstellt. Ziel dieser Analyse ist es, die wichtigsten Emissionsquellen der Organisation transparent darzustellen und eine Grundlage für zukünftige Reduktionsmassnahmen zu schaffen. Die Berechnung basiert auf Daten zum Energieverbrauch im Büro, zur Mobilität der Mitarbeitenden, zu Geschäftsreisen, zur Verpflegung sowie zu Material- und Abfallmengen. Ein Teil der Daten wurde über interne Auswertungen erhoben, während Informationen zum Arbeitsweg und zu Geschäftsreisen über eine Mitarbeitendenbefragung erfasst wurden. Die Büroräumlichkeiten von Zug Tourismus umfassen rund **146 Quadratmeter Bürofläche**. Die Berechnung erfolgte mit dem CO₂-Rechner von myclimate, der auf international anerkannten Emissionsfaktoren basiert und eine standardisierte Abschätzung der betrieblichen Treibhausgasemissionen ermöglicht. Die Analyse ergibt für Zug Tourismus eine jährliche Gesamtemission von **44.2 Tonnen CO₂**. Bei **8.1 Vollzeitstellen** entspricht dies rund **5.5 Tonnen CO₂ pro Vollzeitstelle**. Quelle der Berechnung: myclimate CO₂-Rechner für Unternehmen.

Aufteilung der Emissionen



Den grössten Anteil der Emissionen verursacht die Mobilität, insbesondere Geschäftsreisen und Flugreisen. Dieser Bereich macht rund **80 Prozent** der Gesamtemissionen aus.

Soziales



- **Schulungen für Mitarbeitende:** Es wurden mehrere Schulungen für Mitarbeitende durchgeführt, um Wissen und Kompetenzen im Bereich Nachhaltigkeit zu stärken.
- **Workshops:** Es wurden Workshops durchgeführt, in denen Mitarbeitende aktiv ihre Ideen einbringen können, um den Austausch und die Innovationskraft zu fördern.
- **Mitarbeitenden-Umfrage:** Im Jahr 2024 wurde die allgemeine Zufriedenheit mit 8.6 von 10 bewertet. Im Jahr 2025 wurde die Zufriedenheit neu kategorisch

erhoben. Auch im Jahr 2025 wurde eine Mitarbeitendenbefragung durchgeführt. 70% der Mitarbeitenden gaben an, sehr zufrieden zu sein, 20% zufrieden und 10% bewerteten ihre Zufriedenheit mit „es ist okay“. Es gab keine negativen Bewertungen. Die Ergebnisse zeigen insgesamt eine stabile und positive Grundzufriedenheit im Team. Der Net Promoter Score lag im Jahr 2025 bei 60 (2024: 78). Während im Vorjahr ein sehr hoher Wert erreicht wurde, zeigt der aktuelle Wert weiterhin eine positive Arbeitgeberbewertung, jedoch mit leicht differenzierter Einschätzung.

♥ Destination Zug

Im Jahr 2025 wurde das Swisstainable Destination Monitoring durchgeführt. Dieses Monitoring erfolgt alle zwei Jahre und dient der strukturierten Einschätzung der nachhaltigen Entwicklung der Destination Zug. Insgesamt nahmen 12 Personen aus unterschiedlichen Anspruchsgruppen teil. Die Ergebnisse wurden im Nachhaltigkeitsrat diskutiert, bewertet und fliessen in die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie ein.

Ökonomie



- **Swisstainable Betriebe:** Im Jahr 2025 konnten insgesamt 32 Swisstainable Betriebe (ohne Outgoing) in der Destination Zug gezählt werden (2024: 23). Dies entspricht einer Zunahme von 39%. Die Betriebe verteilen sich auf die Bereiche Beherbergung, Gastronomie, touristische Transportbetriebe sowie weitere tourismusrelevante Organisationen.
- **Gebührenübernahme Swisstainable:** Zug Tourismus übernahm im Jahr 2025, 50% der Swisstainable-Gebühren für alle Betriebe im Kanton Zug. Die Unterstützung war nicht limitiert und sollte die Durchdringung des Programms fördern.
- **Durchdringung Hotellerie:** Von insgesamt 28 Hotelbetrieben in der Destination sind 11 Swisstainable-zertifiziert. Damit ist ein wesentlicher Teil der Beherbergungsstruktur im Nachhaltigkeitsprogramm vertreten.
- **Destinationsumfrage:** Im Jahr 2024 wurde die Destination Zug mit einem Mittelwert von 5.0 (n=403) als nachhaltiges Reiseziel wahrgenommen. 63% bewerteten die Nachhaltigkeit mit 5–7. Im Jahr 2025 lag der Mittelwert bei 5.13 (n=270). 64.1% vergaben die Werte 5–7, 8.5% die Werte 1–3. Die Wahrnehmung bleibt damit im Vergleich zum Vorjahr stabil.

