



Fachbereich WD 5

Nachhaltigkeitssiegel im Tourismusbereich

Nachhaltigkeitssiegel im Tourismusbereich

Aktenzeichen: WD 5 - 3000 - 068/26
Abschluss der Arbeit: 23.06.2026
Fachbereich: WD 5: Wirtschaft, Energie und Klima

Die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages unterstützen die Mitglieder des Deutschen Bundestages bei ihrer mandatsbezogenen Tätigkeit. Ihre Arbeiten geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Arbeiten der Wissenschaftlichen Dienste geben nur den zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes aktuellen Stand wieder und stellen eine individuelle Auftragsarbeit für einen Abgeordneten des Bundestages dar. Die Arbeiten können der Geheimschutzordnung des Bundestages unterliegende, geschützte oder andere nicht zur Veröffentlichung geeignete Informationen enthalten. Eine beabsichtigte Weitergabe oder Veröffentlichung ist vorab dem jeweiligen Fachbereich anzuzeigen und nur mit Angabe der Quelle zulässig. Der Fachbereich berät über die dabei zu berücksichtigenden Fragen.

Inhaltsverzeichnis

1.	Fragestellung	4
2.	Anzahl der Tourismus-Nachhaltigkeitssiegel	4
2.1.	Nachhaltigkeitszertifizierungen für Beherbergungsbetriebe in Deutschland	4
2.2.	Exkurs: EU-Umweltzeichen	6
3.	Nachhaltigkeitssiegel – Umsetzung der EU-Richtlinie 2024/825	8
4.	Akzeptanz von Nachhaltigkeitssiegeln (hemmende und begünstigende Faktoren)	10
5.	Standards für ein einheitliches Tourismus-Nachhaltigkeitssiegel	12
5.1.	UN-Definition für “nachhaltigen Tourismus” – Global Sustainable Tourism Council (GSTC)	12
5.2.	Vorgaben für ein Nachhaltigkeitssiegel gem. EU-Richtlinie 2024/825	14
5.3.	Versuch ein EU-Qualitätssiegel zu etablieren	14
5.4.	Entwicklung eines Referenzstandards für Nachhaltigkeitslabel für Hotelbetriebe	16

1. Fragestellung

Diese Dokumentation gibt einen Überblick über Nachhaltigkeitssiegel im Tourismus in Deutschland und Europa und deren anstehende Regulierung. Zudem wird aufgezeigt, wie Nachhaltigkeitssiegel in der Regel angenommen werden und welche Faktoren ihre Verbreitung begünstigen oder hemmen. Ferner wird aufgeführt, was bei der Etablierung eines einheitlichen Nachhaltigkeitssiegels im Tourismus beachtet werden müsste und welche klassischen Hindernisse dabei bestehen.

2. Anzahl der Tourismus-Nachhaltigkeitssiegel

Laut dem Tourismus-Labelguide¹ und dem Wissensportal „Nachhaltige Reiseziele“ existieren weltweit mehr als 200 touristische Nachhaltigkeitsgütesiegel und „mehr als die Hälfte davon in Europa, viele davon in Deutschland.“² Die Tourismuswissenschaftlerin Rochnowski (2026) geht für Deutschland von 45 klar tourismusbezogenen Nachhaltigkeitssiegeln aus und betont, die Branche würde von einer Konsolidierung und klareren Orientierung profitieren.³

2.1. Nachhaltigkeitszertifizierungen für Beherbergungsbetriebe in Deutschland

Dem Hotelverband Deutschland zufolge setzen viele **Hotels** eher auf **europäische und internationale Nachhaltigkeitssiegel** als auf deutsche.⁴

In einem von der EU unterstützten Bericht des Österreichischen Ökologie-Instituts (ÖÖI) aus dem Jahr 2025 werden die folgenden Siegel als die wichtigsten Nachhaltigkeitszertifizierungen für Beherbergungsbetriebe in Deutschland gelistet:

- EarthCheck,
- Biosphere Responsible Tourism,
- TourCert,
- NEPCon Rainforest Alliance,
- Green Globe,

1 <https://tourismus-labelguide.org/>.

2 <https://www.wissensportal-nachhaltige-reiseziele.de/nachhaltigkeitszertifikate>.

3 Zwischen Anspruch und Greenwashing: Wie viel Nachhaltigkeit steckt wirklich in Hotel-Zertifikaten? Hotel Inside-Interview, 18.03.2026, <https://hotelinside.ch/zwischen-anspruch-und-greenwashing-wie-viel-nachhaltigkeit-steckt-wirklich-in-hotel-zertifikaten/>.

4 SWR (2025), Nachhaltig Reisen, Test: Welche Öko-Labels und Siegel für Hotels sind aussagekräftig? <https://www.swr.de/leben/verbraucher/ard-marktcheck/welche-siegel-hotels-nachhaltigkeit-oeko-label-stiftung-warentest-100.html>.

