

B u n d e s v e r b a n d

Die Verbraucher
Initiative e.V.



Anforderungen an Unternehmenszertifizierungen für nachhaltigen Tourismus in Deutschland

Impressum

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. (Bundesverband), Berliner Allee 105, 13088 Berlin, Tel. (030) 53 60 73-3, Fax. (030) 53 60 73-45, mail@verbraucher.org, www.verbraucher.org und ZENAT - Zentrum für Nachhaltigen Tourismus an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde, 16225 Eberswalde, Schicklerstr. 5, Tel. (03334) 657 304, Fax (03334) 657 450, info@zenat-tourismus.de, www.zenat-tourismus.de | Text und Redaktion: Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V: Georg Abel (V.i.S.d.P.), Christoph-Daniel Teusch sowie ZENAT: Prof. Dr. Wolfgang Strasdas, Martin Baláš | Wenn im Text z. B. vom „Verbraucher“ die Rede ist, ist dies ein Zugeständnis an die Flüssigkeit der Sprache. Gemeint sind natürlich Verbraucherinnen und Verbraucher | (05/2017).

Das Projekt wurde gefördert vom:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit



Inhaltsverzeichnis

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	ii
Zusammenfassung.....	iii
Executive Summary	vii
1. Einleitung	1
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung der Studie	1
1.2 Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes und Begriffsklärungen	3
2. Vorgehensweise und Bewertungsmethodik.....	8
2.1 Internationale Standards für die Zertifizierung von nachhaltigem Tourismus.....	8
2.2 Verwendete Prüfkriterien.....	19
2.3 Vorgehen und Rücklauf der Befragung.....	29
2.4 Bewertungsschema.....	31
3. Ergebnisse der Bewertung	36
3.1 Gesamtbewertung	36
3.2 Bewertung nach strukturellen und verfahrensbezogenen Anforderungen.....	39
3.3 Bewertung nach inhaltlichen Anforderungen	42
4. Schlussfolgerungen und Empfehlungen	48
Quellen	52
Anhang.....	54

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Erfüllungsgrade der einzelnen Bewertungskategorien.....	iv
Abbildung 2: Average compliance of the individual categories.....	viii
Abbildung 3: Erfüllungsgrade der einzelnen Bewertungskategorien.....	37
Tabelle 1: Liste der untersuchten Zertifikate für einen nachhaltigen Tourismus in Deutschland (alphabetisch geordnet).....	6
Tabelle 2: Kriterien GSTC-Industry (Stand November 2016)	9
Tabelle 3: Grundsätze der ISO 26000	12
Tabelle 4: Kernthemen der ISO 26000.....	13
Tabelle 5: Grundsätze der Glaubwürdigkeit von ISEAL.....	14
Tabelle 6: Inhalte des ISEAL Standard Setting Code	16
Tabelle 7: Inhalte des ISEAL Assurance Code	17
Tabelle 8: Inhalte des ISEAL Impacts Code	18
Tabelle 9: Strukturelle und verfahrensbezogene Anforderungen mit Bezug zu globalen Standards.....	20
Tabelle 10: Rücklaufquote.....	30
Tabelle 11: Aufbau des Fragebogens und prozentuale Verteilung der Bewertung.....	31
Tabelle 12: Bewertung und Gewichtung der Prüfkriterien.....	33
Tabelle 13: Gesamtranking der untersuchten Zertifizierungssysteme im Tourismus	38
Tabelle 14: Erfüllungsgrad der Prüfkriterien im Bereich Vergabe- und Prüfsystem.....	39
Tabelle 15: Erfüllungsgrad der Prüfkriterien im Bereich „Anspruch an das Zertifikat“	40
Tabelle 16: Ranking der untersuchten Zertifizierungssysteme im Tourismus nach Zertifizierungsverfahren.....	41
Tabelle 17: Erfüllungsgrad der Prüfkriterien im Bereich Corporate Governance / Unternehmensführung	42
Tabelle 18: Erfüllungsgrad der Prüfkriterien im Bereich Umwelt.....	43
Tabelle 19: Erfüllungsgrad Prüfkriterien im Bereich Sozio-Kultur	44
Tabelle 20: Ranking der untersuchten Zertifizierungssysteme im Tourismus nach Zertifizierungsinhalten.....	45
Tabelle 21: Ranking der untersuchten Zertifizierungssysteme im Tourismus nach Umwelanforderungen	46
Tabelle 22: Ranking der untersuchten Zertifizierungssysteme im Tourismus nach soziokulturellen Anforderungen	47

Zusammenfassung

Wie die Studie „Bestandsaufnahme und Bewertung von Zertifizierungssystemen für nachhaltigen Tourismus in Deutschland“ des Zentrums für Nachhaltigen Tourismus von 2016 ergab, existiert eine Vielzahl an Zertifizierungssystemen und von ihnen vergebenen Labels, die bisher jedoch nur eine relativ geringe Marktdurchdringung erreicht haben und den meisten Konsumenten und sogar vielen Fachleuten kaum bekannt sind. Dennoch werden sie von den meisten Experten prinzipiell als wichtige Instrumente zur Identifizierung von nachhaltigen Tourismusangeboten und zur Förderung des nachhaltigen Tourismus generell angesehen. Daraus wurde die Empfehlung abgeleitet, Nachhaltigkeits-Zertifikate müssten bei den Verbrauchern und in der Tourismusbranche selbst bekannter gemacht werden, um ihre Verbreitung und Wirksamkeit zu fördern. Voraussetzung dafür sei jedoch, zunächst die Qualität der einzelnen Zertifizierungssysteme zu untersuchen und bekannt zu machen. Grundlage dafür sei wiederum ein einheitlicher, anspruchsvoller Qualitätsstandard.

Damit sind die beiden zentralen Ziele der vorliegenden Nachfolgestudie skizziert, die von der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. in Kooperation mit dem ZENAT erarbeitet wurde. Zielgruppen sind zum einen die Verbraucher selbst, zum anderen Tourismusunternehmen und -organisationen sowie die Tourismuspolitik. Untersucht wurden insgesamt 36 Zertifikate für Beherbergungsbetriebe, Reiseveranstalter und Spezialanbieter (z. B. Kanuverleihe, Sportboothäfen). Auf die Analyse der Zertifizierung von Tourismusregionen wurde verzichtet, da diese bereits Gegenstand eines anderen Projektes („Nachhaltigkeit im Deutschland-tourismus“ des Deutschen Tourismusverbandes) waren.

Zunächst wurde ein Bewertungsschema erarbeitet, welches auf maßgeblichen internationalen Standards und Richtlinien wie den Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC), der ISO 26000 für gesellschaftliche Verantwortung und der ISEAL Alliance für die Qualität von Nachhaltigkeitsstandards beruht und, wo notwendig, an die Verhältnisse in Deutschland angepasst wurde (Kap. 2.1). Ein erster Entwurf der daraus abgeleiteten Prüfkriterien wurde in einem Workshop mit Vertretern von Tourismusverbänden, Gewerkschaften, Ministerien und Nicht-Regierungsorganisationen abgestimmt. Bewertet wurden sowohl die inhaltlichen Anforderungen der Zertifizierungssysteme an die von ihnen ausgezeichneten Organisationen als auch die Zertifizierungsverfahren und die dahinter liegenden Strukturen. Ziel war es, mit anspruchsvollen Kriterien im Sinne eines umfassenden Nachhaltigkeitsverständnisses und im Interesse von Transparenz und Glaubwürdigkeit der Zertifikate zu arbeiten. Im Ergebnis wurden 36 prozessbezogene und 33 inhaltliche Prüfkriterien festgelegt (Kap. 2.2). Die Zertifizierungsorganisationen erhielten dazu einen Fragebogen und wurden um schriftliche Beantwortung gebeten (Rücklaufquote: 61%). Zusätzlich wurden öffentlich verfügbare Informationen der Zertifizierer aus dem Internet ausgewertet (siehe Kap. 2.3).

Die folgende Tabelle stellt die Ergebnisse der Einzelbewertungen im Überblick dar. Lediglich vier Zertifikate erreichen insgesamt einen Kriterienerfüllungsgrad von über 75%. Nur ein gutes Drittel erreicht über 50%. Alle anderen Zertifikate weisen mehr oder weniger große Mängel auf oder sind thematisch stark eingegrenzt. Tendenziell schneiden die international orientierten Zertifikate (z. T. mit GSTC-Anerkennung) am besten ab. Die nur in Deutschland vorkommenden Labels fokussieren dagegen häufig auf Umwelt- oder Qualitätsaspekte und sind allgemein als schwächer anzusehen.

Tabelle 13: Gesamtranking der untersuchten Zertifizierungssysteme im Tourismus

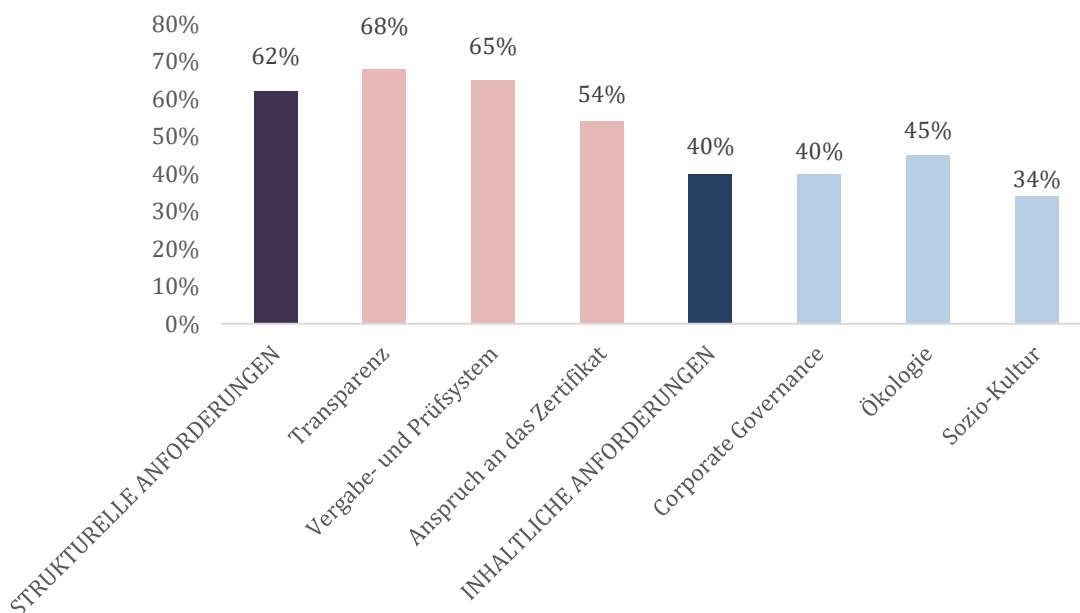
Ran- king	Zertifizierung	Typ	Gesamt- Abdeckung in %	Infos nicht verifizier- bar / vor- handen	Zertif- zierungs- verfahren gesamt	Transparenz	Vergabe- und Prüf- system	Anspruch an das Zertifikat	Inhalte gesamt	Unter- nehmens- führung	Ökologie	Sozio- Kultur
1	TourCert - Zertifizierung für Reiseveranstalter	N	84%	5%	91%	92%	95%	87%	76%	78%	59%	92%
2	TourCert-Zertifizierung für Unterkünfte	N	82%	5%	93%	92%	95%	92%	70%	76%	63%	72%
3	Travelife Gold certification	N	76%	20%	84%	80%	90%	82%	67%	51%	61%	90%
4	Green Sign / InfraCert	N	75%	18%	87%	89%	82%	89%	64%	61%	60%	70%
5	TourCert-Zertifizierung für Tourism Businesses	N	74%	15%	85%	68%	95%	92%	63%	67%	48%	72%
6	Green Globe Standard – Hotels & Resorts	(N)	69%	19%	63%	76%	67%	47%	75%	64%	72%	89%
7	EMAS mit Referenzdokument Tourismus	(U)	63%	1%	76%	81%	76%	71%	50%	56%	79%	15%
7	Green Key	N	63%	21%	77%	84%	76%	71%	49%	51%	56%	39%
9	EU Ecolabel (Beherbergungsbetriebe, Campingdienste)	(U)	62%	5%	72%	90%	72%	56%	52%	61%	78%	17%
10	Viabono - Kategorie Hotel	U	57%	18%	79%	88%	71%	79%	35%	38%	45%	22%
11	Bio Hotels	(U)	55%	23%	88%	81%	86%	97%	23%	35%	23%	11%
12	Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)	(N)	54%	11%	51%	66%	30%	57%	58%	48%	55%	70%
12	Qualitätsoffensive Naturparke / Qualitäts-Naturpark	(Q)	54%	7%	63%	72%	61%	58%	45%	60%	41%	33%
14	DIN EN ISO 14001	(U)	53%	24%	66%	73%	78%	48%	39%	26%	75%	15%
15	Ökoprofit	(U)	50%	14%	56%	45%	82%	42%	44%	40%	48%	44%
16	Wellness-Baum (Wellnesshotels & Resorts GmbH)	(Q)	49%	19%	74%	60%	85%	77%	23%	22%	25%	22%
17	Green Pearls	N	48%	17%	45%	48%	42%	46%	51%	43%	50%	61%
17	Ecocamping - Klimafreundlicher Betrieb	(U)	48%	19%	58%	75%	55%	44%	39%	27%	67%	22%
17	Wellness Stars Hotel	(Q)	48%	17%	69%	62%	75%	69%	27%	34%	18%	28%
20	Tripadvisor Green Leaders	(U)	47%	25%	52%	78%	42%	34%	43%	39%	57%	33%
21	ehc = eco hotels certified	(U)	42%	22%	64%	50%	61%	83%	20%	18%	42%	0%
22	Umweltgütesiegel Alpenvereinschütten	(U)	41%	26%	39%	53%	40%	23%	43%	51%	67%	11%
23	Certified Green Hotel	N	40%	3%	42%	39%	70%	19%	38%	24%	47%	44%
34	Bayerisches Umweltsiegel für das Gastgewerbe	(U)	39%	2%	57%	76%	62%	33%	22%	15%	40%	11%
25	Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland	(Q)	38%	12%	65%	65%	69%	60%	12%	6%	3%	26%
26	DEHOGA Umweltcheck	(U)	37%	13%	54%	79%	45%	38%	20%	19%	30%	11%
27	Blaue Flagge (Sportboothäfen)	(U)	35%	23%	51%	70%	62%	22%	20%	14%	28%	17%
28	Qualitätsweg Wanderbares Deutschland	(Q)	34%	15%	64%	66%	67%	60%	5%	7%	3%	4%
29	Partner der Nationalen Naturlandschaften	(U)	33%	4%	45%	61%	51%	23%	21%	31%	11%	22%
30	Qualitätsmanagement Wassertourismus (QMW) Kanu	(Q)	32%	21%	45%	70%	51%	15%	19%	38%	10%	10%
30	bett+bike	(Q)	32%	10%	57%	79%	64%	28%	6%	15%	3%	0%
	Gesicherte Nachhaltigkeit - Prüfsiegel (di-no.eu)	N	81%	80%	70%	35%	80%	94%	93%	96%	83%	100%
	Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB)	(N)	48%	34%	60%	61%	75%	44%	35%	63%	43%	0%
	Qualitätsmanagement Golf & Natur	(U)	42%	33%	46%	57%	55%	27%	38%	35%	48%	30%
	Ecocamping - Management für Campingplätze	(U)	29%	50%	31%	50%	36%	8%	26%	35%	43%	0%
	Blaue Schwalbe	(U)	18%	34%	19%	24%	15%	20%	17%	13%	24%	15%

N = Nachhaltigkeitsausrichtung; U = Umweltfokus; Q = Qualitätsfokus; () = Einschätzung nach Eigenrecherchen

(für größere Ansicht – siehe Tabelle 13)

Bei den der Zertifizierung zugrunde liegenden Strukturen und Verfahren zeichnet sich jedoch ein durchschnittlich besseres Gesamtergebnis ab: Hier werden ca. zwei Drittel aller Kriterien erfüllt. Bei fünf Zertifikaten sind aufgrund eines hohen Anteils (> 30%) fehlender oder nicht zugänglicher Informationen in puncto Transparenz jedoch Zweifel angebracht. Inwiefern die angegebenen Prüfmechanismen tatsächlich umgesetzt werden, konnte im Rahmen der Studie nicht untersucht werden.

Abbildung 1: Erfüllungsgrade der einzelnen Bewertungskategorien



Mit nur 40% durchschnittlicher Kriterienerfüllung sind die relativ geringen inhaltlichen Ansprüche die größte Schwäche der meisten Zertifizierungssysteme im Deutschland-Tourismus. Nur zwei Zertifikate erreichen überhaupt mehr als 75%. Dies gilt überraschenderweise auch für den Umweltbereich (durchschnittlich 45% Kriterienerfüllung), welcher ja im Fokus der meisten Zertifikate steht. Am besten schneiden die nicht-touristischen internationalen Standards EMAS, EU Ecolabel und ISO 14000 ab. Bei den tourismusspezifischen Zertifikaten ist zu konstatieren, dass zwar meist die klassischen Bereiche Energie-, Wasser- und Abfallmanagement abgedeckt werden, der Schutz von Biodiversität oder der Umgang mit dem Klimawandel jedoch deutlich seltener.

Wie nicht anders zu erwarten, ist der Bereich Sozio-Kultur mit nur 34% am wenigsten entwickelt. Am ehesten werden noch die Unterkriterien „Lokale Wertschöpfung“ und „Berufliche Weiterentwicklung“ abgedeckt, während „Arbeitnehmerfreundliche Arbeitsbedingungen“ oder „Vermeidung von Diskriminierung“ kaum berücksichtigt werden. Sozio-kulturelle Aspekte spielen bei den international ausgerichteten Zertifizierungssystemen naturgemäß eine größere Rolle, da diese meist auch einen umfassenderen Nachhaltigkeitsanspruch haben.

Relativ schwach ausgeprägt sind auch die Anforderungen an ein strategisches Nachhaltigkeitsmanagement der zertifizierten Organisationen. Zwar verlangen viele Zertifikate die Existenz einzelner Managementbereiche wie ein nachhaltig orientiertes Beschaffungswesen oder die Einbeziehung der Mitarbeitenden; eine umfassende Strategie ist jedoch nur bei 42% von ihnen ein Kriterium.

Basierend auf den Untersuchungsergebnissen wurden folgende Empfehlungen gegeben:

1. Eine **inhaltliche Erweiterung** vieler Zertifikate in Richtung einer umfassenden Nachhaltigkeit wäre wünschenswert, denn Nachhaltigkeit ist das zentrale Paradigma des 21. Jahrhunderts. Es ist für eine internationale Branche wie den Tourismus nicht mehr zeitgemäß, sich nur auf Umweltaspekte oder nur auf Service-Qualität zu konzentrieren.
2. Insbesondere Aspekte der **sozialen Nachhaltigkeit** sollten von den meisten Zertifikaten stärker berücksichtigt werden. Dazu zählen vor allem Mitarbeiterbelange (Entlohnung, Arbeitszeiten, Diversity), aber auch faire Handelspraktiken.
3. Aber auch im **ökologischen Bereich** gibt es punktuell Nachholbedarf, insbesondere in Bezug auf Klimawandel und Biodiversität. Bei den Umweltkriterien sollte außerdem stärker mit quantitativen Werten und Benchmarkingsystemen gearbeitet werden statt mit einfachen Ja/Nein-Antworten.
4. Die Zertifizierungssysteme sollten stärker auf eine **strategische Nachhaltigkeitsausrichtung** der von ihnen ausgezeichneten Organisationen durch die Erfüllung entsprechender Kriterien achten.
5. Neben einem größeren inhaltlichen Anspruch kann punktuell auch noch eine **Verbesserung der Zertifizierungsstrukturen und -verfahren** im Sinne von mehr Transparenz und Glaubwürdigkeit erfolgen.
6. Die **tatsächliche Umsetzung der Zertifizierungen** konnte im Rahmen der hier vorgelegten Studie nicht untersucht werden. Dies wäre ein interessantes Anschlussprojekt.

7. Für den Verbraucher ist die Vielzahl der Zertifikate, vor allem im Hotelbereich, unübersichtlich, zumal deren Qualität häufig zu wünschen übrig lässt. Daher wäre eine **Markt-Konsolidierung** aus dieser Sicht wünschenswert.
8. Dagegen besteht bei **Reiseveranstaltern** und **Reisemittlern** (einschl. Online-Plattformen) nur eine sehr begrenzte Auswahl an zertifizierten Unternehmen. Es wäre wünschenswert, diese Segmente stärker in Richtung Nachhaltigkeit zu führen, da sie eine wichtige Multiplikatorfunktion innehaben.
9. Allgemein ist eine stärkere **Verbreitung** und **Kommunikation** des hier entwickelten Zertifizierungsstandards an die jeweiligen Zielgruppen (Verbraucher, Tourismusunternehmen und -verbände) wünschenswert und notwendig, damit die qualitativ hochwertigeren Zertifizierungssysteme eine höhere Wirkung im Markt erzielen können.
10. Schließlich sind die Autoren dieser Studie der Ansicht, dass ein **nationaler Mindeststandard** für Zertifizierungen der weiteren Entwicklung des nachhaltigen Tourismus in Deutschland förderlich wäre, ähnlich wie dies im Lebensmittelsektor erfolgreich umgesetzt wurde. Der im Rahmen dieser Studie entwickelte und mit relevanten Anspruchsgruppen bereits diskutierte Standard wäre dafür eine substantielle Grundlage.

Executive Summary

As the study „Inventory and evaluation of sustainable tourism certification systems in Germany“, carried out by the ZENAT Centre for Sustainable Tourism in 2016, has shown, there is a large number of such certification schemes and labels granted by them. However, these certificates have a relatively low market coverage so far and most consumers and tourism professionals do not know much about them. In spite of these shortcomings, a majority of experts considers them important tools for identifying sustainable tourism offers and promoting sustainable tourism in general. This led to the conclusion that sustainability certificates should be made better known amongst consumers and the tourism industry itself in order to promote their spread and effectiveness. However, according to experts a prerequisite for this is to assess and publish the quality of each certification system. The assessment should be based on a coherent and demanding quality standard.

These are the objectives of the follow-up study presented here, elaborated by the VERBRAUCHER INITIATIVE, a consumer advocacy organization, in cooperation with ZENAT. Target groups are consumers, tourism companies and organisations as well as tourism policy institutions. In total, 36 certificates for accommodation businesses, tour operators and special entities (such as canoe rentals or marinas) were analysed. There was no assessment of schemes certifying tourism destinations as these have already been the subject of another project (“Sustainability of Tourism in Germany”).

As a first step, an evaluation scheme was developed which is based on relevant international standards and guidelines, such as the Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC), ISO 26000 for corporate responsibility and the criteria of the ISEAL Alliance for the quality of sustainability standards. These were adapted to the German context where necessary (Ch. 2.1). A first draft of the evaluation criteria was discussed in a workshop with representatives of tourism associations, labour unions, ministries and non-governmental organisations. The assessment covered requirements regarding the contents of certification as well as certification procedures and structures. It has been a stated goal to use demanding criteria encompassing sustainability as a broad concept and in the interest of transparency and credibility. As a result, 36 process-related and 33 performance-related criteria were identified (Ch. 2.2). The certification organisations were contacted and asked to fill out a questionnaire (response rate of 61%). In addition, publicly available information from the internet was analysed (see Ch. 2.3).

The following table provides an overview of the individual assessment results. It shows that only four certificates reach an overall compliance of over 75%. A good third of them has scored over 50%. All other certificates display various shortcomings or have a rather narrow thematic focus. As a general rule, internationally oriented certificates (some of them with GSTC recognition) score best. Labels that are restricted to Germany often focus on environmental or quality aspects only and can be regarded as weaker in terms of sustainability.

