

TEXTE

169/2024

## Abschlussbericht

# Bewertung von Nachhaltigkeitslabeln für Hotelbetriebe

**von:**

Prof. Dr. Hannes Antonschmidt

Institute of Global Hospitality Research

SRH University, Berlin/Dresden

Dipl.-Geogr. Thomas Feil, M.A. Raphaele Potts

BTE Tourismus- und Regionalberatung, Berlin

Dipl.-Ing. Ingomar Welke

Greenance Nachhaltigkeit & Zukunft, Celle

Univ.Prof. Dr. Ulrike Pröbstl-Haider

Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung (ILEN)

Universität für Bodenkultur, Wien

**Herausgeber:**

Umweltbundesamt



TEXTE 169/2024

Projektnummer 174798

FB001700

Abschlussbericht

# **Bewertung von Nachhaltigkeitslabeln für Hotelbetriebe**

von

Prof. Dr. Hannes Antonschmidt  
Institute of Global Hospitality Research  
SRH University, Berlin/Dresden

Dipl.-Geogr. Thomas Feil, M.A. Raphaela Potts  
BTE Tourismus- und Regionalberatung, Berlin

Dipl.-Ing. Ingomar Welke  
Greenance Nachhaltigkeit & Zukunft, Celle

Univ.Prof. Dr. Ulrike Pröbstl-Haider  
Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und  
Naturschutzplanung (ILEN)  
Universität für Bodenkultur, Wien

Im Auftrag des Umweltbundesamtes

## Impressum

### Herausgeber

Umweltbundesamt  
Wörlitzer Platz 1  
06844 Dessau-Roßlau  
Tel: +49 340-2103-0  
Fax: +49 340-2103-2285  
[buergerservice@uba.de](mailto:buergerservice@uba.de)  
Internet: [www.umweltbundesamt.de](http://www.umweltbundesamt.de)

### Durchführung der Studie:

Institute of Global Hospitality Research  
Georgenstraße 7  
01097 Dresden

### Abschlussdatum:

August 2024

### Redaktion:

Fachgebiet III 1.3 Ökodesign, Umweltkennzeichnung, Umweltfreundliche Beschaffung  
Dr. Kristin Stechemesser  
Fachgebiet I 1.2 Internationale Nachhaltigkeitsstrategien, Politik- und Wissenstransfer  
Ulrike Wachotsch

DOI:

<https://doi.org/10.60810/openumwelt-7580>

ISSN 1862-4804

Dessau-Roßlau, Dezember 2024

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen und Autoren.

### **Kurzbeschreibung: Bewertung von Nachhaltigkeitslabeln für Hotelbetriebe**

Nachhaltigkeitslabeln und Umweltzertifikaten kommt eine wachsende Bedeutung bei der Konsumententscheidung zu. Sie stehen an der Schnittstelle zwischen Angebot und Nachfrage und dienen vielfach den Nachfragenden als Ausweis spezieller Nachhaltigkeitsleistungen. Die vorliegende Studie befasst sich mit der Bewertung von Nachhaltigkeitslabeln für Hotelbetriebe. Diese Bewertung soll es Privatpersonen und Mitarbeitenden in Unternehmen und Behörden ermöglichen, bei Reisetätigkeiten nachhaltige Betriebe gezielt auswählen zu können. Bei Berücksichtigung nachhaltiger Betriebe u.a. durch das Maßnahmenprogramm Nachhaltigkeit der Bundesregierung bzw. das Beschaffungsverhalten des Bundesverwaltungsamtes (BVA) könnte dadurch ein Qualitätswettbewerb angestoßen werden.

Für die Bewertung etablierter Nachhaltigkeitslabel erfolgte ein Vergleich mit den Kriterien des EU Ecolabels. Insgesamt wurden 15 Label differenziert analysiert. Aus den Ergebnissen der Bewertung werden abschließend Empfehlungen für die Entwicklung eines Referenzstandards sowie für die Akteure in Politik und Verwaltung, Zertifizierungsorganisationen sowie Hotelbetriebe abgeleitet.

### **Abstract: Assessment of Sustainability Labels for Hotels**

Sustainability labels and environmental certificates are becoming increasingly important in consumer decision-making. They act at the interface between supply and demand and often serve as an indicator of special sustainability performance. The present study deals with the assessment of sustainability labels for hotels. This assessment should enable private individuals and employees in enterprises and public authorities to select sustainable establishments when travelling. The consideration of sustainable businesses in the future supported i.a. by the Federal Government's programme of measures for sustainability [Maßnahmenprogramm Nachhaltigkeit der Bundesregierung] and the procurement behaviour of the Federal Office of Administration [Bundesverwaltungsamt], respectively, could trigger a competition for more quality and engagement for sustainability.

For the assessment of established sustainability labels, a comparison was made with the criteria of the EU Ecolabel. A total of 15 labels were analyzed in detail. Finally, recommendations for the development of a reference standard and for the actors in politics and administration, certification organisations, and hotels are derived from the assessment results.

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	7
Tabellenverzeichnis .....	7
Abkürzungsverzeichnis .....	8
Zusammenfassung.....	9
Summary .....	12
1 Einleitung.....	15
2 Definition und theoretische Funktion von Zertifizierungen.....	20
3 Ziel des Gutachtens .....	23
4 Methodisches Vorgehen .....	24
4.1 Das EU Ecolabel als Grundlage für die Bewertung.....	24
4.2 Auswahl der untersuchten Label .....	25
4.3 Labelvergleich auf Basis des EU Ecolabels .....	31
5 Ergebnisdarstellung und Diskussion.....	32
6 Fazit .....	38
7 Quellenverzeichnis .....	41

## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Der grundlegende Materialitätsprozess .....	21
--	----

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1:	Übersicht der analysierten Label.....	28
Tabelle 2:	Label-Ranking nach Vergleich mit dem EU Ecolabel .....	34

## Abkürzungsverzeichnis

<b>AVV</b>	Allgemeine Verwaltungsvorschrift
<b>BMI</b>	Bundesministerium des Innern
<b>BMZ</b>	Bundesministerium für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit
<b>BMU</b>	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
<b>BVA</b>	Bundesverwaltungsamt
<b>CSRD</b>	Corporate Sustainability Reporting Directive
<b>DEHOGA</b>	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband
<b>DNK</b>	Deutscher Nachhaltigkeitskodex
<b>ESG</b>	Environmental, Social und Governance [Umwelt, Soziales und Unternehmensführung]
<b>GEN</b>	Global Ecolabelling Network
<b>GIZ</b>	Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit
<b>GRI</b>	Global Reporting Initiative
<b>GSTC</b>	Global Sustainable Tourism Council
<b>HRS</b>	Hotel Reservation Service
<b>MPNH</b>	Maßnahmenprogramm Nachhaltigkeit der Bundesregierung (2021)
<b>OTA</b>	Online Travel Agency
<b>UBA</b>	Umweltbundesamt



## Zusammenfassung

Nachhaltigkeitslabeln und Umweltzertifikaten kommt eine wachsende Bedeutung bei der Konsumententscheidung zu. Sie stehen an der Schnittstelle zwischen Angebot und Nachfrage und dienen vielfach den Nachfragenden als Ausweis spezieller Nachhaltigkeitsleistungen. Trotz dieser grundsätzlichen Notwendigkeit von Nachhaltigkeitszertifizierungen ist die Situation im Bereich der Hotelbetriebe unbefriedigend. So liegt die Marktdurchdringung aller Nachhaltigkeitslabel bei den deutschen Hotels nur bei etwa 5 %, wobei durchschnittlich nur knapp über 50 Hotels das gleiche Label tragen. Somit mangelt es an Labeln, die die Konsumentenentscheidung erleichtern und die Lücke zwischen Konsumenteneinstellungen und -verhalten (Attitude-Behaviour Gap) schließen können.

Vor diesem Hintergrund verfolgt das Gutachten das Ziel, die bestehende Marktsituation von Nachhaltigkeitslabeln für Hotels zu untersuchen und diese im Hinblick auf ihre Tauglichkeit für die Identifikation tatsächlich nachhaltiger Hotelbetriebe zu bewerten. Diese Bewertung soll es Privatpersonen und Mitarbeitenden in Unternehmen und Behörden ermöglichen, bei Reisetätigkeiten nachhaltige Beherbergungsbetriebe gezielt auswählen zu können. Bei Berücksichtigung nachhaltiger Betriebe u.a. durch das Maßnahmenprogramm Nachhaltigkeit der Bundesregierung bzw. das Beschaffungsverhalten des Bundesverwaltungsamtes könnte dadurch ein Qualitätswettbewerb angestoßen werden. Durch eine stärkere Nachfrage nach entsprechend zertifizierten Betrieben kann ein wichtiger Beitrag zur Ressourcenschonung und zum Klimaschutz geleistet werden. Darüber hinaus entsteht dadurch auch ein Anreiz für Betriebe, sich zertifizieren zu lassen. Dies fördert insgesamt eine Entwicklung in Richtung Nachhaltigkeitsexzellenz innerhalb der Hotelbranche.

In einem ersten Schritt wurden infrage kommende Label identifiziert. Dabei wurden sogenannte Typ I-Label oder solche, die diesem Typus ähnlich sind, ausgewählt, d. h. solche, die von einer externen Institution vergeben werden, auf einem auf mehreren transparenten Kriterien basierenden Programm beruhen und regelmäßig von externen Institutionen überprüft werden. Typ I-Label zeichnen sich typischerweise durch folgende weitere Merkmale aus:

- ▶ Umweltkriterien sind fester Bestandteil,
- ▶ Methodischer Ansatz ist lebenszyklusbasiert,
- ▶ Exzellente Leistungen werden ausgezeichnet,
- ▶ Bewertung berücksichtigt bestehende nationale oder internationale Regelwerke und bindet diese ein.

Sogenannte Typ II-Label (Umweltbezogene Anbietererklärungen) wurden nicht berücksichtigt, da sich hier die Betriebe bzw. die zu zertifizierenden Produkte nicht einem durch Externe definierten Regelwerk unterwerfen, sondern eigene produkt(gruppen)spezifische Nachhaltigkeitskriterien definieren, die zwar auch extern geprüft werden können, im Ergebnis jedoch keine effektive Verbesserung der gelabelten Betriebe bzw. Produkte erreichen.

15 deutsche und internationale Typ I-Label wurden primär bezüglich ihres ökologischen Anspruchsniveaus verglichen. Die oben genannten Voraussetzungen wurden vor allem von folgenden Labeln erfüllt, die in die weitere Untersuchung miteinbezogen wurden: *HRS Green Stay*, *TourCert*, *Viabono*, *Biohotels*, *DEHOGA-Umweltcheck (Gold/Silber/Bronze)*, *Certified Green Hotel*, *Green Sign*.

Analysierte Label, die vorwiegend an Betriebe im europäischen oder weltweiten Ausland vergeben werden, waren:

*EcoLabel Lux, Booking Sustainability Badge<sup>1</sup>, Nordic Swan, EarthCheck, Green Globe, Green Key, Green Pearls sowie Travelife.*

Die Bewertungskriterien orientierten sich dabei am EU Ecolabel, mit welchem alle oben genannten Label verglichen wurden. Dazu wurde jeder Kriterienkatalog der Label differenziert analysiert und darauf eine qualifizierte Einschätzung basiert. Im Ergebnis stellte sich heraus, dass Green Sign (höchste Stufe) nach derzeitigem Stand die meisten im EU Ecolabel adressierten Anforderungen zumindest teilweise betrachtet und der DEHOGA-Umweltcheck (alle Stufen) die wenigsten. Auch EcoLabelLux sowie Nordic Swan erfüllen knapp die Hälfte der Kriterien zumindest teilweise und inkludieren zudem über die Hälfte der MUSS-Kriterien des EU Ecolabels. Die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit steht bei allen Labeln im Fokus.

Es zeigte sich, dass alle Zertifizierungsorganisationen besonderen Wert auf die Einsparung von Ressourcen legen. Hier geht es sowohl um Wasser und Energie als auch um Abfallvermeidung; Informationsaushänge und Aufforderungen zur Mitgestaltung werden als Instrumente genannt. Die Verbrauchsüberwachung ist ein zentrales Instrument zur Ressourceneinsparung und wird dementsprechend mit Ausnahme eines Siegels von allen verlangt.

Bezüglich der sozialen Nachhaltigkeit fokussieren sich die meisten Label darauf, inwiefern die Mitarbeitenden in die Entwicklung des Unternehmens miteinbezogen werden und Möglichkeiten zur Teilnahme an Schulungen erhalten. Nur vereinzelt werden die Arbeitsbedingungen, freiwillige soziale Leistungen sowie Engagement für das soziale Umfeld des Hotels beurteilt, und es gibt kaum konkrete Vorgaben. Vielmehr wird hier Spielraum für das Hotel gelassen, für Leistungen im sozialen Bereich Zusatzpunkte zu erhalten.

In den Zertifizierungsprozessen gibt es große Unterschiede: Es gibt keinen erkennbaren Konsens, auf welche Kriterien besonders Wert gelegt wird, wie viele Kriterien in welchem Maße erfüllt werden müssen oder durch wie viele und wie spezifische Indikatoren diese gestützt werden. Auch in den Preisstrukturen gibt es große Divergenzen. Hier fehlt zudem bei nahezu allen Labeln eine Aufstellung, wie sich die Kosten für die Zertifizierung zusammensetzen. Eine der wenigen Gemeinsamkeiten besteht darin, dass fast alle Zertifizierungsorganisationen die Prüfung der Betriebe durch unabhängige Dritte durchführen lassen. Durch welche Verfahren die Kriterienkataloge entstanden sind, und ob und durch wen sie überprüft wurden, ist hingegen kaum ersichtlich.

Insgesamt ergab die vergleichende Analyse aber auch, dass die Kriterien und Indikatoren des EU-Ecolabels im Hinblick auf den Stand der Forschung fortzuschreiben und zu einem neuen Referenzstandard weiterzuentwickeln sind.

### **Empfehlungen für die Akteure in Politik und Verwaltung**

Das Bundesverwaltungsamt als wichtiger institutioneller Kunde sowie als Vorbild für andere Kunden insbesondere aus der Privatwirtschaft sollte seine Buchungsentscheidung an eine durch entsprechende Label ausgewiesene Nachhaltigkeitsleistung binden.

Um eine kontinuierliche Verbesserung der Anforderungen der Zertifizierungsorganisationen bzw. der Nachhaltigkeitsleistung der Betriebe zu fördern, sollte eine staatliche Akkreditierung von Nachhaltigkeitslabeln bzw. Zertifizierungsorganisationen in Erwägung gezogen werden. Diese Maßnahme würde für die Gäste vertrauensbildend wirken und auch den Hotels die notwendige Orientierung bei der Auswahl geeigneter Label geben. Ein eigenes nationales

---

<sup>1</sup> Das Label wird inzwischen vom Markt genommen.

staatliches Nachhaltigkeitslabel erscheint dagegen angesichts des vorhandenen europäischen EU Ecolabels sowie der Vielzahl der bereits etablierten sonstigen Anbieter und deren langfristig aufgebauter Expertise derzeit nicht notwendig.

