



# Ein Zeichen setzen – aber welches?

**Wer auf Nachhaltigkeit baut, möchte dies auch zeigen. Zertifizierungen sind für Hotelbetriebe eine Möglichkeit, das eigene Engagement – möglichst glaubwürdig – kenntlich zu machen. Doch die Masse an Siegeln, Labels und Zertifikaten sorgt für Verwirrung. Welches Siegel passt zu welchem Betrieb? Tophotel hat den Label-Dschungel durchforstet und bei Experten nachgefragt.**

## ZERTIFIKATSWAHL IN DER PRAXIS – CASE 1



**Nachhaltig engagiert: Sebastian Klink, General Manager des Bilderberg Bellevue Hotels Dresden.**

**Tophotel: Herr Klink, warum war es Ihnen wichtig, eine Zertifizierung vorweisen zu können?**

**Sebastian Klink:** Die Bedürfnisse unserer Gäste, Kunden und Partner sind in stetigem Wandel. Daher haben wir uns mit den Megatrends der Zukunft auseinandergesetzt. Neben Gesundheit und Mobilität gehört Nachhaltigkeit zu den Topthemen. Wir sehen es als unsere Aufgabe, einen ernsthaften Beitrag für eine nachhaltigere Welt zu leisten.

**Aus welchem Grund Sie sich für das Label Certified Green Hotel entschieden?**

Ausschlaggebend waren das Selbstverständnis und das Mission-Statement: Das Certified-Team sieht sich nicht als reine Prüforganisation, die alle drei Jahre auf der Bildfläche erscheint, um ein Audit durchzuführen und das Zertifikat auszustellen. Vielmehr agiert es als dauerhafter Sparringspartner und Berater, als Initiator einer Nachhaltigkeits-Community, in der jeder vom Wissen und Erfolg anderer profitiert. Es gibt schließlich immer Potenzial für eine Weiterentwicklung.

**Was sehen Sie als wichtigsten Mehrwert?**

Die Wirkung auf die Mitarbeiter ist nicht zu unterschätzen. Sie wollen sich mit dem Unternehmen identifizieren und schätzen unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten, in die sie selbstverständlich eingebunden sind, und insbesondere unser ehrenamtliches Engagement für die Region sehr.

„Tue Gutes und rede darüber“: Getreu diesem Motto möchten nachhaltig engagierte Hoteliers ihre Leistung möglichst auf einen Blick sichtbar machen. Zertifikate bieten sich dafür an. Ihre prägnanten Logos lassen sich für Marketing- und Werbezwecke nutzen, ob auf den eigenen Werbemitteln oder der Webseite. Sie dienen als Orientierungsinstrumente für Gäste und Stakeholder, gegebenenfalls sogar als Nachweis gegenüber dem Gesetzgeber.

Doch so facettenreich das komplexe Thema Nachhaltigkeit und die Rahmenbedingungen der Unternehmen sind, so vielfältig präsentiert sich auch das Angebot an Zertifizierungssystemen. Viele Label werden übergreifend für ein breites Spektrum an Produkten und Dienstleistungen vergeben – mit dem Vorteil, dass sie Verbraucherinnen und Verbrauchern vermeintlich häufiger begegnen und dadurch leichter Bekanntheit erlangen. Andere wiederum sind auf die Tourismuswirtschaft oder noch spezifischer auf die Beherbergungsbetriebe zugeschnitten.

Es gibt global gültige Siegel und solche, die „nur“ regional begrenzt ein Zeichen setzen. Es gibt jene, die von staatlichen Stellen herausgegeben werden, andere von gemeinnützigen Nichtregierungsorganisationen (NGOs) oder von der Privatwirtschaft. Es gibt Systeme, die alle Nachhaltigkeitsdimensionen – die ökologische, soziale und wirtschaftliche – ausgeglichen abbilden und andere,

”

**Die Wirkung auf die Mitarbeiter ist nicht zu unterschätzen. Sie wollen sich mit dem Unternehmen identifizieren.“**

Sebastian Klink, GM Bilderberg Bellevue Hotel Dresden



**Auf dem Weg zur Klimaneutralität: Einen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu erstellen reicht längst nicht mehr aus. Transparenz ist gefragt, um Greenwashing zu vermeiden.**

die Schwerpunkte in einzelnen Bereichen setzen. Auch unterscheiden sich die Optionen in puncto Abwicklung und Kosten.