-
- EU-Umweltzeichen (siehe hierzu ausführlich Punkt 2.2.)
 - GreenSign,
 - Bio-Hotels,
 - Green Key,
 - Viabono,
 - Travelife,
 - Green Pearls,
 - EMAS,
 - Certified Green Hotels.⁵

Antonschmidt et al. (2024)⁶ verglichen 15 etablierte Nachhaltigkeitslabel mit den Kriterien des EU Ecolabels und kamen zu dem Ergebnis, der Markt für Label sei diffus und es lasse sich kein eindeutiger Qualitätsführer ausmachen. Die Nachhaltigkeitslabel für die Hotellerie wiesen folgende Kernschwächen auf:

- „Mangelnde Berücksichtigung sozialer und Governance-Kriterien [...].
- Vage Formulierungen der Kriterien [...].
- Mangel an validen Indikatoren. Insbesondere im Sozial- und Governance-Bereich verzichteten viele Label auf nachprüfbare Kennzahlen. [...]“⁷

5 GreenHost, Sustainability and eco-friendly habits in the lodging sector – it’s time to start the game Consolidated report for WP2 Task A1 - Analysing the existing sustainable practices in the SME lodging industry, March 2025, S. 4f, https://www.fh-mittelstand.de/fileadmin/greenhost-project/content/consolidated_desk_research_wp2-a1.pdf. Unter den Links finden sich detaillierte Informationen zu einzelnen Kennzeichen: Ecotrans, <https://des-tinet.eu/resources/tools/certification-quickfinder>; Labelübersicht, <https://tourismus-labelguide.org/labeluebersicht/>; Green labels, <http://www.greentourism.eu/en/greenlabel/indexpublic>. Siehe auch ZENAT/Bundesverband Die Verbraucher Initiative e. V. (2017), Anforderungen an Unternehmenszertifizierungen für nachhaltigen Tourismus in Deutschland mit Einzelbewertungen der untersuchten Label in einer Kurzübersicht in alphabetischer Reihenfolge (Anhang 2), https://www.zenat-tourismus.de/images/pdf/Ergebnisbericht_Nachhaltiger-Tourismus.pdf.

6 Antonschmidt, Hannes et al. (2024), Bewertung von Nachhaltigkeitslabeln für Hotelbetriebe, Dezember 2024, https://www.umweltbundesamt.de/system/files/medien/11850/publikationen/169_2024_texte_nachhaltigkeitslabel_hotels.pdf.

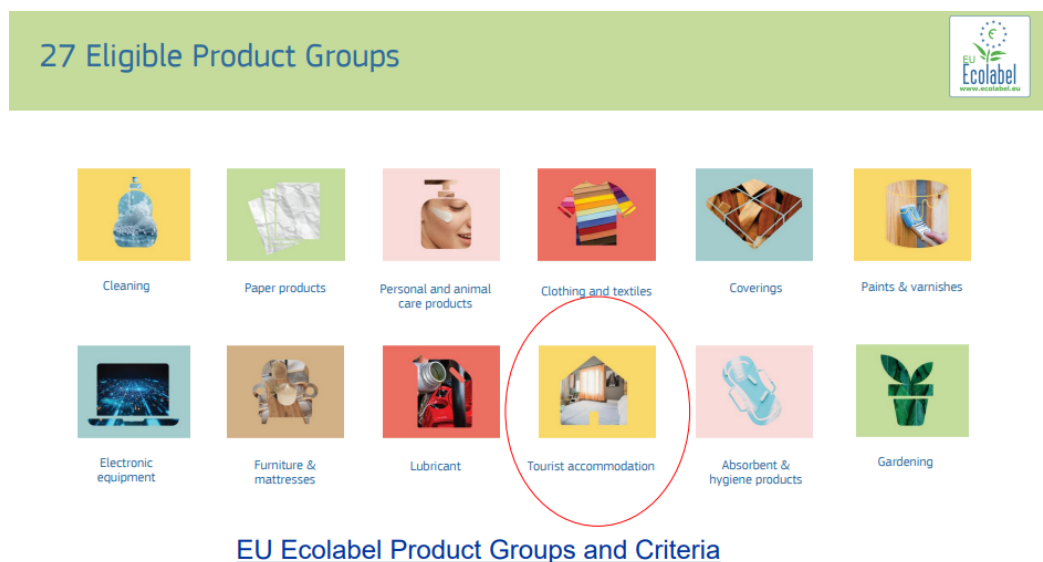
7 S. 38, https://www.umweltbundesamt.de/system/files/medien/11850/publikationen/169_2024_texte_nachhaltigkeitslabel_hotels.pdf.

2.2. Exkurs: EU-Umweltzeichen

Das EU-Umweltzeichen (EU Ecolabel)



kennzeichnet Produkte und Dienstleistungen, die über ihren gesamten Lebenszyklus auf Umweltverträglichkeit geprüft werden. Die Kriterien werden auf Grundlage wissenschaftlicher Evidenz entwickelt und in einem transparenten Verfahren unter Einbeziehung von Fachwissenschaftlern, Nichtregierungsorganisationen sowie weiteren relevanten Interessengruppen erarbeitet, um Verbrauchern eine verlässliche und nachvollziehbare Orientierung zu ermöglichen. Die Einhaltung der Standards sowie die Nutzung des Labels werden durch die national zuständigen Behörden gemäß Art. 10 der Verordnung (EG) Nr. 66/2010⁹ überwacht. Das EU-Umweltzeichen gilt aktuell für 27 Produktgruppen, darunter Reinigungsmittel, Textilien, elektronische Geräte, Beherbergungsbetriebe und Campingplätze. Für jede Produktgruppe gelten eigene Kriterien.¹⁰



EU Ecolabel Product Groups and Criteria

8 <https://eu-ecolabel.de/fuer-verbrauchende/beherbergungsbetriebe>.