Neben diesem Anreiz zur Zertifizierung sollte die Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung der Hotels auch direkt durch Förderprogramme,<sup>2</sup> Schulungen und Informationskampagnen stimuliert werden. Diese Instrumente sollten insbesondere die derzeit bestehenden Lücken der Label im sozialen sowie im Governance-Bereich adressieren.

### **Empfehlungen für die Zertifizierungsorganisationen**

Die Zertifizierungsorganisationen stehen vor der Herausforderung, einerseits Umsätze durch die Vergabe von Labeln zu generieren, andererseits aber die Leistungen der Unternehmen im Zertifizierungsprozess objektiv bewerten zu müssen. Um diesen Interessenkonflikt zufriedenstellend aufzulösen, müssen die Zertifizierungsorganisationen die von ihnen geforderten Standards transparent machen, wissenschaftlich begleiten lassen und kontinuierlich verbessern. Insbesondere Eindeutigkeit und Nachprüfbarkeit der Kriterien und deren Hinterlegung mit validen Indikatoren müssen sichergestellt sein. Auch sollte das zugrundeliegende Nachhaltigkeitsverständnis insgesamt holistischer werden, indem die Kriterien sets insbesondere um soziale und Governance-Kriterien ergänzt werden. Eine Kontrolle der Einhaltung der Kriterien durch unabhängige Dritte sollte obligatorisch sein.

Durch diese Maßnahmen können die Zertifizierungsorganisationen ihre Legitimität nachhaltig sichern, und es kann sich ein qualitätssteigernder Wettbewerb zwischen den Anbietern entwickeln. Kurzfristiges Ziel der Zertifizierungsorganisationen muss eine gesteigerte Marktabdeckung sein. Dabei sind insbesondere die ökonomische Leistungsfähigkeit sowie die sonstigen betrieblichen Möglichkeiten privat geführter kleiner und mittlerer Hotels bei der Preisgestaltung und den Anforderungskatalogen für die Vergabe des Labels zu berücksichtigen. Schließlich sollte auch die Zusammenarbeit der Zertifizierungsorganisationen mit Distributionssystemen und Online Travel Agencies (OTAs)<sup>3</sup> ausgeweitet werden, sodass die Buchungsentscheidung für nachhaltige Hotels erleichtert wird.

### **Empfehlungen für die Betriebe**

Die Hotels sollten unabhängig von einer Zertifizierung die Integration des Nachhaltigkeitsgedankens in ihre Betriebsstrategie forcieren, sodass Nachhaltigkeits- und konventionelle Betriebsziele ein komplementäres Verhältnis bilden. Damit können die Betriebe einerseits die Ansprüche ihrer Stakeholdergruppen befriedigen und andererseits möglichen, potenziell die betriebliche Autonomie einschränkenden Regulierungen zuvorkommen. Um diesen Wandel zu begleiten, sollten sich insbesondere die Fach- und Führungskräfte der Hotels regelmäßig im Nachhaltigkeitsbereich weiterbilden.

Ein solches proaktives, marktorientiertes Nachhaltigkeitsverständnis impliziert die offensivere Nutzung der eigenen Nachhaltigkeitsbemühungen im Marketing, um Nachfrage und Preisbereitschaft der Gäste zu stimulieren. Goutiert der Markt diese Anstrengungen, entwickelt sich ein Wettbewerb Richtung Nachhaltigkeitsperformance, der schlussendlich zu leistungsfähigeren und damit auch resilienteren Betrieben führt.

---

<sup>2</sup> Es bestehen bereits konkrete Förderprogramme für die Hotellerie, die in der Datenbank des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz ([www.foerderdatenbank.de](http://www.foerderdatenbank.de)) zusammengefasst sind.

<sup>3</sup> Eine Online Travel Agency (OTA) ist ein Online- oder App-basierter Marktplatz, der Hotelzimmer, Transportmittel, Unterkünfte, Flugtickets, Restaurants und Erlebnisse an Verbraucher vermittelt, die diese sofort buchen und bezahlen können.

## Summary

Sustainability labels and environmental certificates are becoming increasingly important in consumer decision-making. They stand at the interface between supply and demand and often serve as a proof of special sustainability performance for those asking for them. Despite this general necessity of sustainability certifications, the situation in the hotel sector is unsatisfying. For example, the market penetration of all sustainability certificates among German hotels is only about 5%, with an average of just over 50 hotels holding the same certificate. Thus, there is a lack of labels that can facilitate consumer decision-making and close the gap between consumer attitudes and behaviour (Attitude-Behaviour Gap).

Against this background, the report aims to examine the existing market situation of sustainability labels for hotels and to evaluate them with regard to their suitability for identifying truly sustainable hotels. This evaluation should enable private individuals and employees in enterprises and public authorities to select sustainable establishments when travelling. The consideration of sustainable businesses in the future supported by the Federal Government's programme of measures for sustainability or the procurement behaviour of the Federal Office of Administration could trigger a competition for more quality and engagement for sustainability. Greater demand for certified businesses can make an important contribution to resource conservation and climate protection. Furthermore, it also creates an incentive for businesses to participate, and overall promotes a development towards sustainability excellence within the hotel industry.

In a first step, eligible labels were selected. So-called Type I labels and labels that are similar to these Type I labels were chosen, i.e., those that voluntarily submit to a programme based on several transparent criteria and are regularly audited by an external institution. Type I labels are furthermore typically characterised by the following features:

- ▶ Environmental criteria are an integral part,
- ▶ Methodological approach is life cycle-based,
- ▶ Excellent performance is rewarded,
- ▶ Assessment considers existing national or international regulations and incorporates them.

So-called Type II labels were not taken into account, as here the companies do not submit to an externally defined set of rules, but develop their own specific sustainability criteria, which, although potentially externally verified, do not achieve an effective improvement of the labelled product or business.

15 German and international labels were compared primarily regarding their ecological standards. The above-mentioned requirements were met above all by the following labels, which were included in the further investigation: *HRS Green Stay*, *TourCert*, *Viabono*, *Biohotels*, *DEHOGA-Umweltcheck (Gold/Silver/ Bronze)*, *Certified Green Hotel*, *Green Sign*.

Analyzed labels, which are mainly awarded to companies in other European countries or globally were: *EcoLabel Lux*, *Booking Sustainability Badge*, *Nordic Swan*, *EarthCheck*, *Green Globe*, *Green Key*, *Green Pearls*, and *Travelife*.

The assessment criteria were based on the EU Ecolabel, with which all the above-mentioned labels were compared. Each set of criteria for the labels was analysed in detail and a qualified assessment was based on this. As a result, it was found that Green Sign (highest level) currently fulfils most of the requirements addressed by the EU Ecolabel, at least in part, and DEHOGA-

Umweltcheck (all levels) fulfils the fewest. EcoLabelLux and Nordic Swan also fulfil almost half of the criteria at least partially and also include more than half of the EU Ecolabel's MUST criteria. All labels focus on the ecological dimension of sustainability.

It becomes apparent that all certification organisations place particular emphasis on saving resources. This concerns water and energy as well as waste prevention. Information displays and calls for participation are mentioned as instruments. Consumption monitoring is a central instrument of saving resources and is accordingly required by all except one label.

Regarding social sustainability, most of the labels focus on the extent to which employees are involved in the development of the company and are given opportunities to participate in training. Only in a few cases are the working conditions, voluntary social services, and commitment to the social environment of the hotel assessed, and there are hardly any concrete requirements. Rather, there is room for the hotel to receive additional points for achievements in the social area.

The certification processes differ widely. There is no discernible consensus on which criteria are particularly important, how many criteria must be fulfilled and to what extent, or by how many and how specific indicators these need to be supported. There are also great differences in the price structures. Here, too, almost all certificates lack a list of how the costs for certification are made up. One of the few commonalities is that almost all certification organisations have the audit of the applying companies carried out by independent third parties. However, the procedures by which the criteria catalogues were developed and whether and by whom they were checked are hardly evident.

Overall, however, the comparative analysis also revealed that the criteria and indicators of the EU Ecolabel should be updated in line with the current state of research and further developed into a new reference standard.

### **Recommendations for the actors in politics and administration**

The Federal Office of Administration as an important institutional customer and as a role model for other customers, especially from the private sector, should tie its booking decision to a sustainability performance proven by corresponding labels.

In order to promote a continuous improvement of the requirements of the certification organisations and the sustainability performance of the companies, a state accreditation of sustainability labels or certification organisations should be examined. This measure would have a confidence-building effect for guests and also give hotels the necessary orientation when selecting suitable labels. A separate state-run sustainability label, on the other hand, does not seem necessary at present in view of the existing European EU Ecolabel and the large number of established providers whose expertise has been built up over the long term.

In addition to this incentive for certification, the improvement of the hotels' sustainability performance should also be stimulated directly through promotional programmes, training, and information campaigns. These instruments should especially address the currently existing gaps of the labels in the social as well as in the governance area.

### **Recommendations for the certification organisations**

The certification organisations are faced with the challenge of generating revenue by awarding certifications on the one hand, while on the other hand having to objectively evaluate the companies' performance in the certification process. In order to resolve this conflict of interest satisfactorily, the certification organisations must make the standards they demand transparent, have them scientifically monitored, and continuously improve them. In particular, the

unambiguousness and verifiability of the criteria and their backing with valid indicators must be ensured. The underlying understanding of sustainability should also become more holistic overall by supplementing the criteria sets with social and governance criteria in particular. Monitoring of compliance with the criteria by independent third parties should be mandatory.

Through these measures, the certification organisations can secure their legitimacy in the long term, and quality-enhancing competition can develop between the providers. The short-term goal of the certification organisations must be to increase market coverage. In particular, the economic performance and other operational possibilities of privately managed small and medium-sized hotels should be taken into account in the pricing and regarding the catalogue of requirements for the award of the label. Finally, cooperation of the certification organisations with distribution systems and OTAs<sup>4</sup> should be expanded so that the booking decision in favor of sustainable hotels is facilitated.

### **Recommendations for the hotels**

Independently of certification, hotels should push for the integration of sustainability into their core strategy so that sustainability and conventional goals form a complementary relationship. In this way, the hotels can satisfy the demands of their stakeholder groups on the one hand, and on the other hand avoid possible regulations that could potentially restrict their autonomy. In order to accompany this change, especially the professional and managerial staff of the hotels should regularly educate themselves in the field of sustainability.

Such a proactive, market-oriented understanding of sustainability implies the intensified use of one's own sustainability efforts in marketing in order to stimulate demand and price willingness of guests. If the market appreciates these efforts, competition develops in the direction of sustainability performance, which ultimately leads to more efficient and thus also more resilient businesses.

---

<sup>4</sup> An online travel agency (OTA) is an online or app-based marketplace that provides hotel rooms, transportation, accommodations, airline tickets, restaurants and experiences to consumers who can book and pay for them instantly.



# 1 Einleitung

Im Kontext nachhaltigen Konsums sollen Zertifizierungssysteme Konsument\*innen als vertrauenswürdige Orientierungshilfe bei der Auswahl nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen, der Anbieterseite im Umkehrschluss als Marketinginstrument dienen (Reschl, 2019). Die angestrebte Veränderung von Konsum- und Produktionsprozessen zugunsten einer nachhaltigen Entwicklung und der damit verbundene Wandel, der die Transformation industrialisierter Konsum- und Wegwerfgesellschaften einleiten soll, sollte aber breiter interpretiert werden. Im Hinblick auf Nachhaltigkeit im Konsum kommen auch dem Staat und anderen öffentlichen und privaten Akteursgruppen wichtige Rollen zu. Unabhängig davon, wieviel Verantwortung und Einfluss der Nachfrageseite letztlich zugesprochen wird, machen es die *„Multidimensionalität und Komplexität von Nachhaltigkeit [...] schwierig und aufwändig, im Konsumalltag die 'nachhaltig richtige' Entscheidung zu treffen“* (Brunner & Christanell, 2014, S. 44). An diesem Punkt setzen Umweltkennzeichnungen als Distinktionsmerkmal zwischen konventionellen und nachhaltigeren Produkten bzw. Dienstleistungen an.

Die Bereiche Zertifizierung bzw. Labelling spielen bereits seit einigen Jahren eine bedeutende Rolle in der Hotellerie, nicht zuletzt, weil es sich bei der Hotellerie-Dienstleistung um ein für Konsument\*innen a priori wenig transparentes Leistungskonstrukt handelt, das durch das Zusammenwirken bzw. die Sukzession einer Vielzahl von Faktoren als Erlebnis für den Gast entsteht, welches dessen Erwartung erfüllt oder übertrifft (Lovelock, 1983). Diese Eigenschaften machen Hotellerie-Dienstleistungen gleichzeitig anfällig für Greenwashing, also die Nutzung von Marketing- oder PR-Maßnahmen zum Vortäuschen umweltfreundlicher Produkt- bzw. Dienstleistungseigenschaften (Chen, Bernard, & Rahman, 2019).

Wenngleich analog zu anderen Industriezweigen effizienzsteigernde Standardisierungen vorgenommen werden, sind die tatsächlich erbrachten Dienstleistungen aufgrund der distinkten Erwartungen und Bedürfnisse der Gäste deutlich weniger homogen als bei tangiblen Industrieprodukten (Lovelock, 1983). Auch durch die Nichtlagerfähigkeit von Dienstleistungen ergibt sich deren konkrete Ausgestaltung im individuellen Zusammenwirken zwischen Gastgebenden und Gast, dem sogenannten Co-Creation-Prozess (Prebensen, Vittersø, & Dahl, 2013).

Vor diesem Hintergrund ergibt sich eine Informationsasymmetrie zwischen Anbietenden und Konsumierenden der Hoteldienstleistung und damit die Notwendigkeit für Zertifizierungen in der Hotellerie, die den Kund\*innen eine Einschätzung der angebotenen Dienstleistungen und Produkte hinsichtlich individueller Kaufkriterien ermöglichen (Thøgersen, 2000). Dies ist insbesondere wichtig, da die Nachfrage nach nachhaltigen und umweltfreundlichen Dienstleistungen in den letzten Jahren zugenommen hat und die Kund\*innen immer sensibler für die Auswirkungen ihres Konsums auf die Umwelt sind (Becken & Miller, 2016). Durch Labelling wird es Kund\*innen ermöglicht, Qualität und Nachhaltigkeit der angebotenen Dienstleistungen einfacher und über direkte Informationen zu beurteilen und fundierte Entscheidungen entlang der eigenen Überzeugungen und Standards zu treffen. Entspricht die Dienstleistung den eigenen Präferenzen, wirkt sich dies i.d.R. positiv auf die Zahlungsbereitschaft aus (Kang, Stein, Heo, & Lee, 2012).

Mithilfe von Zertifizierungen können Hotels auch ihre eigene Nachhaltigkeitsleistung verbessern, Alleinstellungsmerkmale aufbauen, Qualität, Glaubwürdigkeit und Image verbessern und neue Zielgruppen ansprechen (Grankvist, Dahlstrand, & Biel, 2024; Luchs, Naylor, Irwin, & Raghunathan, 2010). Labels können auch als Handlungsleitfaden für die Umsetzung von

Nachhaltigkeitspraktiken in Hotels und somit gleichzeitig der Optimierung von Prozessen, Strukturen und Dienstleistungen dienen (Salmi, 2013).