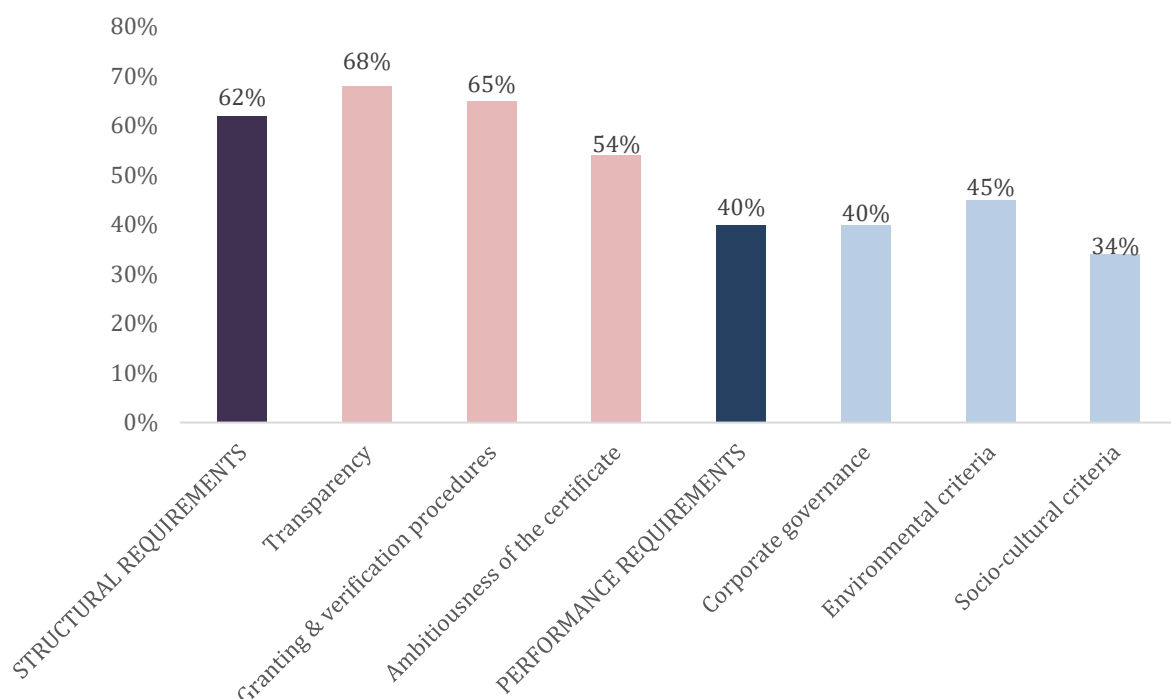
Tabelle 13: Gesamtranking der untersuchten Zertifizierungssysteme im Tourismus

Ran- king	Zertifizierung	Typ	Gesamt- Abdeckung in %	Infos nicht verifizier- bar / vor- handen	Zertif- zierungs- verfahren gesamt	Transparenz	Vergabe- und Prüf- system	Anspruch an das Zertifikat	Inhalte gesamt	Unter- nehmens- führung	Ökologie	Sozio- Kultur
1	TourCert - Zertifizierung für Reiseveranstalter	N	84%	5%	91%	92%	95%	87%	76%	78%	59%	92%
2	TourCert-Zertifizierung für Unterkünfte	N	82%	5%	93%	92%	95%	92%	70%	76%	63%	72%
3	Travelife Gold certification	N	76%	20%	84%	80%	90%	82%	67%	51%	61%	90%
4	Green Sign / InfraCert	N	75%	18%	87%	89%	82%	89%	64%	61%	60%	70%
5	TourCert-Zertifizierung für Tourism Businesses	N	74%	15%	85%	68%	95%	92%	63%	67%	48%	72%
6	Green Globe Standard – Hotels & Resorts	(N)	69%	19%	63%	76%	67%	47%	75%	64%	72%	89%
7	EMAS mit Referenzdokument Tourismus	(U)	63%	1%	76%	81%	76%	71%	50%	56%	79%	15%
7	Green Key	N	63%	21%	77%	84%	76%	71%	49%	51%	56%	39%
9	EU Ecolabel (Beherbergungsbetriebe, Campingdienste)	(U)	62%	5%	72%	90%	72%	56%	52%	61%	78%	17%
10	Viabono - Kategorie Hotel	U	57%	18%	79%	88%	71%	79%	35%	38%	45%	22%
11	Bio Hotels	(U)	55%	23%	88%	81%	86%	97%	23%	35%	23%	11%
12	Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)	(N)	54%	11%	51%	66%	30%	57%	58%	48%	55%	70%
12	Qualitätsoffensive Naturparke / Qualitäts-Naturpark	(Q)	54%	7%	63%	72%	61%	58%	45%	60%	41%	33%
14	DIN EN ISO 14001	(U)	53%	24%	66%	73%	78%	48%	39%	26%	75%	15%
15	Ökoprofit	(U)	50%	14%	56%	45%	82%	42%	44%	40%	48%	44%
16	Wellness-Baum (Wellnesshotels & Resorts GmbH)	(Q)	49%	19%	74%	60%	85%	77%	23%	22%	25%	22%
17	Green Pearls	N	48%	17%	45%	48%	42%	46%	51%	43%	50%	61%
17	Ecocamping - Klimafreundlicher Betrieb	(U)	48%	19%	58%	75%	55%	44%	39%	27%	67%	22%
17	Wellness Stars Hotel	(Q)	48%	17%	69%	62%	75%	69%	27%	34%	18%	28%
20	Tripadvisor Green Leaders	(U)	47%	25%	52%	78%	42%	34%	43%	39%	57%	33%
21	ehc = eco hotels certified	(U)	42%	22%	64%	50%	61%	83%	20%	18%	42%	0%
22	Umweltgütesiegel Alpenvereinshütten	(U)	41%	26%	39%	53%	40%	23%	43%	51%	67%	11%
23	Certified Green Hotel	N	40%	3%	42%	39%	70%	19%	38%	24%	47%	44%
34	Bayerisches Umweltsiegel für das Gastgewerbe	(U)	39%	2%	57%	76%	62%	33%	22%	15%	40%	11%
25	Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland	(Q)	38%	12%	65%	65%	69%	60%	12%	6%	3%	26%
26	DEHOGA Umweltcheck	(U)	37%	13%	54%	79%	45%	38%	20%	19%	30%	11%
27	Blaue Flagge (Sportboothäfen)	(U)	35%	23%	51%	70%	62%	22%	20%	14%	28%	17%
28	Qualitätsweg Wanderbares Deutschland	(Q)	34%	15%	64%	66%	67%	60%	5%	7%	3%	4%
29	Partner der Nationalen Naturlandschaften	(U)	33%	4%	45%	61%	51%	23%	21%	31%	11%	22%
30	Qualitätsmanagement Wassertourismus (QMW) Kanu	(Q)	32%	21%	45%	70%	51%	15%	19%	38%	10%	10%
30	bett+bike	(Q)	32%	10%	57%	79%	64%	28%	6%	15%	3%	0%
	Gesicherte Nachhaltigkeit - Prüfsiegel (di-no.eu)	N	81%	80%	70%	35%	80%	94%	93%	96%	83%	100%
	Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB)	(N)	48%	34%	60%	61%	75%	44%	35%	63%	43%	0%
	Qualitätsmanagement Golf & Natur	(U)	42%	33%	46%	57%	55%	27%	38%	35%	48%	30%
	Ecocamping - Management für Campingplätze	(U)	29%	50%	31%	50%	36%	8%	26%	35%	43%	0%
	Blaue Schwalbe	(U)	18%	34%	19%	24%	15%	20%	17%	13%	24%	15%

N = Nachhaltigkeitsausrichtung; U = Umweltfokus; Q = Qualitätsfokus; () = Einschätzung nach Eigenrecherchen

Regarding certification structures and procedures, the overall results are better. On average, about two thirds of all criteria in this field are covered by the schemes. However, five certificates remain dubious in terms of transparency because of the high percentage of information (> 30%) that has not been provided and is not publicly accessible. The study could not investigate to what degree stated verification procedures are actually being implemented.

Figure 2: Average compliance of the individual categories



With only 40% of average compliance, the relatively low performance-related requirements are the biggest weakness of most certification schemes for sustainable tourism in Germany. Only two certificates reach scores over 75%. Surprisingly, this is also the case for environmental criteria (average of 45% of compliance), which are at the centre of most certificates. In this regard, the non-tourism international standards EMAS, the E.U. Ecolabel and ISO 14000 score best. Certificates that are tourism-specific mostly cover the classical environmental fields of energy, water and waste management, and – to a much lesser degree – the protection of biodiversity and the challenge of climate change.

As expected, the field of socio-cultural sustainability is the least developed with only 34% of compliance. Whereas the sub-criteria of local value generation and vocational training are reasonably covered, favourable working conditions or non-discriminatory practices are hardly mentioned. In general, socio-cultural criteria are more present among internationally oriented certification schemes, as these usually follow a more encompassing sustainability philosophy.

Finally, the requirements regarding a strategic approach to sustainability are relatively weak among the certification systems. Even though many certificates require certain management aspects, such as sustainable procurement or the active participation of staff, an encompassing sustainability strategy is a criterion for only 42% of the schemes.

Based on the evaluation results, the authors of the study put forward the following recommendations:

1. It is desirable to **broaden the thematic scope** of most certificates towards an encompassing concept of sustainability. Sustainable development is the prevailing paradigm of the 21st century. For an international sector such as tourism it is no longer up to date to focus on certain environmental aspects or service quality alone.
2. In particular, aspects of **social sustainability** should be more emphasized by most certification schemes. These should include staff concerns (wages, work hours, diversity) and fair trade practices, among others.
3. But there is also a need for catching up in some **environmental fields**, especially regarding climate change and biodiversity. Furthermore, there should be attempts to measure environmental criteria in quantitative terms by using benchmarking rather than just working with yes/no options.
4. The certification organisations should pay more attention to **strategic sustainability management** among their certified companies by developing corresponding criteria.
5. Apart from broadening their thematic approach, some certification systems could **improve** their **certification structures** and **procedures** towards more transparency and credibility.
6. The actual **implementation** of the certification procedures could not be verified in the scope of this study. This would be an interesting follow-up research project.
7. For consumers, the high number of certificates with different levels of quality is confusing, especially in the accommodations sector. It would therefore be desirable to **consolidate this market** by various measures.

8. By contrast, **tour operators** and **travel agencies** (incl. online booking platforms) are seldom certified, thus offering a very limited choice to consumers. It is desirable to guide these sub-sectors towards more sustainability since they have an important multiplier function.
9. In general, the certification standard developed in the course of this study and its evaluation results should be broadly **disseminated** and **communicated** to its target groups (consumers, tourism companies and organisations) in order to help those certification schemes with a higher quality to have a greater impact in the tourism market.
10. Finally, the authors of this study maintain that a **national minimum standard** for certification would be conducive to the further promotion of sustainable tourism in Germany, similarly to what has been successfully implemented in the food sector. The standard developed in this study, which has already been discussed with relevant stakeholders, would be a substantial basis for such an endeavor.

1. Einleitung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung der Studie

Eine repräsentative Befragung der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. von 2015 (vgl. Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. und Coca-Cola, 2015) zeigt u. a., welche Voraussetzungen Konsumenten im Allgemeinen wichtig sind, damit sie selbst nachhaltiger konsumieren und handeln können: Am häufigsten wird genannt, dass „Informationen verständlich und einfach zu erhalten sein müssen“. Danach folgen die Punkte „Nachhaltige Produkte müssen leicht erkennbar sein“ bzw. „...überall erhältlich sein“. Studien wie die des Instituts für Handelsforschung - IFH Köln (u. a. CSR-Tracker) bestätigen die Relevanz von kurzen und prägnanten Kommunikationsinhalten. Kunden würden sich beim Konsumieren nicht die Zeit nehmen, jedes Produkt einzeln zu studieren. Nachhaltigkeitsaspekte müssten auf den ersten Blick erkennbar sein. Zertifikate (oder Labels) können Verbrauchern als praktischer Rat bei Konsumententscheidungen unterstützen.

Dies lässt sich in ähnlicher Weise auch für den Tourismus konstatieren, wobei hier die Komplexität der Kaufentscheidung durch die Vielzahl der an einer Reise beteiligten Produktbausteine und Dienstleistungen besonders hoch ist. 40% der deutschen Urlaubsreisenden bekunden, auf nachhaltigen Tourismus Wert zu legen, wobei sich diese Wertschätzung jedoch nur selten in entsprechendem Konsumverhalten niederschlägt. Auf die Frage, was ihnen helfen könnte, tatsächlich nachhaltiger zu verreisen, nannten 42% der Befragten ein klares Siegel oder Gütezeichen. Die Befragten wünschten sich außerdem mehr Informationen (43%) und ein größeres nachhaltiges Angebot (32%) (vgl. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, 2014). Gleichzeitig weisen andere Studien darauf hin, dass dem Verbraucher entsprechende Labels kaum bekannt sind.

Die Vorgänger-Studie *„Bestandsaufnahme und Bewertung von Zertifizierungssystemen für nachhaltigen Tourismus in Deutschland (vgl. ZENAT 2016)“* der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde¹ lieferte einen aktuellen Überblick und eine summarische Bewertung der Zertifizierungssysteme für nachhaltigen Tourismus in Deutschland. Im Ergebnis wurden in Deutschland 33 Zertifikate mit 43 unterschiedlichen Zertifizierungssystemen identifiziert, die eine große Bandbreite von touristischen Unternehmen, Organisationen oder Destinationen in irgendeiner Form für ihre Nachhaltigkeit oder ihre Umweltfreundlichkeit auszeichnen. Insgesamt wurden mindestens 4.360 touristische Anbieter zertifiziert, die (unter Berücksichtigung von Mehrfachzertifizierungen) über 4.826 Zertifikate verfügen. Davon entfällt ein Großteil auf Hotels und andere Unterkünfte. Reiseveranstalter und Reisebüros werden eher selten zertifiziert. Eine gewisse Dynamik besteht bei touristischen Destinationen, jedoch noch auf niedrigem Niveau bzgl. der Anzahl der ausgezeichneten Regionen.

Diese insgesamt doch recht hohe Zahl zertifizierter touristischer Anbieter überrascht auf den ersten Blick angesichts der verbreiteten Unkenntnis der Verbraucher über die entsprechenden Labels. Zwei Gründe könnten hierbei eine Rolle spielen: Erstens ist die Marktdurchdringung der Zertifizierungssysteme in Deutschland noch gering. Im Gastgewerbe liegt sie schätzungsweise bei knapp 5 Prozent. In allen anderen touristischen Sektoren (Reisemittler, Destinationen) ist sie

¹ gefördert durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, Ref. Z II 2 – Kooperation mit gesellschaftlichen Gruppen und Verbänden; Verbändeförderung, Tourismus und Sport (Az. 90 381/760). Autoren: W. Strasdas, M. Balas, R. Zeppenfeld

äußerst niedrig. Nur in einigen Spezialbereichen (Golfplätze, Naturparks) ist der Prozentsatz der zertifizierten Einheiten deutlich höher. Die Auswahl für den Kunden ist damit begrenzt. Zudem werden deutlich mehr Klein- und Kleinstunternehmen als Touristikkonzerne oder große Hotels unabhängig zertifiziert.

Zweitens ist die Zahl der Zertifikate, vor allem im Hotelbereich, selbst sehr hoch, was Konsumenten verwirren könnte. In diesem Zusammenhang wird – wie in anderen Konsumbereichen auch – häufig von „Label-Dschungel“ gesprochen. Im Schnitt verfügt eine Zertifizierungsorganisation für nachhaltigen Tourismus in Deutschland nur über gut 50 touristische Zertifikatnehmer (Median), lediglich drei Organisationen erreichen über 250 Zertifikatnehmer. Dies gilt vor allem für die segmentspezifischen Siegel „Wanderbares Deutschland“ und „Partner der Nationalen Naturlandschaften“.

Drittens stellt sich die zentrale Frage, ob die touristischen Nachhaltigkeits-Zertifikate überhaupt eine ausreichende Qualität hinsichtlich ihrer inhaltlichen Ansprüche und ihrer Verfahrensabläufe (Unabhängigkeit, Transparenz) bieten. Dies wurde im Rahmen der o. g. Studie *summarisch* anhand allgemeiner Kernkriterien untersucht. Im Ergebnis konnte kein allgemeiner Mindest-Qualitätsstandard für inhaltliche Anforderungen und Vergabeverfahren der Zertifizierungen erkannt werden. Es herrscht eine große Heterogenität in der Kriterienauswahl und -anzahl der einzelnen Zertifikate. Bei den untersuchten Zertifizierungssystemen handelt es sich zum Großteil um klassische Umweltlabels mit einem Fokus auf ökologischen Aspekten. Nur jedes zehnte Zertifikat bezieht dabei alle Nachhaltigkeitsdimensionen ausgewogen ein, wobei insbesondere die soziale Komponente oft unterrepräsentiert ist. Die Vergabe eines Siegels ist häufig an die Erfüllung von bestimmten inhaltlichen Mindestvoraussetzungen gekoppelt, seltener an die Etablierung von nachhaltig orientierten Betriebsstrukturen und Prozessen. Eine kontinuierliche Leistungssteigerung wird bei etwa der Hälfte der Systeme gefordert.

Nicht geklärt werden konnte, inwiefern zertifizierte Tourismusanbieter überhaupt besser als der Durchschnitt sind, da hierfür entsprechende Benchmarks fehlen. Nach Einschätzung der im Rahmen der Studie befragten Betriebe selbst hat die Zertifizierung nur wenig zu einer verbesserten Nachhaltigkeitsleistung beigetragen, da es schon zuvor ein entsprechendes Engagement gegeben habe.

Hinsichtlich der Überprüfungsprozesse kommt die Studie zu dem Schluss, dass bei der Mehrheit der Zertifizierungssysteme unabhängige Audit-Verfahren angewendet werden. Insgesamt können die Prüfverfahren auf den ersten Blick überwiegend als glaubwürdig eingestuft werden. Ein Bezug zu internationalen Standards, insbesondere durch eine externe Überprüfung und Anerkennung durch den GSTC (Global Sustainable Tourism Council) wurde bisher nur bei zwei Systemen registriert. Die meisten Zertifikate beziehen sich lediglich auf Deutschland oder den deutschen Sprachraum.

Im Rahmen der o. g. Studie wurden auch Experten und Stakeholder aus der Tourismusbranche zur Funktion und zur Wirksamkeit von Nachhaltigkeits-Zertifizierungen im Deutschland-Tourismus befragt. Die Befragten waren sich fast unisono darin einig, dass die Wirksamkeit der Zertifikate bisher zwar gering gewesen sei, doch seien sie als Mess- und Orientierungsinstrumente für die Weiterentwicklung des nachhaltigen Tourismus unverzichtbar oder zumindest hilfreich. Voraussetzung dafür sei allerdings – so die Mehrheit der Experten und Akteure –, dass die Zertifizierungssysteme inhaltlich anspruchsvoll und in Bezug auf ihre

Prozesse transparent und glaubwürdig sind. Eine klare, konsensfähige Strategie, wie anspruchsvollen Nachhaltigkeits-Zertifikaten zu mehr Wirksamkeit verholfen werden könnte, zeichnete sich unter den Tourismus-Akteuren jedoch nicht ab. Tendenziell fordern Umwelt- und Sozialverbände ein stärkeres staatliches Eingreifen, während die meisten Tourismusverbände dies ablehnen. Eine staatliche Akkreditierung von Zertifizierungssystemen auf Grundlage eines verbindlichen Mindeststandards erscheint damit vorerst nicht realisierbar. Als „Kompromiss“ deutet sich dennoch an, dass ein zunächst noch unverbindlicher inhaltlicher und prozessbezogener (Mindest-)Standard für Zertifizierungssysteme im nachhaltigen Tourismus entwickelt werden könnte, der als Orientierung für Verbraucher und andere Stakeholder dienen könnte, z. B. zur Identifizierung von nachhaltigen Angeboten in Buchungsportalen oder im Business-to-Business Bereich. Die o. g. Studie hat dafür die Grundlagen geschaffen, doch fehlt noch die konkrete Umsetzung. Eine detaillierte, öffentliche Bewertung einzelner Zertifikate war zudem nicht Bestandteil der Untersuchung.

Die hier vorgelegte detaillierte und anspruchsvolle Kriterienentwicklung für die Qualität von Zertifizierungssystemen für nachhaltige Tourismusunternehmen und -organisationen (siehe Kap. 2) und die darauf basierende Bewertung jedes einzelnen Zertifikates sowie der dahinter liegenden Strukturen und Prozesse (siehe Kap. 3) sollen diese Lücke schließen, ähnlich wie dies bereits für nachhaltige Destinationen getan wurde (vgl. Deutscher Tourismusverband (Hrsg.) (2016)). Abschließend wird ein Ranking der bewerteten Zertifikate vorgenommen. Dieses Projekt stellt insofern eine direkte Fortentwicklung der Vorgängerstudie dar und erfolgte in dieser Tiefe und diesem Detaillierungsgrad erstmalig in Deutschland.

Zielgruppen sind zum einen die Verbraucher, denen eine klare Orientierung im touristischen „Label-Dschungel“ geboten wird, zum anderen aber auch die Tourismuswirtschaft selbst, aus der zunehmend Rufe nach einer solchen Orientierungshilfe zu vernehmen sind. Das gilt natürlich in erster Linie für nachhaltig orientierte Unternehmen, die sich selbst zertifizieren lassen möchten. Des Weiteren arbeiten Reiseveranstalter und Destinationsmanagementorganisationen (DMOs) mit zahlreichen anderen Tourismusunternehmen zusammen und bekommen mit der hier vorgelegten Studie Informationen, welchen Zertifikaten sie vertrauen können bzw. welche Zertifikate sie ihren Geschäftspartnern empfehlen können. Gleiches gilt für Tourismusverbände, die ihre Mitglieder entsprechend beraten könnten. Reisebüros und Online-Buchungsportale stehen in direktem Kundenkontakt und können diese bei der Suche nach qualitativ hochwertigen Zertifikaten unterstützen. Schließlich ist auch die „Politik“, d.h. staatliche und nicht-staatliche Organisationen im Bereich des nachhaltigen Konsums und der nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung als Adressat dieser Studie anzusehen.

1.2 Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes und Begriffsklärungen

Um die Anzahl der zu untersuchenden Zertifizierungssysteme für einen nachhaltigen oder ökologischen Tourismus einzugrenzen, wurden zu Beginn des Projektes Auswahlkriterien definiert. Ähnlich wie bei der schon erwähnten Vorgänger-Studie haben bei der hier vorgelegten Analyse die folgenden Systeme Berücksichtigung gefunden:

- Zertifizierungssysteme, die eine Überprüfung von Organisationen vornehmen und die dafür ein Gütesiegel (Label) vergeben²,

² Definitionen zu Zertifizierung und Label werden weiter unten gegeben

- Tourismusspezifische Zertifizierungen für Unterkünfte, Reiseveranstalter, Reisebüros und einige speziellere Anbieter (Kanuverleih, Sportboothäfen) sowie breiter angelegte Zertifizierungen mit einem signifikanten Tourismusanteil (z. B. ISO 14000, EMAS, Deutscher Nachhaltigkeitskodex),
- Für Deutschland relevante Zertifizierungssysteme (auch internationale mit signifikanter Präsenz in Deutschland),
- Inhaltlich wurden neben umfassenden Nachhaltigkeits-Zertifizierungssystemen auch reine Umweltzertifikate sowie Qualitätszeichen mit Umwelt- und/oder Nachhaltigkeitsaspekten untersucht.

Nicht berücksichtigt wurden hingegen:

- rein gastronomische Zertifikate sowie Verkehrsträger, da diese nur teilweise dem System Tourismus zuzuordnen sind,
- Destinationszertifikate, weil diese bereits Gegenstand einer anderen Studie waren (Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschland-Tourismus“ des Deutschen Tourismusverbandes),
- reine Qualitätsgütesiegel (z. B. Service Q),
- reine Standards ohne eigene Zertifizierung (z. B. EELTS – The European Ecotourism Labelling Standard),
- Umwelt- oder Nachhaltigkeits-Wettbewerbe,
- einmalige Bewertungen (z. B. von Stiftung Warentest),
- reine Selbsterklärungen, z. B. auf Grundlage eines Kodex (Beispiel: Fairpflichtet - Nachhaltigkeitskodex der deutschen Veranstaltungsbranche),
- Systeme, die im Rahmen von Modellprojekten entwickelt wurden und derzeit nicht aktiv sind (z. B. das Audit für Skigebiete).

Der Fokus der Untersuchung in dieser Studie liegt somit auf Zertifizierungen im Tourismus, die Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitsanforderungen stellen. In der Vorgängerstudie wurde deutlich, dass sich die Mehrheit der Zertifizierungen auf Umweltbereiche konzentriert und daher für sich selbst keinen ganzheitlichen Nachhaltigkeitsanspruch formulieren. Andere Zertifizierungen legen ihren Schwerpunkt eher auf Qualitätsaspekte und beziehen umweltbezogene Kriterien mit ein oder erzeugen bei den Kunden eine Wahrnehmung von naturnahem bzw. umweltbewusstem Handeln. Aufgrund der stark voneinander abweichenden eigenen Ansprüche werden die Zertifikate in drei Gruppen unterteilt:

- Zertifizierungen mit **Nachhaltigkeitsanspruch**: Die Zertifizierung deckt im Prinzip alle Dimensionen der Nachhaltigkeit (Ökonomie, Ökologie, Sozio-Kultur) ab.
- Zertifizierungen mit **Anspruch als Umweltzertifikat**: Die Zertifizierung hat einen Schwerpunkt auf ökologischen Kriterien.
- Zertifizierungen mit **Anspruch als Qualitätszertifikat**: Die Zertifizierung hat einen Schwerpunkt auf Qualitätsaspekten, bezieht jedoch auch Umweltaspekte und/oder soziokulturelle Bereiche sowie managementbezogene (Corporate Governance) Kriterien mit ein.

Im Rahmen von Expertengesprächen und Analysen von Sekundärliteratur der Vorgängerstudie wurde deutlich, dass Verbraucher die Vielfalt der Labels kaum nach deren Eigenanspruch unterscheiden können und oft mit Nachhaltigkeit oder Umweltfreundlichkeit in Verbindung bringen und sie daher auch als Umwelt- oder Nachhaltigkeitszertifikate wahrnehmen. Gleichzeitig gehören diese Zertifikate zu den am weitesten verbreiteten im Tourismus. Darüber hinaus sprachen sich die befragten Experten deutlich dafür aus, dass Zertifizierungen insgesamt inhaltlich anspruchsvolle Anforderungen und vor allem durchgängig transparente Prozesse und Verfahren vorweisen sollten. Des Weiteren herrschte ein Konsens, dass die ökologischen Herausforderungen nicht ohne Betrachtung von sozialen und ökonomischen Hintergründen zu lösen sind und daher eine umfassende Perspektive auch bei Umweltzertifizierungen notwendig ist. Aufgrund dessen werden die Zertifizierungen in dieser Studie zwar nach ihrem eigenen Anspruch gekennzeichnet (Nachhaltigkeit, Umwelt, Qualität), aber dennoch auf Basis der erarbeiteten Prüfkriterien einheitlich bewertet.

Es wird bewusst ein weit gefasstes Verständnis von Zertifizierung bzw. Label gewählt, um der Verbrauchersicht gerecht zu werden. Folgende Begriffsabgrenzungen wurden gewählt:

Als **Zertifizierung** wird ein kontinuierliches Verfahren verstanden, mit dessen Hilfe die Einhaltung bestimmter Anforderungen durch eine Prüfung nachgewiesen und dafür eine entsprechende Prüfbescheinigung – das Zertifikat oder Label – ausgegeben wird. Dies erfolgt durch eine dafür zuständige oder zugelassene Stelle (vgl. Loew 2016:464). Als **Anforderung** wird verstanden, dass es schriftlich niedergelegte Erfordernisse oder Erwartungen geben sollte, die sich auf materielle oder immaterielle Gegenstände beziehen (ebenda).

Mit einer **Prüfung** wird der Vergleich von materiellen oder immateriellen Gegenständen auf Übereinstimmung und Abweichungen zu festgelegten Anforderungen vorgenommen (ebenda).

Um eine Prüfung vornehmen zu können, braucht es eine (Konformitäts-) **Bewertung** der Anforderungen. Damit wird eine fachlich fundierte und auf Vorgaben basierende Beurteilung verstanden, ob die in der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse den Rückschluss zulassen, dass der Gegenstand die festgelegten Anforderungen erfüllt oder nicht (vgl. ISO / IEC 17000:2004).

Das **Zertifikat bzw. Label** ist letztendlich die Verleihung eines Zeichens oder Symbols, welches in der Außenkommunikation zur Darstellung und Kenntlichmachung eines zertifizierten oder ausgezeichneten Objektes genutzt wird.