9 Verordnung (EG) Nr. 66/2010 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 über das EU-Umweltzeichen, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32010R0066&qid=1780901057163>.

10 Vgl. https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy-topics/eu-ecolabel/consumers_en; auch <https://www.umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag/uebergreifende-tipps/siegel-label#eu-ecolabel>; siehe auch https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy-topics/eu-ecolabel/eu-ecolabel-tourist-accommodation_en.

Abbildung 1: Auswahl an Produktgruppen mit EU-Umweltzeichen.¹¹

Die aktuellen **Kriterien für die Vergabe des EU-Umweltzeichens an Beherbergungsbetriebe** (Beschluss 2017/175 der Kommission)¹² sind gültig bis zum 31. Dezember 2027.¹³ Um als Beherbergungsbetrieb das EU-Umweltzeichen zu erhalten, ist die Einhaltung von 22 Pflichtkriterien erforderlich. Zusätzlich müssen mindestens 20 Punkte bei den optionalen Kriterien erreicht werden.¹⁴



EU Ecolabel for tourist accommodation



- ✓ [EU Ecolabel criteria](#) valid until 31/12/2027
- ✓ Applicable to hotels, hostels, resorts, serviced apartments, campsites, bed & breakfasts, cottages **located worldwide** and **marketing their services on the EEA market***
- ✓ Requirements: **compliance** with **law**** + **22 Mandatory** + **45 Optional criteria** on **general management, energy, water, waste and wastewater**, other.
- ✓ **Application** and **annual fees** depending on company size and country

*EU + Lichtenstein, Norway and Iceland

** all respective legal requirements of the country(ies) where TA is located, including staff to be legally employed and insured

Abbildung 2: GOŁĘBIEWSKA (EU Commission), EU Ecolabel for Tourist Accommodation.¹⁵

Antonschmidt et al. (2024) äußerten sich im Dezember 2024 **kritisch** zum **EU-Umweltzeichen** für den Beherbergungsbereich:

-
- 11 <https://circabc.europa.eu/ui/group/0e3024d9-38be-415b-b141-c05d5d31dd92/library/ba7f9687-9b26-4533-a6a9-52ffd54e1181/details?download=true>, 20.03.2026, dann zu GOŁĘBIEWSKA, Małgorzata (2026), EU Ecolabel for Tourist Accommodation, S. 3.
- 12 Beschluss (EU) 2017/175 der Kommission vom 25. Januar 2017 zur Festlegung der Kriterien für die Vergabe des EU-Umweltzeichens an Beherbergungsbetriebe, konsolidierte Fassung, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A02017D0175-20241220&qid=1780642122036>.
- 13 EU Ecolabel - Tourist accommodation, https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy-topics/eu-ecolabel/product-groups-and-criteria/tourist-accommodation_en; siehe auch The technical roadmap: upcoming criteria changes, 16.03.2026, <https://circabc.europa.eu/ui/group/0e3024d9-38be-415b-b141-c05d5d31dd92/library/ba7f9687-9b26-4533-a6a9-52ffd54e1181/details?download=true>, dann Download starten.
- 14 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:02017D0175-20241220>.
- 15 16.03.2026, The technical roadmap: upcoming criteria changes <https://circabc.europa.eu/ui/group/0e3024d9-38be-415b-b141-c05d5d31dd92/library/ba7f9687-9b26-4533-a6a9-52ffd54e1181/details?download=true>, dann Download starten, dann weiter zu: GOŁĘBIEWSKA, Małgorzata, EU Commission, EU Ecolabel for Tourist Accommodation.

- „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.“¹⁶

Dass das EU Ecolabel trotz seiner staatlichen Akkreditierung noch nicht stark am Hotelmarkt vertreten sei, liegt Antonschmidt et al. (2024) zufolge an dem „anspruchsvollen und detaillierten Anforderungskatalog“ und sei Resultat einer Kosten-Nutzen-Abwägung.¹⁷

Aktuell wird an einer neuen Themenstruktur gearbeitet, die auch soziale Kriterien enthalten soll.¹⁸ Im Entwurf des technischen Berichts zur Überarbeitung der Kriterien für das EU-Umweltzeichen für Beherbergungsbetriebe (2025) werden die Herausforderungen und folgende **Mängel** benannt:

„Rückmeldungen von Interessengruppen sowie Daten von Inhabern des EU-Umweltzeichens zeigen große Leistungsunterschiede je nach Art und Größe der Beherbergungsbetriebe. Zudem gibt es anhaltende Herausforderungen hinsichtlich der Konsistenz und Vergleichbarkeit der gemeldeten Verbrauchsdaten. Dies unterstreicht die Bedeutung klarerer Definitionen, verbesserter Anforderungen an die Verbrauchsüberwachung und einer besseren Abstimmung der Messgrößen auf politische und marktbezogene Erfordernisse.“¹⁹

3. Nachhaltigkeitssiegel – Umsetzung der EU-Richtlinie 2024/825

Das „Dritte Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb“ soll den Verbraucherschutz verbessern und „vor irreführenden Praktiken im Zusammenhang mit

16 Bewertung von Nachhaltigkeitslabeln für Hotelbetriebe, Abschlussbericht, S. 36, https://www.umweltbundesamt.de/system/files/medien/11850/publikationen/169_2024_texte_nachhaltigkeitslabel_hotels.pdf.

17 S. 25, https://www.umweltbundesamt.de/system/files/medien/11850/publikationen/169_2024_texte_nachhaltigkeitslabel_hotels.pdf.