### **Mehr als 200 Umweltzeichen allein in der EU**

Zenat, das Zentrum für Nachhaltigen Tourismus an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde, hat – allerdings bereits 2016 – eine „Bestandsaufnahme und Bewertung von Zertifizierungssystemen für nachhaltigen Tourismus in Deutschland“ vorgenommen. Außer einem aufgezeigtem Optimierungsbedarf zieht die Publikation ein durchaus positives Fazit. Denn den Erhebungen zufolge „waren die befragten Unternehmen und Organisationen mit ihrem Zertifizierungssystem mehrheitlich zufrieden und würden sich wieder zertifizieren lassen“.

Zu den Themen Auswahl und Motivation heißt es: „Es werden bevorzugt solche Zertifikate ausgewählt, die zur Organisation ‚passen‘. Als Hauptgründe, sich zertifizieren zu lassen, werden Verantwortung für die Umwelt sowie Image- und Qualitätsverbesserung, also sowohl ethische als auch eigennützige Motive angegeben.“ Beruhigend mit Blick auf die Greenwashing-Gefahr: „Bei der Mehrheit der Systeme werden unabhängige Audit-Verfahren angewendet. Insgesamt können die Prüfverfahren zum Großteil als glaubwürdig eingestuft werden.“ Auch halten die befragten Experten und Stakeholder die Nachhaltigkeitszertifizierungen im Deutschlandtourismus „als Mess- und Orientierungsinstrument für unverzichtbar“.

Jedoch stellt die Angebotsvielfalt ein Problem dar. Branchenübergreifend konkurrieren weltweit mehr als 450, in der EU mehr als 200 Umweltzeichen um die Wahrnehmung der Konsumentinnen und Konsumenten. Bezogen auf den Tourismus werden global mehr als 150 und in der EU mehr als 50 verschiedene Gütesiegel gezählt. Mal zeigen sie grüne Blätter, mal leuchtende Sonnen oder blaue Fahnen. „Die wenigsten Zertifikate und Siegel erreichen eine namhafte Durchdringung des Marktes und damit Bekanntheit“, konstatierte der Verband für nachhaltigen Tourismus, Forum Anders Reisen, kürzlich in einer Stellungnahme, in der es außerdem heißt: „... ein eigenständiges Überprüfen und Abgleichen ist ohne Expertise nicht leistbar“. Welche Auszeichnung steht wofür? Selbst für Fachleute ist es heute kaum möglich, die Zertifikate zu vergleichen, wie soll es da erst für die Bürgerinnen und Bürger sein? Das Forum Anders Reisen wünscht sich daher die Etablierung einer staatlichen Dachmarke ähnlich dem Bio-Siegel für Lebensmittel oder dem Grünen Knopf in der Mode – der allerdings auch noch keine durchschlagende Bekanntheit erlangt hat.

Es bleibt die Abwägung der Hotellerie-Verantwortlichen, ob eine Nachhaltigkeitszertifizierung für sie in Frage kommt, und wenn ja, welche. Tophotel bietet auf den kommenden Seiten eine vergleichende Vorauswahl. Die vorgestellten Siegel haben mehrere Aspekte gemeinsam: Sie adressieren explizit auch an Beherbergungsbetriebe, haben einen mindestens nationalen Geltungsbereich und sind langjährig etabliert. Mehrheitlich sind sie darüber hinaus vom Globalen Rat für Nachhaltigen Tourismus (Global Sustainable Tourism Council, GSTC), einer un-

## ZERTIFIKATSWAHL IN DER PRAXIS – CASE 2



**Grüne Vordenkerin: Michaela Reitterer, Eigentümerin des Boutiquehotels Stadthalle in Wien.**

**Tophotel: Frau Reitterer, Ihr Boutiquehotel in Wien ist mit dem Österreichischen Umweltzeichen und dem EU Ecolabel zertifiziert. Wie kam es dazu?**

**Michaela Reitterer:** „Unser gesamtes Team meint es bereits seit langem wirklich ernst mit dem Umweltschutz. Das Österreichische Umweltzeichen war die erste Zertifizierungsmöglichkeit in Österreich. Das EU Ecolabel empfanden wir danach als die logische Fortführung – für unsere ausländischen Gäste aus dem EU-Raum stellt es ein vertrautes Symbol dar. Beide Zertifizierungen sind ein Angebot des Ministeriums, das ist uns ebenso wichtig wie die mit den Zertifizierungen verbundene Information und Unterstützung, die wir erhalten.“

### Wie sind Ihre Erfahrungen?

Die Re-Zertifizierungen sind für uns immer wieder eine gute Gelegenheit, unsere Prozesse sowie unser Angebot zu hinterfragen und im besten Fall zu erweitern.

