

## GRI – Index

Hier finden Sie das Inhaltsverzeichnis des jährlichen Nachhaltigkeitsberichts von Zürich Tourismus für das Geschäftsjahr 2022 (01.01.2022 bis 31.12.2022). Der Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards 2021 erstellt und ist seit dem 19. April 2023 online verfügbar. Hier finden Sie detaillierte Informationen über das Nachhaltigkeitsengagement und den Erreichungsgrad der **Mehrjahresziele (MJZ)** im Bereich Nachhaltigkeit der Destinationsmarketing- und -managementorganisation Zürich Tourismus. Für den vorliegenden Bericht fand keine externe Prüfung statt. Bei Fragen zu Nachhaltigkeit in der Destination Zürich oder dem vorliegenden Bericht wenden Sie sich bitte an:

Organisation: Zürich Tourismus

Kontaktperson: Ueli Heer

Telefon: T +41 44 215 40 13

Mail: ueli.heer@zuerich.com

Adresse: Gessnerallee 3, CH-8001 Zürich, Schweiz.

Für den Content Index – Essentials Service überprüfte GRI Services, dass der GRI Content Index klar und in Übereinstimmung mit den Standards dargestellt wird und dass die Referenzen für die Angaben 2-1 bis 2-5, 3-1 und 3-2 vorhanden sowie mit den entsprechenden Abschnitten im Hauptteil des Berichts abgestimmt sind.



**CONTENT INDEX  
ESSENTIALS SERVICE**

**2023**

GRI-Standard	Titel	Angabe	Ort
GRI 1	Grundlagen 2021		
GRI 2	Allgemeine Angaben 2021	2-1 Organisationsprofil	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Zürich Tourismus</li> <li>b. Verein</li> <li>c. Zürich</li> <li>d. Die Hauptgeschäftstätigkeit befindet sich in der Schweiz. Ausserdem ist Zürich Tourismus in folgenden Märkten aktiv:  Hauptmärkte: CH, USA, DE, GB  Fokusbmärkte: CHN, IND, Südostasien, Golfstaaten  Stammmärkte: IT, FR, SP, AU, RUS, JPN  Zukunftsmärkte: AUS, BRA, KOR</li> </ul>
		2-2 Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Der Bericht umfasst den gesamten Verein Zürich Tourismus.</li> <li>b. Die einbezogenen Unternehmenseinheiten entsprechen dem Konsolidierungskreis der finanziellen Berichterstattung.</li> </ul>
		2-3 Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Berichtszeitraum: 01.01.2022-31.12.2022. Der Bericht sowie der GRI Content Index werden jährlich aktualisiert.</li> <li>b. Der Berichtszeitraum der finanziellen Berichterstattung entspricht jenem der Nachhaltigkeitsberichterstattung.</li> <li>c. Datum der Publikation 19. April 2023</li> <li>d. Kontakt:  Organisation: Zürich Tourismus  Kontaktperson: Ueli Heer  Telefon: T +41 44 215 40 13  Mail: ueli.heer@zuerich.com  Adresse: Gessnerallee 3, CH-8001 Zürich, Schweiz.</li> </ul>
		2-4 Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung fand dieses Jahr zum ersten Mal statt. Alle Informationen wurden aufgrund dessen neu dargestellt anhand der wesentlichen Themen der neuen Nachhaltigkeitsstrategie.</li> </ul>