18 Unter diesem Link finden sich mehrere Präsentationen, 16.03.2026, The technical roadmap: upcoming criteria changes <https://circabc.europa.eu/ui/group/0e3024d9-38be-415b-b141-c05d5d31dd92/library/ba7f9687-9b26-4533-a6a9-52ffd54e1181/details?download=true>, dann Download starten.

19 Touristenunterkunft, Dokumente, <https://susproc.jrc.ec.europa.eu/product-bureau/product-groups/451/documents>, Neue Dokumente zur Überarbeitung der Kriterien des EU-Umweltzeichens (2025), dann den Bericht downloaden: Joint Research Centre (2025), 16.12.2025, Revision of the EU Ecolabel criteria for Tourist Accommodation, Draft Technical Report v1.0, S. 8. Übersetzt mit KI-Unterstützung (deepL).

Siehe auch JRC Technical Report (2014), Revision of European Ecolabel Criteria for Tourist Accommodation and Camp Sites, https://susproc.jrc.ec.europa.eu/product-bureau/sites/default/files/2025-04/EU%20Ecolabel%20TAS%26CSS-Preliminary%20Report_v1.pdf.

Umweltaussagen^[20] von Unternehmen“ schützen und stellt erweiterte Anforderungen an **Nachhaltigkeitssiegel** („freiwillige öffentliche oder private Vertrauenssiegel, Gütezeichen oder Ähnliches“).²¹

Das Dritte Änderungsgesetz setzt die **EU-Richtlinie 2024/825**²², die sogenannte. EmpCo-Richtlinie (Empowering consumers for the green transition) um. In einer Studie im Auftrag der EU-Kommission aus dem Jahr 2020 hatten nationale Rechtsexperten **53,3 %** (80 von 150) der **Umweltaussagen** als potenziell **irreführend** eingestuft (als unklar, mehrdeutig und ungenau).²³ **40 %** wurden als **nicht belegt** bzw. unbegründet bewertet.²⁴

Die Regelungen des „Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb“ treten am 27. September 2026 in Kraft.²⁵ Hiermit erfolgt auch eine Regulierung der Nachhaltigkeitssiegel:

„Nachhaltigkeitssiegel müssen zukünftig auf einem Zertifizierungssystem beruhen oder staatlich festgesetzt sein.“²⁶

Das Gesetz soll einen stärkeren Schutz gegen Greenwashing und gegen manipulative Praktiken bieten, „die geeignet sind, die freie und informierte Entscheidung von Verbraucherinnen und Verbrauchern in unzulässiger Weise maßgeblich zu beeinflussen (sogenannte Dark Patterns)“.²⁷

20 Allgemeine Umweltaussagen, wie z. B. „umweltfreundlich“, „umweltschonend“, „grün“, „ökologisch“, „klimafreundlich“, „umweltverträglich“.

21 S. 12, <https://dserver.bundestag.de/btd/21/018/2101855.pdf>.

22 RICHTLINIE (EU) 2024/825 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2024 zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und durch bessere Informationen, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32024L0825&qid=1779809017744>.

23 <https://circabc.europa.eu/ui/group/44278090-3fae-4515-bcc2-44fd57c1d0d1/library/b11ba10b-5049-4564-b47a-51a9bc9003c8/details?download=true>, dann weiter zur Studie von Milieu Consulting/IPSOS NV (2020), Environmental claims in the EU, Inventory and reliability assessment, Final report, S. 12.

24 <https://circabc.europa.eu/ui/group/44278090-3fae-4515-bcc2-44fd57c1d0d1/library/b11ba10b-5049-4564-b47a-51a9bc9003c8/details?download=true>, dann weiter zur Studie von Milieu Consulting/IPSOS NV (2020), Environmental claims in the EU, Inventory and reliability assessment, Final report, S. 13; siehe auch https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy-topics/green-claims_en.

25 <https://www.recht.bund.de/bgbl/1/2026/43/VO>.

26 S. 13, <https://dserver.bundestag.de/btd/21/018/2101855.pdf>.

27 S. 39, <https://dserver.bundestag.de/btd/21/018/2101855.pdf>.

Laut dem Hotelverband Deutschland zielt die Richtlinie (EU) 2024/825 insbesondere darauf, Umweltangaben („Green Claims“) und Nachhaltigkeitskennzeichnungen im B2C[Business-to-Customer]-Bereich einheitlicher zu regulieren.²⁸

Nach Expertenberichten sind hinsichtlich der weiteren Ausgestaltung noch Fragen offen, da die **Green Claims Directive** (Richtlinie über Umweltaussagen)²⁹, die die Richtlinie (EU) 2024/825 ergänzen und Detailfragen klären sollte, einige Tage vor dem Trilog-Verfahren zurückgezogen wurde.³⁰ Der Richtlinienentwurf „hätte Unternehmen verpflichtet, sogenannte Green Claims vorab durch unabhängige Dritte verifizieren zu lassen.“³¹

4. Akzeptanz von Nachhaltigkeitssiegeln (hemmende und begünstigende Faktoren)

Die Akzeptanz von Nachhaltigkeitssiegeln im Tourismus leidet sehr unter der unübersichtlichen Label-Vielzahl. Obgleich das Umweltbewusstsein wächst, sind vielen Reisenden die Namen der Siegel kaum bekannt. Dies erschwert somit auch eine Differenzierung zwischen den Labeln.³²

Das Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI), eine niederländische Regierungsorganisation³³, konstatiert, jedes Jahr betonten immer mehr Reisende, wie wichtig ihnen nachhaltiges Reisen sei. Das Konzept des regenerativen Tourismus gewinne zunehmend an Beliebtheit.³⁴

Das Umweltbundesamt erklärte im Oktober 2024, zwar wachse der Wunsch nach umwelt- und sozialverträglichen Reisen weiter, doch sei eine echte Wende im Verhalten nicht zu erkennen.