Im Rahmen dieser Studie wurden die Zertifizierungssysteme ausgewählt, die zumindest die Merkmale einer Prüfung von gestellten Anforderungen zur Verleihung eines Labels erfüllen. Damit wird aus Verbrauchersicht ein Vertrauensmerkmal geschaffen, welches anhand des Labels als Orientierungsanker dient. Daher wurden in dieser Studie auch Berichtsstandards oder vermarktungsorientierte Systeme geprüft, die generell die oben erwähnten Kriterien einer Zertifizierung erfüllen.

Im Folgenden werden die Begriffe Zertifizierungen, Zertifikat und Label als Beschreibungen der Zertifizierungssysteme genutzt. Folgende Zertifizierungen wurden in die Analyse mit einbezogen:

Tabelle 1: Liste der untersuchten Zertifikate für einen nachhaltigen Tourismus in Deutschland (alphabetisch geordnet)

	Zertifikat	Trägerorganisation(en)	Sitz	Zertifizierungssystem / Zielgruppen...		Anzahl Nutzer gesamt
1.	Bayerisches Umweltsiegel für das Gastgewerbe	Geschäftsstelle Umweltpakt Bayern im Bayerischen Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz	D	1.	Beherbergungsbetriebe & Gastronomie	350
2.	Bett+Bike	ADFC Bett+Bike Service GmbH	D	2.	Beherbergungsbetriebe	ca. 6.000
3.	BIO-Hotels	Die Bio-Hotels e.V.	AT	3.	Beherbergungsbetriebe	92
4.	Blaue Flagge	Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung DGU e.V. Foundation for Environmental Education FEE	D DK	4.	Sportboothäfen	109
5.	Blaue Schwalbe	Redaktion der Zeitschrift Verträglich Reisen der fairkehr GmbH	D	5.	Beherbergungsbetriebe & Gastronomie	106
6.	Certified Green Hotel	Certified GmbH & Co. KG, Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR), VDR Service GmbH (Initiator, Berater, Förderer)	D	6.	Beherbergungsbetriebe	109
7.	Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB)-Zertifizierungssystem für nachhaltiges Bauen ³	DGNB Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen GmbH; DGNB e.V.	D	7.	Hotelgebäude	34
8.	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband - DEHOGA Umweltcheck	Viabono GmbH; adelphi gGmbH; Bundesministerium für Umwelt (Beratung)	D	8.	Beherbergungsbetriebe & Gastronomie	83
9.	Deutscher Nachhaltigkeitskodex	Rat für Nachhaltige Entwicklung	D	9.	alle touristischen Betriebe	199
10.	DIN ISO 14.001 (2015)	Zertifizierungssystem: International Organization for Standardization (ISO); Zertifizierung: viele verschiedenen Anbieter (z. B. TÜV Süd/ Rheinland/ Nord)	CH D	10.	alle touristischen Betriebe	ca. 8.000 in Dtl. (nicht explizit touristische Betriebe)
11.	eco hotels certified (ehc)	Schmid & morgen GmbH (AT); Commuino Solution GmbH (DE)	AT D	11.	Beherbergungsbetriebe	114
12.	Ecocamping	ecocamping e.V.	D	12.	Ecocamping Management für Campingplätze	231
				13.	Klimafreundlicher Betrieb für Campingplätze	13
13.	Eco-Management and Audit Scheme (EMAS)	Europäische Union; Umweltgutachterausschuss (UGA) beim Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, Geschäftsstelle (UGA)	EU D	14.	alle touristischen Betriebe	1.241 in Dtl.
14.	EU Ecolabel	Europäische Kommission - Ausschuss AEUUZ, Competent Body in Deutschland ist die RAL gemeinnützige GmbH, Umweltbundesamt (beratend)	EU D	15.	Beherbergungsbetriebe & Gastronomie	12 in Dtl.
15.	Gesicherte Nachhaltigkeit – Prüfsiegel (di-no)	Deutsches Institut für Nachhaltigkeit & Ökonomie GmbH & Co.KG		16.	Beherbergungsbetriebe	nicht verifizierbar (ca. 16.000 weltweit)
16.	Green Globe	Green Globe Ltd., Green Certifications Inc.; in	USA	17.	Beherbergungsbetriebe &	76 in Dtl.

³ Im Folgenden: DGNB

		Deutschland: EVVC e.V. - Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.	D		Gastronomie; Weitere Tourismusbetriebe	
17.	Green Key	Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung DGU e.V.; Foundation for Environmental Education FEE	D DK	18.	Beherbergungsbetriebe	65
18.	Green Pearls	Green Pearls® Unique Places GmbH	D	19.	Beherbergungsbetriebe & Gastronomie	94
19.	Green Sign / InfraCert	InfraCert GmbH - Institut für nachhaltige Entwicklung in der Hotellerie	D	20.	Beherbergungsbetriebe & Gastronomie	72
20.	Mindeststandards Partner Nationale Naturlandschaften	Europarc Deutschland e.V. (nur Koordination + Vermarktung); Großschutzgebiete (Zertifizierung; t.w. Behörde, t.w. Verein)	D	21.	verschiedene touristische Leistungsträger	Ca. 800
21.	Ökoprofit	Global ECOPROFIT Contact Point (GECF) GmbH (gegründet durch Stadt Graz)	AT D	22.	alle touristischen Betriebe	nicht verifizierbar (ca. 7.000 - nicht explizit touristische Betriebe)
22.	Qualitätsmanagement Golf & Natur	Deutscher Golfverband e.V.; DQS GmbH	D	23.	Golfplätze & Clubhäuser	173
23.	Qualitätsmanagement Wassertourismus (QMW) Kanu ⁴	Bundesverband Kanu e.V.; Deutscher Tourismusverband e.V.	D	24.	alle kanutouristischen Anbieter	49
24.	Qualitätsoffensive Naturparke	Verband Deutscher Naturparke e.V. (VDN)	D	25.	Naturparke (Destinationen)	74
25.	TourCert	TourCert gGmbH	D	26.	Reiseveranstalter	71
				27.	Beherbergungsbetriebe	5
				28.	alle touristischen Betriebe	0
26.	Travelife	Travelife Ltd.	UK	29.	Beherbergungsbetriebe	ca. 800 weltweit, 5 in Dtl.
27.	Tripadvisor Green Leaders	TripAdvisor Ltd.	USA UK	30.	Beherbergungsbetriebe & Gastronomie	nicht verifizierbar
28.	Umweltgütesiegel Alpenvereinshütten	DAV Deutscher Alpenverein e.V.	D	31.	Beherbergungsbetriebe & Gastronomie	58 in der Alpenregion, davon 11 in Dtl.
29.	Viabono	Viabono GmbH, Viabono Trägerverein e.V.	D	32.	Beherbergungsbetriebe	51
30.	Wanderbares Deutschland	Deutscher Wanderverband Service GmbH, Deutscher Wanderverband e.V.	D	33.	Beherbergungsbetriebe & Gastronomie	1.713
			D	34.	Wanderwege	173
31.	Wellnesshotels & Resorts Qualitätsstandards	Wellness-Hotels & Resorts GmbH	D	35.	Beherbergungsbetriebe	80
32.	Wellness-Stars	Wellness Stars Deutschland GmbH	D	36.	Beherbergungsbetriebe	120

⁴ Im Folgenden QMW (Kanu)

2. Vorgehensweise und Bewertungsmethodik

2.1 Internationale Standards für die Zertifizierung von nachhaltigem Tourismus

Im Rahmen der Bewertung wurden Prüfkriterien und -indikatoren für die Qualität von Unternehmenszertifikaten zum nachhaltigen Tourismus entwickelt. Dabei wurden die Ergebnisse der Studie *„Bestandsaufnahme und Bewertung von Zertifizierungssystemen für nachhaltigen Tourismus in Deutschland (2016)“* der HNE Eberswalde, einschlägige internationale Tourismus-Standards GSTC, ISO 26000 und ISEAL sowie die Bewertungsmatrix des Informationsportals www.label-online.de der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. berücksichtigt. Ein Expertendialog mit tourismusrelevanten Sozial- und Umweltverbänden, touristischen Spitzenverbänden und Gewerkschaftsvertretern sicherte zudem die Bedeutung der Prüfkriterien für den deutschen Tourismusmarkt ab.

Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC)

Auf globaler Ebene wurden die Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC, dt: Globale Kriterien für einen nachhaltigen Tourismus) entwickelt, die als Basis für ein weltweites gemeinsames Verständnis von nachhaltigem Tourismus dienen sollen und Mindestvorgaben präsentieren, die jedes nachhaltig orientierte Tourismusunternehmen zu erreichen bestrebt sein sollte. Sie wurden auf Initiative der Welttourismusorganisation (UNWTO) gemeinsam mit der Rainforest Alliance und dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) in einem weltweiten Stakeholder-Dialog entwickelt und werden heute vom Global Sustainable Tourism Council repräsentiert. Dessen Aufgabe besteht in der Förderung eines wachsenden Wissens und Verständnisses für nachhaltige Tourismuspraktiken und der Werbung für die Verwendung der GSTC Prinzipien sowie einer Nachfrage nach nachhaltigen Reisen. Die GSTC-Kriterien sind Teil der Reaktion der weltweiten Tourismusbranche auf die globalen Herausforderungen der Millennium-Entwicklungsziele der Vereinten Nationen. Die Verringerung der Armut und umweltbezogene Nachhaltigkeit – auch in Hinblick auf den Klimawandel – sind die wichtigsten Querschnittsthemen, die durch die Kriterien in Angriff genommen werden.

Für Tourismusunternehmen wurden 2008 spezielle Kriterien für Hotels bzw. Reiseveranstalter entwickelt, die GSTC-HTO. Die Erarbeitung der Global Sustainable Tourism Criteria erfolgte auf Basis von mehr als 60 weit verbreiteten und anerkannten Prinzipien und Leitlinien, sowie über 4.500 Zertifizierungskriterien und -indikatoren für einen nachhaltigen Tourismus. Sie spiegeln touristische Zertifizierungsstandards, Indikatoren, Kriterien und Best Practice aus unterschiedlichsten kulturellen und geopolitischen Regionen der Welt wider.

Die Kriterien wurden 2016 einem Revisionsprozess unterzogen und neueren Erfordernissen angepasst. Der neue Kriterienkatalog besteht nun aus 43 Basiskriterien, die für alle touristischen Betriebsbereiche gelten (GSTC-Industry). Neben diesen Kriterien formulieren Indikatoren bereichsspezifische Anforderungen für bspw. Hotels oder Reiseveranstalter. Bei der Erarbeitung der hier vorliegenden Prüfkriterien waren die Indikatoren noch in Bearbeitung und konnten daher nicht weiter betrachtet werden. Die Kriterien hingegen wurden in die Analyse einbezogen.

Zur Erfüllung der Kriterien für einen nachhaltigen Tourismus müssen Unternehmen einen interdisziplinären, ganzheitlichen und integrativen Ansatz verfolgen, der vier Hauptbereiche beinhaltet:

- ein wirkungsvolles Nachhaltigkeitsmanagement vorweisen,
- den sozialen und ökonomischen Nutzen für die örtliche Bevölkerung maximieren und die negativen Auswirkungen minimieren,
- den Nutzen für das kulturelle Erbe maximieren und negative Wirkungen minimieren,
- den Nutzen für die Umwelt maximieren und negative Wirkungen minimieren.

Diese vier übergeordneten Ziele werden durch 43 Kriterien mit insgesamt 105 Indikatoren untersetzt, die als global anwendbare Grundlage für eine nachhaltige Entwicklung des Unternehmens dienen sollen (siehe Tabelle 2).

Tabelle 2: Kriterien GSTC-Industry (Stand November 2016)

Bereich	Themen
a) ein wirkungsvolles Nachhaltigkeitsmanagement vorweisen	- Nachhaltigkeitsmanagementsystem - Einhaltung gesetzlicher Vorschriften (Legal Compliance) - Berichterstattung und Kommunikation - Einbindung der Belegschaft - Kundenerfahrungen - Klare Werbung - Gebäude und Infrastruktur - Land-, Wasser- und Eigentumsrechte - Besucherinformation und -interpretation - Destinationsweites Engagement
b) den sozialen und ökonomischen Nutzen für die örtliche Bevölkerung maximieren und die negativen Auswirkungen minimieren	- Unterstützung der Gemeinden - Lokale Beschäftigung - Lokaler Einkauf - Lokale Unternehmer - Ausbeutung und Belästigung - Chancengleichheit - Angemessene Beschäftigung - öffentliche und lokale Grundversorgung
c) den Nutzen für das kulturelle Erbe maximieren und negative Wirkungen minimieren.	- Kulturelle Begegnungen - Schutz von kulturellem Erbe - Darstellung von Kultur und Kulturerbe - Artefakte
d) den Nutzen für die Umwelt maximieren und negative Wirkungen minimieren	- Umweltfreundliche Beschaffung - Effiziente Beschaffung - Energieverbrauch - Wassereinsparung - Treibhausgasemissionen - Transport - Abwasser - Abfall - Schadstoffe - Minimierung von Verschmutzung - Schutz von Biodiversität - Invasive Arten - Besuche von Natursehenswürdigkeiten - Begegnungen mit Wildtieren - Halten von Wildtieren - Schlachten und Handel von Wildtieren

GSTC Akkreditierungssysteme

Neben der reinen Erarbeitung der GSTC Benchmarking-Kriterien, verfolgt GSTC auch das Ziel der Erhöhung der Qualität von Nachhaltigkeitszertifizierungen (vgl. Global Sustainable Tourism Council, 2014), indem sie ein Akkreditierungsverfahren anbietet. Eine Akkreditierung ist hierbei zu verstehen als Bestätigung durch eine dritte Seite, die formal darlegt, dass eine Zertifizierungsstelle die Kompetenz besitzt, bestimmte Konformitätsbewertungsaufgaben durchzuführen, also die Zertifizierung sachlich und fachlich hochwertig umzusetzen (vgl. ISO/IEC 17000, 2004). Mit der GSTC-Akkreditierung wird den Zertifizierungssystemen somit eine Hochwertigkeit bescheinigt. Aufgrund der Vielfalt der Zertifizierungsorganisationen im Tourismus weltweit bietet GSTC drei verschiedene Stufen der Anerkennung an:

- **GSTC-Recognized:** Der Zertifizierungsorganisation wird bescheinigt, dass sie die Inhalte der GSTC-Benchmarkkriterien verwendet.
- **GSTC-Approved:** Der Zertifizierungsorganisation wird bescheinigt, dass sie neben den GSTC-Kriterien darüber hinaus spezielle Struktur- und Prozessanforderungen erfüllt.
- **GSTC-Accredited:** Die Zertifizierungsorganisation wird von der Akkreditierungsorganisation ASI nach den ISO-Normen 17000 akkreditiert und ist berechtigt, direkt nach den GSTC-Benchmarkkriterien zu zertifizieren.

Die Stufen der Anerkennung werden von GSTC als eine schrittweise zu erfolgende Qualifizierung verstanden, so dass die Zertifizierungsorganisationen nicht direkt eine aufwändige und kostenintensive Akkreditierung nach ISO 17000 vornehmen müssen. Dies hat jedoch auch dazu geführt, dass die Mehrheit der Zertifizierungsorganisationen lediglich über den Status „Recognized“ verfügen und kaum eine Dynamik zur Erlangung der nächsten Stufen zu erkennen ist. Pflichten zur Erreichung der nächsten Stufe existieren von Seiten der GSTC bislang nicht. Während der Erstellung dieser Analyse gab es keine Organisation, die den „Accredited“ Status erreicht hat. Ende 2016 wurde erstmals eine Organisation als „GSTC-Accredited“ ausgezeichnet. Diese Organisation versteht sich als Anbieter verschiedener Zertifikate in unterschiedlichen Branchen und wird direkt nach den GSTC-Kriterien zertifizieren und das GSTC-Logo vergeben. Sie ist somit eher eine Prüforganisation, als eine „klassische“ Zertifizierungsorganisation im Tourismus. Aufgrund dieser Situation wurden im Rahmen dieser Analyse die ersten beiden Anerkennungsstufen als Bewertungsgrundlagen gewählt.

GSTC Recognized

Um den ersten Anerkennungsgrad von GSTC zu erhalten, muss eine Zertifizierungsorganisation nachweisen, dass sie die Inhalte der GSTC-Kriterien in ihren Anforderungen umsetzt. Hierfür wird ein direkter Abgleich der Kriterien vorgenommen und vom GSTC-Akkreditierungskomitee geprüft. Darüber hinaus werden weitere allgemeine Anforderungen an die regelmäßige Aktualität der Kriterien und an die Zertifizierungsorganisation gestellt. Bei einer positiven Prüfung erhält die Zertifizierungsorganisation die Bestätigung der Anerkennung und darf dies öffentlich kommunizieren.

GSTC Approved

Mit der zweiten Anerkennung von GSTC wird einer Zertifizierungsorganisation bestätigt, dass sie alle GSTC-Kriterien inhaltlich in ihren Anforderungen umsetzt und dass der

Zertifizierungsprozess die wichtigsten internationalen Standards hinsichtlich Transparenz, Unparteilichkeit und fachlicher Kompetenz erfüllt (Global Sustainable Tourism Council, 2014). Die Anforderungen sind jedoch geringer als bei der dritten Anerkennungsstufe, die als offizielle Akkreditierung nach ISO gilt. Die Zertifizierungsorganisationen müssen folgende Hauptanforderungen erfüllen, um den „Approved“ Status zu erhalten:

- Die Zertifizierungsorganisation trägt eine offizielle Rechtsform und besitzt die Erlaubnis, das Zertifizierungssystem zu nutzen, die Kennzeichnungen auszuhändigen und den Zertifizierungsprozess durchzuführen.
- Die Konformitätsprüfung wird anhand eines Standards mit GSTC-Recognized Status durchgeführt.
- Sämtliche Prozesse und Richtlinien sind nicht-diskriminierend und allen potenziellen Bewerbern für das Zertifikat verfügbar.
- Es existieren dokumentierte Maßnahmen zur Reduzierung des Risikos einer Parteilichkeit und potenziellen Interessenkonflikten, auch bezüglich einer Beratung von Kunden.
- Es existieren finanzielle Ressourcen zur Führung des Zertifizierungssystems.
- Die Kompetenz des Personals wird sichergestellt.
- Es existieren dokumentierte Prozesse und Methoden für die Erteilung, Erneuerung, die Überwachung und Beendigung der Zertifizierung.
- Es werden grundsätzlich Vor-Ort Überprüfungen vor einer Zertifizierung durchgeführt.
- Es existieren Verfahren für den Umgang mit Beschwerden und Einsprüchen.

Die Prüfung erfolgt anhand einer Schreibtisch- und Dokumentenüberprüfung von Seiten der GSTC-Akkreditierungsstelle und einer möglichen Begleitung einer Begutachtung (Audit). Die Zertifizierungsorganisation kann mit erfolgreicher Anerkennung das GSTC-Logo verwenden und die Anerkennung entsprechend kommunizieren. Bislang sind vier Organisationen auf dieser Stufe anerkannt.

ISO 26000

Seit 2010 existiert mit der ISO 26000 eine weltweit verwendete Norm in Form eines Leitfadens, die sich an alle Organisationsarten richtet, die ihr Management nach den Anforderungen einer gesellschaftlichen Verantwortung ausrichten möchten (vgl. DIN 2012). Bei der ISO handelt es sich um eine Handlungsempfehlung:

„Ziel von ISO 26000 ist es (...), denjenigen Organisationen Orientierung und Anleitung zu vermitteln, die sich auf der Höhe der internationalen Diskussion mit den Prinzipien, Praktiken, Kernthemen und Handlungsfeldern gesellschaftlicher Verantwortung ernsthaft auseinandersetzen und ihre Organisation durchgängig und kontinuierlich danach ausrichten wollen. Zentraler Ansatzpunkt der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung nach ISO 26000 sind neben den Führungs- und Steuerungsmechanismen die gelebten Werthaltungen, Denkmuster, Verhaltensweisen und Praktiken der Organisation beziehungsweise der Organisationsmitglieder. Ziel dieser Internationalen Norm ist es, allen Arten von Organisationen, sowohl in der Privatwirtschaft, als auch im öffentlichen oder im gemeinnützigen Sektor von Nutzen zu sein, unabhängig von ihrer Größe und ihren Tätigkeiten in entwickelten oder sich entwickelnden Teilen der Welt. Mit diesem Orientierungsrahmen soll die Norm Organisationen unterstützen, einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung zu leisten.“ (DIN 2012, o.S.)

Die ISO 26000 beschreibt sieben Grundsätze, die als Fundament für die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung gelten. Die Achtung dieser allgemeingültigen Grundsätze ist Basis und Voraussetzung für eine glaubwürdige Auseinandersetzung mit gesellschaftlicher Verantwortung. Im Sinne der DIN ISO 26000 sollte sich eine Organisation – auch in schwierigen Situationen – stets übereinstimmend mit diesen Grundsätzen verhalten:

Tabelle 3: Grundsätze der ISO 26000

Grundsatz	Handlungsfelder
1. Rechenschaftspflicht	- Einhaltung einer Berichterstattung über die Auswirkungen der Entscheidungen und Aktivitäten auf die Gesellschaft, die Wirtschaft und die Umwelt - Besonders negative Folgen und Gegenmaßnahmen sind zu behandeln
2. Transparenz	- Offenlegung der Aktivitäten der Organisation - Eindeutige, genaue, vollständige und vernünftige Aufbereitung - leichte Zugänglichkeit für Betroffene - Auswirkungen, Aktivitäten und Entscheidungen der Organisation können richtig eingeschätzt werden
3. Ethisches Verhalten	- Handeln der Organisation beruht auf den Werten der Ehrlichkeit, Gerechtigkeit und Rechtschaffenheit - die Sorge um Mensch, Tier und Umwelt - Festlegung und Kommunikation von Grundwerten - Berücksichtigung der Werte in der Entscheidungsfindung - Förderung und Ermutigung zum ethischen Verhalten u. a. durch die Beachtung und Anwendung von ethischen Standards, die zur Organisation passen - Einführung von Aufsichtsmechanismen, die es ermöglichen, ethisches Verhalten zu überprüfen und über die Gesetzgebung hinaus ethische Widersprüche zu erkennen
4. Achtung der Interessen von Anspruchsgruppen	- Berücksichtigung von Belangen, die den Zielen der wichtigsten Anspruchsgruppen, wie Eigentümern, Kunden oder Auftraggebern, entsprechen - Identifikation der Anspruchsgruppen - Anerkennung von deren Interessen und Rechtsansprüchen - Anerkennung der Beeinträchtigung der Aktivitäten durch Anspruchsgruppen - Begünstigung des Kontakts und der Zusammenarbeit - Ermittlung des Verhältnisses der Anspruchsgruppe zur Gesellschaft und zur Organisation selbst - Berücksichtigung der Interessen von Gruppen, die keine formelle Rolle in der Organisation haben oder sich ihrer Interessen nicht bewusst sind
5. Achtung der Rechtsstaatlichkeit	- Anerkennung, dass Recht und Gesetz unbedingt zu achten ist und keine Einzelperson oder Organisation über diesem steht - Organisation hält alle für sie relevanten gesetzlichen Anforderungen ein, auch wenn diese Gesetze nicht angemessen durchgesetzt werden - Organisation passt ihre Aktivitäten dem Rechtsrahmen an - Organisation bleibt informiert über alle gesetzlichen Verpflichtungen

	- Organisation prüft regelmäßig die Einhaltung der Gesetze
6. Achtung internationaler Verhaltensstandards	- Einhaltung von internationalen Verhaltensstandards wie ILO (International Labour Organization) und UN Global Compact
7. Achtung der Menschenrechte	- Anerkennung der grundlegenden Menschenrechte, deren Bedeutung und Allgemeingültigkeit, unabhängig vom Standort, dem kulturellen Hintergrund oder spezifischen Situationen

Eine Organisation, die ihr Management nach den Empfehlungen der ISO 26000 ausrichten möchte, sollte bei ihrer Arbeit die in Tabelle 4 dargestellten Kernthemen beachten, um der eigenen gesellschaftlichen Verantwortung nachzukommen.

Tabelle 4: Kernthemen der ISO 26000

Kernthemen	Handlungsfelder
1. Organisationsführung	- Übersicht zur Unternehmensführung - Grundsätze und Überlegungen - Prozesse und Strukturen der Entscheidungsfindung
2. Menschenrechte	- Gebührende Sorgfalt - Kritische Situationen in Bezug auf Menschenrechte - Vermeidung von Mitschuld - Umgang mit Menschenrechtsbeschwerden - Diskriminierung von schutzbedürftigen Gruppen - Bürgerrechte und politische Rechte - Wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte - Grundprinzipien und Grundrechte am Arbeitsplatz
3. Arbeitsbedingungen	- Beschäftigung und Arbeitsverhältnisse - Arbeitsbedingungen und sozialer Schutz - Sozialer Dialog - Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz - Entwicklung und Schulung am Arbeitsplatz
4. Umwelt	- Verhütung der Umweltbelastung - Nachhaltige Nutzung der Ressourcen - Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel - Schutz und Wiederherstellung natürlicher Lebensräume
5. Anständige Handlungsweisen und Umgangsformen von Organisationen	- Antikorruption - Verantwortungsbewusste politische Mitwirkung - Fairer Wettbewerb - Gesellschaftliche Verantwortung im Einflussbereich fördern - Eigentumsrechte achten
6. Konsumentenfragen	- Angemessenes Vorgehen bei Vermarktung, Information und Vertragsgestaltung - Schutz von Gesundheit und Sicherheit der Konsumenten - Nachhaltiger Konsum - Kundendienst, Beschwerde- und Konfliktlösung - Schutz und Vertraulichkeit von Kundendaten - Sicherung der Grundversorgung - Aufklärung und Bewusstseinsbildung

7. Regionale Einbindung und Entwicklung des Umfeldes	- Regionale Einbindung - Bildung und Kultur - Schaffung von Arbeitsplätzen und Entwicklung von Fertigkeiten - Wohlstand und Einkommen schaffen - Gesundheit - Investition zugunsten des Gemeinwohls
--	--

Quelle: nach BAY 2010, eigene Zusammenstellung

Die ISO 26000 wird vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), das auch als Fördermittelgeber fungierte, explizit als Leitlinie zur Umsetzung von CSR in kleinen und mittelständischen Unternehmen empfohlen (siehe www.csr-in-deutschland.de). Die ISO 26000 ist jedoch sehr allgemein gehalten und geht nicht auf tourismusspezifische Besonderheiten ein.