2-5 Externe Prüfung	a. -b. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung wird vom Bereich «Corporate Communications» von Zürich Tourismus erstellt. Eine interne Prüfung wird durch einen festgeschriebenen ISO-Prozess sichergestellt, auf eine externe Prüfung wurde das erste Jahr verzichtet.
2-6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	a. Zürich Tourismus ist verantwortlich für das Destinationsmarketing und damit für die touristische Markenprofilierung der Stadt und Region Zürich als vielfältige Tourismusdestination. b. Wertschöpfungskette /Customer Journey c. Mitgliedschaften, Partnerschaften, Kooperationen d. keine
2-7 Angestellte	a. Personalkennzahlen b. unbefristete Angestellte: 63 (ohne Tour Guides) befristete Angestellte: 3 Arbeitnehmer mit nicht garantierten Arbeitszeiten: 48 (Tour Guides) c. in Beschäftigtenzahlen am Ende des Berichtszeitraums: 66 d. keine weiterführenden Angaben e. Wachstum des Teams: 15 neue Angestellte
2-8 Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind	a. Hierzu liegen keine Daten vor.
2-9 Führungsstruktur und Zusammensetzung	a. -b. Führungsstruktur, Organigramm b. Zusammensetzung Vorstand
2-10 Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	a. -b. ZT-Statuten Art.9-Art.11
2-11 Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans	a. Die Generalversammlung ist das oberste Organ von ZT. Sie wird vom Vorstand durch persönlich adressierte Zirkulare jährlich im ersten Semester einberufen, unter Beachtung einer dreiwöchigen Einladungsfrist und unter gleichzeitiger Mitteilung der Traktandenliste.
2-12 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	a. -c. Die Rollen sind in den Statuten festgeschrieben.
2-13 Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	a. -b. Die Rollen sind in den Statuten festgeschrieben.

2-14 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	a. Die Auswahl der Themen wurde aufgrund einer umfassenden Wesentlichkeitsanalyse unter Einbezug aller Stakeholder festgelegt.
2-15 Interessenkonflikte	a. -b. Die Dokumente (Compliance, Verhaltenskodex) sind momentan in Überarbeitung und deswegen nicht öffentlich verfügbar.
2-16 Übermittlung kritischer Anliegen	a. -b. Die Dokumente (Compliance, Verhaltenskodex) sind momentan in Überarbeitung und deswegen nicht öffentlich verfügbar.
2-17 Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	a. Die Geschäftsleitung, der Vorstand und die Generalversammlung sind aktiv in die Umsetzungsmassnahmen der einzelnen ZT-Bereiche involviert und erhalten einen jährlichen Fortschrittsbericht zum Stand der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie.
2-18 Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	a. -b. ZT Statuten Art.12 c. Im letzten Jahr fanden keine Änderungen statt.
2-19 Vergütungspolitik	a. Die Daten sind nicht öffentlich verfügbar. b. Nachhaltigkeit ist Teil der Unternehmensstrategie und integraler Bestandteil der strategischen Ziele der Geschäftsleitung.
2-20 Verfahren zur Festlegung der Vergütung	a. -c. Die Daten sind nicht öffentlich verfügbar.
2-21 Verhältnis der Jahresgesamtvergütung	a. -c. Die Daten sind nicht öffentlich verfügbar.
2-22 Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	a. NH-Strategie, Policy, Richtlinie
2-23 Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	a. -c. / e. / f. Richtlinie Nachhaltigkeit b. Die Strategie, Richtlinie und Policy wurden sowohl durch die GL, die Direktion, den Vorstand als auch den Mitgliedern an der GV genehmigt.
2-24 Einbeziehung politischer Verpflichtungen	a. Statuten
2-25 Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	a. -e. ZT verfolgt das Ziel positive Auswirkungen des Tourismus in der Destination Zürich zu maximieren und negative zu minimieren. Jährlich wird deshalb eine Relevanzanalyse durchgeführt und negative Auswirkungen analysiert. Die Relevanzanalyse wird innerhalb des Audits für ISO 9001 sowie ISO 14001 auch extern geprüft, sie ist jedoch nicht öffentlich verfügbar. Weitere Angaben sind der Nachhaltigkeitsstrategie zu entnehmen.