Darüber hinaus können Label in der Hotellerie dazu beitragen, die Umweltauswirkungen der Branche zu reduzieren. Hotels können durch die Ausrichtung entlang der Vorgaben eines Labels einen Beitrag zur Reduzierung ihres ökologischen Fußabdrucks leisten, indem sie z. B. ihren CO<sub>2</sub>-Ausstoß minimieren und damit dazu beitragen, die Umwelt zu schonen (Galarraga Gallastegui, 2002). Gleichzeitig wird aus der Charakterisierung der Hoteldienstleistung deutlich, dass davon vielfältige Nachhaltigkeitswirkungen ausgehen, die sich nicht nur auf Umweltauswirkungen wie Abfall, Flächenverbrauch oder CO<sub>2</sub>-Fußabdruck beschränken, sondern auch soziale (Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden entlang der Wertschöpfungskette; Ressourcenkonkurrenz z. B. im Bereich Lebensmittel) und ökonomische Aspekte (z. B. lokale Wertschöpfung für diverse Stakeholdergruppen, Steuerzahlungen) umfassen (Torres, 2003).

Durch die positiven Erfahrungen mit Klassifizierungssystemen wie der bekannten Deutschen Hotelklassifizierung („Hotelsterne“) des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA), welche die Informationsasymmetrie verringert und Buchungsentscheidungen erleichtert haben (Shabardina, 2020), war es für die Hotelindustrie naheliegend, Äquivalente für den Bereich Nachhaltigkeit zu finden, zumal sich jener Bereich von einem Nischenthema zunehmend zu einem zentralen Kaufkriterium entwickelt hat und auch Stakeholder wie Staat und Verbände deutlich intensiveren Legitimierungsdruck auf die Hotelindustrie ausüben.

Folglich bestand die Herausforderung für die Zertifizierungsanbieter darin, das komplexe Phänomen Nachhaltigkeit durch entsprechende Systeme zu erfassen und gegenüber den Marktteilnehmer\*innen und weiteren Stakeholdern glaubhaft zu repräsentieren (Strasdas, Balaš, & Zeppenfeld, 2016).

Trotz dieser grundsätzlichen Notwendigkeit von Nachhaltigkeitszertifizierungen bleibt jedoch festzuhalten, dass die Marktdurchdringung aller Nachhaltigkeitslabel bei den deutschen Hotels nur bei etwa 5 % liegt, wobei durchschnittlich nur knapp über 50 Hotels das gleiche Label tragen. Neben den teils hohen Kosten einer Zertifizierung ist vor allem das u.U. nur mit hohem Aufwand (u. a. betriebliche Umstellungen; Ermittlung der relevanten Daten für die Zertifizierung)<sup>5</sup> zu erfüllende Anforderungsniveau ein Hinderungsgrund für eine höhere Quote zertifizierter Hotels (Strasdas et al., 2016).

Neue Dynamik erfährt der Bereich Zertifizierung allerdings durch die Bundesregierung, die als wichtiger Stakeholder im Maßnahmenprogramm Nachhaltigkeit – Weiterentwicklung 2021 „Nachhaltigkeit konkret im Verwaltungshandeln umsetzen“ vom 25. August 2021 in Weiterentwicklung des Maßnahmenprogramms Nachhaltigkeit vom 30. März 2015 Schritte in verschiedenen Bereichen (z. B. Bau, Sanierung und Betrieb der Bundesliegenschaften, Mobilität, Beschaffung, Veranstaltung, Kantinen/Gemeinschaftsverpflegung) beschlossen hat, die nachhaltigkeitsrelevante Entscheidungen von Behörden und Einrichtungen maßgeblich beeinflussen. Im Bereich Mobilität werden die Dienstreisen des Bundes thematisiert und dabei auch die Hotellerie. Konkret heißt es: *„Das vom BMI mit BMF herausgegebene Hotelverzeichnis wird sukzessive bis Ende 2023 auf zertifizierte nachhaltige Hotels umgestellt. Sofern kein Hotel des Verzeichnisses gewählt werden kann, können bis zu 20 % höhere Kosten für ein zertifiziertes*

---

<sup>5</sup> Gleichzeitig besteht eine Möglichkeit zur Aufwandsreduktion, indem Förderungen für größere Investitionen in Anspruch genommen werden.



*nachhaltiges Hotel anerkannt werden. Die entsprechenden Kriterien werden mit UBA und BMU abgestimmt“ (Die Bundesregierung, o. D., S. 10).*

Die Umsetzung des Ziels der Bundesregierung unterliegt verschiedenen Randbedingungen, insbesondere noch weiteren Vorgaben, die sich aus dem Maßnahmenprogramm Nachhaltigkeit der Bundesregierung (MPNH) ergeben sowie weiterer beschaffungsrechtlicher Bestimmungen, die zu berücksichtigen sind.

In erster Linie ist die Anlage 1 des MPNH zu berücksichtigen. Hier ist produktgruppenübergreifend geschrieben, dass „[...] vergaberechtlich anerkannte Gütezeichen (Umwelt- und/oder Sozialzeichen) zu berücksichtigen [sind]. Hierzu zählen staatliche Zeichen wie Blauer Engel, EU Ecolabel, Biosiegel und andere Typ 1-Umweltzeichen [...]“ (MPNH, Anlage 1, S. 1). Einen Blauen Engel für Beherbergungsbetriebe gibt es nicht<sup>6</sup>; dafür aber ein EU Ecolabel für Beherbergungsbetriebe (Europäische Kommission, 2017).

Das MPNH der Bundesregierung macht aber noch weitere zu berücksichtigende Vorgaben, beispielsweise zur Abfallreduktion, zu umweltverträglichen Verpackungen und zu Lebensmitteln aus fairem Handel (Die Bundesregierung, o. D.).

In der oben zitierten Anlage 1 des MPNH ist aber auch zu entnehmen, dass andere (gleichwertige) Label zugelassen sind. Daher wurden verschiedene Label-Vergleichsportale gesichtet, um zu prüfen, welche weiteren Label zur Verfügung stehen. Auf dem Portal Siegelklarheit, einem Bewertungsportal für Umwelt- und/oder Sozialzeichen,<sup>7</sup> wird die Produktgruppe Beherbergungsbetriebe nicht geführt. Das Portal Label-online<sup>8</sup> führt den Bereich Tourismus und Mobilität, in dem auch Label für Beherbergungsbetriebe zu finden sind. Die Bewertung fokussiert jedoch nicht auf ökologische (oder soziale) Kriterien, sondern auf Fragen der Transparenz, Unabhängigkeit und Kontrolle des Labels. Weiterhin wurden bei anderen Portalen und Vergleichen von nicht-staatlichen Organisationen Mängel am Vorgehen bei der Bewertung identifiziert: So sind beispielsweise die Bewertungskriterien nicht transparent dargelegt (CERTIFICATION QUICKFINDER von Ecotrans e.V., o. D.) oder das jeweils erreichte Niveau der Label ist nicht klar (Global Sustainable Tourism Council (GSTC), o. D. oder der Wegweiser durch den Labeldschunel von Naturfreunde Internationale; Tourism Watch I Brot für die Welt – Evangelisches Werk für Diakonie und Entwicklung e. V.; ECOTRANS e. V.; fairunterwegs, 2023).

Wie oben bereits erwähnt, enthält das MPNH der Bundesregierung bereits weitere Vorschriften, die auf Bundesebene zu berücksichtigen sind. Auch die Allgemeine Verwaltungsvorschrift zur Beschaffung von klimafreundlichen Leistungen (AVV Klima) enthält in der Anlage 1 verschiedene Produkte, die durch Beschaffende der Bundesebene im Regelfall nicht mehr zu beschaffen sind.<sup>9</sup> Einige der hier aufgeführten Produkte sind auch für Beherbergungsbetriebe von Relevanz, so z. B. die Anforderung an Kühl- und Gefriergeräte, Geräte zur Beheizung und zur

---

<sup>6</sup> Siehe die Internetseite des Blauen Engels: [www.blauer-engel.de](http://www.blauer-engel.de)

<sup>7</sup> Das Portal liegt in der Verantwortung der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Es ist ein Projekt des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ) in Kooperation mit weiteren Ressorts der Bundesregierung; [www.siegelklarheit.de](http://www.siegelklarheit.de)

<sup>8</sup> Das Portal liegt in der Verantwortung des Bundesverbandes Verbraucher Initiative e.V., gefördert durch das Bundesministerium der Justiz und Verbraucherschutz; [www.label-online.de](http://www.label-online.de)

<sup>9</sup> Allgemeine Verwaltungsvorschrift zur Beschaffung klimafreundlicher Leistungen (AVV Klima) vom 19. Oktober 2021, BAnz AT 22.10.2021 B1, [https://www.verwaltungsvorschriften-im-internet.de/bsvwvbund\\_19102021\\_IB3.htm](https://www.verwaltungsvorschriften-im-internet.de/bsvwvbund_19102021_IB3.htm)

Kühlung des Luftraums außerhalb von umschlossenen Räumen oder an Einwegverpackungen. Auch diese Anforderungen sind zu berücksichtigen.

Die Verwendung von Gütezeichen unterliegt ebenfalls Vorgaben. Für Gütezeichen sind dies insbesondere der Paragraph 34 VgV<sup>10</sup> (siehe Exkurs). Diese Vorgaben sind bei der Bewertung von Labels oder auch bei der Formulierung von Anforderungen zu berücksichtigen.

#### **Exkurs: Anforderungen an Gütezeichen gemäß § 34 VgV**

(2) Das Gütezeichen muss allen folgenden Bedingungen genügen:

1. Alle Anforderungen des Gütezeichens sind für die Bestimmung der Merkmale der Leistung geeignet und stehen mit dem Auftragsgegenstand nach § 31 Absatz 3 in Verbindung.
2. Die Anforderungen des Gütezeichens beruhen auf objektiv nachprüfbaren und nichtdiskriminierenden Kriterien.
3. Das Gütezeichen wurde im Rahmen eines offenen und transparenten Verfahrens entwickelt, an dem alle interessierten Kreise teilnehmen können.
4. Alle betroffenen Unternehmen haben Zugang zum Gütezeichen.
5. Die Anforderungen wurden von einem Dritten festgelegt, auf den das Unternehmen, das das Gütezeichen erwirbt, keinen maßgeblichen Einfluss ausüben konnte.

Der § 34 Abs. 2 VgV stellt Anforderungen an Gütezeichen, die zum einen die Kriterien des Gütezeichens betreffen (Nummern 1 und 2 des § 34 Abs. 2 VgV) und zum anderen das Verfahren zur Aufstellung und Vergabe der Gütezeichen beschreiben (Nummern 3 bis 5 des § 34 Abs. 2 VgV). Außerdem müssen Gütezeichen geeignet sein, um den Auftragsgegenstand zu beschreiben, und sie müssen mit dem Auftragsgegenstand in Verbindung stehen nach § 31 Abs. 3 VgV. Der § 31 Abs. 3 VgV besagt, dass diese Merkmale einerseits auch Aspekte der Qualität und der Innovation sowie soziale und umweltbezogene Aspekte betreffen. Andererseits können sie sich auch auf den Prozess oder die Methode zur Herstellung oder Erbringung der Leistung oder auf ein anderes Stadium im Lebenszyklus des Auftragsgegenstandes einschließlich der Produktions- und Lieferkette beziehen, auch wenn derartige Faktoren keine materiellen Bestandteile der Leistung sind, sofern diese Merkmale in Verbindung mit dem Auftragsgegenstand stehen und zu dessen Wert und Beschaffungszielen verhältnismäßig sind. Damit können auch Faktoren, die kein materieller Bestandteil der Leistung sind, in der Leistungsbeschreibung gefordert werden, wie z. B. die Einhaltung der Kernübereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation. Nicht in Verbindung mit dem Auftragsgegenstand stehen allgemeine Anforderungen an die Unternehmens- oder Geschäftspolitik ohne konkreten Bezug zum Auftrag (z. B. allgemeine Ausbildungsquoten, Quotierungen von Führungspositionen zugunsten der Frauenförderung, generelle Beschäftigung von Langzeitarbeitslosen) (Schneider, 2023).

Weiterhin gibt es im Rahmen der Normung ebenfalls Vorgaben für Umweltzeichen, deren Anforderungen ebenfalls zu berücksichtigen sind.

Sowohl der Blaue Engel als auch das EU Ecolabel sind sogenannte ISO 14024 Typ-I-Umweltzeichen.

<sup>10</sup> Verordnung über die Vergabe öffentlicher Aufträge (Vergabeverordnung - VgV); [https://www.gesetze-im-internet.de/vgv\\_2016/VgV.pdf](https://www.gesetze-im-internet.de/vgv_2016/VgV.pdf).

Die ISO-Norm 14024 definiert Typ I-Label als „freiwilliges, auf mehreren Kriterien beruhendes Programm, auf dessen Grundlage von Dritten festgelegte Lizenzen zum Gebrauch des für Produkte berechtigten Umweltzeichens vergeben werden, die unter Berücksichtigung des Lebensweges des betreffenden Produktes innerhalb einer bestimmten Produktkategorie unter Umweltaspekten vorzuziehen sind, bestimmte Produkte mit Umweltzeichen zu versehen, wodurch angezeigt wird, dass der Lebensweg des betreffenden Produktes untersucht wurde und es aufgrund dessen innerhalb einer bestimmten Produktkategorie, soweit es den Umweltaspekt angeht, zu präferieren ist“ (DIN EN ISO 14024, S. 3).

Typ I-Label zeichnen sich (idealtypisch) durch folgende Charakteristika aus (Gruère, 2013, S. 15):

- ▶ Anwendung multipler, transparenter Kriterien
- ▶ lebenszyklusbasierter Ansatz
- ▶ Umweltleistung durch dritte Partei überprüft
- ▶ Auszeichnung exzellenter Produkte [bzw. Dienstleistungen]
- ▶ prädefinierte Umweltkriterien
- ▶ Anwendbarkeit auf diverse Produktkategorien
- ▶ häufig: Involvierung von Regierungsstellen

Ein weiteres herauszustellendes Merkmal ist, dass der Prozess der Kriterienerarbeitung sehr transparent geführt wird, alle Interessierten sich hierbei einbringen können und die Nachweisführung nachvollziehbar ist. Des Weiteren ist eine Drittzertifizierung erforderlich. Dieses sehr transparente Verfahren trägt zur hohen Glaubwürdigkeit dieser ISO 14024 Typ I-Umweltzeichen bei (DIN EN ISO 14024). Weitere ISO 14024 Typ I-Umweltzeichen sind das Österreichische Umweltzeichen sowie der Nordic Swan. Diese sind vereint unter dem Dach des Global Ecolabelling Network (GEN).<sup>11</sup>

Alternativ zu den ISO 14024 Typ I-Umweltzeichen gibt es die ISO 14021 Typ II-Umweltzeichen (DIN EN ISO 14021). Diese konzentrieren sich häufig auf einen einzelnen Umweltaspekt (z. B. auf die Klimaauswirkungen); greifen aber auch komplexere Informationen auf. Von besonderer Bedeutung ist, dass diese ISO Typ II-Umweltzeichen regelmäßig als freiwillige Selbsterklärung vorliegen, d. h. es besteht keine unabhängige Zertifizierung. Dies beeinflusst selbstverständlich die dahinter liegende Glaubwürdigkeit des Labels. In der Regel umfasst diese Gruppe der Typ II-Umweltzeichen unternehmenseigene Label.