ISEAL Alliance

Die ISEAL Alliance ist ein Zusammenschluss führender Organisationen, die unabhängige Standards setzen oder Standards überprüfen, jeweils mit Fokus auf eine nachhaltige Ausrichtung der Standards. Die ISEAL Alliance befördert allgemein die Legitimation von hochwertigen Standards und bezweckt deren internationale Anerkennung. Hierfür setzt sie sich folgende vier Ziele (vgl. ISEAL Alliance, 2016):

- Darstellung und Verbesserung der Wirkungen von Nachhaltigkeitsstandards,
- Optimierung der Effektivität von Nachhaltigkeitsstandards,
- Erhöhung des Einsatzes von glaubwürdigen Nachhaltigkeitssystemen,
- Definition von Glaubwürdigkeit für Nachhaltigkeitsstandards.

In einem partizipativen Prozess und unter Einbindung von mehr als 400 verschiedenen Stakeholdern wurden 2013 die ISEAL Grundsätze der Glaubwürdigkeit entwickelt. Diese 10 Grundsätze geben generelle Anforderungen für anspruchsvolle Nachhaltigkeitsstandards und Labels vor. Sie bieten die Grundlage für sämtliche weiteren Kodizes von ISEAL (vgl. ISEAL Alliance, 2013).

Tabelle 5: Grundsätze der Glaubwürdigkeit von ISEAL

Grundsatz	Handlungsfelder
1. Nachhaltigkeit	- klare und eindeutige Formulierung von Nachhaltigkeitszielen des Standardsystems und dessen Ansätzen zur Erreichung der Ziele
2. Weiterentwicklung	- Untersuchung der Auswirkungen des Standardsystems - Messung und Transparentmachung der Fortschritte von angestrebten Ergebnissen - Regelmäßige Weiterbildung der Standardinhaber und Förderung von Innovationen, um die Vorteile für Bevölkerung und Umwelt zu maximieren
3. Relevanz	- Standardsystem ist seinem Zweck angemessen - Bezug auf die wesentlichen Nachhaltigkeitseffekte eines Produktes, eines Verfahrens, einer Geschäftstätigkeit oder Dienstleistung

	- Berücksichtigung der jüngsten wissenschaftlichen Erkenntnisse sowie einschlägiger internationaler Standards - Anpassung an bestimmte lokale Bedingungen
4. Stringenz	- Bestandteile eines Standardsystems sind darauf ausgerichtet, qualitativ hochwertige Ergebnisse zu erzielen - Forderung eines Leistungsniveaus, das zu messbaren Fortschritten hinsichtlich der im Rahmen des Systems gesetzten Nachhaltigkeitsziele führt - Bewertungen der Einhaltung des Systems vermitteln ein getreues Bild davon, ob ein Unternehmen die Anforderungen des Systems erfüllt
5. Einbindung	- Ausarbeitung des Standardsystems erfolgte mit Engagement einer ausgewogenen und repräsentativen Gruppe von Interessenvertretern - Es werden sinnvolle und zugängliche Möglichkeiten der Mitarbeit bei der Führung, Qualitätssicherung, Überwachung und Bewertung der Standardsysteme geboten, die den Interessenvertretern faire Verfahren zur Beilegung von Beschwerden bieten
6. Neutralität	- Interessenskonflikte in Bezug auf alle betreffenden Geschäftsverfahren werden ermittelt und begrenzt - Es werden insbesondere Konflikte bearbeitet, die im Bereich der Qualitätssicherungsprozesse oder im Zusammenhang mit der Führung der Systeme auftauchen - Grundpfeiler der Neutralität sind Transparenz, Zugänglichkeit und eine ausgewogene Interessenvertretung
7. Transparenz	- Zurverfügungstellung von relevanten Informationen über die Entwicklung und den Inhalt des jeweiligen Standards - Zurverfügungstellung von Informationen darüber, wie das System geführt wird, wer anhand welchen Verfahrens bewertet wird, welches die Auswirkungen des Systems sind und auf welche Art und Weise Interessenvertreter sich engagieren können
8. Zugang	- Reduzierung von Kosten und Herabsetzung von übermäßig hohen Anforderungen, um Hindernisse bei der Umsetzung abzubauen - Erleichterung des Zugangs zu Informationen bezüglich der Einhaltung der Standards sowie zu Schulungen und finanziellen Mitteln, um Kapazitäten entlang der gesamten Lieferketten und für alle am Standardsystem beteiligten Akteure aufzubauen
9. Ehrlichkeit	- Claims und Botschaften bezüglich der Vorteile oder Auswirkungen, die sich aus dem System selbst, dem Kauf oder der Nutzung eines zertifizierten Produktes oder einer zertifizierten Dienstleistung ergeben, sind überprüfbar, nicht irreführend und ermöglichen fundierte Entscheidungen
10. Effizienz	- Bezugnahme auf andere glaubwürdige Systeme oder Zusammenarbeit mit solchen, um hinsichtlich der Inhalte der Standards und der Geschäftsabläufe eine größere Einheitlichkeit herzustellen und die Effizienz zu steigern - Tragfähigkeit des Standardsystems wird mittels der Anwendung solider Einnahmemodelle und geeigneter organisatorischer Managementstrategien gesteigert

Die Organisation nimmt Mitglieder auf, wenn sie die Grundsätze von ISEAL anerkennen und die Umsetzung der einzelnen Kodizes anstreben. Diese Kodizes (Codes of Good Practice) sollen Orientierung für Nachhaltigkeitsstandards und Zertifizierungen geben, inwiefern sie ihre

positiven ökologischen und sozio-kulturellen Auswirkungen verbessern können. Insgesamt wurden hierfür drei Hauptkodizes entwickelt (vgl. ISEAL Alliance, 2016):

- **ISEAL Kodex für die Entwicklung von Sozial- und Umweltstandards (Standard Setting Code):** beschreibt Anforderungen zur Entwicklung eines relevanten und transparenten Standards, welcher einen Ausgleich verschiedener Interessensgruppen schafft.
- **ISEAL Kodex zur Sicherstellung der Glaubwürdigkeit von Sozial- und Umweltstandards (Assurance Code):** beschreibt Instrumente zur Wahrung von korrekten Ergebnissen und Sicherung einer hohen Qualität und Glaubwürdigkeit von Nachhaltigkeitsstandards.
- **ISEAL Kodex zur Bewertung der Auswirkungen von Sozial- und Umweltstandards (Impacts Code):** beschreibt Prozesse zur Messung und Verbesserung der Ergebnisse von Nachhaltigkeitsstandards sowie zur Sicherstellung von gewünschten Effekten.

Jeder Kodex unterteilt die Anforderungen an Nachhaltigkeitsstandards in Basiskriterien, Verbesserungskriterien und Anspruchskriterien. Letztere sind optional umzusetzende, besonders neue oder innovative Best-Practice-Ansätze. Basiskriterien sind Anforderungen, die von jedem Mitglied der ISEAL Alliance erfüllt werden müssen und als Grundkriterien für die Umsetzung eines Nachhaltigkeitsstandards gelten.

ISEAL Standard Setting Code

Der „Standard Setting Code“ gilt als ISEAL-Hauptdokument und wurde 2014 aktualisiert. Dieser Kodex beschreibt Praktiken und Verfahren zur Etablierung von glaubwürdigen Nachhaltigkeitsstandards, mit dem Ziel, transparente und messbare Fortschritte für soziale und umweltpolitische Ziele zu erreichen, ohne unnötige Hemmnisse für den internationalen Handel zu schaffen. Dieses Dokument gilt somit für alle Nachhaltigkeitssysteme, die auf soziale, ökologische oder ökonomische Ergebnisse ausgerichtet sind und auf internationaler, regionaler, nationaler oder subnationaler Ebene tätig sind. In Tabelle 6 sind die Inhalte zusammengefasst (vgl. ISEAL Alliance, 2014).

Tabelle 6: Inhalte des ISEAL Standard Setting Code

Themen	Anforderungen
Generelle Anforderungen	- Transparenz - Wahrung von Konsistenz zwischen Standardinitiativen
Entwicklung und Revision von Standardinitiativen	- Definition der Rahmenbedingungen, der Ziele und des Nutzen der Standardinitiative - Identifizierung der Stakeholder - Öffentliche Zusammenfassung zur Information der Stakeholder - Öffentlich Konsultation der Stakeholder - Durchführung von Machbarkeitsstudien - Widerspiegelung der Stakeholderpositionen in der Entscheidungsfindung der standardsetzenden Organisation - Veröffentlichen des Standards - Regelmäßige Überprüfung und Überarbeitung der Standardinitiative

	- Gewährung einer Übergangsphase für die umsetzenden Unternehmen - Verfügbarmachen von Entwicklungsprotokollen für Stakeholder - Einführung eines Beschwerdemechanismus
Aufbau und Inhalt	- Die Standardinitiative erhebt nur Anforderungen, die auf das Erreichen der gesetzten Nachhaltigkeitsziele abzielen - Die Anforderungen werden so hoch gesetzt, dass maßgeblich positive Auswirkungen erzielt werden - Die Standardinitiative muss so formuliert sein, dass sie von verschiedenen Akteuren einheitlich ausgelegt wird - Die Standardinitiative muss auf lokaler Ebene anwendbar sein

ISEAL Assurance Code

Ziel des ISEAL Assurance Code ist es, einen Rahmen für die Erreichung von sozialen und ökologischen Zielen der Nachhaltigkeitsstandards zu schaffen und die Wirksamkeit ihrer Instrumente zu erhöhen. Hierfür beschreibt der Kodex verschiedene Prinzipien für die Überprüfung von Nachhaltigkeitskriterien und für die Sicherstellung einer hohen Glaubwürdigkeit von Nachhaltigkeitsstandards insgesamt.

Tabelle 7: Inhalte des ISEAL Assurance Code

Themen	Anforderungen
Generelle Anforderungen	- Verpflichtungen zur Umsetzung von Prüfungsmechanismen - Verwaltung/Management der Überprüfungsmethoden
Strategien für eine effektive Wirksamkeit	- Transparenz des Systems - Wissenstransfer zwischen Auditoren und Organisationen - Kompetenzen des Personals - Konsistente Prüfmechanismen - Gruppenprüfungen - Akkreditierung des Standards - Kontinuierliche Überprüfung

ISEAL Impacts Code

Der ISEAL Impacts Code formuliert Anforderungen an die Entwicklung und Umsetzung eines Monitoring- und Evaluierungssystems von Nachhaltigkeitssystemen. Ein Monitoring sollte Fortschritte bei der Erreichung der beabsichtigten Ziele analysieren und den Beitrag bewerten, den der Nachhaltigkeitsstandard tatsächlich im Gesamtkontext einer nachhaltigen Entwicklung erreicht.

Der Kodex führt folgende Gründe an, warum ein Nachhaltigkeitsstandard über ein kontinuierliches Monitoringsystem verfügen sollte:

- Verbesserung des Standards und seiner Wirksamkeit bei der Erreichung der genannten sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Ziele;
- Aufbau von Kapazitäten durch Lernprozesse, nicht nur für das Standardsystem, sondern auch für Kunden und andere, die am Standardsystem beteiligt sind;

- Entwicklung von Strategien bzgl. politischer Entscheidungen;
- Rechenschaftspflicht gegenüber Stakeholdern und jenen, die von den Tätigkeiten des Standards betroffen sind und von diesen profitieren;
- Schaffung von Glaubwürdigkeit durch die Bereitschaft, offen über Ergebnisse (gut oder schlecht) des Standards zu berichten; und
- Verbesserung des Gesamtbildes durch Einbringen von Ergebnissen in die „Gesamtlandschaft“ von Nachhaltigkeitssystemen.

Tabelle 8: Inhalte des ISEAL Impacts Code

Themen	Anforderungen
Anforderungen eines Monitoring- und Evaluierungssystems	- Existenz eines Monitoringsystems - Definition von Umfang und Grenzen des Monitoringsystems - Entwicklungspläne - Planung von Ressourcen - Rollen und Verantwortlichkeiten des Monitoringsystems - Datenmanagement - Integration von Monitoringinstrumenten in die Organisation - Kooperation und Koordination
Stakeholder-Einbindung	- Stakeholder-Identifikation - Stakeholder-Einbindung
Definition des beabsichtigten Wandels	- Beabsichtigte Auswirkungen und Ziele - Definition von Kausalitäten - Unbeabsichtigte Effekte - Einflussfaktoren
Monitoring und Evaluierung	- Leistungsüberwachung und Ergebnis- und Folgenabschätzung - Einsatz von Leistungsindikatoren - Leistungsüberwachung - Qualitätssicherung der Leistungsüberwachung - Bewertung der Auswirkungen und Ergebnisse - Qualitätssicherung der Bewertung - Berichterstattung über die Evaluierung - Harmonisierung von Messungen und Indikatoren - Kommunikation der Ergebnisse - Erzielung von Vorteilen aus der Evaluierung für betroffene Organisationen - Ethische Grundsätze
Schlussfolgerungen und Verbesserungen	- Internalisierung von Lernprozessen und Verbesserungen - Verbesserung der Effektivität des Monitoring- und Evaluierungssystems - Fazits aus den Ergebnissen des Monitorings
Transparenz und öffentliche Information	- öffentlich verfügbare Informationen über das Monitoring- und Evaluierungssystem - Transparenz über die Auswertungen - Wahrheitsgemäße Botschaften - Erhöhung der Transparenz, des öffentlichen Zugangs und der Einbindung

2.2 Verwendete Prüfkriterien

Auf Basis der globalen Standards wurden sämtliche Anforderungen der jeweiligen Systeme erfasst und thematisch strukturiert. Hierbei wurde anhand einer strukturierten Inhaltsanalyse eine Gruppierung von gleichen oder inhaltlich ähnlichen Aussagen vorgenommen. Im Rahmen der Analyse wurde zwischen inhaltlichen Anforderungen und Prozess- oder strukturellen Anforderungen unterschieden. Mittels dieser Themensortierung konnten relevante Sachverhalte identifiziert und erfasst werden. Insgesamt wurden über 610 Kriterien in einer Detailanalyse betrachtet und schließlich auf etwa 80 Kernaspekte verdichtet. Diese wurden im Oktober 2016 in einem Stakeholder-Workshop mit VertreterInnen folgender Institutionen diskutiert:

- Ministerien / bundespolitische Institutionen: Bundesumweltministerium (BMUB), Umweltbundesamt (UBA), Bundesamt für Naturschutz (BfN)
- Touristische Spitzenverbände: Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW), Deutscher Reiseverband (DRV), Deutscher Tourismusverband (DTV), Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA), forum anders reisen
- Umwelt- und Sozialorganisationen: Brot für die Welt – Arbeitsstelle Tourism Watch, ver.di, Naturschutzbund Deutschland (NABU)

Im Rahmen dieses Workshops wurden die Anforderungen vor allem hinsichtlich ihrer hohen Ansprüche mit der Akzeptanz, der notwendigen Kosteneffizienz und allgemeinen Praktikabilität in der Umsetzung kontrovers abgeglichen. Zudem wurden die verschiedenen Ansätze der Zertifizierungen mit Umwelt- oder Nachhaltigkeitsfokus breit diskutiert. Als Ergebnis des Workshops wurden die Kriterien weiter angepasst und zu insgesamt 69 Aspekten konkretisiert. Bei der Finalisierung der Prüfkriterien entschieden sich die Projektverantwortlichen für den Ansatz, dass die Anforderungen weiterhin die nationalen und internationalen politischen Vorgaben und Standards wiedergeben sollten, auch wenn dies durch z. T. aufwändigere und ganzheitliche Kriterien abgebildet wird. Auch die Mehrheit der im Workshop anwesenden Akteure befürwortete dieses Vorgehen. Diese Herangehensweise stützt auch das Ergebnis der Vorgängerstudie, in der ein klarer Konsens im Rahmen intensiver Stakeholder-Gespräche dahingehend erzielt wurde, dass Umwelt- und Nachhaltigkeitszertifizierungen im Tourismus umfassende und anspruchsvolle Kriterien vorweisen sollten.

Die erarbeiteten Prüfkriterien bilden somit die wichtigsten Aspekte der globalen Standards für einen nachhaltigen Tourismus ab, denen auch eine Relevanz im bundesdeutschen Raum zugesprochen wird. Sie dienen im Rahmen dieser Studie als Grundlage für die Bewertung der einzelnen Zertifizierungssysteme.

Anforderungen des Zertifizierungsverfahrens

ISEAL und GSTC geben jeweils unterschiedliche Themenfelder bzgl. der Erfüllung von Anforderungen für hochwertige Zertifizierungsverfahren an. Die einzelnen Bereiche der verschiedenen ISEAL Kodizes wurden aus Gründen der Übersichtlichkeit zusammengefasst. Zudem wurden die Anforderungen in drei Themenbereiche unterteilt, die sich sowohl bei ISEAL als auch bei GSTC wiederfinden und eine bessere Strukturierung ermöglichen: Transparenz, Vergabe- und Prüfsystem sowie Anspruch an das Zertifikat. Insgesamt wurden 36 Prüfkriterien aus den Grundlagen der globalen Standards herausgearbeitet; vier Kriterien wurden zusätzlich

hinzugefügt, die sich insbesondere aus den Stakeholdergesprächen ergaben (vgl. Kriterien 3.3 – 3.6.).

Tabelle 9: Strukturelle und verfahrensbezogene Anforderungen mit Bezug zu globalen Standards

Nr.	Prüfkriterium	Erläuterung	GSTC	ISEAL
1.	Transparenz			
1.1	Rechtlicher Status	Die Rechtsform des Zertifikat-Anbieters ist auf der Website sowie in sämtlichen öffentlich zugänglichen Unterlagen und Dokumenten leicht erkennbar.	✓	
1.2	Organisationsstruktur und Steuerorgane	Die Organisationsstruktur des Zertifikat-Anbieters ist öffentlich zugänglich. Es existiert eine Übersicht der verschiedenen Steuerungsorgane, die das System leiten und steuern (d. h. Vorstand, Beirat, Überwachungsausschuss etc.)	✓	
1.3	Vertragliche Regelungen	Zwischen dem Zertifikat-Anbieter und dem Zertifikat-Nutzer existieren vertraglich festgehaltene Regelungen zu folgenden Aspekten: - Verpflichtungen des Zertifikat-Anbieters: Durchführung des Zertifizierungsprozesses und Bereitstellung von Informationen dazu, Kommunikation von Änderungen - Verpflichtungen des Zertifikat-Nutzers: Art der Erfüllung der Anforderungen, Bereitstellung von notwendigen Informationen, Einhaltung der Nutzungsbedingungen des Zertifikats und dessen Botschaften, Information bei Änderungen	✓	✓
1.4	Verwendung von Zertifikaten und Kennzeichnung von zertifizierten Leistungen	Der Zertifikat-Anbieter legt Anforderungen für die Verwendung von Zertifikaten und Kennzeichnungen fest und kontrolliert deren Einhaltung (z. B. wie die Zertifikate von wem an wen ausgestellt werden, Nutzungsdauer, Geltungsbereich, Verwendung in der öffentlichen Kommunikation, Logo, Vermeidung von Irreführung). Der Zertifikat-Anbieter fordert eine öffentliche Kommunikation der Zertifizierung bei den zertifizierten Organisationen sowie eine Berichterstattung über ihre Nachhaltigkeits-/Umweltleistung in geeigneter Weise (bspw. Nachhaltigkeitsreport, eigene Rubrik auf der Website etc.). Zertifizierte Unternehmen erhalten ein Zertifizierungsdokument.	✓	✓
1.5	Angabe der zu zertifizierenden Zielgruppe	Es existiert eine öffentlich verfügbare Übersicht über relevante Branchen und Stakeholder, die ein Interesse an der Zertifizierung haben, abhängig vom Geltungsbereich der Zertifizierung. Eine öffentlich verfügbare	✓	✓

		Beschreibung zum konkreten Geltungsbereich des Standards (z. B. Hotels, Destinationen, geografische Abdeckung etc.) ist vorhanden.		
1.6	Öffentliche Auflistung zertifizierter Leistungen	Es existiert ein öffentlich verfügbares und aktuelles Verzeichnis über alle zertifizierten Leistungen bzw. Organisationen. Es existieren öffentliche Angaben zu Standorten und Kontaktdaten. Bietet ein Zertifikat-Nutzer mehrere touristische Dienstleistungen an, muss der Zertifikat-Anbieter sicherstellen, dass Zertifikat und Logo nur für zertifizierte Dienstleistungen verwendet werden.	✓	✓
1.7	Offenlegung der Zertifizierungsinhalte	Es existieren kostenlose und öffentlich frei verfügbare Informationen über die Kriterien zur Erfüllung der inhaltlichen Anforderungen einschließlich Angabe der verwendeten Normen und vorhandenen Akkreditierungen.	✓	✓
1.8	Offenlegung des Zertifizierungsverfahrens	Es existieren kostenlose und öffentlich frei verfügbare Informationen über die Kriterien zur Erfüllung der strukturellen bzw. prozessbezogenen Anforderungen einschließlich Angabe der verwendeten Normen und vorhandenen Akkreditierungen.	✓	✓
1.9	Offenlegung der Anforderungen bei mehrstufigen Zertifikaten	Es existieren kostenlose und öffentlich frei verfügbare Informationen über konkrete Mindestanforderungen bei einer mehrstufigen Zertifizierung (bspw. Bronze, Silber, Gold).	✓	✓
1.10	Transparente Kostenstruktur	Die Kosten der Zertifizierung und eventueller Zusatzleistungen werden öffentlich, klar und transparent bereitgestellt.	✓	✓
1.11	Beschwerde-management	Der Zertifikat-Anbieter verfügt über einen standardisierten und dokumentierten Beschwerdemechanismus, der die Vorgehensweise zur Lösung von Beschwerden mit Stakeholdern definiert: Klare Schritte, Zeitrahmen und Zuständigkeiten, um eine Beschwerde zu beheben und in welcher Form und an wen eine Beschwerde eingereicht werden muss.	✓	✓
2.	Vergabe- und Prüfsystem			
2.1	Neutralität und Unparteilichkeit	Es existiert eine Richtlinie, die Bezug auf die Neutralität, Unabhängigkeit und Unparteilichkeit des Zertifikat-Anbieters nimmt. Der Zertifikat-Anbieter ist rechtlich und wirtschaftlich unabhängig von Unternehmen, die das Zertifikat erhalten können bzw. zertifiziert keine organisationseigenen Betriebsbereiche.	✓	✓