	2-26 Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	a. Für das Einholen von Ratschlägen und Tipps sowie auch die Meldung von Anliegen kann die Touristeninfo im Hauptbahnhof Zürich besucht oder das Kontaktformular ausgefüllt werden.
	2-27 Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	a. -d. Es sind keine Verstösse bekannt.
	2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	a. Mitgliedschaften
	2-29 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	a. Relevante Stakeholder und die Art des Austausches mit den verschiedenen Interessengruppen sind in der Nachhaltigkeitsstrategie auf Seiten 2 und 3 festgehalten.
	2-30 Tarifverträge	a. Anzahl Mitarbeitende ZT: 66 b. Keine Daten vorhanden
<b>GRI 3</b>	Wesentliche Themen 2021	3-1 Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen
		a. -b. Die Auswahl der wesentlichen Themen wurde 2022 durchgeführt und ist in der Nachhaltigkeitsstrategie auf Seite 4 festgehalten: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Regionale Wertschöpfung</li> <li>- Lokale Gewerbe</li> <li>- Wettbewerbsfähigkeit</li> <li>- Abfall</li> <li>- Klima &amp; Energie</li> <li>- Mobilität</li> <li>- Natur</li> <li>- Arbeitgeber</li> <li>- Inklusion &amp; Diversität</li> <li>- Kultur &amp; Gesellschaft</li> </ul>
		3-2 Liste der wesentlichen Themen
		a. Die wesentlichen Themen sind in der Wesentlichkeitsmatrix der Nachhaltigkeitsstrategie auf Seite 4 aufgeführt. b. Die Nachhaltigkeitsstrategie inklusive der Liste mit wesentlichen Themen (auf Seite 4) wurde im Jahr 2022 fertiggestellt und im April 2023 zum ersten Mal publiziert.
<b>Regionale Wertschöpfung</b>		
<b>GRI 3</b>	Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen
		a. Auswirkungen b. Customer Journey c. Richtlinien, Statuten

			<ul style="list-style-type: none"> <li>d. Ergriffene Massnahmen</li> <li>e. Mehrjahresziele, Stand Mehrjahresziel</li> <li>f. 2022 fand eine gemeinsame Evaluation der neuen Nachhaltigkeitsstrategie und der Mehrjahresziele (Seiten 5-7) statt. Ab 2023 werden alle Stakeholdergruppen jährlich über den Stand der Mehrjahresziele, getroffene Massnahmen und Projekte informiert. Vorschläge für Umsetzungsmassnahmen in den einzelnen Themenfeldern werden laufend in die Planung mit einbezogen und die Stakeholder transparent über Entscheide informiert.</li> </ul>
<b>GRI 201</b>	Wirtschaftliche Leistung 2016	Durch den Tourismus innerhalb von Zürich erwirtschaftete Bruttowertschöpfung (MJZ)	- 2022: 3.29 Mrd. CHF Bruttowertschöpfung
		Durchschnittliche Aufenthaltsdauer eines Gastes in Zürich (MJZ)	- 2022: 1.81 Tage
		Anteil durch den Tourismus geschaffene, direkter Arbeitsplätze (MJZ)	- 2022: 3.7%

**Lokale Gewerbe**

<b>GRI 3</b>	Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Auswirkungen</li> <li>b. Customer Journey</li> <li>c. Richtlinien, Statuten</li> <li>d. Ergriffene Massnahmen</li> <li>e. Mehrjahresziele, Stand Mehrjahresziel</li> <li>f. 2022 fand eine gemeinsame Evaluation der neuen Nachhaltigkeitsstrategie und der Mehrjahresziele (Seiten 5-7) statt. Ab 2023 werden alle Stakeholdergruppen jährlich über den Stand der Mehrjahresziele, getroffene Massnahmen und Projekte informiert. Vorschläge für Umsetzungsmassnahmen in den einzelnen Themenfeldern werden laufend in die Planung mit einbezogen und die Stakeholder transparent über Entscheide informiert.</li> </ul>
<b>GRI 204</b>	Beschaffungspraktiken 2016	204-1 Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten (MJZ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. 2022: 74% regionale Lieferanten</li> <li>b. Lokal= Grossraum Zürich (Kanton Zürich und alle angrenzenden Kantone)</li> <li>c. Alle Geschäftstätigkeiten von ZT wurden berücksichtigt.</li> </ul>