---

<sup>11</sup> <https://globalecolabelling.net/>

## 2 Definition und theoretische Funktion von Zertifizierungen

Zertifizierung beschreibt im Allgemeinen einen Prozess, bei welchem eine meist unabhängige, spezialisierte Fachstelle die Konformität eines Produktes, einer Dienstleistung oder eines Systems mit vorbestimmten Standards oder Anforderungen mithilfe festgelegter Verfahren überprüft und bestätigt. Der Ablauf der Zertifizierung umfasst Bewerbung, Selbstauskunft und Durchführung von Prüfungen, Inspektionen und/oder Audits, um sicherzustellen, dass die betreffende Entität den definierten Kriterien entspricht. Nach erfolgreichem durchlaufenem Zertifizierungsverfahren wird als sichtbarer, komprimierter Ausweis der Erfüllung der entsprechenden Kriterien das Label verliehen. Labeln kommt damit eine nicht unerhebliche Funktion innerhalb des Marktmechanismus zu. Sie stehen an der Schnittstelle zwischen Angebot und Nachfrage und sollen als objektiver ‚Ausweis‘ von Nachhaltigkeitsleistungen fungieren (Thøgersen, 2000; Torma & Thøgersen, 2021).

Label unterstützen den Marktmechanismus somit, indem sie die Transparenz für die Verbraucher\*innen erhöhen und dadurch das Vertrauen in den Markt stärken (Dhar & Hoch, 1997). Durch ein Label können Verbraucher\*innen leichter, transparenter und direkter Informationen über bestimmte Merkmale des Produkts oder der Dienstleistung erhalten, wie z. B. Umweltfreundlichkeit, Fair Trade oder Bio-Qualität (Thøgersen, 2000).

Gleichzeitig sollen Label über den Marktmechanismus die nachhaltigkeitsorientierte Ausrichtung der Betriebe fördern und eine Entwicklung in Richtung Nachhaltigkeitsperformance induzieren. In Anlehnung an die Definition von Typ I-Umweltkennzeichnungen nach ISO 14024 ist das Ziel von Nachhaltigkeitslabeln demnach, *„durch Mitteilung von überprüfbaren, genauen und nicht irreführenden Angaben zu [Nachhaltigkeitsaspekten] Angebot und Nachfrage von Produkten zu unterstützen, die weniger Umweltbelastungen verursachen, wodurch das Potenzial von marktgetriebenen kontinuierlichen [Verbesserungen im Bereich Nachhaltigkeit] angeregt wird“* (DIN EN ISO 14024, S. 4).

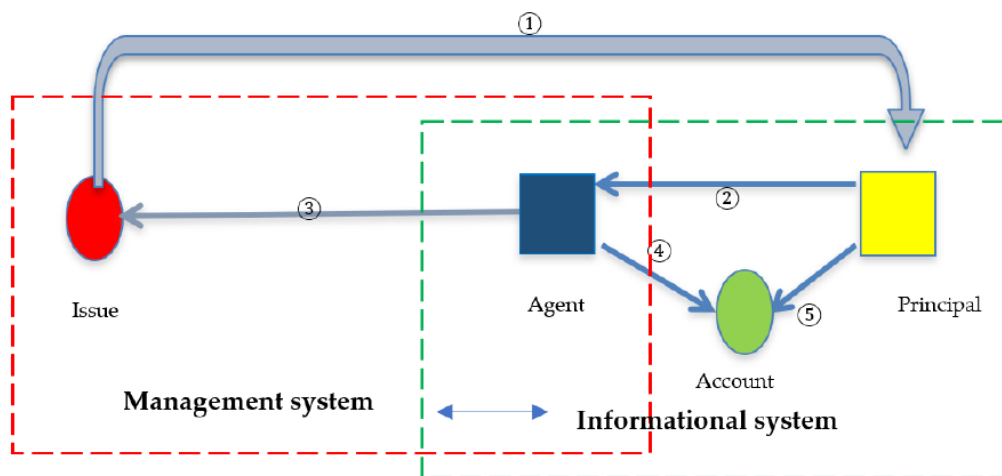
Durch das gestiegene Bewusstsein von Konsument\*innen im Bereich Nachhaltigkeit und politische Weichenstellungen sowie die daraus folgenden erhöhten Anforderungen an die Nachhaltigkeitsleistung Stakeholder-orientierter Organisationen ist also davon auszugehen, dass, sowohl in der Beherbergungsindustrie als auch in anderen Branchen, Nachhaltigkeitslabel in Zukunft relevanter und nachgefragter werden (Reschl, 2019). Gleichzeitig ist es von entscheidender Bedeutung für das Funktionieren des intendierten Marktmechanismus, inwiefern diese vertrauenswürdig sind und woran dies erkennbar ist.

Die theoretische Funktion von Labeln im Spannungsbereich zwischen den Abläufen innerhalb des Betriebes („Management system“) und der externen Kommunikation über diese Abläufe („Informational system“) an den oder die Stakeholder visualisiert (Abbildung 1). Der Stakeholder („Prinzipal“), der Durchsetzungsmacht gegenüber dem Betrieb („Agent“) besitzt, erkennt ein Nachhaltigkeitsproblem (1) und fordert dessen Adressierung durch den Agenten (2). Dessen Verbesserungsmaßnahmen (3) werden jedoch nur wahrgenommen, wenn diese Leistungen auch glaubhaft an den Prinzipal kommuniziert werden. Um seine Leistung bei der Problemlösung glaubhaft zu machen, verwendet der Agent daher einen Nachweis („Account“) (4), der durch den Prinzipal begutachtet wird (5). Aus der dargestellten Ausgangslage ist offensichtlich, dass für den Agenten ein Anreiz besteht, den Account zu manipulieren, um die eigene Leistung bei der Adressierung des Nachhaltigkeitsproblems vorteilhafter aussehen zu lassen. Dieser Anreiz ergibt sich nicht zuletzt aufgrund der Informationsasymmetrie zwischen Prinzipal und Agent (Jensen & Meckling, 1976). Eine Lösung besteht darin, weitere Ebenen aus

staatlichen oder privaten Instanzen einzusetzen, die die Ausgestaltung des Accounts festlegen und die Richtigkeit der durch den Agenten berichteten Leistung überprüfen. Im ökonomischen Bereich übernehmen erstere Aufgabe üblicherweise der Gesetzgeber und private Rechnungslegungsgremien, während die Prüfung durch speziell qualifizierte Wirtschaftsprüfer erfolgt (Antonschmidt, 2022).

Überträgt man das skizzierte Modell auf die in diesem Gutachten adressierte Problemstellung, lässt sich folgende Ausgangssituation feststellen: Das Nachhaltigkeitslabel fungiert als Account, welcher die Adressierung von Nachhaltigkeitsproblemen, die für die – institutionellen oder privaten – Kund\*innen relevant sind, durch das Hotel glaubhaft kommunizieren soll. Die Ausgestaltung des Accounts wird wiederum durch eine (externe) Zertifizierungsorganisation übernommen, die darüber hinaus externe Auditor\*innen mit der Prüfung der Nachhaltigkeitsleistung der Hotels beauftragt.

**Abbildung 1: Der grundlegende Materialitätsprozess**



Quelle: Zhou, Lamberton und Charles, 2023, S. 7

Aus bestehenden Studien ist jedoch bekannt, dass die derzeit am Markt verfügbaren Nachhaltigkeitslabel vor allem entlang zweier Dimensionen Defizite aufweisen:

- **Instrumentelle Validität:** Diese Dimension gibt grob vereinfacht an, ob die durch das Label verwendeten Messinstrumente (Indikatoren) die Leistungen in den einzelnen Nachhaltigkeitsbereichen eindeutig messen. Gibt das Label also im Sozialbereich Mitarbeitendenzufriedenheit als Ziel an, kann diese valide über Mitarbeitendenbefragungen erhoben werden. Ein Beispiel für einen nicht-validen Indikator wäre hingegen die Kündigungsquote pro Jahr, denn Kündigungen können multiple Ursachen haben, müssen mithin nicht unbedingt auf eine mangelnde Mitarbeitendenzufriedenheit hindeuten.
- **Konstruktvalidität:** Diese sagt aus, in welchem Umfang ein komplexes Konstrukt durch Messvariablen abgedeckt wird. Da das Konstrukt ‚Nachhaltigkeit‘ nach wissenschaftlichem Verständnis aus drei Dimensionen (Ökologie, Soziales, Ökonomie bzw. (je nach Definition) Governance) besteht (Ruggerio, 2021), müssen die Messvariablen auch alle diese Dimensionen umfassen. Insgesamt bleibt jedoch die Operationalisierung des Konzeptes über Indikatoren trotz bereits bestehender Initiativen wie den Global Reporting Initiative (GRI)-Standards mangelhaft.

Die nach der Logik des vorgestellten Modells als Account fungierenden Label sind aufgrund der genannten Defizite somit nicht in der Lage, die Informationslücke zu schließen, d. h. die Adressierung des durch den Prinzipal identifizierten Nachhaltigkeitsproblems zweifelsfrei auszusagen. Somit mangelt es an Labeln, die die Konsumentenentscheidung erleichtern und die Lücke zwischen Konsumenteneinstellungen und -verhalten (Attitude-Behaviour Gap) schließen können.

### 3 Ziel des Gutachtens

Ziel dieses Sachverständigengutachtens ist es, 15 Label im Hinblick auf ihr ökologisches Anspruchsniveau zu vergleichen und basierend darauf eine Empfehlung auszusprechen, welche der Label ausgewählt werden können. Hotels, die diese Label tragen, sollen dann im Einklang mit dem *Maßnahmenprogramm Nachhaltigkeit der Bundesregierung* (siehe Abschnitt 1.1.) für die Dienstreisen der Mitarbeitenden der Bundesministerien ausgewählt werden. Das zu entwickelnde Bewertungssystem soll ähnlich dem 4-Stufigen Bewertungssystem von Label-online sein.<sup>12</sup> Dabei ist auf Glaubwürdigkeit und auf ein anspruchsvolles Level hinsichtlich der Umweltanforderungen zu achten.

Die Ergebnisse dieses Gutachtens sollen helfen, den Forderungen im *Maßnahmenprogramm Nachhaltigkeit der Bundesregierung* nachzukommen, und dem Bundesministerium des Innern (BMI) und Bundesministerium der Finanzen (BMF) Label zu empfehlen, die zum einen glaubwürdig sind, und zum anderen ein anspruchsvolles Niveau hinsichtlich ihrer Umweltanforderungen haben.

In einem ersten Schritt wurden dabei 15 deutsche und internationale Label ausgewählt. Im zweiten Schritt wurden diese primär bezüglich ihres ökologischen Anspruchsniveaus verglichen. Die Basis für das Anforderungsniveau des Labelvergleichs bilden die Kriterien des EU Ecolabels, da dieses explizit im Rahmen des MPNH der Bundesregierung genannt wurde. Basierend darauf wird eine Empfehlung ausgesprochen, welche der untersuchten Label ausgewählt werden können, weil sie die Nachhaltigkeit des zertifizierten Betriebes gewährleisten.

Zu berücksichtigen ist, dass das Ergebnis des Labelvergleichs zum Zeitpunkt Juli 2023 ermittelt wurde. Da Label und Rahmenbedingungen Änderungen unterworfen sind, könnte eine erneute Prüfung zu abweichenden Ergebnissen kommen. Daraus folgt gleichzeitig, dass die vorgestellte Prüfung regelmäßig bzw. bedarfsweise wiederholt werden sollte.

---

<sup>12</sup> Siehe [www.label-online.de](http://www.label-online.de). Weiteres unter Abschnitt 4.2



## 4 Methodisches Vorgehen

### 4.1 Das EU Ecolabel als Grundlage für die Bewertung

Das EU Ecolabel wurde 1992 von der Europäischen Kommission ins Leben gerufen. Aktuelle gesetzliche Grundlage des EU Ecolabels ist die Verordnung (EG) Nr. 66/2010 des Europäischen Parlaments und des Europäischen Rates (Europäisches Parlament & Rat der Europäischen Union, 2010).

Das EU Ecolabel ist in allen 27 EU-Mitgliedsstaaten sowie in Norwegen, Island und Liechtenstein anerkannt. Das EU Ecolabel ist ein Typ I-Label nach DIN EN ISO 14024. Die wissenschaftliche Erarbeitung der Kriterien erfolgt durch das Joint Research Centre, der Forschungsstelle der Europäischen Kommission, unter Beteiligung der Mitgliedsstaaten und einer Vielzahl an Stakeholdern wie Industrieverbänden, Nichtregierungsorganisationen etc. (Europäisches Parlament & Rat der Europäischen Union, 2010). Es berücksichtigt daher die Anwendbarkeit in der gesamten Europäischen Union unter den gegebenen nationalen Rahmenbedingungen. Aus diesem Grund ist es als Vergleichsmaßstab für andere Label geeignet.

Insgesamt gibt es aktuell Anforderungen für 25 Produktgruppen, z. B. für Beherbergungsbetriebe, Wasch- und Reinigungsmittel, Kosmetikartikel, Textilien oder Hygieneprodukte. Im Jahr 2023 gab es ca. 90.000 zertifizierte Produkte oder Dienstleistungen in der gesamten EU (RAL gGmbH, 2023).

Die Anforderungen sind wissenschaftlich erarbeitet und berücksichtigen den gesamten Lebenszyklus eines Produktes/einer Dienstleistung. Ziel des EU Ecolabels ist, die Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen zu verringern und somit den Übergang Europas zur Schadstofffreiheit und Kreislaufwirtschaft voranzubringen. Produkte mit dem EU Ecolabel verursachen weniger Abfall, Verschmutzung und CO<sub>2</sub>-Emissionen, beschränken die Verwendung gefährlicher Chemikalien, gehen effizienter mit Energie, Wasser und Rohstoffen um, sind langlebiger, einfacher zu reparieren und wiederverwertbar. Mit dem Kauf dieser zertifizierten Produkte werden die Auswirkungen auf den Klimawandel, auf die Natur- und Artenvielfalt sowie Emissionen in alle Umweltmedien verringert. Je nach Produktgruppe werden zudem die sozialen und ethischen Aspekte der Herstellung berücksichtigt (European Commission. Directorate-General for Environment, 2022).

Das EU Ecolabel für Beherbergungsbetriebe ist am 25.01.2017 in Kraft getreten und hat aktuell eine Laufzeit bis Mitte 2025. Es umfasst 22 obligatorische und 45 fakultative Kriterien. Letztere sind mit Punkten unterlegt. Eine Mindestpunktzahl von 20 ist zu erreichen. Die Auswahl an optionalen Kriterien ist eine Besonderheit beim EU Ecolabel (Europäische Kommission, 2017); sie ist jedoch auf die Diversität von möglichen Beherbergungsbetriebstypen (Campingplatz, Pension, Wellnesshotels etc.) zurückzuführen. Gemäß den Internetseiten des EU Ecolabels sind aktuell<sup>13</sup> in der EU 461 Beherbergungsbetriebe mit dem EU Ecolabel zertifiziert (European Commission, o. D.).