2.2	Standardisierte/s Prüfverfahren und Bewertungsmethodik	Der Zertifikat-Anbieter verfügt über ein standardisiertes und dokumentiertes Prüfverfahren zur Erfüllung der gestellten Kriterien. Es wird eine Bewertungsmethodik angewendet, die eine eindeutige Überprüfung der Kriterienerfüllung ermöglicht (bspw. Erfüllungsgrade, Punkteverfahren, Skalen etc.). Der Zertifikat-Anbieter hat eine Richtlinie, die verschiedene Abstufungen von Nicht-Übereinstimmung mit den Kriterien festlegt und wie sie zu bestimmen sind. Die Richtlinie weist auf korrigierende Maßnahmen bei Nicht-Übereinstimmung hin.	✓	✓
2.3	Prüfverfahren	Für die Ermittlung der Erfüllung sämtlicher Kriterien findet grundsätzlich eine Vor-Ort-Prüfung sowie eine Dokumentenprüfung statt. Alternativ sind reine Dokumentenprüfungen bei bestimmten Kriterien zulässig, wenn daraus eine eindeutige Aussage zur Erfüllung des entsprechenden Kriteriums abgeleitet werden kann.	✓	✓
2.4	Zwischenprüfungen	Beträgt die Gültigkeitsdauer der Zertifizierung mehr als zwei Jahre, so muss beim Zertifizierungs-Nutzer mindestens eine jährliche Zwischenprüfung durchgeführt werden (mögliche Prüfungen: Selbstauskunft, Stichprobenprüfung, Vor-Ort Prüfung). Der Zertifikat-Anbieter hat nachvollziehbare Regelungen, wann Schreibtisch-Prüfungen und Stichprobenprüfungen stattfinden können (bspw. bis zu einer bestimmten Unternehmensgröße).	✓	
2.5	Einbeziehung von Interessensgruppen	Es existieren Regelungen, die sicherstellen, dass während des Prüfprozesses in bestimmten Fällen (bspw. bei Nicht-Konformität der Prüfinhalte oder komplexen Sachverhalten) Informationen von externen Interessensgruppen eingeholt werden.	✓	
2.6	Erstellung eines standardisierten Prüfberichts	Der Zertifikat-Anbieter bzw. die Prüforganisation stellt einen Prüfbericht des Audits mit Informationen über den Auditprozess und die durchgeführten Prüfungen, die erfüllten und nicht erfüllten Kriterien sowie Empfehlungen bzgl. der Entscheidung zur erfolgreichen Zertifizierung zusammen. Der Prüfbericht muss dem Zertifikat-Nutzer zur Verfügung gestellt werden.	✓	✓
2.7	Validierung der Prüfung	Der Zertifikat-Anbieter verfügt über ein System zur Bewertung der Prüfergebnisse und der finalen Entscheidung zur Zertifizierung. Personen, die diese Bewertung vornehmen, müssen unabhängig vom Prüfer sein. Die Entscheidung muss schriftlich dokumentiert sein.	✓	
2.8	Vergabedauer	Die Audit-Häufigkeit ist genau festzulegen. Die Gültigkeitsdauer der Zertifizierung beträgt nicht mehr	✓	

		als drei Jahre.		
2.9	Unterstützung zur Zertifizierung	Der Zertifikat-Anbieter bietet Informationsangebote an, um die einheitliche Auslegung seiner Anforderungen zu fördern (z. B. durch Veröffentlichungen, Seminare, Schulungen und andere Aktivitäten). Diese Angebote dürfen nicht Teil des Audits sein und müssen offen für alle bestehenden oder potenziellen Zertifikat-Nutzer sein.	✓	✓
2.10	Regelungen zur Rezertifizierung und Beendigung der Zertifizierung	Der Zertifikat-Anbieter hat klar geregelt, was zu einer Aussetzung oder zu einem Entzug des Zertifikats führt. Das Zertifikat ist befristet gültig und wird bei Nicht-Verlängerung dem Zertifikat-Nutzer entzogen. Der Zertifikat-Anbieter informiert den Zertifikat-Nutzer bei Nichtkonformität über die Gründe für eine Aussetzung oder Kündigung und ergreift entsprechende Maßnahmen. Sollte der Zertifizierungsanbieter begründete Bedenken haben (z. B. durch Änderungen der Leistungen des Zertifikat-Nutzers, Beschwerden), sollte er einen Rezertifizierungsprozess einleiten. Der Zertifikat-Nutzer wird über eine notwendige Rezertifizierung vor Ablauf des regulären Gültigkeitszeitraums rechtzeitig informiert.	✓	✓
2.11	Einsatz von regelmäßig geprüften, geschulten und qualifizierten Auditoren / Prüfern	Auditoren/Prüfer müssen für ihre Aufgabe hinreichend qualifiziert sein. Dies kann anhand der folgenden Merkmale festgestellt werden: - Erfolgreiche Absolvierung einer Schulung basierend auf ISO 19011 oder gleichwertige Schulung - Absolvierte Schulung zur richtigen Interpretation der Zertifikatsinhalte und Anforderungen - Festgelegtes kontinuierliches Fortbildungsprogramm - Absolvierte Probezeit, in der mindestens eine Supervision stattfand - Mindestens 5 Jahre Berufserfahrung im Bereich des nachhaltigen Tourismus - Bewertung der Prüfer mindestens alle drei Jahre	✓	✓
2.12	Unabhängigkeit der Prüfer	Prüfer sind unabhängig vom Zertifikat-Nutzer und haben keine Beratungs- oder Consultingtätigkeiten für den Zertifikat-Nutzer durchgeführt (3rd Party assessment). Der Zertifikat-Anbieter prüft nicht selbst, sondern beauftragt unabhängige Prüfer. Peer audits gelten nicht als hinreichend unabhängig.	✓	✓
3.	Anspruch an das Zertifikat			
3.1	Bezug zu gesetzlichen Regelungen	Das Zertifikat übertrifft bestehende gesetzliche Anforderungen und soll sich auf einschlägige, bestehende nationale und / oder internationale Gesetze		✓

		und Regulierungen beziehen.		
3.2	Berücksichtigung aktueller Erkenntnisse	Das Zertifikat berücksichtigt jüngste wissenschaftliche Erkenntnisse sowie einschlägige internationale Standards.	✓	✓
3.3	Art und Grad der Kriterien-erfüllung	Es existieren konkrete Anforderungen zur Art der Kriterienerfüllung (mögliche Arten: „Häkchenabfrage“, Punktevergabe, offene Antwortmöglichkeiten) sowie zum Grad der Kriterienerfüllung (mögliche Erfüllungsgrade: alle Kriterien sind Pflicht, Belegpflicht bei allen Kriterien, Angabe von Muss- und Kann-Kriterien, Erreichen einer Mindestpunktzahl).		
3.4	Berücksichtigung des Beschaffungswesens bzw. der Leistungskette	Die Anforderungen des Zertifikats beinhalten neben unternehmensinternen Aspekten auch Bereiche der vor- und nachgelagerten Dienstleistungskette. Bei Reiseveranstaltern ist die gesamte Leistungskette angemessen zu berücksichtigen und bei Hotels das Beschaffungswesen.		
3.5	Wesentlichkeitsanalyse	Der Kriterienkatalog und ggf. die Gewichtung der einzelnen Kriterien basieren auf den Ergebnissen einer Wesentlichkeitsanalyse in dem jeweiligen Tourismus-Segment.		
3.6	Messbarkeit / Benchmarking	Es sind vergleichbare Kennzahlen zur Messbarkeit bestimmter Nachhaltigkeitsanforderungen festgelegt, die u. a. eine zeitliche Entwicklung der Erfüllungsgrade von Kriterien sowie ein Benchmarking von Zertifikat-Nutzern ermöglichen.		
3.7	Bezugnahme auf andere Nachhaltigkeits-systeme	Der Zertifikat-Anbieter stellt den Bezug zu anderen ähnlichen Zertifizierungsstellen oder Nachhaltigkeitssystemen her. Es existieren Vereinbarungen über gegenseitige Anerkennungen mit weiteren Zertifikat-Anbietern, insbesondere beim Beschaffungswesen und in der Leistungskette.	✓	✓
3.8	Kriterien mit Nachhaltigkeitsanspruch	Es werden die beabsichtigten langfristigen sozialen, ökologischen und/oder wirtschaftlichen Auswirkungen des Zertifikats festgelegt und dokumentiert. Der Zertifikat-Anbieter stellt sicher, dass Kriterien für die Berücksichtigung aller definierten sozialen, ökologischen und ökonomischen Ergebnisse enthalten sind.		✓
3.9	Messung der Wirkung des Zertifikats	Der Zertifikat-Anbieter betreibt eine fortlaufende Leistungsüberwachung auf Basis von Monitoring-Indikatoren. Mindestens einmal jährlich erstellt er für interne Zwecke einen Ergebnisbericht. Zusätzlich führt er intern Datenqualitätssicherungsmaßnahmen durch,	✓	✓

		um die Qualität, Zuverlässigkeit und Genauigkeit der für die Leistungsüberwachung verwendeten Daten zu gewährleisten.		
3.10	Bewertung negativer Effekte	Der Zertifikat-Anbieter steht im Dialog mit Stakeholdern, um gemeinsam die möglichen unbeabsichtigten Effekte (sowohl positive als auch negative) zu erfassen. Die Ergebnisse des Konsultationsprozesses werden dokumentiert. Die im Zertifikat angenommenen Politiken und Verfahren sind nicht diskriminierend.	✓	✓
3.11	Zertifikat-setzungsprozesse	Es existiert ein standardisierter Entwicklungsprozess für ein Zertifikat (u. a. Kriterienauswahl, Berücksichtigung von Stellungnahmen, Konsultationsprozesse, Zusammenfassung - Dokumentation - und Berichte, Durchführung von Tests zur Auditierbarkeit eines Zertifikats). Der Prozess ist dokumentiert.		✓
3.12	Revisionsprozesse	Die Revisions eines Zertifikats erfolgt mindestens alle fünf Jahre, um die Zertifikat-Ziele auch zukünftig zu erreichen und wirkungsvoll zu sein. Dazu verwendet der Zertifikat-Inhaber u. a. die Ergebnisse aus der Leistungsüberwachung, um Anforderungen und Kriterien des Zertifikats periodisch zu prüfen und zu verbessern. Wurde ein Zertifikat aktualisiert, müssen entsprechende Übergangsfristen festgelegt werden, bis das überarbeitete Zertifikat in Kraft treten wird. Stakeholder erhalten ausreichend Gelegenheit, um zur Entwicklung oder Überarbeitung des Zertifikats beizutragen (mind. 60 Tage). Die Ergebnisse der Revisionen werden öffentlich dargestellt.	✓	✓
3.13	Schulung von Personal	Der Zertifikat-Anbieter identifiziert im Rahmen der Weiterentwicklung des Zertifikats die Bedürfnisse an Weiterbildung des eigenen Personals und sichert eine regelmäßige Schulung des Personals ab.	✓	✓

Inhaltliche Anforderungen

Während ISO 26000 sich an sieben Kernthemen orientiert, werden bei GSTC vier Nachhaltigkeitsspektren abgebildet, die weitestgehend die klassischen drei Nachhaltigkeitsdimensionen wiedergeben, ergänzt um eine vierte managementbezogene Dimension. Um eine klare Struktur in der Bewertung zu wahren, wurden die Dimensionen Ökologie, Sozio-Kultur sowie der Bereich Unternehmensführung / Corporate Governance als Hauptthemen gesetzt, wobei der letztere Bereich auch ökonomische Aspekte umfasst. Innerhalb dieser Themen finden sich 33 Prüfkriterien wieder, die relevante Anforderungen aus den Standards abbilden. Tabelle 9 stellt die einzelnen Prüfkriterien detailliert dar.

Tabelle 9: Inhaltliche Anforderungen mit Bezug zu globalen Standards

Nr.	Prüfkriterium	GSTC-I	ISO 26000
1.	Corporate Governance / Unternehmensführung		
1.1	Einhaltung gesetzlicher Regelungen und Pflichten Es existieren Kriterien, die sicherstellen, dass alle relevanten Gesetze von der Organisation erfüllt werden (z. B. Mindestlohn, Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte, Anti-Korruption).	✓	
1.2	Nachhaltigkeitsstrategie Kriterien des Zertifikats sichern ab, dass für die Organisation eine Strategie existiert, die die Selbstverpflichtung zur gesellschaftlichen Verantwortung (Nachhaltigkeit) wiedergibt.	✓	✓
1.3	Leitbild zu verantwortungsbewusster Unternehmenspolitik Es existieren Kriterien, die ein öffentlich zugängliches Leitbild zur unternehmerischen Verantwortung einfordern.	✓	✓
1.4	Mitarbeiterbeteiligung Das Zertifikat verfügt über Kriterien, die eine Beteiligung der Belegschaft an den Nachhaltigkeitsprozessen der Organisation einfordern.	✓	✓
1.5	Stakeholdermanagement Das Zertifikat verfügt über Kriterien, die eine Kenntnis über die unmittelbaren Bedürfnisse von Anspruchsgruppen der Organisation einfordern (bspw. anhand einer Stakeholder-Analyse).	✓	✓
1.6	Einbeziehung in die Tourismusplanung in Destinationen Das Zertifikat verfügt über Kriterien, die eine Einbindung der Organisation in die nachhaltige Tourismusplanung der Destination absichern.	✓	
1.7	Faires Wettbewerbsumfeld Es existieren Kriterien für das Unternehmen, die Maßnahmen für die Beachtung des fairen Wettbewerbes einfordern und sicherstellen, dass klare, lesbare und verständlich formulierte Verträge ohne unlautere Vertragsbedingungen ausgestellt werden und diese mit eindeutigen und ausreichenden Angaben zu Zahlungs- und Geschäftsbedingungen, Preisen, Kosten, Vertragsdauer und Kündigungsfristen versehen sind.		✓
1.8	Verantwortungsvolle Bau- und Infrastrukturplanung Das Zertifikat beinhaltet Kriterien zur Berücksichtigung von natürlichen und sozio-kulturellen Kapazitätsgrenzen bei Bau- und Renovierungsplanungen. Es existieren zudem Kriterien, die eine Nutzung von nachhaltigen Materialien und schonenden Verfahren bei Bau- und Renovierungsarbeiten berücksichtigen.	✓	
1.9	Nachhaltige Beschaffung Kriterien des Zertifikats sichern ab, dass Beschaffungsrichtlinien mit Kriterien der Nachhaltigkeit existieren. Es existieren zudem Kriterien, die ein nachhaltiges Beschaffungsmanagement in der Organisation absichern (bspw. Messung von regionalen und bio-fairen Beschaffungsgütern etc.).	✓	✓
1.10	Nachhaltige Leistungskette Das Zertifikat verfügt über Kriterien, die absichern, dass Leistungsträger, Lieferanten und Partner im Einflussbereich der Organisation dazu angehalten werden, verantwortliche Arbeitspraktiken zu befolgen und Maßnahmen zur Nachhaltigkeit umzusetzen. Im Rahmen der Leistungskette (Zusammenarbeit mit Leistungsträgern, Lieferanten und Partnern) werden insbesondere folgende Aspekte bei den Akteuren geprüft: - Gewährleistung der Sicherheit der angebotenen Produkte und		✓

	Dienstleistungen - Anerkennung von Arbeitnehmerrechten wie bspw. Vereinigungsfreiheit - Sicherstellung von hochwertigen Arbeitsbedingungen und Chancengleichheit - Sicherstellung, dass keine Beziehung zu einem Partner eingegangen wird, der im Zusammenhang mit Menschenrechtsverletzungen agiert - Sicherstellung, dass die Aktivitäten der Partner nicht die Grundversorgung der lokalen Bevölkerung in der Destination gefährden - Sicherstellung, dass zwischen der Organisation und den Partnern ein Transfer von innovativen und nachhaltigen Techniken und Praktiken stattfindet - Sicherstellung eines fairen Wettbewerbsfeldes - Einsatz von sozial- und umweltverträglichen Produkten/Leistungen		
1.11	Nachhaltige Produktgestaltung Kriterien des Zertifikats sichern ab, dass die Organisation ein Angebot von sozial- und umweltverträglichen Produkten und Dienstleistungen bereithält und nicht nur das Unternehmen selbst zertifiziert.		✓
1.12	Messung und Maßnahmen zur Kundenzufriedenheit Es existieren Kriterien, die eine Messung von Kundenzufriedenheit einfordern. Zudem fordern Kriterien Maßnahmen zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit und die Existenz eines Beschwerdemanagements.	✓	✓
1.13	Produktqualität und Produkteigenschaften Kriterien des Zertifikats fordern eine Angabe zentraler Qualitätseigenschaften der angebotenen Produkte und Dienstleistungen.		✓
1.14	Verantwortungsvolles Marketing / Kommunikation Kriterien des Zertifikats fordern wahrheitsgemäße, stereotypfreie und transparente Kommunikationsstrategien und -materialien.	✓	✓
2.	Ökologie		
2.1	Management des Ressourcenverbrauchs und von Umweltauswirkungen Das Zertifikat fordert eine systematische Identifikation von Ressourcenverbrauch und potenziellen Umweltauswirkungen und -belastungen sowie eine Strategie zur Reduzierung derselben	✓	✓
2.2	Verschmutzungs- und Schadstoffmanagement Kriterien des Zertifikats sichern die Identifizierung von lokal wirksamen Verschmutzungs- und Schadstoffquellen sowie Maßnahmen zu ihrer Reduzierung (Licht-, Lärm, Luft-, Wasser- und Bodenverschmutzungen).	✓	✓
2.3	Messung und Minimierung von Treibhausgasemissionen Kriterien des Zertifikats sichern eine Messung von Treibhausgasemissionen und die Umsetzung von Maßnahmen zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen ab.	✓	✓
2.4	Energiemanagement Kriterien des Zertifikats sichern eine Messung des Energieverbrauchs und die Umsetzung von Maßnahmen zur Energieeinsparung und -effizienz ab.	✓	✓
2.5	Umweltschonende Mobilität Es existieren Kriterien, die Maßnahmen für eine umweltfreundliche Mobilität der Mitarbeitenden (Dienstreisen und Pendelverkehr), der Gäste und der Lieferanten einfordern.	✓	
2.6	Klimaneutralität („Bonus“) Kriterien des Zertifikats fordern die Erreichung einer Klimaneutralität der Organisation. Bei Kompensationsleistungen werden nur Zertifikate mit „Gold Standard“ anerkannt.		✓

2.7	Abfallmanagement Kriterien des Zertifikats sichern eine Messung des Abfallvolumens und die Umsetzung von Maßnahmen zur Abfallvermeidung und -trennung sowie zum Recycling ab.	✓	✓
2.8	Wassermanagement Kriterien des Zertifikats sichern eine Messung des Wasserverbrauchs und die Umsetzung von Maßnahmen zur Reduzierung des Wasserverbrauchs ab.	✓	✓
2.9	Schutz von Biodiversität Kriterien des Zertifikats sichern folgende Aspekte ab: - Identifikation direkter und indirekter Auswirkungen der Angebote bzw. Aktivitäten auf die Biodiversität - Existenz von Maßnahmen zum Schutz der biologischen Vielfalt - Existenz von Maßnahmen zur Vermeidung der Einführung von invasiven Arten - Verantwortungsvoller Umgang der Organisation mit wildlebenden Tieren	✓	✓
2.10	Anpassung an den Klimawandel Kriterien des Zertifikats fordern eine Identifikation von Risiken des Klimawandels auf die Organisation. Darüber hinaus existieren Kriterien, die sicherstellen, dass Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel durchgeführt werden, die nicht klimaschädlich sind.		✓
3.	Sozio-Kultur		
3.1	Arbeitnehmerfreundliche Arbeitsbedingungen Kriterien des Zertifikats sichern die Schaffung von hochwertigen Arbeitsbedingungen ab. Insbesondere folgende Aspekte werden eingefordert: - Existenz von Überstundenregelungen - Familienfreundliche Arbeitsbedingungen	✓	✓
3.2	Chancengleichheit Es existieren Kriterien, die sicherstellen, dass eine Chancengleichheit aller Erwerbstätigen unabhängig von Geschlecht, Alter, Ethnie, Herkunft, Religionszugehörigkeit, sexueller Identität oder Beeinträchtigungen vorherrscht. Zudem werden Kriterien aufgestellt, die eine besondere Beachtung von schutzbedürftigen Gruppen (bspw. Menschen mit Beeinträchtigungen) im Hinblick auf Beschäftigung und Kompetenzaufbau einfordern.	✓	✓
3.3	Vermeidung von Diskriminierung und Belästigung Kriterien des Zertifikats sichern die Existenz von Verfahren zur Vermeidung von Diskriminierung und Belästigung im Berufsalltag ab (z. B. Mobbing).	✓	✓
3.4	Berufliche Weiterentwicklung und Weiterbildung Es existieren Kriterien, die eine berufliche Qualifizierung und Weiterbildung der Mitarbeitenden einfordern.	✓	✓
3.5	Wahrung der Menschenrechte Existenz von Strategien zur Identifikation und Sensibilisierung der Mitarbeitenden in Bezug auf potenzielle Menschenrechtsverletzungen (z. B. Wahrung des Kindesschutzes, Menschenhandel)		✓
3.6	Sicherheit und Gesundheit Kriterien des Zertifikats sichern folgende Aspekte ab: - Existenz von Programmen zur Förderung der Gesundheit und des Wohlergehens der Erwerbstätigen - Existenz von Vorkehrungen zur Vermeidung von Unfällen und für Notfallmaßnahmen		✓

3.7	Beitrag zum Gemeinwesen Es existieren Kriterien, die Maßnahmen zur Unterstützung von lokalen Projekten, sozialen Initiativen und des ehrenamtlichen Engagements honorieren.		✓
3.8	Kulturelles Erbe / Identität Das Zertifikat verfügt über Kriterien zur Anerkennung und Wertschätzung von örtlichen Kulturen und kulturellen Traditionen. Die Kriterien berücksichtigen folgende Aspekte: - Berücksichtigung von Besonderheiten bei dem Besuch von kulturellen Sehenswürdigkeiten - Existenz von Maßnahmen zum Schutz, zur Förderung und Weiterentwicklung von kulturellem Erbe und kulturellen Besonderheiten - Einbeziehung von kulturellen Aspekten in den angebotenen Leistungen	✓	✓
3.9	Lokale Wertschöpfung Es existieren Kriterien, die sicherstellen, dass lokale Lieferanten von Produkte bevorzugt werden.	✓	✓

2.3 Vorgehen und Rücklauf der Befragung

Im Rahmen des Projektes wurde ein Überblick von Zertifizierungen eines nachhaltigen Tourismus in Deutschland erstellt. Dazu hat die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. einen Fragebogen mit dem Ziel konzipiert, den aktuellen Stand relevanter Zertifikate für Tourismus in Deutschland anhand der o. g. entwickelten Prüfkriterien (siehe Kapitel 2.2) sowie der Bewertungsmethodik zu bewerten. Mit diesem Ansatz sollen eine Vereinheitlichung des Nachhaltigkeitsverständnisses im Tourismus gefördert und neue Impulse zur Harmonisierung der Zertifizierung in Deutschland gegeben werden.

Die Befragung wurde über zwei Kommunikationskanäle – Postversand und E-Mail – umgesetzt, um einen möglichst hohen Rücklauf zu erzielen. Die Fragebögen wurden Ende November 2016 von der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. an die vom ZENAT identifizierten relevanten Zertifikat-Anbieter verschickt. Ergänzend wurden die angeschriebenen Zertifizierungsorganisationen via E-Mail mindestens zweimal - Anfang Dezember 2016 sowie Anfang Januar 2017 – an die Einladung zur Teilnahme an der Befragung erinnert. In Einzelfällen fanden darüber hinaus persönliche Telefongespräche statt. Es wurde ein über mehrere Wochen verteilter Rücklauf der ausgefüllten Fragebögen erwartet. Der ursprüngliche Einsendeschluss Ende 2016 wurde aufgrund der noch geringen Beteiligungsquote u. a. aufgrund der Weihnachtszeit sowie der Zusagen von mehreren Zertifikat-Anbietern, im Januar 2017 an der Befragung teilzunehmen, verlängert. Im Rahmen des Projektes wurden 36⁵ relevante Zertifikate identifiziert und untersucht, wofür insgesamt bis Anfang Februar 2017 ausgefüllte Fragebögen für 22 Zertifikate erfasst wurden. Dies ergibt eine Rücklaufquote von 61%. Teilweise reagierten die Nicht-Teilnehmer überhaupt nicht auf die Einladung, teilweise wurde ein zu hoher zeitlicher Aufwand für eine Teilnahme angegeben. Einige Zertifikat-Anbieter (bzw. Label-Anbieter) betrachten das Zeichen (vgl. Loew 2016), das sie nach einer Prüfung an Organisationen verleihen, selbst nicht

⁵ Im Rahmen des Projektes sollte ursprünglich auch das Zertifikat TUI Eco Resorts untersucht werden. Da dieses Zertifikat nach Rücksprache mit TUI jedoch eingestellt wird, wurde es nicht weiter berücksichtigt. Darüber hinaus wurden vom Zertifikat-Anbieter VIABONO neben dem Sektor Hotel auch weitere sektorenspezifische Zertifikate wie z. B. Campingplätze, Reiseveranstalter usw. angefragt. Nach Rückmeldung hat VIABONO aus zeitlichen Gründen mit dem Zertifikat für den Sektor Hotel an der Befragung teilgenommen. Die dort verwendeten Kriterien seien nach eigenen Angaben aber fast identisch zu den sonstigen Kategorien wie Gastronomie, Ferienwohnung/-haus, Camping und Jugendunterkünfte.

Tabelle 10: Rücklaufquote

Nr.	Untersuchte Zertifikate	Teilnahme an Befragung?
1	Bayerisches Umweltsiegel für das Gastgewerbe	Ja
2	bett+bike	Ja
3	Bio Hotels	Ja
4	Blaue Flagge (Sportboothäfen)	Nein
5	Blaue Schwalbe	Nein
6	Certified Green Hotel	Ja
7	DEHOGA Umweltcheck	Nein
8	Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)	Nein
9	DGNB	Nein
10	DIN EN ISO 14001	Nein
11	Ecocamping - Klimafreundlicher Betrieb für Campingplätze	Nein
12	Ecocamping - Management für Campingplätze	Nein
13	Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) mit Referenzdokument Tourismus	Ja
14	ehc = eco hotels certified	Ja
15	EU Ecolabel (Beherbergungsbetriebe, Campingdienste)	Ja
16	Gesicherte Nachhaltigkeit - Prüfsiegel (di-no.eu)	Ja
17	Green Globe Standard – Hotels & Resorts	Nein
18	Green Key	Ja
19	Green Pearls	Ja
20	Green Sign / InfraCert	Ja
21	Ökoprofit	Ja
22	Partner der Nationalen Naturlandschaften	Nein
23	Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland	Ja
24	Qualitätsmanagement Golf & Natur	Nein
25	Qualitätsmanagement Wassertourismus (QMW) Kanu	Nein
26	Qualitätsoffensive Naturparke / Qualitäts-Naturpark	Ja
27	Qualitätsweg Wanderbares Deutschland	Ja
28	TourCert - Zertifizierung für Reiseveranstalter	Ja
29	TourCert-Zertifizierung für Tourism Businesses	Ja
30	TourCert-Zertifizierung für Unterkünfte	Ja
31	Travelife Gold certification	Ja
32	Tripadvisor Green Leaders	Nein
33	Umweltgütesiegel Alpenvereinshütten	Nein
34	Viabono - Kategorie Hotel	Ja
35	Wellness Stars Hotel	Ja
36	Wellness-Baum (Wellnesshotels & Resorts GmbH)	Ja
Gesamt-Anzahl: Ja		22
Gesamt-Anzahl: Nein		14
Gesamt-Anzahl untersuchter Zertifikate		36
Rücklaufquote (gerundet)		61%

als Zertifikat. Dennoch wurden entsprechende Zertifikate (oder hier Labels) in der Studie berücksichtigt, da diese generelle Merkmale einer Zertifizierung im Begriffsverständnis der vorliegenden Studie aufweisen (siehe dazu Kapitel 2.1).

2.4 Bewertungsschema

Der Fragebogen ist unter Berücksichtigung der zusammengefassten Prüfkriterien (siehe Tabelle 9) in die drei Bereiche „A - Allgemeine Angaben“, „B - Strukturelle und verfahrensbezogene Anforderungen an Zertifikat-Anbieter“ (im Folgenden „Strukturelle Anforderungen an Zertifikat-Anbieter“ genannt) und „C - Inhaltliche Anforderungen an Zertifikat-Nutzer“ untergliedert (siehe Tabelle 11). Für die Bewertung eines Zertifikats wurden die Bereiche B und C berücksichtigt, die jeweils anteilig zu 50% in die Gesamtbewertung einfließen. Die beiden Bereiche B und C sind in drei Unterbereiche gegliedert, die jeweils zu 1/6 in die Gesamtbewertung einfließen. Eine Übersicht zum Aufbau des Fragebogens und zur prozentualen Verteilung der Bewertung ist in Tabelle 11 dargestellt. Eine detaillierte Übersicht zur Bewertung und Gewichtung der Prüfkriterien der jeweiligen drei Unterbereiche ist in Tabelle 12 zu finden.

Tabelle 11: Aufbau des Fragebogens und prozentuale Verteilung der Bewertung

Prüfkriterium		Prozentuale Verteilung	
A ALLGEMEINE ANGABEN (ohne Bewertung)			
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER			100%
B1 Transparenz	16,67%	50%	
B2 Vergabe- und Prüfsystem	16,67%		
B3 Anspruch an das Zertifikat	16,67%		
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER			
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	16,67%	50%	
C2 Ökologie	16,67%		
C3 Sozio-Kultur	16,67%		

Hat ein Zertifikat-Anbieter an der Befragung teilgenommen, erfolgte auf Basis der gemachten Eigenangaben eine Bewertung. Dabei wurden Eigenangaben mit der Antwort „Nein“ grundsätzlich nicht gegengeprüft – es sei denn, dass die Fragestellung vom Befragten offensichtlich falsch verstanden wurde. Hat ein Zertifikat-Anbieter nicht an der Befragung teilgenommen, erfolgte eine Bewertung des/der entsprechenden Zertifikate/s auf Basis öffentlich zugänglicher Informationen. Die Bewertung wurde federführend von der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. durchgeführt, wobei ein Double-Check-Verfahren angewendet wurde.