**Wettbewerbsfähigkeit**

<b>GRI 3</b>	Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Auswirkungen</li> <li>b. Customer Journey</li> <li>c. Richtlinien, Statuten</li> <li>d. Ergriffene Massnahmen</li> <li>e. Mehrjahresziele, Stand Mehrjahresziel</li> <li>f. 2022 fand eine gemeinsame Evaluation der neuen Nachhaltigkeitsstrategie und der Mehrjahresziele (Seiten 5-7) statt. Ab 2023 werden alle Stakeholdergruppen jährlich über den Stand der Mehrjahresziele, getroffene Massnahmen und Projekte informiert. Vorschläge für Umsetzungsmassnahmen in den einzelnen Themenfeldern werden laufend in die Planung mit einbezogen und die Stakeholder transparent über Entscheidungen informiert.</li> </ul>
		Anzahl Pilotprojekte zur Unterstützung oder Entwicklung touristischer Innovationen (MJZ)	- 2022: 4 Projekte. Die Projekte werden unter den Highlights aufgeführt.
<b>Abfall</b>			
<b>GRI 3</b>	Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Auswirkungen</li> <li>b. Customer Journey</li> <li>c. Richtlinien, Statuten</li> <li>d. Ergriffene Massnahmen</li> <li>e. Mehrjahresziele, Stand Mehrjahresziel</li> <li>f. 2022 fand eine gemeinsame Evaluation der neuen Nachhaltigkeitsstrategie und der Mehrjahresziele (Seiten 5-7) statt. Ab 2023 werden alle Stakeholdergruppen jährlich über den Stand der Mehrjahresziele, getroffene Massnahmen und Projekte informiert. Vorschläge für Umsetzungsmassnahmen in den einzelnen Themenfeldern werden laufend in die Planung mit einbezogen und die Stakeholder transparent über Entscheidungen informiert</li> </ul>
<b>GRI 306 Abfall 2020</b>		306-1 Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. ZT sammelt alle betriebsintern genutzten Wertstoffe getrennt (Glas, Milchflaschen, PET, Papier, Karton, Aluminium, Elektrogeräte). Diese werden durch die Logistik fachgerecht entsorgt oder recycelt. Ab 2023 wird auch Plastik separat gesammelt und recyclet.</li> </ul>
		306-2 Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ergriffene Massnahmen zur Abfallvermeidung: laufende Verbesserungen/ Anpassungen der verwendeten Materialien und des Produktdesigns bezüglich Lebensdauer, Reperaturfähigkeit, Recyclingfähigkeit. Die Kriterien sind in der ZT-Nachhaltigkeitsrichtlinie festgelegt.</li> </ul>

	306-3 Angefallener Abfall (MJZ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Betriebsintern: 2'823 kg = 42kg pro Mitarbeitende</li> <li>b. An Veranstaltungen: Diese Zahl wird im Jahr 2023 zum ersten Mal erhoben.</li> </ul>
	Anteil der Nahrungsmittel an Veranstaltungen, die weiterverwendet oder gespendet werden (MJZ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. 2022: Diese Zahl wird im Jahr 2023 zum ersten Mal erhoben.</li> </ul>
<b>Klima &amp; Energie</b>		
<b>GRI 3</b>	Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen
		<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Auswirkungen</li> <li>b. Customer Journey</li> <li>c. Richtlinien, Statuten</li> <li>d. Ergriffene Massnahmen</li> <li>e. Mehrjahresziele, Stand Mehrjahresziel</li> <li>f. 2022 fand eine gemeinsame Evaluation der neuen Nachhaltigkeitsstrategie und der Mehrjahresziele (Seiten 5-7) statt. Ab 2023 werden alle Stakeholdergruppen jährlich über den Stand der Mehrjahresziele, getroffene Massnahmen und Projekte informiert. Vorschläge für Umsetzungsmassnahmen in den einzelnen Themenfeldern werden laufend in die Planung mit einbezogen und die Stakeholder transparent über Entscheide informiert</li> </ul>
<b>GRI 302</b>	<b>Energie 2016</b>	302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation
		<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Aus nicht erneuerbaren Quellen: 0</li> <li>b. Aus erneuerbaren Quellen: 57'984 kWh</li> <li>c. Strom: 57'984, Wärme: 9'816 kWh</li> <li>d. K.A.</li> <li>e. Gesamt: 67'000 kWh</li> <li>f. Erhebung erfolgt durch Lieferung und Verrechnung über Nebenkosten von den vermietenden Organisationen Swiss Casino und SBB Immobilien.</li> </ul>
	Energieverbrauch pro Mitarbeitende (MJZ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. 2022: 1'030 kWh</li> </ul>
	CO2e- Emissionen (MJZ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. 174 t</li> </ul> <p>Hinweis: Im Jahr 2023 wird die Berechnung der CO2e-Emissionen zum ersten Mal detailliert anhand des GHG-Protokolls erhoben und ein wissenschaftsbasiertes Klimaziel für 2030 erarbeitet.</p>
<b>Mobilität</b>		
<b>GRI 3</b>	Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen
		<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Auswirkungen</li> <li>b. Customer Journey</li> </ul>