Aufgrund der Vielzahl der obligatorischen und fakultativen Kriterien beim EU Ecolabel ist der Anforderungskatalog detailreich und fokussiert hauptsächlich auf Verbrauch, Ausstattung und Einkauf des Unternehmens. Auch der Informationsfluss an Gäste und Mitarbeitende wird abgefragt und als Standard verlangt. Ebenfalls sollen einige Kriterien bezüglich der baulichen Gegebenheiten sowie partiell im Bereich soziales Engagement erfüllt werden. Die festgelegten obligatorischen Kriterien beziehen sich auf allgemeine Verwaltung, Energie, Wasser, Abfall und

---

<sup>13</sup> Stand: März 2022.



Abwasser sowie sonstige ökologische Kriterien. Es werden nur wenige soziale Kriterien aufgeführt. Eine Übersicht der Kriterien in deutscher Sprache findet sich auf den Internetseiten des EU Ecolabels (Europäische Kommission, 2017).

Einen so anspruchsvollen und detaillierten Anforderungskatalog zu erfüllen, dürfte gerade zu Beginn einer nachhaltigkeitsorientierten Ausrichtung eines Hotels eine Herausforderung darstellen. Folglich entscheiden sich viele Hotels als Resultat von Kosten-Nutzen-Erwägungen gegen eine Zertifizierung (Schories, 2022). Dies dürfte erklären, weshalb das EU Ecolabel trotz seiner staatlichen Akkreditierung noch nicht stark am Hotelmarkt vertreten ist.

## 4.2 Auswahl der untersuchten Label

Nach dem Kick-Off-Meeting mit dem Auftraggeber im November 2022 führte das Projektteam eine initiale Recherche durch, um – neben den in der Leistungsbeschreibung bereits festgelegten Labeln – vier weitere im Rahmen des Vergleichs zu berücksichtigende Label zu identifizieren. Ein fünftes Label (HRS<sup>14</sup> Greenstay) war zudem im Laufe des Vorhabens vom Umweltbundesamt festgelegt worden (siehe Tabelle 1).

Die vom UBA ausgewählten und bereits in der Leistungsbeschreibung aufgeführten Label waren dem Portal Label-online entnommen. Das Portal Siegelklarheit adressiert die Produktgruppe Hotels nicht. Label-online stellt in einer Datenbank Informationen und Bewertungen zu in Deutschland angebotenen Labeln verschiedener Industriezweige bereit. Dabei werden die Label nach einer einheitlichen Matrix mit Punkten bewertet. Die Kriterien umfassen dabei Anspruch, Unabhängigkeit, Kontrolle sowie Transparenz. Die Bewertung folgt einem vierstufigen Schema (‚besonders empfehlenswert‘, ‚empfehlenswert‘, ‚eingeschränkt empfehlenswert‘, ‚nicht empfehlenswert‘). Unter der Kategorie „Tourismus und Mobilität“ finden sich insgesamt 68 Label – mit Produkt- bzw. Dienstleistungsbezug sind es insgesamt 14 Label. Die übrigen Label adressieren Verkehrszeichen oder Kommunalfahrzeuge. Zudem haben einige der tourismusbezogenen Label auch einen Regionalbezug oder adressieren das Managementsystem. Diese Label werden in die engere Betrachtung nicht miteingeschlossen, da ausschließlich diejenigen Label von Interesse sind, die einen Dienstleistungsbezug im Sinne einer Beherbergung bzw. Übernachtung haben und einem ISO Typ I-Label ähneln. Von den 14 Labeln mit Produkt- bzw. Dienstleistungsbezug werden fünf Label als „besonders empfehlenswert“ eingestuft (EU Ecolabel für Beherbergungsbetriebe, Green Globe Certification Standard, Green Key, TourCert, Österreichisches Umweltzeichen), acht Label als „empfehlenswert“ (Bio Hotels, Certified Green Hotels, DEHOGA Bronze, DEHOGA Silber, DEHOGA Gold, Green Sign, Travelife, Viabono) und ein Label als „eingeschränkt empfehlenswert“ (Green Pearls). Keines der Label mit Produkt- bzw. Dienstleistungsbezug wurde als „nicht empfehlenswert“ bewertet. Aus Transparenz- und Glaubwürdigkeitsgesichtspunkten sind diese Label daher fast alle zu befürworten (Label-online o. D.). Für die weitere Untersuchung wurden seitens des UBA Green Globe Certification Standard, Green Key, TourCert, Bio Hotels, Certified Green Hotels, DEHOGA Bronze, DEHOGA Silber, DEHOGA Gold, Green Sign, Travelife sowie Viabono als einzubeziehende Label genannt. Das Österreichische Umweltzeichen wurde nicht miteinbezogen, weil zahlreiche Kriterien deckungsgleich mit dem EU Ecolabel sind.

Als weitere zu untersuchende Label identifizierte das Projektteam EcoLabel Luxembourg (Luxemburg), Booking Sustainability Badge (Niederlande), Nordic Swan (Skandinavien) sowie EarthCheck (Australien): Diese Label ermöglichen eine über die EU hinausreichende Perspektive

---

<sup>14</sup> Hotel Reservation Service.

und untersuchen neben ökologischen auch soziale und weitere (z. B. kulturelle) Aspekte. Ferner bestehen für diese Label umfangreiche und transparente Kriterienkataloge; sie haben eine signifikante Verbreitung und adressieren die Beherbergung als Dienstleistung.

Die 15 zu untersuchenden Label entsprechen somit mit Ausnahme von HRS Green Stay (eine Initiative der Buchungsdienstleisters HRS und mehrerer namhafter internationaler Hotelketten) sogenannten ISO Typ I-Labeln, wobei es mehr oder weniger deutliche Abweichungen vom Idealtypus gibt.

Gleichzeitig war ein weiteres Ergebnis der initialen Recherche, dass auf den Einbezug von Labeln einzelner Hotelketten verzichtet wurde. Ohne ihren Nutzen für die Nachhaltigkeitsperformance der vergebenden Hotelkette zu beurteilen, kann zunächst konstatiert werden, dass es sich bei diesen Labeln nach der Typologie des ISO-Standards 14020 um sog. „Type II Self-declared Environmental Claims“ [Umweltbezogene Anbietererklärungen] handelt (Gruère, 2013, S. 15). Bei diesen Labeln prüft und attestiert ein Unternehmen seine eigene Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitsleistung nach selbst festgelegten Kriterien. Zwar gibt es innerhalb der Unternehmen i.d.R. spezialisierte Fachabteilungen, welche die Prüfung vornehmen; dennoch ist in dieser Konstellation ein Interessenkonflikt inhärent, da die Vergabe des Labels an die zu prüfenden Konzerneinheit – hier das einzelne Hotel – unmittelbar deren ökonomischen Erfolg und damit auch jenen des Gesamtunternehmens inklusive der prüfenden Fachabteilung determiniert. Idealtypischer Anspruch an einen ‚Environmental Claim‘ ist jedoch, dass dieser die Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitsleistung von Konzerneinheit bzw. Gesamtunternehmen objektiv wiedergibt und klar gegenüber den Stakeholdern kommuniziert. Aus dem dargelegten Interessenkonflikt entstehen allerdings Anreize für die prüfende Fachabteilung, von allgemeinen Qualitätsdimensionen von Nachhaltigkeitslabeln wie Objektivität, Vollständigkeit, Transparenz, externer Auditierung durch eine zweite oder dritte Partei oder Einbezug externer Stakeholder bewusst oder unbewusst abzuweichen (Schories, 2022).

Dass die durch die Label der Hotelketten attestierte Nachhaltigkeitsleistung sowie die Vergabekriterien unklar bleiben, zeigt sich exemplarisch an einigen Ausführungen der Unternehmen: So gibt eine internationale Hotelkette an, dass Häuser, die die zweite Vergabestufe des Kettenlabels erreicht haben *“tatsächlich begonnen haben, die Vorteile der Nachhaltigkeit für ihr Objekt zu erkennen und Schritte unternommen haben, um über die Grundlagen hinauszugehen und Lösungen wie den nachhaltigen Einkauf und die Verankerung der Nachhaltigkeit im Hotelbetrieb umzusetzen“* (IHG, 2024, übersetzt).

Ein weiteres Beispiel für unklare und selektive Priorisierung bietet eine Hotelkette, die als ‚Umwelt-Schwerpunkte‘ ohne Begründung folgende nennt: Klimawandel, Energieeffizienz und Erneuerbare Energien, Abfalltrennung und -reduktion, Gewässerschutz sowie Biodiversität. Das Engagement in diesen Bereichen wird wiederum nur sehr vage und kaum falsifizierbar angegeben, wie am Beispiel Biodiversität deutlich wird: *“Wir überprüfen sowohl unser aktives Portfolio als auch unsere Entwicklungspipeline und konzentrieren uns dabei auf die Umsetzung notwendiger Maßnahmen für Hotels in der Nähe von [ausgewiesenen] Gebieten [...]“* (Wyndham Green & Resorts, 2024b, jeweils übersetzt).

Dieselbe Hotelkette liefert zudem ein Beispiel für unklare Kriterien ihres rating-basierten Labels. So werden die genannten Kriterien ‚fortgeschrittenes Recycling-Programm‘, ‚energieeffiziente Wäschereiausstattung‘, ‚grünes Hauswirtschaftsprogramm‘, ‚Spendenprogramm für Einrichtungsgegenstände und Lebensmittel zur Abfallvermeidung‘,

„papierloser Check-Out“, „energieeffiziente Vorrichtungen und Ausstattungen“ sowie „umweltfreundlicher Einkauf“ zwar öffentlich kommuniziert, jedoch nicht genauer definiert. Ebenso nennt das Label keine Grenzwerte für die einzelnen Kriterien.

Aus diesen Ausführungen wird auch ein weiterer wesentlicher Nachteil der Typ II-Label deutlich: ihr Mangel an Transparenz. So ist unklar, wie die Kriterienkataloge erarbeitet wurden, welche Gewichtungen die unterschiedlichen Nachhaltigkeitsdimensionen erhalten haben und wie dies begründet wird. Häufig sind die Kriterienkataloge auch nicht öffentlich verfügbar. Durch dieses Transparenzdefizit kann der Einfluss strategischer Unternehmensziele auf die verfolgten Nachhaltigkeitsziele nicht ausgeschlossen werden. Zu vermuten ist, dass im Falle existentieller Zielkonflikte zwischen betriebsstrategischen und Nachhaltigkeitszielen ein starker Anreiz besteht, den strategischen Zielen Vorrang einzuräumen und die Vergabekriterien des Labels tendenziell damit zu harmonisieren. Evidenz für ein solches strategisches Nachhaltigkeitsverständnis liefert eine Hotelkette, die in Bezug auf ihr Engagement für das Themenfeld „Diversität und Inklusion“ argumentiert: *„Vielfalt ist nicht nur Teil unserer Geschäftstätigkeit, sondern wir sehen sie als Wettbewerbsvorteil. Unsere integrative Kultur bringt unterschiedliche Perspektiven ein, die unsere vielfältigen Kund\*innen und Gemeinschaften auf der ganzen Welt widerspiegeln“* (Wyndham Hotels & Resorts, 2024a, übersetzt). Auch wenn ein strategischer Nachhaltigkeitsansatz nicht grundsätzlich negativ zu beurteilen ist, wird darauf basierenden Typ II-Labeln kaum Potenzial beigemessen, eine effektive Verbesserung der gelabelten Unternehmen zu erreichen (Minkov, Lehmann, Winter, & Finkbeiner, 2020).

Zusammenfassend lässt sich damit festhalten, dass eine Fokussierung auf Typ I-Label bzw. Typ I-ähnlichen Labeln der Intention des Gutachtens am besten entspricht. Tabelle 1 zeigt eine Übersicht der analysierten Label.

**Tabelle 1: Übersicht der analysierten Label<sup>15</sup>**

Name	Herausgeber (staatlich/privat)	Einschätzung label-online (Stand: 12/2023)	Marktdurchdringung (in Deutschland) (Stand 12/23)	Kurzbeschreibung/Zielstellung	Quelle
<b>Biohotels</b>	privat	Empfehlenswert	17 zertifizierte Hotels	Gelabelte Hotels bieten ausschließlich Bio-Produkte an und setzen den Fokus daneben auf eine Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks und der CO <sub>2</sub> -Bilanz.	(be-oh Marketing GmbH, o. D.)
<b>Booking.com Sustainability Badge</b>	privat	keine Einschätzung	nicht bekannt	Das Label soll dazu beitragen, Nachhaltigkeit in der Beherbergung universell und transparent messbar zu machen. Außerdem sollen möglichst viele Daten über das Verhalten der Beherbergungsindustrie gesammelt werden, um das Verbesserungspotenzial voll auszuschöpfen.	(Travalyst, o. D.)
<b>Certified Green Hotel</b>	privat	Empfehlenswert	38 zertifizierte Hotels	Durch dieses Label können Businesshotels ihren Nachhaltigkeitsstandard präsentieren.	(Certified Das Kundenzertifikat GmbH & Co. KG, o. D.)
<b>DEHOGA-Umweltcheck (Gold/Silber/Bronze)</b>	privat	Empfehlenswert	133 zertifizierte Hotels	Das Label soll den Einstieg in ein betriebliches Umweltmanagement mit Fokus auf ökologische Nachhaltigkeit erleichtern.	(DEHOGA Bundesverband, o. D.)
<b>EarthCheck</b>	privat	keine Einschätzung	nicht bekannt	Der Fokus des Labels liegt auf der Entwicklung und Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung von Hotels und dem Bereitstellen eines Benchmarking-Konzepts.	(EarthCheck, 2022)
<b>Eco Label Luxembourg</b>	staatlich (Luxemburg)	Empfehlenswert	42 Betriebe in Luxemburg	Das Label ermöglicht den teilnehmenden Unterkunftsanbietern, ihre Auswirkungen auf das Klima deutlich zu verringern.	(Oekozer Pafendall, 2021)

<sup>15</sup> Es wurde jeweils die höchste Stufe der Label geprüft (Ausnahme: Die drei eigenständigen Stufen des DEHOGA-Labels).