- **Nachhaltigkeits-Summit:** Der Nachhaltigkeits-Summit fand 2025 im Hotel Ländli statt. Themenschwerpunkte waren Nachhaltigkeitskommunikation, das neue E-Schiff auf dem Ägerisee sowie die National Games 2026.
- **Nachhaltigkeitskommunikation:** In der Kommunikation haben wir darauf geachtet, unsere Zielgruppen aktiv einzubeziehen und lokale Märkte, Veranstaltungen sowie nachhaltige Initiativen zu bewerben.
- **Nachhaltigkeitsrat:** Der Nachhaltigkeitsrat tagte im Jahr 2025 zweimal. Der Rat fördert den Austausch zwischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträgern und begleitet die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie.
- **Aufenthaltsdauer Steigerung:** Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in den Zuger Hotels ist um 3,51% gegenüber dem Vorjahr gestiegen und beträgt nun 2,41 Nächte (Quelle: Tourobs Zürich).

Ökologie



- **Zug Card Pilotprojekt:** Vom 1. Mai bis 15. August 2025 wurde die Zug Card kantonswweit umgesetzt. Insgesamt wurden 2'696 Aktivierungen verzeichnet (2024: 619). Dies entspricht einer Steigerung von +336%. Die sehr hohe Nachfrage führte dazu, dass die budgetierten Mittel früher als geplant ausgeschöpft waren, weshalb das Projekt vorzeitig beendet werden musste.
- **E-Schiff Ägerisee:** Die Elektrifizierung der Ägerisee Schifffahrt stellt einen wichtigen Schritt zur Reduktion von Emissionen im touristischen Verkehr dar.

Soziales



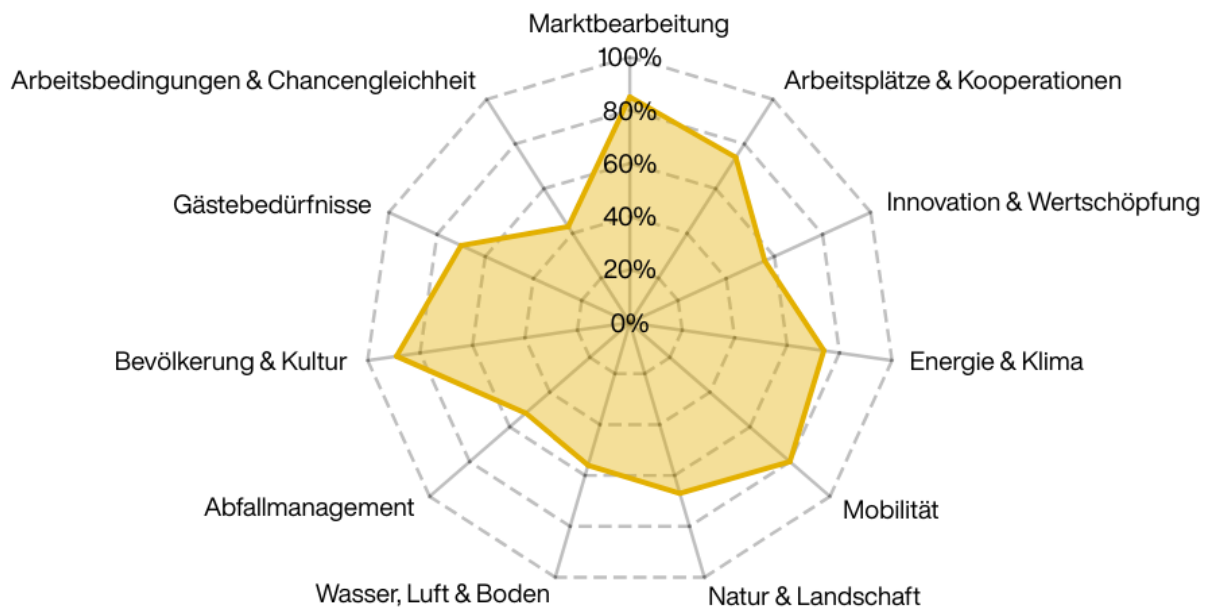
- **Barrierefreier Tourismus:** Die Destination Zug setzt sich für barrierefreien Tourismus ein. Von 28 Hotelbetrieben verfügen 6 über barrierefreie Zimmer. Zudem sind einzelne Betriebe mit barrierefreien WCs oder Parkplätzen ausgestattet. Die Zusammenarbeit mit Pro Infirmis wird weitergeführt.