28 Nachhaltigkeit, 26.05.2026, <https://www.hotellerie.de/news/newsdetail/nachhaltigkeit-93>.

29 Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über die Begründung ausdrücklicher Umweltaussagen und die diesbezügliche Kommunikation (Richtlinie über Umweltaussagen), COM/2023/166 final, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TEXT/PDF/?uri=CELEX:52023PC0166>; Outcome of Proceedings, 17.06.2024, <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-11312-2024-INIT/en/pdf>. Siehe auch Nachweis und Kommunikation expliziter Umweltaussagen (Richtlinie über grüne Werbeaussagen bzw. Richtlinie über Umweltaussagen), [https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2023/0085\(COD\)&l=en](https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2023/0085(COD)&l=en). Siehe zur Kritik an der Green Claims Directive auch <https://www.ernaehrungsindustrie.de/green-claims-directive-bleibt-umstritten/>.

30 Green Claims Directive: EP co-rapporteurs hold a press conference at 15.15, 23.06.2025, <https://www.euro-parl.europa.eu/news/en/press-room/20250623IPR29094/green-claims-directive-ep-co-rapporteurs-hold-a-press-conference-at-15-15>.

31 Hachmeister/Kohoutek: Bericht aus Brüssel PharmR 2025, 567 (Beck-Online).

32 Vgl. auch Kreilkamp, Edgar (2019), Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Wunsch und Wirklichkeit, S. 15.

33 <https://www.cbi.eu/faq>. CBI arbeitet mit Experten aus verschiedenen Branchen zusammen und lässt Marktstudien erstellen.

34 CBI (2026), Which trends offer opportunities or pose threats on the European outbound tourism market? Government of the Netherlands, 17.03.2026, <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/trends>.

Die Bedeutung der Nachhaltigkeit in der Reiseentscheidung bleibe weiter gering und verwies auf die aktuellen Zahlen des Nachfragemonitors „Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen“^{35,36}

Rochnowski (2026) zufolge spielten Nachhaltigkeitssiegel dann eine Rolle, wenn alle relevanten Kriterien für die Urlaubswahl (Reiseziel, Reisemotiv, Hotelausstattung, Preis etc.) berücksichtigt seien und es gleichwertige Angebote gebe. In diesem Fall würden rund 11 % der Deutschen ein Hotel mit Nachhaltigkeitszertifikat wählen.³⁷

Bei **Kurzurlobsreisen** sei laut Schmücker et al. (2025) die Nutzung von Umwelt- und Nachhaltigkeitskennzeichnungen generell deutlich höher als bei längeren Reisen und am höchsten bei **Geschäftsreisen**. Die bewusste Nutzung von Umweltzeichen bleibe relativ gering. Dies spiegele sowohl die bisher begrenzte Anzahl zertifizierter Angebote auf dem Markt als auch die Aufmerksamkeit der Reisenden für solche Kennzeichnungen wider.³⁸ Nach drei Projektjahren zeige sich Schmücker et al. (2025) zufolge ein relativ klares Bild:

- „Die deutliche Mehrheit der deutschen Bevölkerung **möchte nachhaltig reisen**. (2024: 67% ökologisch oder sozial verträglich). Diese Zustimmung hat seit der ersten Messung im Jahr 2012 im langjährigen Mittel zugenommen.
- Die soziale Nachhaltigkeit erfährt hier regelmäßig eine noch höhere Zustimmung als die ökologische Nachhaltigkeit.
- Nachhaltigkeit war bei der konkreten Reiseentscheidung am Ende aber nur **selten ausschlaggebend** (3-5% der Reisen).
- Die **gereisten Distanzen** erreichen trotz einer geringeren Anzahl an Urlaubsreisen zuletzt wieder fast den bisherigen Spitzenwert von 2019.
- Ein Zuwachs vor allem bei Fern- und Auslandsreisen führte dabei in 2023 zu einem neuen **Rekordwert bei touristischen Verkehrsleistungen mit dem Flugzeug**.
- Eine **gravierende Veränderung** hin zu einem grundlegend nachhaltigeren Reiseverhalten in der Gesamtbevölkerung ist insgesamt nicht zu erkennen.

Damit besteht eine erhebliche Diskrepanz zwischen der berichteten Einstellung und dem tatsächlichen Verhalten („Attitude-Behaviour-Gap“). Wesentlicher Hintergrund ist, dass Nachhaltigkeit

35 Unter dem folgenden Link finden sich die einzelnen Monitoringberichte „Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen“, <https://reiseanalyse.de/ra-satelliten/ra-nachhaltigkeit/>. Die Monitoringberichte sind eine Untersuchung der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR).

36 <https://www.umweltbundesamt.de/themen/viele-menschen-wollen-nachhaltig-reisen-aber-nur>.

37 <https://hotelinside.ch/zwischen-anspruch-und-greenwashing-wie-viel-nachhaltigkeit-steckt-wirklich-in-hotel-zertifikaten/>.