			<ul style="list-style-type: none"> <li>c. Richtlinien, Statuten</li> <li>d. Ergriffene Massnahmen</li> <li>e. Mehrjahresziele, Stand Mehrjahresziel</li> <li>f. 2022 fand eine gemeinsame Evaluation der neuen Nachhaltigkeitsstrategie und der Mehrjahresziele (Seiten 5-7) statt. Ab 2023 werden alle Stakeholdergruppen jährlich über den Stand der Mehrjahresziele, getroffene Massnahmen und Projekte informiert. Vorschläge für Umsetzungsmassnahmen in den einzelnen Themenfeldern werden laufend in die Planung mit einbezogen und die Stakeholder transparent über Entscheide informiert</li> </ul>
	Anteil der Gäste, die zur Anreise öffentliche Verkehrsmittel nutzten (MJZ)		a. 2022: Diese Zahl wird im Jahr 2023 zum ersten Mal erhoben.
	Anteil der Gäste, die zur Fortbewegung innerhalb der Destination öffentliche Verkehrsmittel nutzten (MJZ)		a. 2022: Diese Zahl wird im Jahr 2023 zum ersten Mal erhoben.
<b>Natur</b>			
<b>GRI 3</b>	Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Auswirkungen</li> <li>b. Customer Journey</li> <li>c. Richtlinien, Statuten</li> <li>d. Ergriffene Massnahmen</li> <li>e. Mehrjahresziele, Stand Mehrjahresziel</li> <li>f. 2022 fand eine gemeinsame Evaluation der neuen Nachhaltigkeitsstrategie und der Mehrjahresziele (Seiten 5-7) statt. Ab 2023 werden alle Stakeholdergruppen jährlich über den Stand der Mehrjahresziele, getroffene Massnahmen und Projekte informiert. Vorschläge für Umsetzungsmassnahmen in den einzelnen Themenfeldern werden laufend in die Planung mit einbezogen und die Stakeholder transparent über Entscheide informiert</li> </ul>
<b>GRI 303</b>	<b>Wasser und Abwasser 2018</b>	303-1 Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	a. -d. Wasser wird direkt an den zwei Bürostandorten in Zürich verbraucht. Zusätzlich werden auch Wasser für die Organisation von Veranstaltungen gebraucht. Indirekt verursacht der Tourismus natürlich noch viel mehr Wasserverbrauch (Bsp. Wir binden deshalb laufen unsere Partnerbetriebe mit ein und Austausch mit Stakeholdern.
		303-5 Wasserverbrauch (MJZ)	a. 2022: Diese Zahl wird im Jahr 2023 betriebsintern und für durchgeführte Veranstaltungen zum ersten Mal erhoben.