- **Einbindung Leistungsträgerinnen und Leistungsträger:** Über Workshops, den Nachhaltigkeits-Summit sowie den Nachhaltigkeitsrat werden Leistungsträgerinnen und Leistungsträger aktiv in die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie eingebunden.
- **Zufriedenheit Leistungsträgerinnen und Leistungsträger:** Im Jahr 2025 wurde eine Partnerumfrage durchgeführt. Insgesamt nahmen 15 Partnerinnen/Partner teil. Die allgemeine Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit wurde mit einem Mittelwert von 6.67 auf einer 7-Punkte-Skala bewertet (Median 7). 67% vergaben die Höchstnote 7, 33% die Note 6. Es gab keine Bewertungen unter 6. Der Net Promoter Score lag bei 93.
- **National Games 2026:** Im Rahmen der Vorbereitungen für die National Games 2026 wurden nachhaltige Aspekte in Planung und Umsetzung berücksichtigt.

♥ Wahrnehmung der nachhaltigen Entwicklung

Swisstainable Destination Monitoring 2025

Im Jahr 2025 wurde das Swisstainable Destination Monitoring durchgeführt. Dieses Monitoring erfolgt alle zwei Jahre und dient der strukturierten Einschätzung der nachhaltigen Entwicklung der Destination Zug. Die Wahrnehmung der Entwicklung in den einzelnen Themenbereichen ist im nachfolgenden Spider-Chart dargestellt.



Ökonomie – Wahrnehmung

Marktbearbeitung

Alle 12 Teilnehmenden sehen Fortschritte in der Marktbearbeitung, davon 55.6% deutliche Fortschritte. Besonders hervorgehoben wurden die stärkere Ausrichtung auf den Schweizer Markt sowie die Integration von Nachhaltigkeit in die strategische Positionierung der Destination.

Arbeitsplätze & Kooperationen

44.4% sehen deutliche Fortschritte, ein Drittel kleine Fortschritte, knapp ein Viertel sieht keine Veränderung. Genannt wurden intensivierete Kooperationen, regelmässiger Austausch zwischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträgern sowie gemeinsame Veranstaltungen. Mehrere Personen gaben an, die Arbeitsplatzentwicklung nur eingeschränkt beurteilen zu können.

Innovationen & Wertschöpfung

44.4% sehen keine Veränderung, 44.4% kleine Fortschritte, 11.1% deutliche Fortschritte. Als Beispiele wurden die Zug Card, das Elektroschiff auf dem Ägerisee sowie ESG-orientierte Initiativen genannt. Gleichzeitig wurde kein klarer Innovationsschub wahrgenommen.

Ökologie – Wahrnehmung

Energie & Klima

Über 88% der Teilnehmenden sehen Fortschritte, rund ein Drittel davon deutliche Fortschritte. Besonders genannt wurden die Elektrifizierung von Bussen und Schiffen, Energieberatungen sowie kantonale Energie- und Klimastrategien.

Mobilität

Die Mehrheit sieht deutliche Fortschritte. Hervorgehoben wurden die Zug Card, multimodale Anschlüsse sowie die Elektrifizierung des öffentlichen Verkehrs. Einzelne wiesen auf strukturelle Engpässe hin.