38 Schmücker et al. (2025), Abschlussbericht, Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen, Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren, S. 68, https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2023/09/123_2025_texte.pdf.

bei der Reiseentscheidung nur einer unter vielen Wünschen ist, die das Reiseangebot erfüllen soll. Zwischen der Vielzahl von Ansprüchen wird abgewogen. Dabei reisen die Deutschen zu-
meist nicht in erster Linie, um sich für Nachhaltigkeit zu engagieren oder um den Menschen in
den Zielgebieten etwas Gutes zu tun, sondern um Abstand vom Alltag zu gewinnen, sich zu erho-
len und Spaß bzw. Freude zu haben [...].³⁹

Die Studie von Godovykh et al. (2024) zu den Wirkungen von **Nachhaltigkeitssiegeln für Hotels**
auf die Einstellung und das Verhalten der Gäste liefert empirische Belege dafür, dass ein Nach-
haltigkeits-Siegel einen **positiven Einfluss** auf die Einstellung der Gäste zu einem Hotel und ihre
Buchungsabsicht haben kann.⁴⁰

Kreilkamp (2019) schlägt vor, da die **persönlichen Nachhaltigkeitsvorteile** von Tourismuspro-
dukten für Verbraucherinnen und Verbraucher **oft nicht direkt erkennbar** seien, müssten sie
emotional und wiederholt kommuniziert werden. Es bedürfe weiterer Forschung und Strategien,
die auf gesellschaftlichen Veränderungen und genauen Erkenntnissen über Konsumenten basier-
ten.⁴¹

Zhang/Jung (2025) untersuchten anhand von Hotelaufenthalten in China wie Umwelt-, Sozial-
und Governance-(ESG)-Aktivitäten von Hotels mit den Buchungsabsichten von Hotelgästen ver-
knüpft sind. Sie kamen zu dem Ergebnis, dass ESG-Initiativen in der Hotelbranche **zunehmend
an Bedeutung** gewannen. Die psychologischen Prozesse auf Konsumentenebene, über die diese
Aktivitäten mit **Buchungsabsichten** zusammenhingen, seien jedoch noch nicht vollständig er-
forscht. Insgesamt deuteten die Ergebnisse auf einen Zusammenhang hin.⁴²

5. Standards für ein einheitliches Tourismus-Nachhaltigkeitssiegel

5.1. UN-Definition für “nachhaltigen Tourismus” – Global Sustainable Tourism Council (GSTC)

Das UN-Umweltprogramm und die Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen (UN-
WTO) definieren nachhaltigen Tourismus als “Tourismus, der seine gegenwärtigen und zu-
künftigen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen umfassend

39 S. 177, https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2023/09/123_2025_texte.pdf.

40 Godovykh, Maksim et al. (2024), Sustainable Labels in Tourism Practice: The Effects of Sustainable Hotel Badges on Guests’ Attitudes and Behavioral Intentions (2024), <https://www.mdpi.com/2071-1050/16/6/2484>.

41 Kreilkamp, Edgar (2019), Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Wunsch und Wirklichkeit, S. 19.

2019 betreute Kreilkamp als Emeritus an der Leuphana Universität Lüneburg ein vom damaligen „Bundesministerium für Bildung und Forschung genehmigtes Projekt ‘Green Tourism’ zur Entwicklung eines Modells zur Beurteilung der gesamten Urlaubsreise im Hinblick auf Nachhaltigkeit auf Basis eines einheitlichen Datenstandards.“, https://bzt.bayern.ms_nachhaltigkeit-bei-urlaubsreisen-wunsch-und-wirklichkeit/.

42 Zhang, Baitong; Jung, Sunho (2025), How Environmental, Social, and Governance (ESG) Activities Relate to Hotel Booking Intentions: Evidence from PLS-SEM and fsQCA, <https://www.mdpi.com/2071-1050/18/1/325>.

berücksichtigt und dabei den Bedürfnissen der Besucher, der Branche, der Umwelt und der Gastgemeinden gerecht wird.“⁴³

Nach den Leitlinien der UNWTO ist nachhaltige Tourismusentwicklung auf alle Tourismusformen und Reiseziele anwendbar, einschließlich Massentourismus und Nischentourismus.⁴⁴

Der Global Sustainable Tourism Council (GSTC), 2007 vom UNEP (United Nations Environment Programme) und der UNWTO gegründet, legt globale Nachhaltigkeitsstandards im Tourismus fest und sorgt durch ein weltweit anerkanntes Zertifizierungssystem für deren Umsetzung.⁴⁵

Kreilkamp (2019) zufolge seien die Kriterien des GSTC das **Minimum**, das jedes Tourismusunternehmen oder jede Destination anstreben solle. Sie seien in einem aufwendigen weltweiten Stakeholder-Verfahren entwickelt worden und auf Basis von mehr als 40 weit verbreiteten und anerkannten Prinzipien, Leitlinien und Zertifizierungskriterien festgelegt worden. Mit den vier Hauptthemen:

- Nachhaltiges Management
- Soziale und wirtschaftliche Aspekte
- Kulturelle Aspekte
- Umwelt.