**Sie haben zusätzlich 2012 den Verein Sleep Green mitgegründet. Was hat Sie – trotz aller Label am Markt – dazu bewogen?**

Wir wollten die führenden grünen Hoteliers zusammenbringen, um uns einerseits auszutauschen und andererseits gemeinsam an die Öffentlichkeit zu gehen. Damals war die Bühne für die nachhaltige Hotellerie noch eine wesentlich kleinere als sie es glücklicherweise heutzutage ist.

abhängigen und neutralen Organisation, anerkannt und/oder auf dem Portal Label-online.de als mindestens empfehlenswert eingestuft. Dahinter steht der Bundesverband „Die Verbraucher Initiative“. Die Bewertungen fanden auf Grundlage eines umfangreichen Prozesses statt, in den Vertreter von Unternehmen, Verbänden, Wissenschaft und Bundesministerien eingebunden waren.

### Zertifizierungssysteme als Planungs- und Umsetzungshilfe

Soweit zum Aspekt der Glaubwürdigkeit. Bevor es an die Zeichenvergabe geht, müssen jedoch zunächst Hausaufgaben erledigt werden. Und auch dabei können die Zertifizierungssysteme Hilfestellung leisten. Denn oftmals fungieren sie als Partner oder Leitfaden für eine strukturierte, möglichst ganzheitliche Planung und Umsetzung. Auf manche mögliche Maßnahme wird man möglicherweise erst durch die Kriterien eines Siegels aufmerksam.

Till Runte, Geschäftsführer des Prüfinstituts Certified, etwa sagt: „Wir bieten ein Modell, um in das Thema Nachhaltigkeit einzusteigen und sich sukzessive notwendiges Fachwissen und Know-how anzueignen.“ Das Earthcheck-Zertifikat wiederum hat „Leitfäden, Vorlagen und Experten, die durch den Prozess führen“ parat, und Viabono betreut gar eine ganze Label-Bandbreite zur schrittweisen Steigerung der Nachhaltigkeitsleistung.

Bei anderen Systemen gibt es Levelsteigerungen unter dem Dach der jeweiligen „Marke“. Suzann Heinemann, Geschäftsführerin des Greensign Instituts (siehe auch Pro & Contra, ab Seite 22), betont: „Nachhaltigkeit ist kein Einzelkampf, sondern ein Gemeinschaftsakt. So organisieren wir Webinare zu nachhaltigen Praxisthemen, berichten in Blogs über Trends, veranstalten Networking-Events und gemeinsame Klimaschutzaktionen. Wir bieten also mit der Zertifizierung auch eine Community.“

Zertifizierung ja oder nein, das ist eine individuell zu klärende Frage, wie auch unser Pro & Contra ab Seite 22 zeigt. An Nachhaltigkeitsengagement allerdings führt in Anbetracht der Rahmenbedingungen kaum noch ein Weg vorbei. Anfang Juli hat das deutsche Bundeskabinett die Eckpunkte der Bundesregierung zur Weiterentwicklung der „Nationalen Tourismusstrategie“ beschlossen. Eines der Kernthemen, zu dem noch in diesem Jahr ein Arbeitsprogramm mit branchenspezifischen Maßnahmen beschlossen werden soll: der Klima-, Umwelt- und Naturschutz. Im Eckpunkte-Papier heißt es: „Der Erhalt einer intakten Umwelt und der Schutz des Klimas sind wichtige Voraussetzungen dafür, dass die Tourismuswirtschaft ihre Existenzgrundlage erhalten kann. Schon deshalb muss sie ein Interesse daran haben, ih-

ren ökologischen und klimabelastenden Fußabdruck so klein wie möglich zu halten. Zudem ist es mit Blick auf die klimapolitischen Ziele auf nationaler wie auf europäischer Ebene wichtig, dass auch der Tourismus einen sichtbaren Beitrag leistet, damit Deutschland diese Ziele erreicht und einen 1,5-Grad-Pfad bei der Erderwärmung ansteuert.

### Zunehmend relevant als Auswahlkriterium

Insgesamt wurden nach Berechnungen des Statistischen Bundesamts durch die Tourismusaktivitäten in Deutschland im Jahr 2019 24,6 Millionen Tonnen an Treibhausgasemissionen verursacht, das sind 2,6 Prozent aller in Deutschland entstandenen Emissionen.“ Die Weltorganisation für Tourismus (UNWTO), das Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) und die Weltorganisation für Meteorologie (WMO) schätzen, dass global acht Prozent aller Emissionen auf den Tourismus zurückzuführen sind und dass der Sektor Beherbergung wiederum für 21 Prozent davon verantwortlich ist. Auch auf europäischer Ebene bewegt sich einiges angesichts der Dringlichkeit, den Klimawandel zu bekämpfen. Die

”

Wir bieten ein Modell, um in das Thema einzusteigen und sich sukzessive Fachwissen und Know-how anzueignen.“

Till Runte, Geschäftsführer Certified

Politik dort möchte den politischen Rahmen schaffen, „nachhaltige Waren, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle zur Norm zu machen und Konsummuster in eine nachhaltigere Richtung zu lenken“.