Grundsätzlich wurden alle Prüfkriterien maximal mit einem Punkt bewertet. Die meisten Fragen bestehen jeweils aus mehreren Unterfragen, die jeweils anteilig in die Bewertung einfließen – bei einigen Kriterien wurden die Unterfragen zu unterschiedlichen Anteilen berücksichtigt (siehe dazu Anhang 1). Bei einigen Unterfragen konnten Zusatzangaben gemacht werden, die bei der Bewertung berücksichtigt wurden, wobei die maximale Punktzahl der Frage nicht überschritten werden konnte. Wurde bei der Gegenprüfung der Eigenangaben festgestellt, dass diese nicht deckungsgleich mit verfügbaren Informationsquellen waren, wurden die Eigenangaben entsprechend korrigiert. Dies war beispielsweise der Fall, wenn das Vorhandensein von Kriterien angegeben wurde, welche aber in einer vorliegenden Kriterienübersicht nicht zu finden waren.

Die Fragen im Bereich B umfassten die strukturellen Anforderungen eines Zertifikat-Anbieters. Hier konnten die Fragen bzw. Unterfragen entweder mit „Ja“ oder „Nein“ bzw. „Ja“, „Teilweise“ oder „Nein“ beantwortet werden. Dabei wurde „Ja“ mit einem Punkt, „Teilweise“ mit einem halben Punkt und „Nein“ mit null Punkten bewertet. Lediglich bei einer Unterfrage des Kriteriums B2.1, ob der Zertifikat-Anbieter auch organisationseigene Betriebsbereiche zertifiziert, wurde die Antwort „Nein“ mit einem Punkt bewertet.

Fragen bzw. Unterfragen aus dem Bereich C umfassten die inhaltlichen Anforderungen an Zertifikat-Nutzer. Ursprünglich wurde hier eine differenzierte Betrachtung von Kriterien angestrebt, die ein Zertifikat-Nutzer einerseits zum Zeitpunkt der Zertifizierung und andererseits zu einem späteren Zeitpunkt zusätzlich, d. h. über die Erstanforderungen hinaus, erfüllen sollte. Aufgrund der verschiedenen Bewertungsmethodiken der Zertifikate konnte dieser Ansatz jedoch nicht umgesetzt werden. Stattdessen wurden alle Kriterien in der Bewertung berücksichtigt, die zum Zeitpunkt der Auswertung in den Kriterienkatalogen der verschiedenen Zertifikate nachweislich vorhanden waren, unabhängig davon, ob es sich z. B. um Muss- oder Kann-Kriterien handelt. Die Unterfragen zum Kriterium „B1.9 Offenlegung der Anforderungen bei mehrstufigen Zertifikaten“ wurden nur bei Zertifikaten berücksichtigt, die auch entsprechend mehrstufig aufgebaut sind.

Bewertung der Verfügbarkeit bzw. Verifizierbarkeit von Informationen

Die Zertifikat-Anbieter wurden bei der Einladung zur Befragung gebeten, zu jeder Frage (bzw. zu jedem Kriterium) die wesentliche Informationsquelle zwecks Gegenprüfung anzugeben oder Informationsmaterialien ergänzend zum Fragebogen mitzusenden. Mit Beginn der Auswertung wurde schnell ersichtlich, dass viele Zertifikat-Anbieter ihre Angaben nur teilweise, sehr allgemein oder gar nicht mit Begleitinformationen unterfüttert haben. Daher wurde neben der Bewertung nach struktureller und inhaltlicher Kriterienerfüllung (siehe Tabelle 9) zusätzlich eine Bewertung nach Verfügbarkeit bzw. Verifizierbarkeit von Informationen in Form eines Quotienten eingeführt. Konnten Informationen nicht eindeutig belegt oder widerlegt werden, wurde die Bewertung eines Kriteriums bei teilnehmenden Zertifikat-Anbietern mit dem Zusatz „Information nicht verifizierbar“ hinterlegt, ohne die Eigenangaben zu ändern. Bei nicht teilnehmenden Zertifikat-Anbietern wurde bei Bedarf der Zusatz „Information nicht gefunden“ ergänzt. Um die Verfügbarkeit bzw. Verifizierbarkeit von Informationen in der Bewertung zu berücksichtigen, wurde die Mindestanforderung definiert, dass maximal 30% der Informationen über ein Zertifikat nicht verifizierbar bzw. nicht öffentlich und kostenlos vorhanden sein dürfen.

Gewichtung

Neben der Bewertung mit maximal einem Punkt je Prüfkriterium können Prüfkriterien mit einem Gewichtungsfaktor von 0,5x, 1x oder 2x multipliziert werden, wobei die Standardgewichtung der Faktor 1x ist. Die Gewichtung basiert auf einer internen Einschätzung hinsichtlich der Relevanz in Bezug auf den zugrunde liegenden internationalen Standard. Zusätzlich wurden drei Kriterien für Zertifikate, die auch für Reiseveranstalter relevant sind, hinsichtlich Menschenrechtsaspekten gesondert gewichtet. Somit können sich unterschiedliche Gesamtpunktzahlen abhängig davon ergeben, ob ein Zertifikat für Reiseveranstalter gilt und ob es sich um ein mehrstufiges Zertifikat handelt. In der nachfolgenden Tabelle 12 wird die Bewertung und Gewichtung der einzelnen Kriterien dargestellt.

Transparenz, Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit sind im besonderen Maße wichtige Kernelemente jeglicher Zertifizierung. Daher wurden folgende Kriterien, die diese strukturellen und verfahrensbezogene Anforderungen besonders herausstellen, doppelt – also mit dem Faktor 2x – gewichtet. Im Unterbereich B1 „Transparenz“ umschreiben die Kriterien B1.4, B1.7 und B1.8, ob es klare Anforderungen für die Zertifikat-Nutzer gibt und ob die wesentlichen Zertifizierungsinhalte und das Zertifizierungsverfahren offengelegt werden. Diese Kriterien werden als besonders bedeutsam betrachtet, da sie zunächst eine Grundlage für Transparenz schaffen, um eine Zertifizierung bewerten und einschätzen zu können. Die Kriterien B2.1, B2.2, B2.10 und B2.11 im Unterbereich B2 „Vergabe und Prüfsystem“ fassen zusammen, ob es ein standardisiertes Prüfverfahren gibt und ob die beteiligten Akteure bei der Prüfung unabhängig und neutral sind. Die Kriterien B2.3 und B2.9 geben u. a. Auskunft zur Vergabedauer sowie Audit Häufigkeit und ob Regeln vorhanden sind, wann ein Zertifikat wieder entzogen werden kann. Auch diese Kriterien werden als besonders bedeutsam betrachtet.

Eine detaillierte und tabellarische Übersicht mit Erläuterungen zu allen Gewichtungen ist im Anhang 1 zu finden.

Tabelle 12: Bewertung und Gewichtung der Prüfkriterien

Legende:  abweichende Gewichtung

 abweichende Gewichtung für Reiseveranstalter

B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	Punkte	Alle Zertifikate		Reiseveranstalter	
		Gewichtung	Gesamt	Gewichtung	Gesamt
B1 Transparenz: Ohne mehrstufige Zertifikate			12,5		12,5
B1 Transparenz: Mit mehrstufigen Zertifikaten			13,5		13,5
B1.1 Rechtlicher Status	1	0,5	0,5	0,5	0,5
B1.2 Organisationsstruktur und Steuerorgane	1	1	1	1	1
B1.3 Vertragliche Regelungen	1	1	1	1	1
B1.4 Verwendung von Zertifikaten und Kennzeichnung von zertifizierten Leistungen	1	2	2	2	2
B1.5 Angabe der zu zertifizierenden Zielgruppe	1	1	1	1	1
B1.6 Öffentliche Auflistung zertifizierter Leistungen	1	1	1	1	1
B1.7 Offenlegung der Zertifizierungsinhalte	1	2	2	2	2
B1.8 Offenlegung des Zertifizierungsverfahrens	1	2	2	2	2
B1.9 Offenlegung der Anforderungen bei	1	1	1	1	1

mehrstufigen Zertifikaten					
B1.10 Transparente Kostenstruktur	1	1	1	1	1
B1.11 Beschwerdemanagement	1	1	1	1	1
B2 Vergabe- und Prüfsystem			17		17
B2.1 Neutralität und Unparteilichkeit	1	2	2	2	2
B2.2 Standardisierte/s Prüfverfahren und Bewertungsmethodik	1	2	2	2	2
B2.3 Prüfverfahren und Vergabedauer	1	2	2	2	2
B2.4 Zwischenprüfungen	1	1	1	1	1
B2.5 Einbeziehung von Interessensgruppen	1	1	1	1	1
B2.6 Erstellung eines standardisierten Prüfberichts	1	1	1	1	1
B2.7 Validierung der Prüfung	1	1	1	1	1
B2.8 Unterstützung zur Zertifizierung	1	1	1	1	1
B2.9 Regelungen zur Rezertifizierung und Beendigung der Zertifizierung	1	2	2	2	2
B2.10 Einsatz von regelmäßig geprüften, geschulten und qualifizierten Auditoren / Prüfern	1	2	2	2	2
B2.11 Unabhängigkeit der Prüfer	1	2	2	2	2
B3 Anspruch an das Zertifikat			11		12
B3.1 Bezug zu gesetzlichen Regelungen	1	1	1	1	1
B3.2 Berücksichtigung aktueller Erkenntnisse	1	1	1	1	1
B3.3 Art und Grad der Kriterienerfüllung	1	0,5	0,5	0,5	0,5
B3.4 Berücksichtigung des Beschaffungswesens bzw. der Leistungskette	1	1	1	2	2
B3.5 Wesentlichkeitsanalyse	1	1	1	1	1
B3.6 Messbarkeit / Benchmarking	1	1	1	1	1
B3.7 Bezugnahme auf andere Nachhaltigkeitssysteme	1	0,5	0,5	0,5	0,5
B3.8 Messung der Wirkung des Zertifikats	1	1	1	1	1
B3.9 Bewertung negativer Effekte	1	1	1	1	1
B3.10 Zertifikatsetzungsprozesses	1	1	1	1	1
B3.11 Revisionsprozesse	1	1	1	1	1
B3.12 Schulung von Personal	1	1	1	1	1
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER					
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung			14		15
C1.1 Einhaltung gesetzlicher Regelungen und Pflichten	1	1	1	1	1
C1.2 Nachhaltigkeitsstrategie	1	1	1	1	1
C1.3 Leitbild zu verantwortungsbewusster Unternehmenspolitik	1	1	1	1	1
C1.4 Mitarbeiterbeteiligung	1	1	1	1	1
C1.5 Stakeholdermanagement	1	1	1	1	1
C1.6 Einbeziehung in die Tourismusplanung in Destinationen	1	1	1	1	1
C1.7 Faires Wettbewerbsumfeld	1	1	1	1	1
C1.8 Verantwortungsvolle Bau- und Infrastrukturplanung	1	1	1	1	1
C1.9 Nachhaltige Beschaffung	1	1	1	1	1

C1.10 Nachhaltige Leistungskette	1	1	1	2	2
C1.11 Nachhaltige Produktgestaltung	1	1	1	1	1
C1.12 Messung und Maßnahmen zur Kundenzufriedenheit	1	1	1	1	1
C1.13 Produktqualität und Produkteigenschaften	1	1	1	1	1
C1.14 Verantwortungsvolles Marketing / Kommunikation	1	1	1	1	1
C2 Ökologie			10		10
C2.1 Management des Ressourcenverbrauchs und von Umweltauswirkungen	1	1	1	1	1
C2.2 Verschmutzungs- und Schadstoffmanagement	1	1	1	1	1
C2.3 Messung und Minimierung von Treibhausgasemissionen	1	1	1	1	1
C2.4 Energiemanagement	1	1	1	1	1
C2.5 Umweltschonende Mobilität	1	1	1	1	1
C2.6 Klimaneutralität	1	1	1	1	1
C2.7 Abfallmanagement	1	1	1	1	1
C2.8 Wassermanagement	1	1	1	1	1
C2.9 Schutz von Biodiversität	1	1	1	1	1
C2.10 Anpassung an den Klimawandel	1	1	1	1	1
C3 Sozio-Kultur			9		10
C3.1 Arbeitnehmerfreundliche Arbeitsbedingungen	1	1	1	1	1
C3.2 Chancengleichheit	1	1	1	1	1
C3.3 Vermeidung von Diskriminierung und Belästigung	1	1	1	1	1
C3.4 Berufliche Weiterentwicklung und Weiterbildung	1	1	1	1	1
C3.5 Wahrung der Menschenrechte	1	1	1	2	2
C3.6 Sicherheit und Gesundheit	1	1	1	1	1
C3.7 Beitrag zum Gemeinwesen	1	1	1	1	1
C3.8 Kulturelles Erbe / Identität	1	1	1	1	1
C3.9 Lokale Wertschöpfung	1	1	1	1	1

3. Ergebnisse der Bewertung

3.1 Gesamtbewertung

Gemessen an dem anspruchsvollen Kriterienraster fallen die Ergebnisse der Analyse sehr differenziert aus. So gibt es einige Zertifizierungssysteme, die sich den internationalen Standards und Ansprüchen sowohl bei den Inhalten als auch den Zertifizierungsverfahren stellen und diese zum Großteil erfüllen. Andererseits wird deutlich, dass die Mehrheit der betrachteten Labels hinsichtlich der globalen Nachhaltigkeitsstandards für Tourismuslabels noch Lücken aufweist.

Fünf der insgesamt 36 betrachteten Zertifikate (ca. 14%) wurden in der Bewertung nicht berücksichtigt, da nicht ausreichend belegbare Informationen vorhanden waren. Dies lag zum einen daran, dass auf den eigenen Websites keine ausreichenden Angaben zu den abgefragten Aspekten vorhanden sind oder die eingereichten Selbstauskünfte nicht verifizierbar waren, also nicht ausreichend Belege eingereicht wurden bzw. keine aussagekräftigen Informationen auf den Webseiten gefunden werden konnten. Da somit nicht nachprüfbar war, inwiefern die einzelnen Prüfkriterien erfüllt werden, mussten diese Zertifikate von der Platzierung ausgeschlossen werden. Diese **fünf Labels weisen somit deutliche Mängel in der Transparenz auf**, welche jedoch z.T. durch der Bereitstellung von verlässlichen und aussagekräftigen Informationen behoben werden könnten.

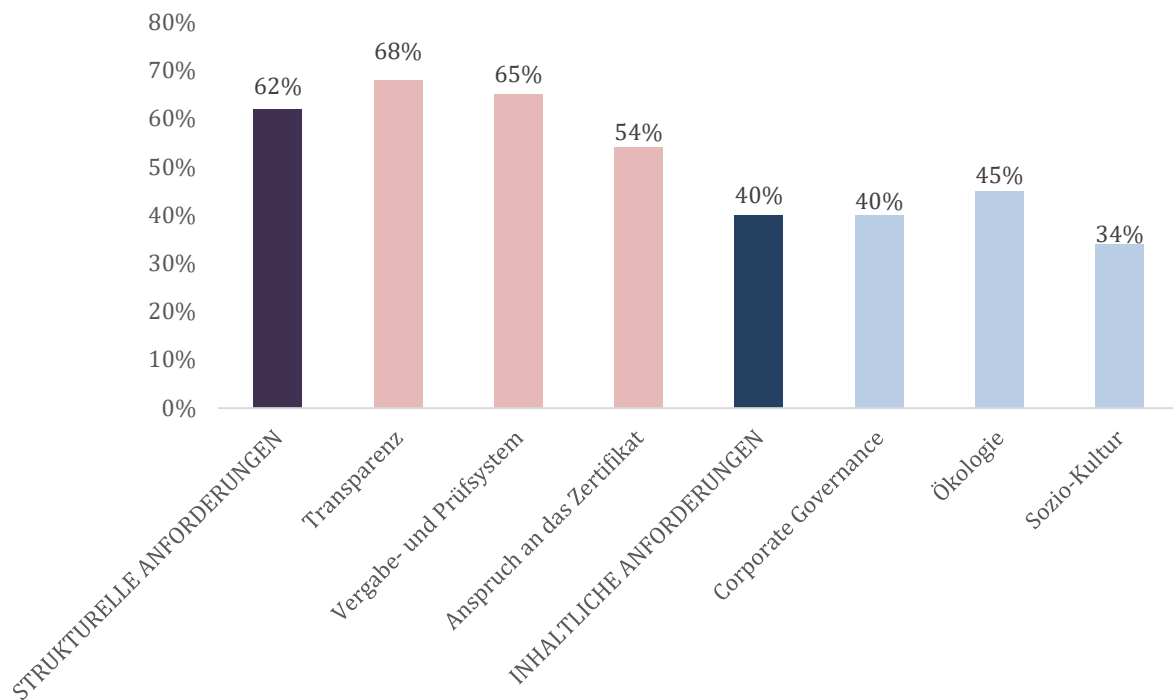
Insgesamt **vier Zertifizierungssysteme erfüllen über drei Viertel der Kriterien**. Es sind dies meist international ausgerichtete Zertifikate, die auch von GSTC anerkannt wurden. Zudem haben sie alle einen umfassenden Nachhaltigkeitsanspruch und erfüllen fast alle gestellten Anforderungen bei den Zertifizierungsverfahren.

Neun weitere Zertifizierungssysteme erreichen eine Zielerfüllung zwischen 51% und 75%. Darunter befinden sich sowohl die internationalen Managementsysteme, global ausgerichtete Labels und auch rein auf dem deutschen Markt präsente Zertifikat-Anbieter. Es sind sowohl Zertifizierungen mit Nachhaltigkeitsanspruch als auch mit Umweltfokus in dieser Gruppe zu finden.

Die Mehrheit der Systeme (41%) bewegt sich dagegen bei einer Zielerfüllung von 50% und darunter. Es verwundert angesichts des umfassenden Ansatzes der Prüfkriterien nicht, dass sich in diesem Feld vor allem Zertifizierungen mit Umwelt- oder Qualitätsfokus befinden, die deutliche Lücken in anderen Nachhaltigkeitsfeldern aufweisen. Die Erfüllungsgrade der Labels variieren zudem sehr stark in den einzelnen betrachteten Bereichen, da die Labels hier sehr unterschiedliche Zielsetzungen haben und verschiedene Zielgruppen ansprechen.

Grundsätzlich fällt auf, dass die **inhaltlichen Ansprüche weitaus weniger erfüllt werden als die Prozesse und Strukturen**. Im Schnitt werden insgesamt nur 40% der inhaltlichen Anforderungen von den Labels erfüllt; die Verfahren werden hingegen im Durchschnitt zu 62% erfüllt.

Abbildung 3: Erfüllungsgrade der einzelnen Bewertungskategorien



Was überrascht, ist dass selbst im Umweltbereich, welcher ja im Fokus der meisten analysierten Zertifikate steht, der Zielerfüllungsgrad selten über 60% beträgt. Der Bereich Sozio-Kultur wird im Durchschnitt von allen Zertifizierungen nur zu einem Drittel erfüllt und bleibt somit insgesamt in der Bearbeitung unterrepräsentiert.

Die nachfolgende Tabelle gibt die Platzierung aller Zertifizierungen wieder und unterteilt sie nach den ersten drei Quartilen ($\geq 75\%$, $>75\% \geq 50\%$, $>50\%$) des Erfüllungsgrades.

Tabelle 13: Gesamtranking der untersuchten Zertifizierungssysteme im Tourismus

Ran- king	Zertifizierung	Typ	Gesamt- Abdeckung in %	Infos nicht verifizier- bar / vor- handen	Zertifi- zierungs- verfahren gesamt	Transparenz	Vergabe- und Prüf- system	Anspruch an das Zertifikat	Inhalte gesamt	Unter- nehmens- führung	Ökologie	Sozio- Kultur
1	TourCert - Zertifizierung für Reiseveranstalter	N	84%	5%	91%	92%	95%	87%	76%	78%	59%	92%
2	TourCert-Zertifizierung für Unterkünfte	N	82%	5%	93%	92%	95%	92%	70%	76%	63%	72%
3	Travelife Gold certification	N	76%	20%	84%	80%	90%	82%	67%	51%	61%	90%
4	Green Sign / InfraCert	N	75%	18%	87%	89%	82%	89%	64%	61%	60%	70%
5	TourCert-Zertifizierung für Tourism Businesses	N	74%	15%	85%	68%	95%	92%	63%	67%	48%	72%
6	Green Globe Standard – Hotels & Resorts	(N)	69%	19%	63%	76%	67%	47%	75%	64%	72%	89%
7	EMAS mit Referenzdokument Tourismus	(U)	63%	1%	76%	81%	76%	71%	50%	56%	79%	15%
7	Green Key	N	63%	21%	77%	84%	76%	71%	49%	51%	56%	39%
9	EU Ecolabel (Beherbergungsbetriebe, Campingdienste)	(U)	62%	5%	72%	90%	72%	56%	52%	61%	78%	17%
10	Viabono - Kategorie Hotel	U	57%	18%	79%	88%	71%	79%	35%	38%	45%	22%
11	Bio Hotels	(U)	55%	23%	88%	81%	86%	97%	23%	35%	23%	11%
12	Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)	(N)	54%	11%	51%	66%	30%	57%	58%	48%	55%	70%
12	Qualitätsoffensive Naturparke / Qualitäts-Naturpark	(Q)	54%	7%	63%	72%	61%	58%	45%	60%	41%	33%
14	DIN EN ISO 14001	(U)	53%	24%	66%	73%	78%	48%	39%	26%	75%	15%
15	Ökoprofit	(U)	50%	14%	56%	45%	82%	42%	44%	40%	48%	44%
16	Wellness-Baum (Wellnesshotels & Resorts GmbH)	(Q)	49%	19%	74%	60%	85%	77%	23%	22%	25%	22%
17	Green Pearls	N	48%	17%	45%	48%	42%	46%	51%	43%	50%	61%
17	Ecocamping - Klimafreundlicher Betrieb	(U)	48%	19%	58%	75%	55%	44%	39%	27%	67%	22%
17	Wellness Stars Hotel	(Q)	48%	17%	69%	62%	75%	69%	27%	34%	18%	28%
20	Tripadvisor Green Leaders	(U)	47%	25%	52%	78%	42%	34%	43%	39%	57%	33%
21	ehc = eco hotels certified	(U)	42%	22%	64%	50%	61%	83%	20%	18%	42%	0%
22	Umweltgütesiegel Alpenvereinshütten	(U)	41%	26%	39%	53%	40%	23%	43%	51%	67%	11%
23	Certified Green Hotel	N	40%	3%	42%	39%	70%	19%	38%	24%	47%	44%
34	Bayerisches Umweltsiegel für das Gastgewerbe	(U)	39%	2%	57%	76%	62%	33%	22%	15%	40%	11%
25	Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland	(Q)	38%	12%	65%	65%	69%	60%	12%	6%	3%	26%
26	DEHOGA Umweltcheck	(U)	37%	13%	54%	79%	45%	38%	20%	19%	30%	11%
27	Blaue Flagge (Sportboothäfen)	(U)	35%	23%	51%	70%	62%	22%	20%	14%	28%	17%
28	Qualitätsweg Wanderbares Deutschland	(Q)	34%	15%	64%	66%	67%	60%	5%	7%	3%	4%
29	Partner der Nationalen Naturlandschaften	(U)	33%	4%	45%	61%	51%	23%	21%	31%	11%	22%
30	Qualitätsmanagement Wassertourismus (QMW) Kanu	(Q)	32%	21%	45%	70%	51%	15%	19%	38%	10%	10%
30	bett+bike	(Q)	32%	10%	57%	79%	64%	28%	6%	15%	3%	0%
	Gesicherte Nachhaltigkeit - Prüfsiegel (di-no.eu)	N	81%	80%	70%	35%	80%	94%	93%	96%	83%	100%
	Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB)	(N)	48%	34%	60%	61%	75%	44%	35%	63%	43%	0%
	Qualitätsmanagement Golf & Natur	(U)	42%	33%	46%	57%	55%	27%	38%	35%	48%	30%
	Ecocamping - Management für Campingplätze	(U)	29%	50%	31%	50%	36%	8%	26%	35%	43%	0%
	Blaue Schwalbe	(U)	18%	34%	19%	24%	15%	20%	17%	13%	24%	15%

N = Nachhaltigkeitsausrichtung; U = Umweltfokus; Q = Qualitätsfokus; () = Einschätzung nach Eigenrecherchen

3.2 Bewertung nach strukturellen und verfahrensbezogenen Anforderungen

Die Zertifizierungsverfahren der Labels orientieren sich bereits zum Großteil an den internationalen Standards. Insgesamt neun Labels erhalten Erfüllungsgrade über 75% und nur 5 Zertifikate kommen auf unter 50% (siehe Tabelle 16). Dies ist insofern erfreulich, da für alle Labels – unabhängig von ihrem inhaltlichen Anspruch – hochwertige Zertifizierungsverfahren gelten sollten. Die Bewertung zeigt auch, dass hier kein Trend hinsichtlich des eigenen inhaltlichen Anspruchs zu erkennen ist. Ganz im Gegenteil: Unter den am niedrigsten Platzierten sind auch Nachhaltigkeitslabels zu finden, die bei den inhaltlichen Prüfkriterien in den oberen Kategorien angesiedelt sind. Es kann deshalb nicht davon ausgegangen werden, dass Nachhaltigkeitslabels grundsätzlich auch einen hohen Anspruch bei den Prüf- und Vergabeverfahren sowie bei der Transparenz besitzen. Eine individuelle Betrachtung der einzelnen Zertifikate ist daher notwendig.

Die besten Werte werden im Bereich **Transparenz** erzielt. Hier erfüllen fast alle Labels die einzelnen Prüfkriterien. Lediglich hinsichtlich eines Beschwerdemanagements bei den Zertifizierungsorganisationen und einer transparenten Kostenstruktur des Zertifizierungsprozesses werden bei einigen Zertifikaten Mängel deutlich: 39% bzw. 47% der Labels erfüllen diese Anforderungen nicht. Die Zertifizierungsinhalte und auch -verfahren werden ebenso von der Mehrheit der Labels offengelegt. Jedoch können hier nur 10 der insgesamt 36 analysierten Zertifikate eine volle Transparenz vorweisen.