Sie würden inzwischen weltweit als Standard eines nachhaltigen Tourismus gelten. Alle in diesen Standards enthaltenen Kriterien seien verbindlich und müssten nach Auffassung führender Nachhaltigkeitswissenschaftler für eine Zertifizierung zwingend erfüllt sein.⁴⁶

Die Standards des GSTC für Hotels, Reiseveranstaltungsunternehmen und Destinationen können den folgenden Quellen entnommen werden:

Global Sustainable Tourism Council GSTC, **Hotel Kriterien**, Version 3, 21.12.2016 mit Vorschlägen für Leistungsindikatoren, https://www.gstc.org/wp-content/uploads/German-Deutsch-GSTC-Hotel_Industry_Criteria_with_hotel_indicators-Dec2016.pdf.

Global Sustainable Tourism Council GSTC, **Reiseveranstalter Kriterien**, Version 3, 21.12.2016 mit Vorschlägen für Leistungsindikatoren, https://www.gstc.org/wp-content/uploads/German-Deutsch-GSTC-TourOperator_Industry_Criteria_with_tour_operator_indicators-Dec2016.pdf.

43 <https://www.gstc.org/what-is-sustainable-tourism/>. Übersetzt mit KI-Unterstützung (google).

44 <https://www.untourism.int/sustainable-development>.

45 <https://vireocert.com/uk/certifications/gstc-hotel>.

46 Kreilkamp, Edgar (2019), Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Wunsch und Wirklichkeit, S. 6f.

Global Sustainable Tourism Council GSTC, **Destinationskriterien** des GSTC, Version 2.0, 06.12.2019 mit Leistungsindikatoren und SDGs, <https://www.gstc.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0-German-DE.pdf>.

5.2. Vorgaben für ein Nachhaltigkeitssiegel gem. EU-Richtlinie 2024/825

Die Richtlinie (EU) 2024/825⁴⁷ schreibt für ein Nachhaltigkeitssiegel Folgendes vor:

„Das Anbringen von Nachhaltigkeitssiegeln, die nicht auf einem **Zertifizierungssystem** beruhen oder nicht von **staatlichen Stellen** festgesetzt wurden, sollte daher verboten werden, indem diese Praktiken in die Liste in Anhang I der Richtlinie 2005/29/EG^[48] aufgenommen werden. Vor dem Anbringen eines Nachhaltigkeitssiegels sollte der Gewerbetreibende sicherstellen, dass es gemäß den **öffentlich** einsehbaren Bedingungen des Zertifizierungssystems **Mindestanforderungen** hinsichtlich **Transparenz** und **Glaubwürdigkeit** erfüllt, einschließlich einer objektiven **Überwachung** der Einhaltung der Anforderungen des Systems. Diese Überwachung sollte von einem **Dritten** durchgeführt werden, dessen **Kompetenz** und **Unabhängigkeit** sowohl vom Systeminhaber als auch von dem Gewerbetreibenden auf der Grundlage internationaler, unionsweiter oder nationaler Normen und Verfahren sichergestellt ist, beispielsweise durch den Nachweis der Einhaltung einschlägiger internationaler Normen wie der Norm ISO 17065 ‘Konformitätsbewertung — Anforderungen an Stellen, die Produkte, Prozesse und Dienstleistungen zertifizieren’ oder durch die in der Verordnung (EG) Nr. 765/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vorgesehenen Mechanismen. Das Anbringen von Nachhaltigkeitssiegeln bleibt ohne Zertifizierungssystem möglich, wenn diese Siegel von einer **staatlichen Stelle** festgesetzt wurden, [...]“⁴⁹

5.3. Versuch ein EU-Qualitätssiegel zu etablieren

Bereits im Jahr 2012 versuchte die EU-Kommission, mit den „Europäischen Qualitätsgrundsätzen für den Tourismus“ (ETQP) ein europäisches Gütesiegel für den Tourismus zu etablieren. Als wichtigste Vorteile eines solchen Siegels wurden eine bessere **Kundenwahrnehmung** und eine größere **Marktbekanntheit** genannt.⁵⁰ Die geplanten Europäischen Qualitätsgrundsätze sahen u. a. vor, dass Tourismusdienstleister die Gäste über Traditionen und Bräuche, Natur- und Kulturschätze und über Nachhaltigkeitsaspekte informieren. Aufgrund mangelnder Unterstützung durch die Mitgliedstaaten wurde dieses Vorhaben jedoch wieder zurückgezogen.⁵¹

47 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32024L0825&qid=1779809017744>.

48 Anhang I der Richtlinie 2005/29/EG benennt „Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen als unlauter gelten“.

49 Erwägungsgrund 7. Hervorhebung durch Verfasser der Dokumentation.

50 Untersuchung für den TRAN-Ausschuss – Europäische Tourismuszertifizierung, 2018, S. 31, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/617461/IPOL_STU\(2018\)617461_DE.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/617461/IPOL_STU(2018)617461_DE.pdf).

51 S. 34, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/617461/IPOL_STU\(2018\)617461_DE.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/617461/IPOL_STU(2018)617461_DE.pdf).