Name	Herausgeber (staatlich/privat)	Einschätzung label-online (Stand: 12/2023)	Marktdurchdringung (in Deutschland) (Stand 12/23)	Kurzbeschreibung/Zielstellung	Quelle
<b>Green Globe</b>	privat	besonders empfehlenswert	nicht bekannt	Das Label will die Erreichung der „Global Goals for Sustainable Development“ voranbringen und internationale Nachhaltigkeitsstandards etablieren.	(Green Globe Certification, 2024)
<b>Green Key</b>	privat	besonders empfehlenswert	45 zertifizierte Hotels	Das Label soll vor allem die ökologische Nachhaltigkeitsleistung der teilnehmenden Hotels verbessern. Dieses Ziel soll primär durch Bildung von Gästen und Mitarbeitenden erreicht werden.	(Foundation for Environmental Education, 2023)
<b>Green Pearls</b>	privat	eingeschränkt empfehlenswert	17 zertifizierte Hotels	Das Label fokussiert auf Umweltaspekte und betrachtet sich als Kommunikationsagentur und Informationsplattform für nachhaltige touristische Ziele.	(Green Pearls, 2024)
<b>Green Sign (Level 5)</b>	privat	empfehlenswert	443 zertifizierte Hotels	Das Label ist vom GSTC anerkannt, bewertet den Ist-Zustand eines Hotels und weist einen Weg zur stetigen Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung, indem es fünf erreichbare Level definiert.	(GreenSign Institut GmbH, 2024)
<b>HRS Green Stay</b>	privat	keine Einschätzung	nicht bekannt	Das Label wurde durch das Buchungsportal HRS initiiert und folgt ebenfalls den GSTC-Standards, um einen klar definierten, vergleichbaren globalen Nachhaltigkeitsstandard in der Hotelindustrie durchzusetzen.	(Hotel Reservation Centre (HRS), 2024; Hotel Reservation Centre (HRS), o. D.)
<b>Nordic Swan</b>	staatlich (Dänemark, Finnland, Island, Norwegen, Schweden)	keine Einschätzung <sup>16</sup>	nicht bekannt	Das Label kennzeichnet Unternehmen aller Art in den skandinavischen Ländern, wobei es einen gesonderten Katalog für Beherbergungsbetriebe gibt. Ziel ist es, den Umwelteinfluss, besonders bei Produktion und Konsum, zu verringern.	(Nordic Ecolabelling, 2024)

<sup>16</sup> Der Nordic Swan ist Teil des Global Ecolabelling Network (<https://globalecolabelling.net/>)

Name	Herausgeber (staatlich/privat)	Einschätzung label-online (Stand: 12/2023)	Marktdurchdringung (in Deutschland) (Stand 12/23)	Kurzbeschreibung/Zielstellung	Quelle
<b>TourCert</b>	privat	besonders empfehlenswert	ein zertifiziertes Hotel	Das Hauptaugenmerk des Labels liegt auf international anerkannten Standards und der Entwicklung einer dauerhaften Nachhaltigkeitsstrategie auch im Management.	(TourCert, 2024; TourCert, o. D.)
<b>Travelife</b>	privat	empfehlenswert	keine	Das Label folgt den GSTC-Standards und setzt den Fokus auf Umwelt und soziale Verantwortung.	(Travelife, 2023)
<b>Viabono</b>	privat	empfehlenswert	117 zertifizierte Hotels	Das Label setzt auf einen verpflichtenden Grundkonsens kombiniert mit einem individuellen Weg je Hotel, um ausgewählte Umweltkennzahlen zu erfüllen.	(Viabono GmbH, o. D.)

### 4.3 Labelvergleich auf Basis des EU Ecolabels

Für den Vergleich wurde jeder Kriterienkatalog der Label differenziert analysiert und mit den Kriterien des EU Ecolabels verglichen. Die Beantragung des EU Ecolabels erfolgt über eine Software – in dieser sind die genannten 22 verpflichtenden und 45 freiwilligen Kriterien nochmals detailliert aufgegliedert, um z. B. Alternativen abzubilden. Insgesamt sind dies 281 Einzelaspekte. Diese Kriterien wurden für den Labelvergleich als Basis herangezogen. Die Einschätzung erfolgt nach einem 3-Stufen-System:

1. Stufe: Das Label betrachtet das Kriterium des EU Ecolabels gar nicht („Kriterium nicht vorhanden“)
2. Stufe: Das Label betrachtet das Kriterium, aber stellt nicht gleichmaßen hohe Ansprüche („Kriterium teilweise vorhanden“)
3. Stufe: Das Label betrachtet das Kriterium gleichwertig („Kriterium vollumfänglich vorhanden“)

Basis für die Einschätzung waren Textpassagen aus den Kriterienkatalogen der einzelnen Label. Anschließend erfolgte eine Verifizierung des Ergebnisses durch einen weiteren Prüfer. Die Ergebnisdarstellung erfolgt kumulativ, d. h. die erfüllten MUSS- und KANN-Kriterien wurden gezählt. Aufgrund ihrer besonderen Relevanz wird die Übereinstimmung mit den MUSS-Kriterien separat ausgewiesen.

## 5 Ergebnisdarstellung und Diskussion

Das Ergebnis zeigt, dass Green Sign (Stufe 5) nach derzeitigem Stand die meisten im EU-Ecolabel adressierten Anforderungen zumindest teilweise betrachtet und der DEHOGA-Umweltcheck (alle Stufen) die wenigsten (siehe Tabelle 2).<sup>17</sup> Das Nordic Swan Eco-Label betrachtet zwar weniger Indikatoren als Green Sign, kann jedoch die meisten Kriterien vorweisen, die voll denen des EU Ecolabels entsprechen, während auch hier der DEHOGA-Umweltcheck am wenigsten Kriterien erfüllt. Die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit steht bei allen Labeln im Fokus.

### Kongruenzprüfung zwischen EU Ecolabel und den untersuchten Labeln im Umweltbereich

Ein Kriterium, auf welches alle Zertifizierungsorganisationen – bis auf eine – Wert legen, ist die Information und Einbeziehung der Gäste bezüglich der Einsparung von Ressourcen. Hier geht es sowohl um Wasser- und Energieeinsparungen als auch um Abfallvermeidung sowie um Informationsaushänge und Aufforderungen zur Mitgestaltung.

Die Verbrauchsüberwachung ist ein zentrales Mittel zur Ressourceneinsparung und wird dementsprechend mit Ausnahme eines Siegels von allen eingefordert. Es werden Daten zu Wasserverbrauch, Energieverbrauch und Abfallvolumen erfragt. Bezüglich des Abfalls werden in wenigen Labeln Unterschiede zwischen Lebensmittel- und Verpackungsabfall herausgestellt. Teilweise wird auch die Vermeidung von Chemikalien, beispielsweise zur Reinigung, als wichtig erachtet.

Auffällig ist, dass das EU Ecolabel viele Detailvorgaben macht. Zum Beispiel verlangt es spezifische Maximalwerte für energieeffiziente Geräte für Raumheizung, Warmwasserbereitung sowie Klimaanlage und Wärmepumpen. Nur sporadisch fragen die anderen Label nach konkreten Werten.

Bei dem Kriterium der Beleuchtung sind sich nahezu alle Label-Organisationen einig, die Nutzung von LED-Beleuchtung sowie die automatische Abschaltung von Beleuchtung bei Nicht-Nutzung von Räumen zu verlangen. Viele Label goutieren, wenn die Betriebe darauf achten, Ökostrom zu beziehen oder selbst erneuerbare Energie, beispielsweise durch Photovoltaikanlagen oder Biothermie, produzieren. Etwa die Hälfte der Label beurteilt zudem die Effizienz der genutzten Armaturen in Badezimmern und öffentlichen Toiletten.

Ebenfalls etwa 50 % der untersuchten Label verlangen ein Konzept zur Abfallvermeidung, sowohl bei Lebensmitteln als auch bei Sanitärartikeln. Oftmals geht dieses verlangte Konzept mit einem gänzlichen Verbot von Einwegprodukten und Portionsverpackungen einher, solange es nicht gesetzlich vorgegeben ist. Bezüglich des Abfalls wird zusätzlich darauf geachtet, dass möglichst wenig unsortierter Müll produziert wird.

Für Heizgeräte und Heizmethoden macht erneut fast ausschließlich das EU Ecolabel Vorgaben. Zusätzlich werden Punkte für den Erwerb des EU Ecolabels für andere Produktgruppen sowie für EMAS- oder ISO-Zertifizierungen von Lieferanten und Dienstleistern vergeben; ein von anderen Labeln kaum verlangtes Kriterium.

Seltener wird von den Labeln das Einkaufsverhalten der Hotels betrachtet: Das EU Ecolabel sieht hier vor, dass eingekaufte Papierprodukte, Reinigungsmittel und Gebrauchsgüter Umweltzeichen tragen sollten. Zwar vergeben dafür etwa dreiviertel der untersuchten Label ebenfalls Punkte, jedoch sind die Richtlinien deutlich weniger streng als im Referenzstandard.

---

<sup>17</sup> Zu beachten ist allerdings, dass einige Kriterien des EU Ecolabels wie z.B. Fenster mit Doppelverglasung bereits zum Standard der deutschen Hotellerie gehören und folglich im auf Deutschland bezogenen DEHOGA-Umweltcheck keine Berücksichtigung finden.



Der Einkauf von Lebensmitteln ist hingegen stärker reglementiert: Jedes Label hat hierzu Vorgaben erlassen, die erfüllt werden müssen. Vor allem Regionalität und Saisonalität werden betont.

#### **Kongruenzprüfung zwischen EU Ecolabel und den untersuchten Labeln im sozialen Bereich**

Bezüglich der sozialen Nachhaltigkeit fokussieren sich die meisten Label darauf, inwiefern die Mitarbeitenden in die Entwicklung des Betriebes miteinbezogen werden und Möglichkeiten zur Teilnahme an Schulungen erhalten. Nur vereinzelt werden die Arbeitsbedingungen, freiwillige soziale Leistungen und Engagement für das soziale Umfeld des Hotels beurteilt, und es gibt kaum konkrete Vorgaben. Vielmehr wird hier Spielraum für das Hotel gelassen, für Leistungen im sozialen Bereich Zusatzpunkte zu erhalten.

#### **Kongruenzprüfung zwischen EU Ecolabel und den untersuchten Labeln im Governance-Bereich**

Der Bereich der Betriebsführung („Governance“) wird kaum von den Labeln adressiert. Neben einem bis zu zweijährlichem Geschäftsbericht, der mit Ausnahme eines Labels von allen verlangt wird, gibt es für die Betriebe in diesem Bereich kaum Vorgaben.

#### **Kongruenzprüfung zwischen EU Ecolabel und den untersuchten Labeln im Bereich der prozessualen Kriterien**

In den Zertifizierungsprozessen gibt es große Unterschiede. Es gibt keinen erkennbaren Konsens, auf welche Kriterien besonders Wert gelegt wird, wie viele Kriterien in welchem Maße erfüllt werden müssen oder durch wie viele und wie spezifische Indikatoren diese gestützt werden. Auch in die Preisstrukturen divergieren deutlich. Hier fehlt auch bei nahezu allen Labeln eine Aufstellung, wie sich die Kosten für die Zertifizierung zusammensetzen.

Eine Gemeinsamkeit besteht darin, dass fast alle Zertifizierungsorganisationen die Prüfung des Betriebes durch unabhängige Dritte durchführen lassen. Durch welche Verfahren die Kriterienkataloge entstanden sind und ob und durch wen sie überprüft wurden, ist hingegen kaum ersichtlich.

Bei rein quantitativem und ungewichtetem Vergleich der Kriterienkataloge der 17<sup>18</sup> Label mit jenem des EU Ecolabels zeigt Green Sign die höchste Übereinstimmung. Von 281 Kriterien des EU Ecolabels finden sich 114 voll und 38 teilweise im Green Sign-Kriterienkatalog wieder. Von den 110 MUSS-Kriterien des EU Ecolabels fragt Green Sign 54 (49 %) ab. Auch EcoLabelLux sowie Nordic Swan erfüllen knapp die Hälfte der Kriterien zumindest teilweise und inkludieren zudem über die Hälfte der MUSS-Kriterien des EU Ecolabels.

---

<sup>18</sup> Die drei Stufen des DEHOGA Umweltchecks wurden separat bewertet.

**Tabelle 2: Label-Ranking nach Vergleich mit dem EU Ecolabel**

Label	Kriterium vollumfänglich vorhanden	Kriterium teilweise vorhanden	Kriterium nicht vorhanden	Quote vollumfänglich und teilweise vorhandener Kriterien [%] [Basis: 281]	Quote vollumfänglich vorhandener Kriterien [%] [Basis: 281]	Quote vollumfänglich vorhandener MUSS-Kriterien [%] [Basis: 110]
<b>Green Sign Level 5</b>	114	38	129	54,1	40,6	49,1
<b>Green Key</b>	95	54	132	53,0	33,8	37,3
<b>Green Globe Certification</b>	90	52	139	50,5	32,0	41,8
<b>EcoLabelLux</b>	105	34	142	49,5	37,4	51,8
<b>Nordic Swan</b>	123	12	146	48,0	43,8	56,4
<b>HRS Green Stay</b>	90	44	147	47,7	32,0	35,5
<b>Certified green hotel</b>	67	42	172	38,8	23,8	34,5
<b>Tour Cert</b>	63	32	186	33,8	22,4	35,5
<b>Earth Check</b>	35	59	187	33,5	12,5	20,9
<b>Nachhaltige Hotels bei Biohotels</b>	45	35	201	28,5	16,0	20,0
<b>Travelife</b>	48	20	213	24,2	17,1	30,9

Label	Kriterium vollumfänglich vorhanden	Kriterium teilweise vorhanden	Kriterium nicht vorhanden	Quote vollumfänglich und teilweise vorhandener Kriterien [%] [Basis: 281]	Quote vollumfänglich vorhandener Kriterien [%] [Basis: 281]	Quote vollumfänglich vorhandener MUSS-Kriterien [%] [Basis: 110]
Green Pearls	28	38	215	23,5	10,0	15,5
Booking Sustainability Badge	33	27	221	21,4	11,7	15,5
Viabono	29	18	234	16,7	10,3	17,3
DEHOGA Umweltcheck Gold	10	0	271	3,6	3,6	6,4
DEHOGA Umweltcheck Silber	9	0	272	3,2	3,2	6,4
DEHOGA Umweltcheck Bronze	8	0	273	2,8	2,8	6,4

Insgesamt konnte durch den Vergleich der Anforderungen der verschiedenen Label mit jenen des EU Ecolabels ein guter Überblick über die jeweiligen Stärken und Schwächen gewonnen werden. Auch zeigten sich einige Unterschiede in den Kriterienkatalogen und Bewertungsansätzen.

Bei der Analyse der Kriterien sowie der Bewertungslogik des EU Ecolabels wurde gleichzeitig deutlich, dass es ein wesentlicher und wichtiger Referenzstandard ist, als alleiniger Maßstab für die Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von Hotelbetrieben aus folgenden Gründen aber nur bedingt infrage kommt:

- ▶ Einige der Kriterien des EU Ecolabels wie z. B. Fenster mit Doppelverglasung oder Rauchverbot gehören mittlerweile zum – teilweise gesetzlich vorgeschriebenen – Standard der Hotellerie in Deutschland, sodass aus einer Erfüllung dieser Kriterien nicht auf eine besondere Nachhaltigkeitsleistung des Betriebes in Deutschland geschlossen werden kann.
- ▶ Besonders relevant für die Bewertung der ökologischen Nachhaltigkeitsleistung eines Hotels ist dessen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck. Auch wenn derzeit noch keine einheitliche Methodik existiert, hat der Ausweis nach international anerkannten Standards (z. B. ISO oder Greenhouse Gas Protocol) eine nicht unerhebliche Aussagekraft. Jedoch wird der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck aktuell aufgrund verschiedener methodischer Schwächen und auch der damit verbundenen eingeschränkten Vergleichbarkeit vom EU Ecolabel nicht abgefragt.
- ▶ Das ‚Punktesammeln‘ (Schwellenwert 20 Punkte) bei den fakultativen Kriterien mit reinen Infrastrukturmerkmalen gestattet die Kompensation schwacher Leistungen in einigen Bereichen (z. B. Handtrockner) durch Leistungen in anderen, z. T. völlig unverwandten Bereichen (z. B. EMAS-Zertifizierung) und widerspricht damit der sogenannten Strong Sustainability-Logik. Ferner ist die Gewichtung (Punktwerte) nicht immer vollständig nachvollziehbar.<sup>19</sup>
- ▶ Insgesamt sind die Bewertungskriterien des EU Ecolabels sehr kleingliedrig und damit zu wenig holistisch im Sinne der Nachhaltigkeitsleistung der Dienstleistung Übernachtung insgesamt. Der Fokus auf statische Infrastrukturkriterien bzw. die dichotome Logik (vorhanden/nicht vorhanden) – auch der optionalen Kriterien – gestattet den Betrieben zu wenig Flexibilität bei der Umsetzung individueller, potenziell effektiverer Maßnahmen.
- ▶ Das EU Ecolabel fokussiert nahezu ausschließlich auf Umweltkriterien und wird dem Drei-Säulen-Ansatz der Nachhaltigkeit (Berücksichtigung von Umwelt-, sozialen und ökonomischen bzw. Governance-Aspekten) damit nicht ausreichend gerecht.