Beim **Vergabe- und Prüfsystem** der Zertifikate sind Stärken und Schwachstellen zu finden. Alle Labels können eine Neutralität und Unparteilichkeit bei Ihren Prüfsystemen vorweisen und haben bestimmte Anforderungen zum Prüfverfahren oder Zertifizierungsdauer festgelegt. Nur bei fünf Zertifikaten beträgt die Vergabedauer länger als drei Jahre und das Prüfverfahren bzw. die Bewertungsmethodik unterliegt zumeist ebenso konkreten Kriterien (bei 94% der Labels). Nur die Hälfte der Zertifikate wendet jedoch auch Zwischenprüfungen an und nur 42% beziehen unterschiedliche Interessensgruppen bei den Prüfungen mit ein. Ein Drittel der Labels prüft ohne einen standardisierten Prüfbericht und setzt auch keine geschulten und regelmäßig geprüften Gutachter bei den Prüfungen ein. Die Unabhängigkeit der Prüfer gewährleistet wiederum die überwiegende Mehrheit der Zertifizierungen (84%).

Tabelle 14: Erfüllungsgrad der Prüfkriterien im Bereich Vergabe- und Prüfsystem

Prüfkriterien*	Abdeckungsgrad der Zertifizierungen
Neutralität und Unparteilichkeit	100%
Prüfverfahren und Vergabedauer	100%
Standardisierte/s Prüfverfahren und Bewertungsmethodik	94%
Unterstützung zur Zertifizierung	94%
Unabhängigkeit der Prüfer	86%
Regelungen zur Rezertifizierung und Beendigung der Zertifizierung	83%
Validierung der Prüfung	81%
Erstellung eines standardisierten Prüfberichts	67%
Einsatz von regelmäßig geprüften, geschulten und qualifizierten Auditoren / Prüfern	67%
Zwischenprüfungen	50%
Einbeziehung von Interessensgruppen	42%

(*seltener erfüllte Kriterien fett hervorgehoben)

Die kontinuierliche Optimierung und Wahrung einer hohen Qualität wird durch den Bereich **Anspruch des Zertifikats** sichergestellt. Fast alle Zertifizierungen stellen bestimmte Regelungen zur Erfüllung der eigenen Kriterien auf und orientieren sich bei den Kriterien auch an gesetzlichen Regelungen. Erstaunlich ist jedoch, dass fast jedes dritte Zertifikat keine aktuellen Erkenntnisse bei der Aufstellung der Kriterien berücksichtigt. Auch der Zertifikatsetzungsprozess wird von einem Drittel der Labels nicht mit klaren Anforderungen unteretzt und nur die Hälfte prüfte die Relevanz der eigenen Kriterien anhand einer Wesentlichkeitsanalyse. Die Wirkung des eigenen Zertifikats hinsichtlich einer Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistungen bleibt oftmals unklar: Nur 39% der Labels messen, inwiefern eine Wirkung entsteht, und 42% prüfen, inwiefern negative Effekte durch das Label erzeugt werden könnten. Diese Werte bestätigen auch die differenzierten Ergebnisse der inhaltlichen Anforderungen – einige Labels bewerten schlichtweg nicht, inwiefern die Kriterien auch eine spürbare Verbesserung der Nachhaltigkeitssituation bewirkt.

Tabelle 15: Erfüllungsgrad der Prüfkriterien im Bereich „Anspruch an das Zertifikat“

Prüfkriterien*	Abdeckungsgrad der Zertifizierungen
Art und Grad der Kriterienerfüllung	97%
Bezug zu gesetzlichen Regelungen	94%
Berücksichtigung des Beschaffungswesens bzw. der Leistungskette	86%
Berücksichtigung aktueller Erkenntnisse	72%
Revisionsprozesse	72%
Messbarkeit / Benchmarking	69%
Zertifikatsetzungsprozess	67%
Bezugnahme auf andere Nachhaltigkeitssysteme	56%
Wesentlichkeitsanalyse	53%
Schulung von Personal	50%
Bewertung negativer Effekte	42%
Messung der Wirkung des Zertifikats	39%

(*seltener erfüllte Kriterien fett hervorgehoben)

Tabelle 16: Ranking der untersuchten Zertifizierungssysteme im Tourismus nach Zertifizierungsverfahren

Ran- king	Zertifizierung	Typ	Gesamt- Abdeckung in %	Zertifizierungs- verfahren	Transparenz	Vergabe- und Prüfsystem	Anspruch an das Zertifikat
1	TourCert-Zertifizierung für Unterkünfte	N	82%	93%	92%	95%	92%
2	TourCert - Zertifizierung für Reiseveranstalter	N	84%	91%	92%	95%	87%
3	Bio Hotels	(U)	55%	88%	81%	86%	97%
4	Green Sign / InfraCert	N	75%	87%	89%	82%	89%
5	TourCert-Zertifizierung für Tourism Businesses	N	74%	85%	68%	95%	92%
6	Travelife Gold certification	N	76%	84%	80%	90%	82%
7	Viabono - Kategorie Hotel	U	57%	79%	88%	71%	79%
8	Green Key	N	63%	77%	84%	76%	71%
9	EMAS mit Referenzdokument Tourismus	(U)	63%	76%	81%	76%	71%
10	Wellness-Baum (Wellnesshotels & Resorts GmbH)	(Q)	49%	74%	60%	85%	77%
11	EU Ecolabel (Beherbergungsbetriebe, Campingdienste)	(U)	62%	72%	90%	72%	56%
12	Wellness Stars Hotel	(Q)	48%	69%	62%	75%	69%
13	DIN EN ISO 14001	(U)	53%	66%	73%	78%	48%
14	Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland	(Q)	38%	65%	65%	69%	60%
15	ehc = eco hotels certified	(U)	42%	64%	50%	61%	83%
15	Qualitätsweg Wanderbares Deutschland	(Q)	34%	64%	66%	67%	60%
17	Qualitätsoffensive Naturparke / Qualitäts-Naturpark	(Q)	54%	63%	72%	61%	58%
17	Green Globe Standard - Hotels & Resorts	(N)	69%	63%	76%	67%	47%
19	Ecocamping - Klimafreundlicher Betrieb für Campingplätze	(U)	48%	58%	75%	55%	44%
20	bett+bike	(Q)	32%	57%	79%	64%	28%
21	Bayerisches Umweltsiegel für das Gastgewerbe	(U)	39%	57%	76%	62%	33%
21	Ökoprofit	(U)	50%	56%	45%	82%	42%
23	DEHOGA Umweltcheck	(U)	37%	54%	79%	45%	38%
24	Tripadvisor Green Leaders	(U)	47%	52%	78%	42%	34%
25	Blaue Flagge (Sportboothäfen)	(U)	35%	51%	70%	62%	22%
25	Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)	(N)	54%	51%	66%	30%	57%
27	Green Pearls	(N)	48%	45%	48%	42%	46%
27	Qualitätsmanagement Wassertourismus (QMW) Kanu	(N)	32%	45%	70%	51%	15%
27	Partner der Nationalen Naturlandschaften	(U)	33%	45%	61%	51%	23%
30	Certified Green Hotel	(N)	40%	42%	39%	70%	19%
31	Umweltgütesiegel Alpenvereinschütten	(U)	41%	39%	53%	40%	23%

3.3 Bewertung nach inhaltlichen Anforderungen

Wie schon erwähnt, werden die inhaltlichen Aspekte von den Labels in deutlich geringerem Maße erfüllt als die Anforderungen an die Zertifizierungsverfahren. Nur zwei Zertifikate erreichen einen Erfüllungsgrad knapp über 75%; diese punkten vor allem mit der Erfüllung der soziokulturellen Prüfkriterien. Nicht sonderlich erstaunlich ist, dass zumeist die Zertifikate mit eigenem Nachhaltigkeitsanspruch auch hohe inhaltliche Erfüllungsgrade vorzuweisen haben und bessere Platzierungen erreichen als im Gesamtranking. Nur zwei Labels mit eigenem Nachhaltigkeitsanspruch erfüllen weniger als 50% der gestellten Prüfanforderungen. Bei den Umweltzertifikaten werden hingegen schlechtere Platzierungen als im Gesamtranking erreicht. Die Qualitätslabels erhalten die geringsten Werte bei den inhaltlichen Anforderungen. Hier zeigt sich, dass der Fokus dieser Zertifizierungssysteme auf andere Inhalte ausgerichtet ist und kaum „klassische“ Nachhaltigkeitskriterien, wie von globalen Standards gefordert, aufgestellt werden.

Betrachtet man die Verteilung der erfüllten Prüfkriterien, so fällt auf, dass viele Zertifizierungssysteme **Aspekte der Unternehmensführung** nicht im umfänglichen Maße berücksichtigen. So sind von den 14 gestellten Anforderungen in diesem Bereich insgesamt sieben Kriterien – also 50% aller Kriterien im Bereich Unternehmensführung – von weniger als der Hälfte der Labels erfüllt worden. Nur 19% der Zertifikate nehmen bspw. Aspekte des fairen Wettbewerbsfelds in ihre inhaltlichen Anforderungen mit auf; lediglich 22% der Labels haben eigene Kriterien zur Einbeziehung der zertifizierten Unternehmen in die Tourismusplanung der Destinationen.

Tabelle 17: Erfüllungsgrad der Prüfkriterien im Bereich Corporate Governance / Unternehmensführung

Ausgewählte Prüfkriterien*	Abdeckungsgrad der Zertifizierungen
Einhaltung gesetzlicher Regelungen und Pflichten	86%
Nachhaltige Beschaffung	81%
Nachhaltige Leistungskette	69%
Nachhaltige Produktgestaltung	69%
Mitarbeiterbeteiligung	64%
Nachhaltigkeitsstrategie	42%
Leitbild zu verantwortungsbewusster Unternehmenspolitik	53%
Stakeholdermanagement	53%
Verantwortungsvolle Bau- und Infrastrukturplanung	47%
Produktqualität und Produkteigenschaften	44%
Messung und Maßnahmen zur Kundenzufriedenheit	39%
Verantwortungsvolles Marketing / Kommunikation	31%
Einbeziehung in die Tourismusplanung in Destinationen	22%
Faires Wettbewerbsumfeld	19%

(*seltener erfüllte Kriterien fett hervorgehoben)

Die Unterteilung der inhaltlichen Anforderungen nach Umwelt und Sozio-Kultur ergibt ein weiter differenziertes Bild (siehe Tabellen 19 und 20).

Im **Bereich Umwelt** ist zu konstatieren, dass die Zertifizierungssysteme mit Umweltanspruch deutlich bessere Werte erzielen. Vor allem die international ausgerichteten Labels und Managementsysteme überzeugen hier mit hohen Erfüllungsgraden. Die Nachhaltigkeitszertifikate haben bei einer Bewertung nach Umweltaspekten schlechtere Platzierungen und konzentrieren sich zumeist auf die allgemeinen Umweltbereiche wie Energie- und Ressourcenverbräuche. Nur 12 Zertifikate erreichen Erfüllungsgrade über 50 Prozent.

Bei detaillierterer Betrachtung werden von allen analysierten Labels im Umweltbereich vor allem die klassischen Bereiche Energie-, Wasser- und Abfallmanagement abgedeckt. Deutlich weniger präsent sind die Bereiche Biodiversität oder Anpassung an den Klimawandel. Klimaschutz wird eher indirekt verlangt; Klimaneutralität fordert fast keines der Zertifikate. Auch ein systematisches Umweltmanagement wird eher selten verlangt. Dies gilt ebenso für umfassendere Strategien der Unternehmensverantwortung für eine nachhaltige Entwicklung. Es ist also festzuhalten, dass viele Zertifizierungssysteme in Bezug auf Umweltverträglichkeit kaum moderne Standards erfüllen. Damit ist fraglich, ob die entsprechend zertifizierten Betriebe überhaupt als überdurchschnittlich umweltfreundlich anzusehen sind.

Tabelle 18: Erfüllungsgrad der Prüfkriterien im Bereich Umwelt

Prüfkriterien*	Abdeckungsgrad der Zertifizierungen
Abfallmanagement	86%
Energiemanagement	83%
Umweltschonende Mobilität	81%
Management des Ressourcenverbrauchs und von Umweltauswirkungen	78%
Wassermanagement	75%
Messung und Minimierung von Treibhausgasemissionen	61%
Verschmutzungs- und Schadstoffmanagement	56%
Schutz von Biodiversität	53%
Klimaneutralität	19%
Anpassung an den Klimawandel	14%

(*seltener erfüllte Kriterien fett hervorgehoben)

Der **Bereich Sozio-Kultur** wird wiederum vor allem von den Zertifizierungssystemen mit Nachhaltigkeitsanspruch abgedeckt. Hier können zum Teil mit Erfüllungsgraden von über 90% sehr hohe Werte erzielt werden. Nur wenige Umweltlabels hingegen nehmen soziokulturelle Anforderungen in ihre Kriterien mit auf.

Die Sortierung nach diesem Bereich weist insgesamt die geringsten Erfüllungsgrade bei den Zertifizierungen auf – die Nachhaltigkeitsdimension Sozio-Kultur ist somit bei den Labels vergleichsweise wenig entwickelt. Lediglich zwei Prüfkriterien werden überhaupt von mehr als der Hälfte der Labels erfüllt. Am ehesten werden noch die Unterkriterien „Berufliche Weiterbildung/-entwicklung“ und „Lokale Wertschöpfung“ abgedeckt, während „Arbeitnehmerfreundliche Arbeitsbedingungen“ und „Chancengleichheit“ kaum berücksichtigt werden. Soziokulturelle Aspekte spielen bei den international ausgerichteten Zertifizierungssystemen eine größere Rolle.

Tabelle 19: Erfüllungsgrad Prüfkriterien im Bereich Sozio-Kultur

Prüfkriterien*	Abdeckungsgrad der Zertifizierungen
Lokale Wertschöpfung	67%
Berufliche Weiterentwicklung und Weiterbildung	56%
Beitrag zum Gemeinwesen	47%
Sicherheit und Gesundheit	44%
Chancengleichheit	31%
Kulturelles Erbe / Identität	31%
Arbeitnehmerfreundliche Arbeitsbedingungen	25%
Wahrung der Menschenrechte	25%
Vermeidung von Diskriminierung und Belästigung	17%

(*seltener erfüllte Kriterien fett hervorgehoben)

Tabelle 20: Ranking der untersuchten Zertifizierungssysteme im Tourismus nach Zertifizierungsinhalten

Ranking	Zertifizierung	Typ	Gesamt- Abdeckung in %	Inhalte gesamt	Unternehmens- führung	Ökologie	Sozio-Kultur
1	TourCert - Zertifizierung für Reiseveranstalter	N	84%	76%	78%	59%	92%
2	Green Globe Standard – Hotels & Resorts	(N)	69%	75%	64%	72%	89%
3	TourCert-Zertifizierung für Unterkünfte	N	82%	70%	76%	63%	72%
4	Travelife Gold certification	N	76%	67%	51%	61%	90%
5	Green Sign / InfraCert	N	75%	64%	61%	60%	70%
6	TourCert-Zertifizierung für Tourism Businesses	N	74%	63%	67%	48%	72%
7	Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)	N	54%	58%	48%	55%	70%
8	EU Ecolabel (Beherbergungsbetriebe, Campingdienste)	(U)	62%	52%	61%	78%	17%
9	Green Pearls	N	48%	51%	43%	50%	61%
10	EMAS mit Referenzdokument Tourismus	(U)	63%	50%	56%	79%	15%
11	Green Key	N	63%	49%	51%	56%	39%
12	Qualitätsoffensive Naturparke / Qualitäts-Naturpark	(Q)	54%	45%	60%	41%	33%
13	Ökoprofit	(U)	50%	44%	40%	48%	44%
14	Tripadvisor Green Leaders	(U)	47%	43%	39%	57%	33%
14	Umweltgütesiegel Alpenvereinslütten	(U)	41%	43%	51%	67%	11%
16	Ecocamping - Klimafreundlicher Betrieb für Campingplätze	(U)	48%	39%	27%	67%	22%
17	DIN EN ISO 14001	(U)	53%	39%	26%	75%	15%
18	Certified Green Hotel	N	40%	38%	24%	47%	44%
19	Viabono - Kategorie Hotel	U	57%	35%	38%	45%	22%
20	Wellness Stars Hotel	(Q)	48%	27%	34%	18%	28%
21	Wellness-Baum (Wellnesshotels & Resorts GmbH)	(Q)	49%	23%	22%	25%	22%
21	Bio Hotels	(U)	55%	23%	35%	23%	11%
23	Bayerisches Umweltsiegel für das Gastgewerbe	(U)	39%	22%	15%	40%	11%
24	Partner der Nationalen Naturlandschaften	(Q)	33%	21%	31%	11%	22%
25	DEHOGA Umweltcheck	(U)	37%	20%	19%	30%	11%
25	ehc = eco hotels certified	(U)	42%	20%	18%	42%	0%
25	Blaue Flagge (Sportboothäfen)	(U)	35%	20%	14%	28%	17%
28	Qualitätsmanagement Wassertourismus (QMW) Kanu	(Q)	32%	19%	38%	10%	10%
29	Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland	(Q)	38%	12%	6%	3%	26%
30	bett+bike	(Q)	32%	6%	15%	3%	0%
31	Qualitätsweg Wanderbares Deutschland	(Q)	34%	5%	7%	3%	4%

Tabelle 21: Ranking der untersuchten Zertifizierungssysteme im Tourismus nach Umweltanforderungen

Ran- king	Zertifizierung	Typ	Gesamt- Abdeckung in %	Inhalte gesamt	Ökologie
1	EMAS mit Referenzdokument Tourismus	(U)	63%	50%	79%
2	EU Ecolabel (Beherbergungsbetriebe, Campingdienste)	(U)	62%	52%	78%
3	DIN EN ISO 14001	(U)	53%	39%	75%
4	Green Globe Standard – Hotels & Resorts	(N)	69%	75%	72%
5	Ecocamping - Klimafreundlicher Betrieb für Campingplätze	(U)	48%	39%	67%
5	Umweltgütesiegel Alpenvereinshütten	(U)	41%	43%	67%
7	TourCert-Zertifizierung für Unterkünfte	N	82%	70%	63%
8	Travelife Gold certification	N	76%	67%	61%
9	Green Sign / InfraCert	N	75%	64%	60%
10	TourCert - Zertifizierung für Reiseveranstalter	N	84%	76%	59%
11	Tripadvisor Green Leaders	(U)	47%	43%	57%
12	Green Key	N	63%	49%	56%
13	Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)	N	54%	58%	55%
14	Green Pearls	(N)	48%	51%	50%
15	TourCert-Zertifizierung für Tourism Businesses	N	74%	63%	48%
15	Ökoprofit	(U)	50%	44%	48%
17	Certified Green Hotel	N	40%	38%	47%
18	Viabono - Kategorie Hotel	U	57%	35%	45%
19	ehc = eco hotels certified	(U)	42%	20%	42%
20	Qualitätsoffensive Naturparke / Qualitäts-Naturpark	(Q)	54%	45%	41%
21	Bayerisches Umweltsiegel für das Gastgewerbe	(U)	39%	22%	40%
22	DEHOGA Umweltcheck	(U)	37%	20%	30%
23	Blaue Flagge (Sportboothäfen)	(U)	35%	20%	28%
24	Wellness-Baum (Wellnesshotels & Resorts GmbH)	(Q)	49%	23%	25%
25	Bio Hotels	(U)	55%	23%	23%
26	Wellness Stars Hotel	(Q)	48%	27%	18%
27	Partner der Nationalen Naturlandschaften	(Q)	33%	21%	11%
28	Qualitätsmanagement Wassertourismus (QMW) Kanu	(Q)	32%	19%	10%
29	Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland	(Q)	38%	12%	3%
29	bett+bike	(Q)	32%	6%	3%
29	Qualitätsweg Wanderbares Deutschland	(Q)	34%	5%	3%

Tabelle 22: Ranking der untersuchten Zertifizierungssysteme im Tourismus nach soziokulturellen Anforderungen

Ran- king	Zertifizierung	Typ	Gesamt- Abdeckung in %	Inhalte gesamt	Sozio-Kultur
1	TourCert - Zertifizierung für Reiseveranstalter	N	84%	76%	92%
2	Travelife Gold certification	N	76%	67%	90%
3	Green Globe Standard – Hotels & Resorts	(N)	69%	75%	89%
4	TourCert-Zertifizierung für Unterkünfte	N	82%	70%	72%
4	TourCert-Zertifizierung für Tourism Businesses	N	74%	63%	72%
6	Green Sign / InfraCert	N	75%	64%	70%
7	Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)	(N)	54%	58%	70%
8	Green Pearls	N	48%	51%	61%
9	Ökoprofit	(U)	50%	44%	44%
9	Certified Green Hotel	N	40%	38%	44%
11	Green Key	N	63%	49%	39%
12	Tripadvisor Green Leaders	(U)	47%	43%	33%
12	Qualitätsoffensive Naturparke / Qualitäts-Naturpark	(Q)	54%	45%	33%
14	Wellness Stars Hotel	(Q)	48%	27%	28%
15	Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland	(Q)	38%	12%	26%
16	Ecocamping - Klimafreundlicher Betrieb für Campingplätze	(U)	48%	39%	22%
16	Viabono - Kategorie Hotel	(U)	57%	35%	22%
16	Wellness-Baum (Wellnesshotels & Resorts GmbH)	(Q)	49%	23%	22%
16	Partner der Nationalen Naturlandschaften	(Q)	33%	21%	22%
20	EU Ecolabel (Beherbergungsbetriebe, Campingdienste)	(U)	62%	52%	17%
20	Blaue Flagge (Sportboothäfen)	(U)	35%	20%	17%
22	EMAS mit Referenzdokument Tourismus	(U)	63%	50%	15%
22	DIN EN ISO 14001	(U)	53%	39%	15%
24	Bayerisches Umweltsiegel für das Gastgewerbe	(U)	39%	22%	11%
24	DEHOGA Umweltcheck	(U)	37%	20%	11%
24	Bio Hotels	(U)	55%	23%	11%
24	Umweltgütesiegel Alpenvereinschütten	(U)	41%	43%	11%
28	Qualitätsmanagement Wassertourismus (QMW) Kanu	(Q)	32%	19%	10%
29	Qualitätsweg Wanderbares Deutschland	(Q)	34%	5%	4%
30	ehc = eco hotels certified	(U)	42%	20%	0%
30	bett+bike	(Q)	32%	6%	0%

4. Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Die vorliegende Studie hat auf der Grundlage von internationalen Standards und Richtlinien wie den Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC), ISO 26000 für gesellschaftliche Verantwortung und der ISEAL Alliance für die Qualität von Nachhaltigkeits-Standards anspruchsvolle inhaltliche und prozessbezogene Kriterien für die Zertifizierung von nachhaltigem Tourismus in Deutschland erarbeitet. Dies war eine bewusste Entscheidung der Autoren der Studie, denn die genannten Standards sind international anerkannt und beruhen auf einem breiten Konsens einer Vielzahl von Anspruchsgruppen und Experten. Auch für Deutschland wurden, u. a. durch Übernahme der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen als Leitlinie, anspruchsvolle Ziele für nachhaltigen Konsum und nachhaltige Produktionsweisen formuliert. Des Weiteren wird die ISO 26000 vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales für die Umsetzung von Unternehmensverantwortung (CSR) empfohlen. Allerdings gelten diese Leitlinien bisher nicht explizit für den Tourismus.

Daher wurden zu Beginn des Projektes, wie auch schon in der Vorgängerstudie, Workshops und Einzelgespräche mit für den Deutschland-Tourismus zentralen Anspruchsgruppen (Tourismusverbände, Ministerien, Gewerkschaften, Umwelt- und Sozialorganisationen) durchgeführt. Auch hier zeigte sich, dass es einen weitgehenden Konsens dahingehend gab, dass hohe inhaltliche und verfahrensbezogene Ansprüche an Zertifizierungssysteme für nachhaltigen Tourismus zu stellen seien, doch gab es auch einzelne Stimmen, die hierin einen zu großen organisatorischen und Kostenaufwand sahen, der dazu führen würde, dass Zertifizierungen, die ja freiwillig sind, sich nicht am Markt durchsetzen können. In der Tat ergab die Vorgängerstudie, dass vor allem spezialisiertere Zertifikate mit nur wenigen Kriterien am weitesten verbreitet sind. Es stellt sich jedoch die Frage, ob dies eine wünschenswerte Entwicklung ist. Ein Gegenargument lautete, dass gerade die Vielzahl von Umwelt- oder Nachhaltigkeits-Zertifikaten im Tourismus, über deren Qualität Unklarheit herrscht (Stichwort „Label-Dschungel“), dazu geführt haben könnte, dass Zertifikaten im Tourismus insgesamt kein großer Wert beigemessen wird.

Damit ist nach Ermessen der Autoren eine klare Legitimation für die Formulierung anspruchsvoller, vielleicht sogar idealtypischer Kriterien für die Zertifizierung von nachhaltigem Tourismus gegeben. Hierbei wurde bereits berücksichtigt, dass in Deutschland viele Nachhaltigkeitsaspekte (insbesondere im sozialen Bereich) gesetzlich geregelt sind – und in der Regel auch befolgt werden –, so dass nicht alle internationalen Kriterien (die ja auch die Situation von Entwicklungsländern abdecken müssen) zu Prüfkriterien im Rahmen der hier angewandten Bewertungsmethodik wurden.

Die Ergebnisse der Einzelbewertungen der Zertifizierungssysteme sind vor diesem Hintergrund zu interpretieren. Diese könnte man im Lichte eines umfassenden Nachhaltigkeits- und Glaubwürdigkeitsanspruches durchaus als ernüchternd bezeichnen: Lediglich vier Zertifikate erreichen insgesamt einen Kriterienerfüllungsgrad von über 75%; im Schnitt liegt er nur um die 50%. Tendenziell schneiden die international orientierten Zertifikate (z. T. mit GSTC-Anerkennung) am besten ab. Bezeichnenderweise sind sie in Deutschland relativ wenig verbreitet. Die nur in Deutschland vorkommenden Labels fokussieren dagegen häufig auf Umwelt- oder Qualitätsaspekte und sind allgemein als schwächer anzusehen – was häufig dem eigenen Anspruch entspricht, der auf Nachhaltigkeit im weiteren Sinne bewusst verzichtet. Sieht man Nachhaltigkeit eher als Entwicklungsprozess denn als (idealtypischen) Zustand, dann

besteht – positiv formuliert – bei vielen Zertifizierungssystemen noch Entwicklungspotenzial. Ob dieses von den Anbietern genutzt werden kann oder soll, war nicht Gegenstand der Studie.