Zu einer **Europäischen Tourismuszertifizierung** heißt es im Jahr 2018 in einer Studie der Fachabteilung Struktur- und Kohäsionspolitik für den Ausschuss für Verkehr und Fremdenverkehr des Europäischen Parlaments:

„Insgesamt bieten Nachhaltigkeitszertifizierungen diverse Vorteile (einschließlich der Reduzierung der negativen Auswirkungen des Tourismus) und können eine Harmonisierung des Verhaltens der Interessengruppen hin zu einer nachhaltigen Praxis bewirken. Es bestehen jedoch noch gewisse Probleme bei der Umsetzung und Überwachung dieser positiven Auswirkungen, und die Festlegung der Standards, für die ein Siegel steht, bleibt ein schwieriges Unterfangen.“⁵²

Die Denkwerkstatt Konsum des Umweltbundesamtes befasste sich 2024 mit der Frage, was ein **gutes Siegel** ausmacht, und listet folgende Aspekte:

„**Qualitätskriterien** wie **ökologische und soziale Aspekte**, nach denen ein Siegel vergeben wird. Hier existiert das Dilemma: Sind die Qualitätskriterien zu streng, gibt es keine Produkte mit dem Siegel. Sind sie jedoch zu locker, hat das Siegel keine sozial-ökologische Wirkung.

Überprüfbarkeit, Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Bewertungsprozesses

Unabhängige Expert*innen und **unterschiedliche Interessengruppen** erarbeiten die Kriterien. Auch hier gibt es eine Zwickmühle. Je höher die Anforderungen an die sozial-ökologische Wirkung, desto höher der Aufwand für die Hersteller und die damit verbundenen Kosten. [...].

Unabhängigkeit der Organisation, die das jeweilige Zeichen vergibt, oder den externen Kontrollstellen, die den Vergabeprozess überprüfen.“⁵³

Die Tourismuswissenschaftlerin Rochnowski erklärte in einem Interview, **glaubwürdige Zertifikate** zeichneten sich durch transparente Kriterien, klare Auditprozesse und internationale Standards wie ISO-Normen aus. Seriöse Zertifizierungen seien kein reines Marketinginstrument, sondern legten den Fokus auf Ressourceneffizienz, Risikosteuerung und langfristige Resilienz des Unternehmens. Nachhaltigkeit funktioniere nur, wenn sie im Unternehmen verankert sei und Mitarbeitende aller Hierarchieebenen in den Prozess eingebunden seien. Der direkte Einfluss eines Siegels auf die Nachfrage der Gäste sei begrenzt. Der strategische Wert liege stärker in Reputation, Lieferkettenanforderungen und stabilen Geschäftsbeziehungen. Zertifizierungen könnten bürokratisch und ressourcenintensiv sein, vor allem wenn sie echte Audit- und Dokumentationspflichten enthielten – gerade diese würden jedoch als glaubwürdig gelten. Nachhaltigkeit solle

52 S. 10, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/617461/IPOL_STU\(2018\)617461_DE.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/617461/IPOL_STU(2018)617461_DE.pdf).

53 <https://denkwerkstatt-konsum.umweltbundesamt.de/was-macht-ein-gutes-siegel-aus>.

nicht nur regulatorische Pflicht sein, sondern Teil der unternehmerischen Haltung und langfristigen Strategie eines Hotels.⁵⁴

Das Bayerische Zentrum für Tourismus beleuchtete im Jahr 2022 die Bedeutung für Zertifizierungen für die Anbieter- und Nachfragerseite und stellte fest, dass der **Zertifizierungsprozess** wichtiger sei als das resultierende Siegel, da er das Unternehmen dazu bringe, sämtliche betriebliche Prozesse zu durchleuchten. Es sei wichtig zu erkennen, dass Nachhaltigkeit selbst ein Prozess sei, der auf stetiger Verbesserung beruhe und bei dem kein Endpunkt der Entwicklung definiert werden könne. Die wichtigsten Beweggründe für die Einführung von Nachhaltigkeitskriterien seien „Kosteneinsparungen, die Verbesserung des Rufs des Unternehmens, die Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit und die Einhaltung von Umweltvorschriften.“⁵⁵

5.4. Entwicklung eines **Referenzstandards** für Nachhaltigkeitslabel für Hotelbetriebe

Der Abschlussbericht von Antonschmidt et al. (2024) „Bewertung von Nachhaltigkeitslabeln für Hotelbetriebe“⁵⁶ enthält Empfehlungen für die Entwicklung eines **Referenzstandards** für Nachhaltigkeitslabel für Hotelbetriebe. Die folgenden Aspekte sollten bei der Entwicklung eines Referenzstandards Berücksichtigung finden:

- „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 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

54 Zwischen Anspruch und Greenwashing: Wie viel Nachhaltigkeit steckt wirklich in Hotel-Zertifikaten? 18.03.2026. <https://hotelinside.ch/zwischen-anspruch-und-greenwashing-wie-viel-nachhaltigkeit-steckt-wirklich-in-hotel-zertifikaten/>.

55 Lindner, Erik (2022), Nachhaltigkeitszertifizierungen im Tourismus, <https://bzt.bayern/nachhaltigkeitszertifizierungen-tourismus/>.

56 Antonschmidt, Hannes et al. (2024), Bewertung von Nachhaltigkeitslabeln für Hotelbetriebe, Dezember 2024, https://www.umweltbundesamt.de/system/files/medien/11850/publikationen/169_2024_texte_nachhaltigkeits-label_hotels.pdf.

spezifischen Themen in diesen Bereichen durch die Anspruchsgruppen (Stakeholder) des Unternehmens beigemessen wird [...].

- 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 [...].
- 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 [...].⁵⁷

57 Antonschmidt et al. (2024), S. 36f, https://www.umweltbundesamt.de/system/files/medien/11850/publikationen/169_2024_texte_nachhaltigkeitslabel_hotels.pdf.