



Stand: April 2025

Voraussetzungen zur Erlangung der Marke Südtirol für Unternehmen im Sektor Holz

Mindestanforderungen

- › Handelskammerauszug
- › einige Angaben zum Unternehmen (z.B. ob es länger als drei Jahre existiert, Anzahl der Mitarbeiter)
- › kurzes Motivationsschreiben, in welchem das Unternehmen unter anderem angibt, warum es Teil der Marke Südtirol sein möchte.

Nach der Prüfung der Mindestanforderungen werden Nachweise zu Qualität, Nachhaltigkeit und Innovation abgefragt.

Gültigkeit

Nach drei Jahren muss das Unternehmen eine Eigenerklärung abgeben, dass alle Kriterien noch erfüllt werden. Nach fünf Jahren muss das gesamte Ansuchen erneut ausgefüllt werden.

Punktesystem

Die Anzahl der erforderlichen Punkte ergibt sich aufgrund der Größe des Unternehmens und schlüsselt sich folgendermaßen auf:

Unter 10 Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente): 6 von 9 Punkten

Ab 10 Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente): 7 von 9 Punkten

Ab 50 Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente): 8 von 9 Punkten

Experten/Freiberufler: 6 von 9 Punkten

Jedes Kriterium (Qualität, Nachhaltigkeit und Innovation) wird in drei Mikrokriterien gegliedert, die je maximal 1 Punkt bringen. So ergeben sich pro Kriterium maximal 3 Punkte, in Summe maximal 9 Punkte.

Dies bedeutet, dass nicht alle abgefragten Nachweise/Eigenerklärungen einzureichen sind, sondern nur so viele, um die benötigte Punktzahl abhängig von der Größe des Unternehmens zu erreichen. Zertifikate erbringen grundsätzlich einen Punkt, Eigenerklärungen 0,5 Punkte.

Makro- und Mikrokriterien

Es folgt eine kurze Beschreibung der Makro- und Mikrokriterien.

Nachweis von Qualitätskriterien

Die Qualitätskriterien werden in drei Mikrokriterien gegliedert:

- › *Qualitätsnachweis* – max. 1 Punkt (Zertifizierung **oder** Teilnahmebestätigungen von fachspezifischen Tagungen **oder** Eigenerklärung)
- › *Ausbildung und Qualifikation* – max. 1 Punkt (Nachweis als Ausbildungs-/Lehrbetrieb **oder** Meisterbrief oder gleichwertige Abschlüsse **oder** Zertifikat eines Qualitätsmanagementsystems **oder** Eigenerklärung)
- › *Positive Marktresonanz* – max. 1 Punkt (Kundenzufriedenheitsbefragung **oder** Kundenempfehlungen **oder** Referenzen)

Nachweis von Nachhaltigkeitskriterien

NB: Sollte ein Betrieb das Nachhaltigkeitslabel Südtirol tragen, hat er automatisch die volle Punktezahl (3 Punkte) in diesem Makrokriterium erreicht.

Die Nachhaltigkeitskriterien werden in drei Mikrokriterien gegliedert:

- › *Nachhaltige Unternehmensführung* – max. 1 Punkt (Nachhaltigkeitszertifizierung **oder** Zertifikat von mehrtägigen Nachhaltigkeitslehrgängen **oder** Klimahauszertifikat o.Ä. **oder** Eigenerklärung)
- › *Ökologische Nachhaltigkeit* – max. 1 Punkt (Nachweis zur effizienten Ressourcennutzung **oder** Nachweis zur ökologischen Nachhaltigkeit **oder** Eigenerklärung zur Ressourcennutzung oder Förderung lokaler Kreisläufe **oder** Verwendung von Materialien mit Nachhaltigkeitssiegel)
- › *Soziale Nachhaltigkeit* – max. 1 Punkt (Zertifikat "audit familieundberuf" oder äquivalent **oder** Berufliche Eingliederung von benachteiligten Personen **oder** Eigenerklärung zur Förderung der Vereinbarkeit von Beruf, Familie, Freizeit und Ehrenamt **oder** Benefits für Mitarbeiter **oder** Finanzielle Unterstützung wohltätiger oder gemeinnütziger Zwecke)

Nachweis von Innovationskriterien

Die Innovationskriterien werden in drei Mikrokriterien gegliedert:

- › *Digitale Reife und Kommunikation* – max. 1 Punkt (Nachweis digitaler Reifegrad **oder** Eigenerklärung zu digitalisierten Prozessen **oder** digitale Kundenservices)
- › *Investitionen in Forschung & Entwicklung, Patente, usw.* – max. 1 Punkt (Nachweis zum Erhalt einer Innovationsförderung **oder** Registrierungsnachweis von Produktmarken oder Patenten **oder** Eigenerklärung)

- › *Kooperationen und Netzwerke* – max. 1 Punkt (Kooperation mit Forschungszentren, Universitäten, usw. **oder** Engagement in einem innovativen Netzwerk)

Erreicht das Unternehmen die entsprechende Punktzahl, kann der Antrag für die Erlangung der Marke eingereicht werden. Der Antrag wird seitens des Brand Managements der Marke Südtirol geprüft und wird er als positiv bewertet, kann das Unternehmen die Marke Südtirol in der Kommunikation verwenden.