

## **Richtlinien zur Teilnahme an der umwelt.plus.karte – der nachhaltigen Kundenkarte. (verabschiedet vom Aufsichtsrat der umwelt.plus.karte)**

### **Präambel**

Mit der umwelt.plus.karte wird das Ziel verfolgt, den Absatz und die Attraktivität nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen in verschiedenen verbrauchernahen Bereichen zu fördern sowie regionale Anbieter aus dem Raum Heidelberg durch die Verbesserung von Marketing und Kundenbindung zu unterstützen. Nachhaltige Angebote kennzeichnet ein hohes Maß an Umweltverträglichkeit sowie die Einhaltung bestimmter sozialer Anforderungen bei gleichzeitiger Berücksichtigung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit.

### **1. Anforderungen an Produkte und Dienstleistungen**

#### **1.1 Ernährung und Lebensmittel**

Für Leistungspartner, die im Rahmen der Kundenkarte Lebensmittel anbieten, soll gelten:

- Das Geschäft erfüllt die Kriterien des Gütesiegels „N' Natur Kost und Waren“ des Bundesverbandes Naturkost und Naturwaren

*oder*

- mindestens die Hälfte (in Ausnahmefällen mindestens ein Drittel) des Warensortiments erfüllt die Anforderungen des „Bio Siegel“ oder des „TransFair“-Labels oder die Richtlinien ökologischer Anbauverbände („Bioland“, „Demeter“, „Naturland“ u.ä.).

#### **1.2 Kultur und Freizeit**

Für Leistungspartner, die im Rahmen der Kundenkarte Angebote im Bereich von Kultur und Freizeit bereitstellen, soll gelten:

- Das Angebot trägt zur Belebung des kulturellen Lebens in Heidelberg bei und transportiert in besonderer Weise kulturelle Vielfalt beziehungsweise widmet sich in besonderer Weise (regionaler) Kultur und Geschichte

*oder*

- das Angebot fördert Gesundheit und Wohlbefinden der Nutzer

*oder*

- das Angebot leistet einen Beitrag zur persönlichen Bildung und Qualifizierung der Nutzer.

#### **1.3 Bauen, Wohnen, Einrichten**

Für Leistungspartner, die im Rahmen der Kundenkarte Produkte und Dienstleistungen im Bereich Bauen/Wohnen/Einrichten anbieten, soll gelten:

- Das Angebot fördert die Wiederverwendung oder Lebensdauerverlängerung von Gütern und trägt damit zu Ressourcenschonung und Abfallvermeidung bei beziehungsweise trägt direkt zur Steigerung der Ressourceneffizienz bei

*oder*

- das Warensortiment erfüllt mindestens zur Hälfte (in Ausnahmefällen mindestens zu einem Drittel) die Anforderungen von einschlägigen Kennzeichen für Holz und Holzprodukte (u.a. „FSC“, „PEFC“, „Eco-Timber“), für Möbel (u.a. „Blauer Engel“, „Das Goldene M“, „ÖkoControl“) oder für Textilprodukte (u.a. „Ökotex Standard 100“)

*oder*

- die bei der Leistungserbringung eingesetzten Betriebs- und Hilfsstoffe leisten nachweislich einen Beitrag zum Umweltschutz (u.a. emissionsarme Farben).

#### **1.4 Haushalt und Garten**

Für Leistungspartner, die im Rahmen der Kundenkarte haushaltsnahe Produkte und Dienstleistungen anbieten, soll gelten:

- Das Angebot fördert die Wiederverwendung, gemeinschaftliche Nutzung oder Lebensdauerverlängerung von Gütern und trägt damit zu Ressourcenschonung und Abfallvermeidung bei

*oder*

- mindestens die Hälfte (in Ausnahmefällen mindestens ein Drittel) des Warensortiments erfüllt die Anforderungen des „Bio Siegel“ oder die Richtlinien ökologischer Anbauverbände („Bioland“, „Demeter“, „Naturland“ u.ä.)

*oder*

- das Sortiment enthält Waren, die die Anforderungen des „FlowerLabels“ erfüllen.

#### **1.5 Kleidung**

Für Leistungspartner, die im Rahmen der Kundenkarte Produkte und Dienstleistungen im Bereich Kleidung anbieten, soll gelten:

- Mindestens die Hälfte (in Ausnahmefällen mindestens ein Drittel) des Warensortiments erfüllt die Anforderungen des „ÖkoTex Standard 100“ oder des „Markenzeichen Naturtextil“.

#### **1.6 Mobilität**

Für Leistungspartner, die im Rahmen der Kundenkarte Produkte und Dienstleistungen im Bereich Mobilität anbieten, soll gelten:

- Das Angebot fördert ein umweltverträgliches Mobilitätsverhalten beziehungsweise die Nutzung umweltverträglicher Verkehrsträger.

#### **1.7 Gesundheit**

Für Leistungspartner, die im Rahmen der Kundenkarte Produkte und Dienstleistungen im Bereich Gesundheit anbieten, soll gelten:

- *Das Angebot bzw. die Leistungen sind in der aktuellen Ausgabe des Hufeland-Leistungsverzeichnis der besonderen Therapierichtungen aufgeführt.*

### **2. Sonstige Anforderungen**

2.1 Alternativ oder ergänzend zu den produkt- und dienstleistungsbezogenen Anforderungen können sich Leistungspartner für die „+umwelt.plus.karte“ qualifizieren, indem sie

- umfangreiche Maßnahmen im Bereich des betrieblichen Umweltschutzes umsetzen (z.B. effizienter Energieeinsatz/umweltverträgliche Energieerzeugung, sparsamer Wasserverbrauch, Abfallmanagement/Mülltrennung, zertifiziertes Umweltmanagementsystem, etc.)

*oder*

- durch ihre Geschäftstätigkeit einen Beitrag zur beruflichen Integration und Qualifizierung von Arbeitslosen, Gleichberechtigung (gender), Mitbestimmung etc. leisten.

2.2 Das Angebot von Leistungspartnern, die die unter 1. und 2.1 formulierten Anforderungen erfüllen, muss zum Angebotspektrum der Werbegemeinschaft passen.