Natur & Landschaft

Rund zwei Drittel sehen kleine Fortschritte. Es wurden weder grosse Fortschritte noch Rückschritte genannt. Erwähnt wurden Begrünungsprojekte, Schutzgebiete, geregelte Bike-Wege sowie der Klimaweg am Raten. Teilweise wurde eine geringe Sichtbarkeit von Veränderungen erwähnt.

Wasser, Luft & Boden

44.4% sehen kleine Fortschritte, 44.4% keine Veränderung, eine Person deutliche Fortschritte. Genannt wurden die neue Reinigungsstufe der ARA Schönau sowie das Elektroschiff auf dem Ägerisee. Gleichzeitig wurde teilweise mangelnde Information über konkrete Massnahmen genannt.

Abfallmanagement

Die Mehrheit erkennt kleine Fortschritte, rund 44% sehen keine Veränderung. Positiv erwähnt wurden Food-Waste-Massnahmen sowie Elektrofahrzeuge in der Abfalllogistik. Gleichzeitig wurde weiteres Potenzial im Bereich Kreislaufwirtschaft gesehen.

Soziales – Wahrnehmung

Bevölkerung & Kultur

Zwei Drittel der Teilnehmenden sehen deutliche Fortschritte. Besonders genannt wurden die verstärkte Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Kulturinstitutionen sowie Veranstaltungen mit lokaler Einbindung. Eine einzelne kritische Rückmeldung betraf den Verlust lokaler Identität.

Spezifische Gästebedürfnisse

Über drei Viertel sehen mindestens kleine Fortschritte, rund ein Drittel deutliche Fortschritte. Häufig genannt wurden die Zug Card sowie Verbesserungen im Bereich Barrierefreiheit und Familienfreundlichkeit.

Arbeitsbedingungen & Chancengleichheit

Die Mehrheit sieht keine Veränderung. Mehrere Teilnehmende gaben an, keine fundierte Einschätzung vornehmen zu können. Einzelne wiesen auf gesellschaftliche Herausforderungen im Bereich Gleichstellung hin.

Insgesamt nahmen 12 Personen aus unterschiedlichen Anspruchsgruppen teil. Die Ergebnisse wurden im Nachhaltigkeitsrat diskutiert, bewertet und fliessen in die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie ein.

Fazit der Swisustainable Destination Monitoring Umfrage

Die Umfrage zur nachhaltigen Entwicklung der Destination Zug zeigt ein insgesamt positives Bild mit erkennbaren Fortschritten in mehreren zentralen Bereichen. Besonders stark werden die Entwicklungen im Bereich Energie & Klima sowie in der Mobilität wahrgenommen. Hier wurden konkrete Massnahmen wie die Elektrifizierung der Busse und Schiffe, Beratungsangebote, der Ausbau erneuerbarer Energien oder die Einführung der Zug Card als gezielte und wirkungsvolle Schritte benannt. Auch in der stärkeren Verbindung zwischen Tourismus, Kultur und lokaler Bevölkerung sowie bei der Marktbearbeitung zeigt sich eine klare positive Entwicklung – sowohl was die Ausrichtung auf den Schweizer Markt betrifft als auch in der Integration von Nachhaltigkeitsthemen. Ebenso werden Verbesserungen bei der Gästeinformation, der Gastfreundschaft und der Berücksichtigung spezifischer Gästebedürfnisse (z. B. Barrierefreiheit, Familienfreundlichkeit) von den Befragten anerkannt.

Demgegenüber stehen Bereiche, in denen der Fortschritt weniger sichtbar ist oder gar stagnierend wahrgenommen wird. Dazu zählen insbesondere die Themen Wasser, Luft &

Boden sowie das Abfallmanagement, wo viele Personen keine konkreten Entwicklungen benennen konnten. Auch bei Arbeitsbedingungen und Chancengleichheit fehlt häufig die Wahrnehmung von Verbesserungen – was teils auf mangelnde Sichtbarkeit, teils auf inhaltliche Zurückhaltung in der Umsetzung hindeutet. Bei Innovationen und Wertschöpfung gibt es zwar einzelne Impulse, doch wird kein klarer Innovationsschub erkannt. Ebenso zeigt sich im Bereich Natur & Landschaft ein eher verhaltener Eindruck – punktuelle Massnahmen werden anerkannt, aber nicht als grundlegender Wandel wahrgenommen.