		b. Aus Gebieten mit Wasserstress: 0
<b>GRI 304 Biodiversität 2016</b>	304-2 Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	a. Die Biodiversität ist eines der Hauptmerkmale für die meist unbewusst wahrgenommene natürliche Attraktivität einer Tourismusdestination. Um Nutzungskonflikte und Auswirkungen auf die lokale Biodiversität zu vermeiden, gestaltet ZT das Angebot möglichst natur- und umweltverträglich.
	304-4 Arten auf der Roten Liste der Weltnaturschutzunion (IUCN) und auf nationalen Listen geschützter Arten, die ihren Lebensraum in Gebieten haben, die von Geschäftstätigkeiten betroffen sind	a. Rote Liste – Kategorien für die Schweiz: i. stark gefährdet: 12 ii. Gefährdet: 64 iii. Schutzbedürftig: 111 iv. potenziell gefährdet: 124 v. nicht gefährdet: 1499
	Anteil biologische Lebensmittel an Veranstaltungen (MJZ)	2022: Diese Zahl wird im Jahr 2023 zum ersten Mal erhoben.
	Anzahl naturtouristische Projekte (MJZ)	2022: Diese Zahl wird im Jahr 2023 zum ersten Mal erhoben.
<b>Arbeitgeber</b>		
<b>GRI 3</b>	Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen
		a. Auswirkungen b. Customer Journey c. Richtlinien, Statuten d. Ergriffene Massnahmen e. Mehrjahresziele, Stand Mehrjahresziel f. 2022 fand eine gemeinsame Evaluation der neuen Nachhaltigkeitsstrategie und der Mehrjahresziele (Seiten 5-7) statt. Ab 2023 werden alle Stakeholdergruppen jährlich über den Stand der Mehrjahresziele, getroffene Massnahmen und Projekte informiert. Vorschläge für Umsetzungsmassnahmen in den einzelnen Themenfeldern werden laufend in die Planung mit einbezogen und die Stakeholder transparent über Entscheidungen informiert
	Anzahl Ausbildungsplätze (MJZ)	a. 2022: 3 (2 Praktikantinnen, 1 Lernender)
<b>GRI 401 Beschäftigung 2016</b>	401-1 Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation (MJZ)	a. 15 Personen b. 18.33% (MJZ)
	Durchschnittliche Dienstjahre (MJZ)	a. 6.72 Jahre

**Inklusion & Diversität**

<b>GRI 3</b>	Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Auswirkungen</li> <li>b. Customer Journey</li> <li>c. Richtlinien, Statuten</li> <li>d. Ergriffene Massnahmen</li> <li>e. Mehrjahresziele, Stand Mehrjahresziel</li> <li>f. 2022 fand eine gemeinsame Evaluation der neuen Nachhaltigkeitsstrategie und der Mehrjahresziele (Seiten 5-7) statt. Ab 2023 werden alle Stakeholdergruppen jährlich über den Stand der Mehrjahresziele, getroffene Massnahmen und Projekte informiert. Vorschläge für Umsetzungsmassnahmen in den einzelnen Themenfeldern werden laufend in die Planung mit einbezogen und die Stakeholder transparent über Entscheidungen informiert</li> </ul>
		Anteil barrierefreier Veranstaltungen (MJZ)	a. 2022: Diese Zahl wird im Jahr 2023 zum ersten Mal erhoben.
		Anteil Tourismusbetriebe mit Zugänglichkeitsdaten auf ginto (MJZ)	a. 422 touristische Betriebe (darunter 49 Hotels und 118 Restaurants)
		Anzahl Aufträge an soziale Institutionen und Integrationsbetriebe (MJZ)	a. 2022: 0

**Kultur & Gesellschaft**

<b>GRI 3</b>	Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Auswirkungen</li> <li>b. Customer Journey</li> <li>c. Richtlinien, Statuten</li> <li>d. Ergriffene Massnahmen</li> <li>e. Mehrjahresziele, Stand Mehrjahresziel</li> <li>f. 2022 fand eine gemeinsame Evaluation der neuen Nachhaltigkeitsstrategie und der Mehrjahresziele (Seiten 5-7) statt. Ab 2023 werden alle Stakeholdergruppen jährlich über den Stand der Mehrjahresziele, getroffene Massnahmen und Projekte informiert. Vorschläge für Umsetzungsmassnahmen in den einzelnen Themenfeldern werden laufend in die Planung mit einbezogen und die Stakeholder transparent über Entscheidungen informiert</li> </ul>
		Zufriedenheit der Einheimischen mit dem Tourismus (MJZ)	a. 2022: Diese Zahl wird im Jahr 2023 zum ersten Mal erhoben.

Anteil Angebot, die das kulturelle Erbe fördern  
(MJZ)

a. 2022: Diese Zahl wird im Jahr 2023 zum ersten Mal erhoben.

---

Anzahl öffentliche Veranstaltungen (MJZ)

a. 2022: Es wurden verschiedene öffentliche Veranstaltungen durchgeführt wie das Lichterschwimmen und Erläb dis Züri.

---