Aus dieser Analyse ergeben sich folgende wesentliche Aspekte, die bei der Entwicklung eines Referenzstandards Berücksichtigung finden sollten:

- ▶ Inklusion von Kriterien in den drei Dimensionen Environmental (Umwelt), Social (Soziales) und Governance (Unternehmensführung): Die Orientierung an den ESG-Dimensionen entspricht zum einen einem holistischen Nachhaltigkeitsverständnis und schließt zum anderen an den European Green Deal bzw. Gesetzgebungsvorhaben wie die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) und Initiativen wie den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) an. Dadurch wird eine intelligente und effizienzsteigernde

---

<sup>19</sup> Gleichzeitig ist festzuhalten, dass die obligatorischen Kriterien des EU Ecolabels im Vergleich zu anderen Labeln deutlich umfangreicher und die fakultativen Kriterien lediglich dem Umstand verschiedener Arten von Beherbergungsbetrieben geschuldet sind.

Verzahnung der Nachhaltigkeitsinitiativen der Betriebe – die sich als indirekte Wirkung der Berichtspflicht ergeben – ermöglicht.

- ▶ **Materialität:** Materialität ist ein international etabliertes Kriterium in der Nachhaltigkeitsberichtserstattung und kann grob mit Wesentlichkeit gleichgesetzt werden. Eine Orientierung daran ermöglicht eine effiziente Fokussierung betrieblicher Ressourcen auf diejenigen Bereiche, in denen Unternehmen durch Änderung ihrer Praxis einen tatsächlichen Effekt erzielen können. Nach dem Verständnis der Global Reporting Initiative (GRI) ergibt sich Materialität aus zwei Dimensionen. Die erste Dimension sind die signifikanten Wirkungen (Impact) eines Unternehmens im Umwelt-, Sozial- und Governance-Bereich (sogenannte Inside-Out-Perspektive der Materialität); die zweite Dimension beschreibt die Relevanz, die spezifischen Themen in diesen Bereichen durch die Anspruchsgruppen (Stakeholder) des Unternehmens beigemessen wird (Taubken & Feld, 2018).
- ▶ **Berücksichtigung prozessualer Kriterien:** Prozessuale Kriterien (z.B. Nachhaltigkeitswirkungen, Messbarer Fortschritt, Kontinuierliche Verbesserung, Transparenz, Kontrolle durch unabhängige Dritte) sind Komplementäre der inhaltlichen Kriterien, mit dem Ziel, Qualität und Glaubwürdigkeit der Label sicherzustellen. Die Notwendigkeit prozessualer Kriterien resultiert aus dem Umstand, dass die zu prüfenden Betriebe und die größtenteils privaten Zertifizierungsorganisationen häufig in einer marktlichen Austauschbeziehung miteinander stehen, sodass die Gefahr besteht, dass der Qualitätsanspruch des Labels zugunsten einer breiteren Kundenbasis gesenkt wird.
- ▶ **Aktualität:** Die Wirkung eines Nachhaltigkeitslabels ist dann am höchsten, wenn sich dessen Anforderungen vom marktlichen Standard möglichst stark abheben, sodass Betriebe, die eine Zertifizierung anstreben, sich möglichst deutlich in Richtung Nachhaltigkeit verändern müssen. Als Kriterium kann hier demnach die Diskrepanz zwischen den von dem Label geforderten Standards und dem Standard eines ungelabelten (Durchschnitts-)Betriebes gelten (Prakash, Hilbert, Manhart, & Rüdener, 2020).
- ▶ **Keine Substitution (‚Verrechnung‘) zwischen den ESG-Bereichen:** Um die Weiterentwicklung der Betriebe in jedem Nachhaltigkeitsbereich sicherzustellen, ist ein sogenannter ‚Strong Sustainability‘-Ansatz erstrebenswert. Dieser definiert durch die Betriebe zu erfüllende Kriterien in jedem ESG-Bereich und schließt damit Substitutionen zwischen Umwelt-, sozialen und Governance-Aspekten aus (Nikolaou & Tsalis, 2018).

## 6 Fazit

Dieses Gutachten hat das grundsätzliche Potenzial und die Notwendigkeit von Labeln verdeutlicht, die Nachhaltigkeitsleistung der Hotelindustrie zu steigern. Dazu bedarf es allerdings Verbesserungen in den Leistungen der bisher auf dem Markt angebotenen Alternativen sowie einer deutlichen Erhöhung der Marktabdeckung. Der Markt für Label bleibt diffus, und es lässt sich kein eindeutiger Qualitätsführer ausmachen. Im Gegenteil müssen bei den meisten Anbietern deutliche Abstriche gemacht werden, weil die bekannten Schwächen hinsichtlich instrumenteller bzw. Konstruktvalidität fortbestehen. Insgesamt kann gefolgert werden, dass die marktgetriebene Qualitätsauslese derzeit nicht effektiv funktioniert. Ursache und Folge zugleich ist, dass Hotelbetriebe und -gäste noch kein ausreichendes Vertrauen in Nachhaltigkeitslabel entwickelt haben.

Im Detail weisen Nachhaltigkeitslabel für die Hotellerie folgende Kernschwächen auf:

- ▶ **Mangelnde Berücksichtigung sozialer und Governance-Kriterien:** Den Hauptfokus der untersuchten Label bilden die Umweltkriterien mit ‚klassischen‘ Themen wie Energieeffizienz oder Ressourcensparen. Soziale und Governance-Kriterien treten dahinter deutlich zurück und sind eher Ergänzungen statt eigenständige Bereiche. Auch sind die Anforderungen der Label in beiden Bereichen angesichts bereits bestehender gesetzlicher Regelungen bzw. Verpflichtungen relativ wenig ambitioniert.
- ▶ **Vage Formulierungen der Kriterien:** Die Formulierungen lassen häufig großen Interpretationsspielraum für die Betriebe, sodass Anreize bestehen, lediglich die Minimalleistung zu erbringen. Gleichzeitig dürfte diese mangelnde Präzisierung zu Unsicherheit bei den Betrieben führen, ab wann die Erfüllung der Kriterien sichergestellt ist.
- ▶ **Mangel an validen Indikatoren:** Insbesondere im Sozial- und Governance-Bereich verzichten viele Label auf nachprüfbare Kennzahlen. Dadurch wird die Messung der Nachhaltigkeitsleistung und damit deren kontinuierliche Verbesserung erschwert.

Angesichts des geringen Status‘ der Nachhaltigkeitsbemühungen vieler Hotels ist dennoch davon auszugehen, dass die Implementierung der Vorgaben der Label die Nachhaltigkeitsleistung der Hotels insgesamt verbessert. Perspektivisch ist die Einführung eines grenzwertbasierten Systems mit autonomer Maßnahmenwahl und -gestaltung durch die Betriebe erstrebenswert. Dazu müssen Hotellerie-spezifische Benchmarks in allen Nachhaltigkeitsbereichen und für alle Kriterien ermittelt werden.

Durch das Maßnahmenprogramm Nachhaltigkeit der Bundesregierung bzw. das Beschaffungsverhalten des Bundesverwaltungsamtes kann ein notwendiger wie wünschenswerter Qualitätswettbewerb bei Labeln im Sinne der Gäste bzw. institutionellen Kund\*innen ausgelöst werden. Derzeit bestehen auf beiden Seiten noch Unsicherheiten: Einerseits aufseiten der Betriebe, die unsicher sind, welche Label den Anforderungen der Gäste bzw. Kund\*innen heute, aber auch perspektivisch entsprechen, und andererseits aufseiten der Gäste bzw. Kund\*innen, die durch die Vielzahl der Anbieter nur mit hohem Aufwand das notwendige Detailwissen zur Basierung einer reflektierten Kaufentscheidung erlangen können.

Es bleibt allerdings abzuwarten, ob die Hotels über den Marktmechanismus allein genügend Anreize zur Verbesserung ihrer Nachhaltigkeitsleistung erfahren. Während die grundsätzliche Nachfrage durch institutionelle und Privatkund\*innen gegeben scheint, besteht das Problem der Preisbereitschaft zumindest bei Freizeitreisen fort. Sofern die langfristige Refinanzierung der

geforderten Maßnahmen für die Betriebe nicht sichergestellt ist, dürfte auch die Implementierungsrate keine überdurchschnittliche Steigerung erfahren. Dies erklärt auch die derzeit geringe Marktabdeckung von Nachhaltigkeitslabeln für Hotels.

Aus den Ergebnissen des Gutachtens lassen sich für die unterschiedlichen Akteure folgende Handlungsempfehlungen ableiten:

### **Empfehlungen für die Akteure in Politik und Verwaltung**

Das Bundesverwaltungsamt als wichtiger institutioneller Kunde sowie als Vorbild für andere Kund\*innen insbesondere aus der Privatwirtschaft sollte seine Buchungsentscheidung an eine durch entsprechende Label ausgewiesene Nachhaltigkeitsleistung bzw. eine Prüfung essenzieller Nachhaltigkeitskriterien binden. Weil die Anforderungen der Label im Sozial- bzw. Governance-bereich derzeit nicht ambitioniert genug sind, sollten für die Buchungsentscheidung zusätzliche Nachweise in diesen Bereichen (z. B. Arbeitgebersiegel oder Governance-Kodizes) herangezogen werden.

Nicht zuletzt durch seine exponierte Stellung als wichtiger Stakeholder für private Betriebe insgesamt und insbesondere für Hotels sollte das Umweltbundesamt auf eine kontinuierliche Verbesserung der Anforderungen der Zertifizierungsorganisationen bzw. der Nachhaltigkeitsleistung der Betriebe dringen. Erwogen werden sollte auch eine staatliche Akkreditierung von Nachhaltigkeitslabeln bzw. Zertifizierungsorganisationen. Diese Maßnahme würde für die Gäste vertrauensbildend wirken und auch den Hotels die notwendige Orientierung bei der Auswahl geeigneter Label geben. Ein eigenes nationales staatliches Nachhaltigkeitslabel erscheint dagegen angesichts des vorhandenen europäischen EU Ecolabels sowie der Vielzahl der bereits etablierten sonstigen Anbieter und deren langfristig aufgebauter Expertise derzeit nicht notwendig.

Neben diesem Anreiz zur Zertifizierung sollte die Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung der Hotels auch direkt durch Förderprogramme, Schulungen und Informationskampagnen stimuliert werden. Diese Instrumente sollten insbesondere die derzeit bestehenden Lücken der Label im sozialen sowie im Governance-Bereich adressieren.

Um angesichts der Heterogenität der betrieblichen Strukturen der Hotelindustrie möglichst vielen Betrieben die Teilnahme am Wettbewerb für die Bereitstellung von Übernachtungsdienstleistungen zu ermöglichen, sollte das Registrierungsverfahren für die Hotelliste des Bundes möglichst niedrigschwellig und seine technische Umsetzung für die Betriebe möglichst einfach zu bewältigen sein. Gleichzeitig sollten geeignete Verifikationsverfahren für die durch die Betriebe berichtete Nachhaltigkeitsleistung entwickelt werden, sofern diese nicht durch ein geranktes Label ausgewiesen wird.

### **Empfehlungen für die Zertifizierungsorganisationen**

Die Zertifizierungsorganisationen stehen vor der Herausforderung, einerseits Umsätze durch die Vergabe von Zertifizierungen zu generieren, andererseits aber die Leistungen der Unternehmen im Zertifizierungsprozess objektiv bewerten zu müssen. Um diesen Interessenkonflikt zufriedenstellend aufzulösen, müssen die Zertifizierungsorganisationen die von ihnen geforderten Standards transparent machen, wissenschaftlich begleiten lassen und kontinuierlich verbessern. Insbesondere Eindeutigkeit und Nachprüfbarkeit der Kriterien und deren Hinterlegung mit validen Indikatoren müssen sichergestellt sein. Auch sollte das zugrundeliegende Nachhaltigkeitsverständnis insgesamt holistischer werden, indem die Kriteriensets insbesondere um soziale und Governance-Kriterien ergänzt werden. Eine Kontrolle der Einhaltung der Kriterien durch unabhängige Dritte sollte obligatorisch sein.

Durch diese Maßnahmen können die Zertifizierungsorganisationen ihre Legitimität nachhaltig sichern, und es kann sich ein qualitätssteigernder Wettbewerb zwischen den Anbietern entwickeln. Kurzfristiges Ziel der Zertifizierungsorganisationen muss eine gesteigerte Marktabdeckung sein. Dabei sind insbesondere die ökonomische Leistungsfähigkeit und die sonstigen betrieblichen Möglichkeiten privat geführter kleiner und mittlerer Hotels bei der Preisgestaltung und den Anforderungskatalogen für die Vergabe des Labels zu berücksichtigen. Schließlich sollte auch die Zusammenarbeit mit Distributionssystemen und OTAs ausgeweitet werden, sodass die Buchungsentscheidung für nachhaltige Hotels erleichtert wird.

### **Empfehlungen für die Betriebe**

Die Hotels sollten unabhängig von einer Zertifizierung die Integration des Nachhaltigkeitsgedankens in ihre Betriebsstrategie forcieren, sodass Nachhaltigkeits- und konventionelle Betriebsziele ein komplementäres Verhältnis bilden. Damit können die Betriebe einerseits die Ansprüche ihrer Stakeholdergruppen befriedigen und andererseits möglichen, potenziell die betriebliche Autonomie einschränkenden Regulierungen zuvorkommen. Um diesen Wandel zu begleiten, sollten sich insbesondere die Fach- und Führungskräfte der Hotels regelmäßig im Nachhaltigkeitsbereich weiterbilden.

Ein solches proaktives, marktorientiertes Nachhaltigkeitsverständnis impliziert die offensivere Nutzung der eigenen Nachhaltigkeitsbemühungen im Marketing, um Nachfrage und Preisbereitschaft der Gäste zu stimulieren. Goutiert der Markt diese Anstrengungen, entwickelt sich ein Wettbewerb Richtung Nachhaltigkeitsperformance, der schlussendlich zu leistungsfähigeren und damit auch resilienteren Betrieben führt.