Bei den Konsumentinnen und Konsumenten vollzieht sich bereits ein Wandel, sie sind besser informiert, kritischer und sensibler geworden. Booking.com meldet in seinem „Sustainable Travel Report 2021“, dass 73 Prozent



Die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen: Das Boutiquehotel Stadthalle Wien handelt nicht nur danach, es hat sie auch auf die Vorhänge gedruckt.



**Biologisch, fair, saisonal – für nachhaltige Küchenkonzepte gilt: regional einkaufen oder selbst anbauen.**

der Befragten eher eine Unterkunft buchen würden, die nachhaltige Praktiken implementiert hat. 72 Prozent finden demnach, dass Tourismusunternehmen mehr nachhaltige Angebote machen sollten. Und 61 Prozent sagen, dass die Pandemie dazu beigetragen hat, dass sie in Zukunft nachhaltiger reisen möchten. Die „Reiseanalyse 2022“ der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) kommt zu ähnlichen Ergebnissen. Die Entwicklung ist eindeutig, wenngleich es laut Forum Anders Reisen noch immer daran mangelt, „dieses Bewusstsein in persönliches Handeln zu überführen“. Hier sei weiterhin eine deutliche Diskrepanz festzustellen.

### **Chance für Ferienhotellerie, als Vorbild voranzugehen**

Nicht zuletzt sind auch die Emissionen eines Beherbergungsbetriebs vom Verhalten der Gäste abhängig. Zenat-Leiter Wolfgang Strasdas bestätigt: „Der Ressourcenverbrauch im Gastgewerbe innerhalb und außerhalb Deutschlands ist gegenüber dem Verbrauch der Menschen zuhause teils deutlich erhöht. Dies gilt insbesondere für den Energie- und Wasserverbrauch sowie für Lebensmittelabfälle.“ Jan Sadowsky vom Beratungsunternehmen Klimapatenschaft sieht deshalb gerade für die Ferienhotellerie Ansätze, als Vorbild voranzugehen: „Im Urlaub fällt es vielen Menschen leichter, Neues auszuprobieren und eventuell in den Alltag zu übernehmen. Hier kann angesetzt werden und mit Angeboten, die Nachhaltigkeit erlebbar machen, zu einem nachhaltigeren Verhalten überzeugt werden.“

Buchungsportale und Co. jedenfalls kennzeichnen jetzt immer öfter nachhaltige Angebote und greifen dabei auf

die Zertifizierungen zurück. Wer adäquat zertifiziert ist, profitiert. Auch das Hotelverzeichnis für Dienstreisen der öffentlichen Verwaltung in Deutschland, herausgegeben von Bundesinnen- und Bundesforschungsministerium, soll bis Ende 2023 auf zertifizierte nachhaltige Hotels umgestellt werden. Das EU Ecolabel für Beherbergungsbetriebe wird hierbei die Richtschnur für die ökologischen Kriterien sein.

Stefanie Hütz



## **ZUM WEITERLESEN**

Dehoga Bundesverband: „Nachhaltiges Wirtschaften in Hotellerie und Gastronomie – Tipps und Handlungsempfehlungen“

**[www.dehoga.de](http://www.dehoga.de)**

Deutscher Tourismusverband (DTV): Praxis-Leitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus. Anforderungen/Empfehlungen/Umsetzungshilfen“

**[www.deutschertourismusverband.de](http://www.deutschertourismusverband.de)**

Destinet: Informationen und Änderungen zu Nachhaltigkeitszertifizierungen im Tourismus werden regelmäßig vom Wissensnetzwerk veröffentlicht.

**[Destinet.eu](http://Destinet.eu)**

# WELLNESS FÜR IHRE GÄSTE

GEBERIT AQUACLEAN. DAS DUSCH-WC.

DESIGN  
MEETS  
FUNCTION

Mit Geberit AquaClean Mera beginnt Wellness schon im Badezimmer. Das WC mit integrierter Duschfunktion reinigt den Po sanft mit einem warmen Wasserstrahl und erfüllt somit die steigenden Gästeanforderungen an Komfort und Hygiene. Infos unter [www.geberit-aquaclean.de/mera](http://www.geberit-aquaclean.de/mera)



WHIRLSPRAY-  
DUSCH-  
TECHNOLOGIE



GERUCHS-  
ABSAUGUNG



SPÜLRANDLOSE  
KERAMIK MIT  
TURBOFLUSH



WC-SITZ-  
HEIZUNG