Handlungsempfehlungen für Zug Tourismus und Partnerinnen/Partner

1. Erfolge gezielt und sichtbar kommunizieren

Die positiven Entwicklungen – etwa die Elektroschiffahrt, die Zug Card oder Beratungsangebote im Energiebereich – sollten stärker in der Kommunikation hervorgehoben werden. Dies stärkt nicht nur das Image, sondern macht Fortschritte auch für weniger involvierte Anspruchsgruppen nachvollziehbar.

2. Informationszugang verbessern und Transparenz erhöhen

In Bereichen mit wenig wahrgenommenem Fortschritt (z. B. Wasser, Luft & Boden oder Arbeitsbedingungen) braucht es einen aktiven Wissenstransfer. Regelmässige Updates, transparente Darstellung laufender Projekte und niederschwellige Formate (z. B. über Newsletter, Social Media oder im Blog auf der Webseite) könnten helfen, bestehende Massnahmen besser sichtbar zu machen.

3. Innovationsförderung gezielt vorantreiben

Die Wahrnehmung eines geringen Innovationsgrads zeigt, dass neue Ideen und Technologien aktiver gefördert und sichtbar umgesetzt werden sollten. Kooperationen mit innovativen Partnern aus der Region (z. B. Startups, Hochschulen) oder Pilotprojekte mit ESG-Fokus könnten neue Impulse schaffen.

4. Abfall und Kreislaufwirtschaft aktiv weiterentwickeln

Das Thema Abfallmanagement sollte stärker ganzheitlich gedacht werden. Neben punktuellen Eventmassnahmen (z. B. Food Waste) braucht es eine klarere Strategie zur Förderung der Kreislaufwirtschaft – etwa durch die Unterstützung von Kunststoffsammlung oder Mehrweglösungen im Gastrobereich.

5. Soziale Nachhaltigkeit stärken

Die Ergebnisse zeigen, dass Themen wie faire Arbeitsbedingungen, Chancengleichheit oder Inklusion bislang kaum als Teil der touristischen Nachhaltigkeit wahrgenommen werden. Zug Tourismus kann hier eine Vorreiterrolle einnehmen – etwa durch gezielte Partnerschaften mit inklusiven Betrieben, Einsatz für Chancengleichheit/faire Arbeitsbedingungen oder Sensibilisierungskampagnen.

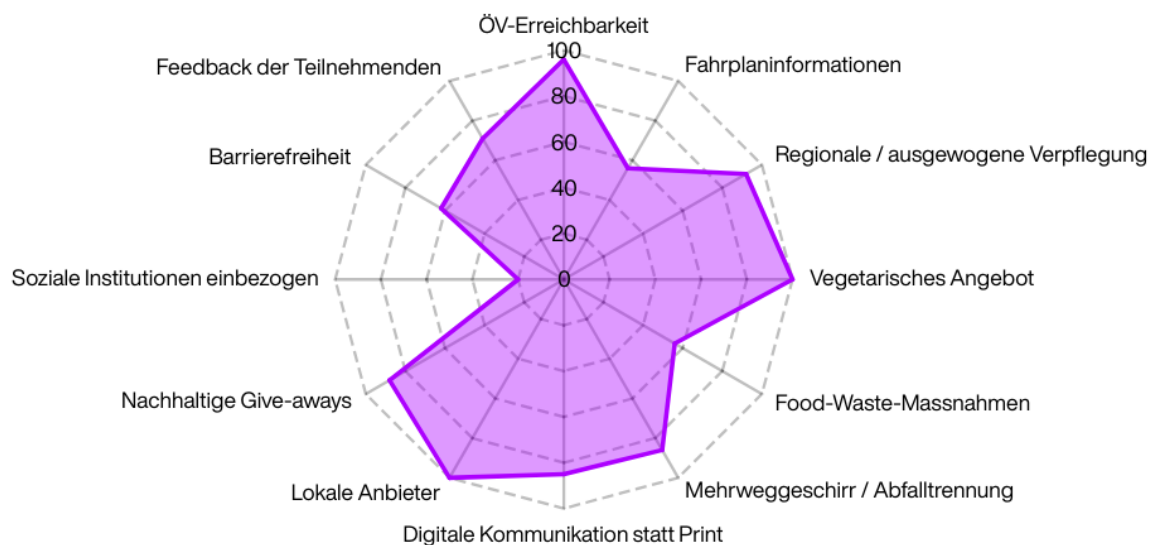
6. Qualität über Quantität stellen – Labels strategisch einsetzen