## 7 Quellenverzeichnis

### Kriterienkataloge der Label

be-oh Marketing GmbH (o. D.): Unsere Richtlinien & Standards.

<https://www.biohotels.info/de/verein/richtlinien-standards/> (29.08.2024)

Certified Das Kundenzertifikat GmbH & Co. KG (o. D.): Die Certified Prüfkriterien. Geprüfte Qualität – Objektiv und kundenorientiert!. <https://www.certified.de/zertifizierung/kriterienkatalog#green> (29.08.2024)

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA Bundesverband) (o. D.): DEHOGA Umweltcheck. <https://www.dehoga-umweltcheck.de/kriterien.html> (29.08.2024)

EarthCheck (2022): Company Standard. Version 4.1 – January 2022. <https://earthcheck.org/wp-content/uploads/2022/12/FINAL-MASTER-EarthCheck-Company-Standard-V4.1-25-August-20-January-2022-release-DZ.pdf> (29.08.2024)

Foundation for Environmental Education (2023): Green Key criteria and explanatory notes Hotels & Hostels. 1 January 2022 – 31 December 2026. <https://static1.squarespace.com/static/55371f97e4b0fce8c1ee4c69/t/657811a969db543110f4cfe1/1702367658219/Green+Key+criteria+and+explanatory+notes+2022-2026+hotels+and+hostels.pdf> (29.08.2024)

Green Globe Certification (2024): Green Globe International Standard for Sustainable Tourism. <https://www.greenglobe.com/criteria-indicators> (29.08.2024)

Green Pearls (2024): Anforderungen Nachhaltigkeit Mitglieder – Green Pearls. <https://www.greenpearls.com/de/meet-us/green-pearls-requirements/> (29.08.2024)

GreenSign Institut GmbH (2024): Certification catalog. The GreenSign Hotel Standard. <https://www.greensign.de/en/certification/greensign-hotel/certification-catalog/> (29.08.2024)

Hotel Reservation Service (HRS) (o. D.): GS12-Questions-v3. [Excel-Datei]; Private Übermittlung der Datei durch HRS.

Hotel Reservation Service (HRS) (2024): Green Stay Initiative 2.0. <https://www.hrs.com/enterprise/greenstay-initiative/> (29.08.2024)

Nordic Ecolabelling (2024): Nordic Ecolabelling for Hotels and other accommodation. Version 5.6, 19 November 2021 – 31 December 2026. [https://www.nordic-swan-ecolabel.org/49f378/contentassets/3692fdc8726942ee9ce164eb8bf415c1/criteria-document\\_055\\_hotels-and-other-accommodation-055\\_english.pdf](https://www.nordic-swan-ecolabel.org/49f378/contentassets/3692fdc8726942ee9ce164eb8bf415c1/criteria-document_055_hotels-and-other-accommodation-055_english.pdf) (29.08.2024)

Oekozer Pafendall (2021): Kriterienkatalog 2021. [https://www.ecolabel.lu/wp-content/uploads/2021/11/ECOLABELLux\\_catalogue-criteres\\_2021\\_DE.pdf](https://www.ecolabel.lu/wp-content/uploads/2021/11/ECOLABELLux_catalogue-criteres_2021_DE.pdf) (29.08.2024)

TourCert (o. D.): Criteria Catalogue for Companies May 2021. [https://www.tourcert.org/wp-content/uploads/2022/07/TourCert\\_Criteria-Catalogue\\_Industry\\_2021.pdf](https://www.tourcert.org/wp-content/uploads/2022/07/TourCert_Criteria-Catalogue_Industry_2021.pdf) (29.08.2024)

TourCert (2024): TourCert Leitbild. <https://tourcert.org/leitbild/?cn-reloaded=1> (29.08.2024)

Travalyst (o. D.): Accommodation. <https://travalyst.org/work/accommodation-industry/> (29.08.2024)

Travelife (2023): Travelife Certification Requirements. Version 1.0. <https://travelifestaybetter.com/wp-content/uploads/2024/01/Travelife-Certification-Requirements-V1.0-EN.pdf> (29.08.2024)

Viabono GmbH (o. D.): Viabono-Qualitätskonzept. Kategorie: Hotel. [https://www.viabono.de/Portals/user\\_upload/Viabono\\_Qualitaetskonzept\\_Hotel\\_2021\\_digital.pdf](https://www.viabono.de/Portals/user_upload/Viabono_Qualitaetskonzept_Hotel_2021_digital.pdf) (29.08.2024)

## Weitere Quellen

- Antonschmidt, H. (2022): ESG: Ab 2024 ist Berichten Pflicht. Neue EU Reporting Direktive zwingt Hotels, auch KMUs, zu detaillierter Transparenz. <https://hospitalityinside.com/ESG-Ab-2024-ist-Berichten-Pflicht> (29.08.2024)
- Becken, S.; Miller, G. (2016): Global Sustainable Tourism Dashboard. Griffith University, Mount Gravatt, Australia, [https://www.griffith.edu.au/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0033/18879/Dashboard-Background-report.pdf](https://www.griffith.edu.au/__data/assets/pdf_file/0033/18879/Dashboard-Background-report.pdf) (5.11.2024)
- Brunner, K. M.; Christanell, A. (2014): KonsumentInnenverantwortung für Nachhaltigkeit? Am Beispiel Energiearmut. In: Verantwortung: Über das Handeln in einer komplexen Welt, Waxmann Verlag GmbH, Münster, S. 43-58
- Chen, H.; Bernard, S.; Rahman, I. (2019): Greenwashing in hotels: A structural model of trust and behavioral intentions. In: Journal of Cleaner Production, 206, S. 326-335. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.09.168>
- Dhar, R.; Hoch, S. J. (1997): Why store brand penetration varies by retailer. In: Marketing Science, 16, 3, S. 208-227. <https://doi.org/10.1287/mksc.16.3.208>
- Die Bundesregierung (o. D.): Maßnahmenprogramm Nachhaltigkeit – Weiterentwicklung 2021 „Nachhaltigkeit konkret im Verwaltungshandeln umsetzen“. <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/975274/1953740/ebd13260efc4a78665ced24a902816d4/2021-08-25-massnahmenprogramm-nachhaltigkeit-2021-data.pdf?download=1>
- DIN EN ISO 14024 : Umweltkennzeichnungen und -deklarationen - Umweltkennzeichnung Typ I - Grundsätze und Verfahren (ISO 14024:2018)
- DIN EN ISO 14025 : Umweltkennzeichnungen und -deklarationen - Typ III Umweltdeklarationen - Grundsätze und Verfahren (ISO 14025:2006)
- Ecotrans e.V. (o. D.): Tourism 2030. DestiNet Services. Certification Quickfinder. <https://destinet.eu/resources/tools/certification-quickfinder> (29.08.2024)
- Europäische Kommission (2017): BESCHLUSS (EU) 2017/175 DER KOMMISSION vom 25. Januar 2017 zur Festlegung der Kriterien für die Vergabe des EU-Umweltzeichens an Beherbergungsbetriebe. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32017D0175>
- European Commission (o. D.): EU Ecolabel facts and figures. Stand: März 2022. [https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel/business/ecolabel-facts-and-figures\\_en](https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel/business/ecolabel-facts-and-figures_en)
- European Commission. Directorate-General for Environment (2022): 30 Jahre EU Ecolabel – Besser für Sie, besser für die Umwelt – Deutschland. <https://data.europa.eu/doi/10.2779/308856>
- Galarraga Gallastegui, I. (2002): The use of eco-labels: a review of the literature. In: European Environment, 12, 6, S. 316-331. <https://doi.org/10.1002/eet.304>
- Global Sustainable Tourism Council (GSTC) (o. D.): GSTC-Recognized Standards for Hotels. <https://www.gstccouncil.org/gstc-criteria/gstc-recognized-standards-for-hotels/> (29.08.2024)
- Grankvist, G.; Dahlstrand, U.; Biel, A. (2024): The Impact of Environmental Labelling on Consumer Preference: Negative vs. Positive Labels. In: Journal of Consumer Policy, 27, 2, S. 213-230. <http://doi.org/10.1023/B:COPO.0000028167.54739.94>
- Gruère, G. (2013): A Characterisation of Environmental Labelling and Information Schemes. In: OECD Environment Working Papers, No. 62, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/5k3z11hpdgq2-en>

- Intercontinental Hotel Group (IHG) (2024): IHG Green Engage™ system.  
<https://www.ihg.com/content/gb/en/support/green-engage?msocid=07bb6be315ac6cab160e7f2514006d9d>  
 (29.08.2024)
- Jensen, M. C.; Meckling, W. H. (1976): Theory of the firm: Managerial behavior, Agency costs and ownership structure. In: *Journal of Financial Economics*, 3, 4, S. 305-360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kang, K. H.; Stein, L.; Heo, C. Y.; Lee, S. (2012): Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. In: *International Journal of Hospitality Management*, 31, 2, S. 564-572.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.08.001>
- Label-online (o. D.): Unsere Bewertung. <https://label-online.de/unsere-bewertung/> (29.08.2024)
- Lovelock, C. H. (1983): Classifying Services to Gain Strategic Insights. In: *Journal of Marketing*, 47, 3, S. 9-20.  
<https://doi.org/10.1177/002224298304700303>
- Luchs, M.; Naylor, R.; Irwin, J.; Raghunathan, R. (2010): The Sustainability Liability: Potential Negative Effects of Ethicality on Product Preference. In: *Journal of Marketing*, 74, 5, S. 18-31.  
<https://doi.org/10.1509/jmkg.74.5.18>
- Minkov, N.; Lehmann, A.; Winter, L.; Finkbeiner, M. (2020): Characterization of environmental labels beyond the criteria of ISO 14020 series. In: *International Journal of Life Cycle Assessment*, 25, 5, S. 840-855.  
<http://doi.org/10.1007/s11367-019-01596-9>
- Naturfreunde Internationale; Tourism Watch I Brot für die Welt – Evangelisches Werk für Diakonie und Entwicklung e. V.; ECOTRANS e. V.; fairunterwegs (2023): Wegweiser durch den Labelschunel. Nachhaltigkeit im Tourismus. [https://www.nf-int.org/sites/default/files/infomaterial/downloads/2024-01/NFI\\_Labelguide2023\\_WEB.pdf](https://www.nf-int.org/sites/default/files/infomaterial/downloads/2024-01/NFI_Labelguide2023_WEB.pdf)
- Nikolaou, I. E.; Tsalis, T. (2018): A framework to evaluate eco- and social-labels for designing a sustainability consumption label to measure strong sustainability impact of firms/products. In: *Journal of Cleaner Production*, 182, S. 105-113. <http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.042>
- Prakash, S.; Hilbert, I.; Manhart, A.; Rüdener, I. (2020): Methodological challenges for eco-labels in the Global Ecolabelling Network. Evaluation and traceability of critical raw materials and determination of quantitative environmental relief potentials. Final report. UBA-TEXTE 131/2020.  
[https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2020-07-06\\_texte\\_131-2020\\_methodological\\_challenges\\_for\\_ecolabels.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2020-07-06_texte_131-2020_methodological_challenges_for_ecolabels.pdf)
- Prebensen, N.K.; Vittersø, J.; Dahl, T. (2013): Value Co-creation significance of Tourist resources. In: *Annals of Tourism Research*, 42, S. 240-261. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.01.012>
- RAL gGmbH (2023): EU Ecolabel. <https://www.ral-umwelt.de/eu-ecolabel/> (29.08.2024)
- Reschl, J. (2019): Umweltkennzeichnungsprogramme im Kontext nachhaltigen Konsums. Eine Analyse am Beispiel des Österreichischen Umweltzeichens für Tourismusbetriebe. Masterarbeit, Universität für Bodenkultur Wien, Wien, 105 S.
- Ruggerio, C. A. (2021): Sustainability and sustainable development: A review of principles and definitions. In: *Science of the Total Environment*, 786. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.147481>
- Salmi, M. J. (2014): Social or environmental labelling - Consumers' knowledge, attitudes and preferences. Masterarbeit, Borås, Schweden. <https://hb.diva-portal.org/smash/get/diva2:1309925/FULLTEXT01.pdf>
- Schneider, T. (2023): Rechtsgutachten umweltfreundliche öffentliche Beschaffung. Aktualisierung 2022. UBA-Texte 46/2023, [https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/texte\\_46-2023\\_rechtsgutachten\\_umweltfreundliche\\_oeffentliche\\_beschaffung.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/texte_46-2023_rechtsgutachten_umweltfreundliche_oeffentliche_beschaffung.pdf)

Schories, F. (2022): Validität von Umweltzertifizierung im Beherbergungsbereich. Masterarbeit, Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde, Eberswalde. <https://opus4.kobv.de/opus4-hnee/frontdoor/index/index/docId/362>

Shabardina, I. (2020): Are hotel classification systems still relevant and is there a need for new more personalised tool? Bachelorarbeit, Haaga-Helia University of Applied Sciences, Helsinki, 55 S. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020060316703>

Strasdas, W.; Balaš, M.; Zeppenfeld, R. (2016): Bestandsaufnahme und Bewertung von Zertifizierungssystemen für nachhaltigen Tourismus in Deutschland. [https://www.zenat-tourismus.de/images/pdf/Zertifizierungssysteme\\_nachhaltiger\\_Tourismus\\_in\\_Deutschland.pdf](https://www.zenat-tourismus.de/images/pdf/Zertifizierungssysteme_nachhaltiger_Tourismus_in_Deutschland.pdf)

Taubken, N.; Feld, T. Y. (2018): Impact measurement and the concept of materiality – new requirements and approaches for materiality assessments. In: NachhaltigkeitsManagementForum | Sustainability Management Forum, 26, S. 87-100. <http://doi.org/10.1007/s00550-018-0483-x>

Thøgersen, J. (2000): Psychological Determinants of Paying Attention to Eco-Labels in Purchase Decisions: Model Development and Multinational Validation. In: Journal of Consumer Policy, 23, 3, S. 285-313. <http://doi.org/10.1023/A:1007122319675>

Torma, G.; Thøgersen, J. (2021): A systematic literature review on meta sustainability labeling – What do we (not) know? In: Journal of Cleaner Production, 293. <http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126194>

Torres, R. (2003): Linkages between Tourism and Agriculture in Mexico. In: Annals of Tourism Research, 30, 3, S. 546-566. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00103-2](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00103-2)

Verordnung (EG) Nr. 66/2010 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 über das EU-Umweltzeichen (Text von Bedeutung für den EWR). (2010). Official Journal, L 27, 1-19. ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2010/66/oj>

Wyndham Hotels & Resorts (2024a): Committed to Doing What's Right - Social Responsibility. <https://corporate.wyndhamhotels.com/social-responsibility/> (29.08.2024)

Wyndham Green & Resorts (2024b): Sustainability at Our Heart. <https://www.wyndhamhotels.com/en-uk/wyndham-green-sustainability> (29.08.2024)

Zhou, Y.; Lamberton, G.; Charles, M. B. (2023): An Explanatory Model of Materiality in Sustainability Accounting: Integrating Accountability and Stakeholder Heterogeneity. In: Sustainability, 15, 3. <http://doi.org/10.3390/su15032700>