Einige Rückmeldungen betonen, dass Nachhaltigkeit nicht an der Anzahl Zertifikate festgemacht werden sollte. Labels wie Swisstainable oder TourCert sollten daher nicht inflationär, sondern als Teil einer glaubwürdigen Qualitätsstrategie eingesetzt werden. Und auch ergänzt durch echte Geschichten und konkrete Taten.

♥ Eigene Events Evaluierung

Die Evaluation von neun eigenen Veranstaltungen zeigt insgesamt eine solide Umsetzung ökologischer Massnahmen. Besonders positiv fallen die Nutzung lokaler Anbieter, die regionale Verpflegung sowie die gute Erreichbarkeit der Veranstaltungen mit dem öffentlichen Verkehr auf. Optimierungspotenzial besteht insbesondere bei der stärkeren Einbindung sozialer Institutionen, bei Massnahmen zur Reduktion von Food Waste sowie bei der sichtbaren Kommunikation von ÖV-Informationen für Teilnehmende.

Die entsprechenden Ergebnisse sind im nachfolgenden Chart dargestellt.



♥ Anhang

Barrierefreie Unterkünfte Kanton Zug

Hotel Löwen am See			
Park Hotel Zug			
City Garden Hotel			
Jugendherberge Zug			
Dialoghotel Eckstein			
SeminarHotel Ägerisee			
Hotel Ländli			
Hotel-Restaurant Eierhals			
Aparthotel Rotkreuz			
Swiss Ever			
Hotel Arcade			
Zentrum Elisabeth			

Swisstainable Betriebe Kanton Zug ab Level II - engaged

Betrieb	Kategorie	Swisstainable Level	Nachhaltigkeitsnachweis
Ägerisee Schifffahrt AG / Zugerland Verkehrsbetriebe AG	Shipping company	Level III – leading	ISO 9001 / 14001
Dialoghotel Eckstein	Hotel	Level III – leading	ibex fairstay silver
ibis Baar Zug	Hotel	Level III – leading	planet 21 (keine Zertifizierung gefunden)
Jugendherberge Zug	Non-hotel accommodation	Level III – leading	ibex fairstay platinum
Kuoni	Travel agent / Tour operator	Level III – leading	TourCert
Park Hotel Zug	Hotel	Level III – leading	ibex fairstay gold
Schifffahrtsgesellschaft für den Zugersee AG / Zugerland Verkehrsbetriebe AG	Shipping company	Level III – leading	ISO 9001 / 14001
Zugerbergbahn AG / Zugerland Verkehrsbetriebe AG	Mountain railway	Level III – leading	ISO 9001 / 14001
Zugerland Verkehrsbetriebe AG	Public transport	Level III – leading	ISO 9001 / 14001
City-Hotel Ochsen Zug	Hotel	Level II – engaged	OK:GO und Wasser für Wasser
Etter Söhne AG	Distillery	Level II – engaged	OK:GO
Hotel APART	Hotel	Level II – engaged	OK:GO, Green Key, Donat / Fair Jobs Hotels
Hotel Löwen am See	Hotel	Level II – engaged	OK:GO, IG Netze
Lorzensaal Cham	Congress centre	Level II – engaged	OK:GO und Wasser für Wasser
Lukevent AG	Event	Level II – engaged	Certified B Corporation
Miss Miu Metal	Gastronomy	Level II – engaged	ESG2GO, Friendly Work Space
Negishi Metal	Gastronomy	Level II – engaged	ESG2GO, Friendly Work Space
Stiftung Theater Casino Zug	Congress centre	Level II – engaged	OK:GO, ClimateActions, Klimapakt
Zug Tourismus	Tourism organisation	Level II – engaged	OK:GO, Pro Infirmis, myclimate, Klima Charta Zug