Die der Zertifizierung zugrunde liegenden Strukturen und Verfahren sollten jedoch für alle Zertifikate gleichermaßen gelten, unabhängig von ihrem inhaltlichen Anspruch. Und in der Tat zeichnet sich hier ein durchschnittlich besseres Gesamtergebnis ab: Ca. zwei Drittel aller auf Transparenz und Glaubwürdigkeit der Überprüfungsverfahren bezogenen Kriterien werden erfüllt. Viele Zertifizierungssysteme erzielen in diesem Bereich gute oder befriedigende Werte, zum Teil über 80 und 90%. Bei fünf Zertifikaten sind aufgrund eines hohen Anteils (> 30%) fehlender oder nicht zugänglicher Informationen in puncto Transparenz Zweifel angebracht. Inwiefern die angegebenen Prüfmechanismen tatsächlich umgesetzt werden, konnte im Rahmen der Studie nicht untersucht werden. Die Bewertungen basieren weitgehend auf den Aussagen der Anbieter selbst, sei es im Rahmen der Befragung oder über deren Internetseite.

Mit nur 40% durchschnittlicher Kriterienerfüllung sind die relativ geringen inhaltlichen Ansprüche die größte Schwäche der meisten Zertifizierungssysteme im Deutschland-Tourismus. Nur zwei Zertifikate erreichen überhaupt über 75%. Dies gilt überraschenderweise sogar für den Umweltbereich (durchschnittlich 45% Kriterienerfüllung), welcher ja im Fokus der meisten Zertifikate steht. Am besten schneiden die nicht-touristischen internationalen Standards EMAS, EU Ecolabel und ISO 14000 ab. Bei den tourismusspezifischen Zertifikaten ist zu konstatieren, dass zwar meist die klassischen Bereiche Energie-, Wasser- und Abfallmanagement abgedeckt werden – also der Umgang mit natürlichen Ressourcen, der auch mit Kosteneffizienz zu tun hat – der Schutz von Biodiversität oder der Umgang mit dem Klimawandel jedoch deutlich weniger. Klimaneutralität oder umweltbezogene Mindest- bzw. Maximalwerte werden nur von sehr wenigen Systemen gefordert. Dies macht es schwer zu beurteilen, ob die mit Umwelt-Labels ausgezeichneten Tourismusunternehmen überhaupt überdurchschnittlich umweltfreundlich sind oder nicht einfach nur Maßnahmen umsetzen, die mittlerweile gängige Praxis sind, es in der Entstehungszeit der Zertifikate aber vielleicht noch nicht waren. Zudem stellt sich die Frage nach der Effektivität bestimmter Anforderungen. Beispielsweise verlangen 80% der Zertifizierungssysteme in irgendeiner Form Maßnahmen zur Förderung nachhaltiger Mobilität. Die Realität in ländlichen Urlaubsregionen sieht jedoch ganz anders aus, auch bei zertifizierten Hotels (vgl. Krien, G., 2016).

Wie nicht anders zu erwarten, ist der Bereich Sozio-Kultur mit nur 34% am wenigsten entwickelt. Am ehesten werden noch die Unterkriterien „Lokale Wertschöpfung“ und „Berufliche Weiterentwicklung“ abgedeckt, während „Arbeitnehmerfreundliche Arbeitsbedingungen“, und „Vermeidung von Diskriminierung“ kaum berücksichtigt werden. Sozio-kulturelle Aspekte spielen bei den international ausgerichteten Zertifizierungssystemen naturgemäß eine größere Rolle, da diese meist auch einen umfassenderen Nachhaltigkeitsanspruch haben. Dennoch sind Herausforderungen wie demografischer Wandel, Zuwanderung, Personalmangel, Arbeitszeiten und vor allem die Mindestlohn-Debatte auch im Deutschland-Tourismus von zunehmender Bedeutung, ohne dass sich dies jedoch in den meisten Zertifikaten widerspiegelt.

Relativ schwach ausgeprägt sind auch die Anforderungen an ein strategisches Nachhaltigkeitsmanagement der zertifizierten Organisationen. Zwar verlangen viele Zertifikate die Existenz einzelner Managementbereiche wie ein nachhaltig orientiertes Beschaffungswesen oder die Einbeziehung der Mitarbeitenden; eine umfassende Strategie ist jedoch nur bei 42% von ihnen ein Kriterium. Insbesondere über das Unternehmen selbst hinausgehende Aufgaben eines nachhaltigen Managements, wie die Einbeziehung von Stakeholdern, die Gestaltung eines

fairen Wettbewerbsumfeldes oder eine Mitwirkung am Destinationsmanagement werden nur selten gefordert.

Empfehlungen und Ausblick

1. Eine **inhaltliche Erweiterung** vieler Zertifikate in Richtung einer umfassenden Nachhaltigkeit wäre wünschenswert. Nachhaltigkeit ist das zentrale Paradigma des 21. Jahrhunderts, insbesondere in Bezug auf soziale Gerechtigkeit und den Umgang mit dem Klimawandel. Es ist für eine internationale Branche wie den Tourismus nicht mehr zeitgemäß, nur auf mehr oder weniger unstrittige Umweltaspekte oder nur auf Service-Qualität zu fokussieren. Dies gilt auch für Deutschland als Destination, die zunehmend von internationalem Incoming-Tourismus geprägt wird.
2. Insbesondere Aspekte der **sozialen Nachhaltigkeit** sollten von den meisten Zertifikaten stärker berücksichtigt werden. Dazu zählen vor allem Mitarbeiterbelange (Entlohnung, Arbeitszeiten, Diversity), aber auch faire Handelspraktiken. Angesichts des sich verschärfenden Fachkräftemangels und einer hohen Mitarbeiter-Fluktuation sollte es auch im Eigeninteresse der Branche sein, hier zu nachhaltigen Lösungen zu kommen, die die Interessen aller Beteiligten berücksichtigen. Es ist davon auszugehen, dass zufriedene Mitarbeitende produktiver sind und eine höhere Service-Qualität bieten.
3. Aber auch im **ökologischen Bereich** gibt es punktuell Nachholbedarf, insbesondere in Bezug auf Klimawandel und Biodiversität. Bei den Umweltkriterien sollte auch stärker mit quantitativen Werten und Benchmarkingsystemen gearbeitet werden statt nur mit Ja/Nein-Antworten. Zertifizierte Tourismusbetriebe und -organisationen sollten eindeutig, am besten sogar messbar, hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitsleistung besser sein als der Durchschnitt, oder zumindest eine stetige Verbesserung nachweisen.
4. Die Zertifizierungssysteme sollten stärker auf eine **strategische Nachhaltigkeitsausrichtung** der von ihnen ausgezeichneten Organisationen durch die Erfüllung entsprechender Kriterien achten. Zertifikate wären in diesem Sinne als Bestätigung der erfolgreichen Umsetzung einer solchen Strategie zu betrachten statt als schmückendes Beiwerk.
5. Neben einem größeren inhaltlichen Anspruch kann punktuell auch eine **Verbesserung der Zertifizierungsstrukturen und -verfahren** im Sinne von mehr Transparenz und Glaubwürdigkeit erfolgen. Insgesamt sind die untersuchten Zertifizierungssysteme in dieser Hinsicht aber ganz gut aufgestellt. Für zu zertifizierende KMU können vereinfachte Verfahren zur Anwendung kommen, so lange den zentralen Grundsätzen von Transparenz, Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit Rechnung getragen wird und keine Abstriche an den inhaltlichen Ansprüchen gemacht werden.
6. Die **tatsächliche Umsetzung der Zertifizierungen**, also die Überprüfung der zu zertifizierenden Organisationen, konnte im Rahmen der hier vorgelegten Studie nicht untersucht werden. Dies wäre ein interessantes Anschlussprojekt, welches völlig andere Methoden (Mystery Checks, Benchmarking usw.) erfordern würde.
7. Für den Verbraucher ist die Vielzahl der Zertifikate, vor allem im Hotelbereich, unübersichtlich, zumal deren Qualität häufig zu wünschen übrig lässt. Daher wäre eine **Markt-Konsolidierung** aus dieser Sicht wünschenswert. Dies könnte z. B. in Form von

Kooperationen bis hin zu Co-Branding oder Fusionen erfolgen. Dies könnte auch dazu beitragen, die prekäre finanzielle Situation vieler Zertifizierer zu verbessern.

8. Dagegen besteht bei **Reiseveranstaltern** und **Reisemittlern** (einschl. Online-Plattformen) nur eine sehr begrenzte Auswahl an zertifizierten Unternehmen. Es wäre wünschenswert, diese Segmente stärker in Richtung Nachhaltigkeit zu führen, da sie eine wichtige Multiplikatorfunktion innehaben.
9. Allgemein ist eine stärkere **Verbreitung** und **Kommunikation** des hier entwickelten Zertifizierungsstandards durch Verbraucherorganisationen, Nicht-Regierungsorganisationen und staatliche Stellen an die jeweiligen Zielgruppen wünschenswert und notwendig, damit die qualitativ hochwertigeren Zertifizierungssysteme eine höhere Wirkung im Markt erzielen können. Zertifizierungen für nachhaltigen Tourismus sollten einerseits bekannter gemacht, andererseits kritischer unter die Lupe genommen werden. Eine weitere Zielgruppe sind natürlich die Tourismusunternehmen selbst. Hierbei können die Tourismusverbände und Destinationsmanagementorganisationen (DMOs) eine zentrale Rolle spielen. Dies könnte zum Beispiel in Form von Empfehlungen oder eines Leitfadens in ähnlicher Weise wie beim Leitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“ des deutschen Tourismusverbandes erfolgen.
10. Schließlich sind die Autoren dieser Studie weiterhin der Ansicht, dass ein **nationaler Mindeststandard** für Zertifizierungen der weiteren Entwicklung des nachhaltigen Tourismus in Deutschland förderlich wäre, ähnlich wie dies im Lebensmittelsektor erfolgreich umgesetzt wurde. Denkbar wäre auch, einen solchen Mindeststandard als nationales Akkreditierungsinstrument einzuführen, ähnlich wie die Global Sustainable Tourism Criteria auf internationaler Ebene. Der im Rahmen dieser Studie entwickelte und mit relevanten Anspruchsgruppen bereits diskutierte Standard wäre dafür eine substanzielle Grundlage.

Quellen

- Deutscher Tourismusverband (Hrsg.) (2016): *Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“ – Anforderungen, Empfehlungen, Umsetzungshilfen*. Gefördert durch das Bundesamt für Naturschutz mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit
- Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. und Coca-Cola (2015): *Neue Wege zu einer nachhaltigen Lebensweise* (Repräsentative Befragung)
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (2014): *Nachfrage für nachhaltigen Tourismus im Rahmen der Reiseanalyse*: Erstellt für das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit
- Global Sustainable Tourism Council. (01. 03 2014). GSTC Accreditation Manual. Abgerufen am 15. 02 2016 von Requirements for GSTC accreditation of sustainable tourism certification programs : https://www.gstcouncil.org/images/pdf/GSTC_Accreditation_Manual_v2.2_1-3-2014.pdf
- Global Sustainable Tourism Council. (12. 02 2014). GSTC Recognition Manual. Abgerufen am 15. 02 2016 von www.gstcouncil.org
- ISEAL Alliance. (2013). Welche wesentlichen Bestandteile sollte ein Standardsystem enthalten, um eine positive Wirkung zu erzielen? Abgerufen am 09. 11 2016 von <http://www.isealalliance.org/sites/default/files/Credibility%20Principles%20Brochure%20German%20June%202013%20low%20res.pdf>
- ISEAL Alliance. (12 2014). Setting Social and Environmental Standards: ISEAL Code of Good Practice, 6.0. Abgerufen am 09. 11 2016 von <http://www.isealalliance.org/sites/default/files/ISEAL%20Standard%20Setting%20Code%20v6%20Dec%202014.pdf>
- ISEAL Alliance. (2016). About Us. Abgerufen am 9. 11 2016 von <http://www.isealalliance.org/about-us>
- ISEAL Alliance. (2016). Our work. Abgerufen am 09. 11 2016 von <http://www.isealalliance.org/our-work>
- ISO/IEC 17000. (2004). Konformitätsbewertung – Begriffe und allgemeine Grundlagen. (D. F. 17000:2004, Hrsg.)
- Krien, G. (2016): Analyse des Mobilitätsmanagements von ausgewählten zertifizierten Hotels im ländlichen Raum. Masterarbeit an der HNEE
- Loew, T. (2016). Zertifizierung, Auditierung, Akkreditierung – Einführung in die Funktionsweise von Konformitätsbewertungssystemen und die verwendeten Begriffe. In R. Friedel, & E. A. Spindler (Hrsg.), *Zertifizierung als Erfolgsfaktor*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- ZENAT (2016). *Bestandsaufnahme und Bewertung von Zertifizierungssystemen für nachhaltigen Tourismus in Deutschland*. Gefördert durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, Ref. Z II 2 – Kooperation mit gesellschaftlichen

Gruppen und Verbänden; Verbändeförderung, Tourismus und Sport, (Az. 90 381/760).
Autoren: W. Strasdas, M. Balas, R. Zeppenfeld

Anhang

Anhang 1 - Erläuterung zur Gewichtung und Bewertung der Prüfkriterien

Anhang 2 - Einzelbewertungen (in alphabetischer Reihenfolge)

Anhang 3 - Detailauswertung (in alphabetischer Reihenfolge inkl. Durchschnittswerten)

Anhang 1 - Erläuterung zur Gewichtung und Bewertung der Prüfkriterien

Kriterium / Frage	Kommentar / Erläuterung
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	
B1 Transparenz: Ohne mehrstufige Zertifikate	
B1 Transparenz: Mit mehrstufigen Zertifikaten	
B1.1 Rechtlicher Status	-Gewichtungsfaktor 0,5x
B1.4 Verwendung von Zertifikaten und Kennzeichnung von zertifizierten Leistungen	-Gewichtungsfaktor 2x, da dieses Kriterium als besonders bedeutend betrachtet wird (Empfehlung, das Kriterium als Kernanforderung zu definieren) - Die Unterfrage „Fordern Sie bei den zertifizierten Organisationen eine öffentliche Darstellung der Zertifizierung?“ wird nur bei einer Antwort mit „Ja“ anteilig in der Bewertung berücksichtigt
B1.7 Offenlegung der Zertifizierungsinhalte	-Gewichtungsfaktor 2x, da dieses Kriterium als besonders bedeutend betrachtet wird (Empfehlung, das Kriterium als Kernanforderung zu definieren)
B1.8 Offenlegung des Zertifizierungsverfahrens	-Gewichtungsfaktor 2x, da dieses Kriterium als besonders bedeutend betrachtet wird (Empfehlung, das Kriterium als Kernanforderung zu definieren)
B1.9 Offenlegung der Anforderungen bei mehrstufigen Zertifikaten	- Kriterium ist nur relevant für mehrstufige Zertifizierungen
B2 Vergabe- und Prüfsystem	
B2.1 Neutralität und Unparteilichkeit	-Gewichtungsfaktor 2x, da dieses Kriterium als besonders bedeutend betrachtet wird (Empfehlung, das Kriterium als Kernanforderung zu definieren) - Bei der Unterfrage zur Neutralität sollte der Zeichengeber nicht der (führende) Interessensverband der Zeichennehmer sein. Ist dies der Fall, gibt es keinen Punkt. Sind weitere Akteure, die nicht Interessensvertreter der Zertifikatnehmer sind, ebenfalls Träger des Zertifikats oder im Vorstand oder der Geschäftsführung vertreten, erfolgt eine Bewertung mit „Teilweise“ - Bei der Unterfrage „Zertifizieren Sie auch organisationseigene Betriebsbereiche?“ gibt es für ein „Nein“ einen anteiligen Punkt
B2.2 Standardisierte/s Prüfverfahren und Bewertungsmethodik	-Gewichtungsfaktor 2x, da dieses Kriterium als besonders bedeutend betrachtet wird (Empfehlung, das Kriterium als Kernanforderung zu definieren) - Für die reine Angabe zur Art der Bewertungsmethodik gibt es keine Punkte
B2.3 Prüfverfahren und Vergabedauer	-Gewichtungsfaktor 2x, da dieses Kriterium als besonders bedeutend betrachtet wird (u. a. werden hier Vor-Ort-Prüfungen mitberücksichtigt) - 50% der Bewertung verteilen sich auf: Vor-Ort-Prüfung = 1 Punkt oder Dokumentenprüfung + Begründung = 0,5 Punkte - 50% der Bewertung verteilen sich auf die Audithäufigkeit: Audithäufigkeit unter 3 Jahre = 1 Punkt, Audithäufigkeit über 3 Jahre = 0,5 Punkte
B2.4 Zwischenprüfungen	- Für die reine Angabe zur Art der Bewertungsmethodik gibt es keine Punkte
B2.6 Erstellung eines standardisierten Prüfberichts	-Die Hauptfrage zählt zu 50% in die Bewertung und die jeweiligen drei Folgefragen anteilig ebenfalls 50%

B2.8 Unterstützung zur Zertifizierung	- Die Unterfrage „Sind diese Angebote Teil des Audits?“ wird nicht mit Punkten bewertet - 50% der Bewertung verteilen sich auf die Fragen rund um Informations- bzw. Schulungsangebote. Wenn mind. eine Schulung oder ein wesentliches Dokument kostenlos angeboten wird, gibt es anteilig volle Punkte, wenn ein Angebot kostenpflichtig ist, anteilig die Hälfte - 50% der Bewertung verteilen sich auf die Frage „Stehen diese Angebote allen bestehenden oder potenziellen zu zertifizierenden Organisationen offen?“
B2.9 Regelungen zur Rezertifizierung und Beendigung der Zertifizierung	-Gewichtungsfaktor 2x, da dieses Kriterium als besonders bedeutend betrachtet wird (u. a. wird hier berücksichtigt, wann Zertifikate entzogen werden können) - Jede Unterfrage wird zu 1/6 anteilig in der Bewertung berücksichtigt, außer die beiden „Wenn ja“-Fragen - diese zählen zusammen 1/6
B2.10 Einsatz von regelmäßig geprüften, geschulten und qualifizierten Auditoren / Prüfern	-Gewichtungsfaktor 2x, da dieses Kriterium als besonders bedeutend betrachtet wird (Empfehlung, das Kriterium als Kernanforderung zu definieren)
B2.11 Unabhängigkeit der Prüfer	-Gewichtungsfaktor 2x, da dieses Kriterium als besonders bedeutend betrachtet wird (Empfehlung, das Kriterium als Kernanforderung zu definieren)
B3 Anspruch an das Zertifikat	(Maximal 28 Punkte)
B3.1 Bezug zu gesetzlichen Regelungen	- 1/3 der Bewertung verteilt sich auf die Frage „Nimmt das Zertifikat Bezug auf bestehende gesetzliche Anforderungen?“ - 2/3 der Bewertung verteilt sich auf die Frage „Übertrifft das Zertifikat gesetzliche Mindestanforderungen?“
B3.3 Art und Grad der Kriterienerfüllung	-Gewichtungsfaktor 0,5x - 50% der Bewertung verteilen sich auf die 1. Unterfrage mit anteilig voller Bewertung, wenn mind. eine Angabe zur Art der Kriterienerfüllung gemacht wurde - 50% der Bewertung verteilen sich auf die 2. Unterfrage mit anteilig voller Bewertung, wenn entweder „Alle Kriterien sind Pflicht“, „Belegpflicht bei allen Kriterien“ oder mind. 2 andere Optionen angekreuzt wurden
B3.4 Berücksichtigung des Beschaffungswesens bzw. der Leistungskette	- Für Reiseveranstalter ist dieses Kriterium von besonderer Relevanz, daher beträgt hier der Gewichtungsfaktor 2x
B3.6 Messbarkeit / Benchmarking	- 50% der Bewertung verteilen sich auf die 1. Unterfrage, 25% auf die 2. Unterfrage und 25% auf die dritte Unterfrage
B3.7 Bezugnahme auf andere Nachhaltigkeitssysteme	- 50% der Bewertung verteilen sich auf die 1. Unterfrage, die anderen 50% verteilen sich auf die nachfolgenden drei Unterfragen
B3.10 Zertifikatsetzungsprozesses	- 50% der Bewertung verteilen sich auf die 1. Unterfrage, die anderen 50% verteilen sich auf die „Wenn ja“-Fragen
B3.11 Revisionsprozesse	- Jede Unterfrage zählt zu 20% in die Bewertung ein. Wird die Frage „Wie oft erfolgt eine Revision der inhaltlichen und strukturellen Anforderungen des Zertifikats?“ mit einer Jahreszahl unterhalb von 5 Jahren beantwortet, gibt es anteilig für diese Unterfrage volle Punkte. Findet eine Revision in einem längeren Zeitraum statt, gibt es anteilig die Hälfte der Punkte
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	
C1.5 Stakeholdermanagement	- 50% der Bewertung verteilen sich auf die 1. Unterfrage, 25% auf die 2. Unterfrage und 25% auf die dritte

	Unterfrage
C1.10 Nachhaltige Leistungskette	- Für Reiseveranstalter ist dieses Kriterium von besonderer Relevanz, daher beträgt hier der Gewichtungsfaktor 2x
C2 Ökologie	
C2.7 Abfallmanagement	- 50% der Bewertung verteilen sich auf die 1. Unterfrage, die anderen 50% verteilen sich auf die folgenden drei Unterfragen
C3 Sozio-Kultur	
C3.5 Wahrung der Menschenrechte	- Für Reiseveranstalter ist dieses Kriterium von besonderer Relevanz, daher beträgt hier der Gewichtungsfaktor 2x

Anhang 2 - Einzelbewertungen (in alphabetischer Reihenfolge)

Ergänzend zur Gesamtbewertung werden nachfolgend in alphabetischer Reihenfolge die Einzelbewertungen der untersuchten Zertifikate in einer Kurzübersicht dargestellt. Jede Einzelbewertung besteht dabei aus zwei Elementen, die tabellarisch aufbereitet wurden – den Eckdaten und der Auswertungsübersicht.

Die Eckdaten fassen u. a. die Trägerorganisationen, die erste sowie die aktuellste Version des Zertifikats, die Anzahl der Nutzer des Zertifikats, die Zielgruppe sowie den Typ des Zertifikats (Umweltfokus, Qualitätsfokus oder Nachhaltigkeitsausrichtung) zusammen. Letzteres basiert auf einer Einschätzung im Rahmen der Studie und kann ggf. von der eigenen Darstellung einzelner Zertifikat-Anbieter abweichen.

In der Auswertungsübersicht erfolgt zunächst eine Bewertung der Verfügbarkeit bzw. Verifizierbarkeit von Informationen. Konnten Informationen nicht eindeutig belegt oder widerlegt werden, wurde die Bewertung eines Kriteriums bei teilnehmenden Zertifikat-Anbietern mit dem Zusatz „Information nicht verifizierbar“ hinterlegt, ohne die Eigenangaben zu ändern. Bei nicht teilnehmenden Zertifikat-Anbietern wurde bei Bedarf der Zusatz „Information nicht gefunden“ ergänzt. Dabei wurde die Mindestanforderung definiert, dass maximal 30% der Informationen über ein Zertifikat nicht verifizierbar bzw. öffentlich und kostenlos verfügbar sein dürfen. Anschließend informiert die prozentuale Angabe zur Gesamtabdeckung darüber, zu welchem Anteil ein Zertifikat die angewendeten Prüfkriterien der Studie (siehe dazu Kapitel 2.2) insgesamt abdeckt. Ergänzend werden die Abdeckungsgrade des Bereichs B „Strukturelle Anforderungen an Zertifikat-Anbieter“ mit seinen drei Unterbereichen „Transparenz“, „Vergabe- und Prüfsystem“ und „Anspruch an das Zertifikat“ sowie des Bereichs C „Inhaltliche Anforderungen an Zertifikat-Nutzer“ mit seinen drei Unterbereichen „Corporate Governance / Unternehmensführung“, „Ökologie“ und „Sozio-Kultur“ dargestellt.

Eine Detailauswertung der einzelnen Zertifikate ist im Anhang 3 hinterlegt - ebenfalls in alphabetischer Reihenfolge.

Bayerisches Umweltsiegel für das Gastgewerbe



Das Bayerische Umweltsiegel für das Gastgewerbe wird vom Bayerischen Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz getragen und seit 1997 vergeben. Ausgezeichnete Organisationen sollen motiviert werden, umweltorientiert zu wirtschaften. Gästen soll das Label eine objektive Orientierungshilfe für umweltverträgliches Reisen bieten. Es ist ein staatlich getragenes Branchenangebot für gastgewerbliche Betriebe im Rahmen des Umweltpakts Bayern.

(Bildquelle: www.bayern.by/bayerisches-umweltsiegel)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Geschäftsstelle Umweltpakt Bayern im Bayerischen Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	Dezember 2015
Erste Version	1997
Letzte Aktualisierung	2015
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	350
Internetadresse	www.umweltsiegel.de
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe - Gastronomie
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	2%
Gesamt-Abdeckung in %	39%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	57%
B1 Transparenz	76%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	62%
B3 Anspruch an das Zertifikat	33%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	22%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	15%
C2 Ökologie	40%
C3 Sozio-Kultur	11%

bett+bike



Bett+Bike wird vom ADFC getragen und seit 1994 vergeben. Ausgezeichnete Beherbergungsstätten sollen Gästen, die via Fahrrad unterwegs sind, passende Quartiere zur Übernachtung bieten. Dafür hat der ADFC Qualitätskriterien definiert, die den gesonderten Ansprüchen eines „Rad-Gastes“ gerecht werden. Das Zertifikat ist in Deutschland mit ca. 6.000 Nutzern weit verbreitet.

(Bildquelle: <http://www.bettundbike.de/>)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	ADFC Bett+Bike Service GmbH
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	2013
Erste Version	1994
Letzte Aktualisierung	2013
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	ca. 6.000
Internetadresse	www.bettundbike.de
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Qualitätsfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	10%
Gesamt-Abdeckung in %	32%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT- ANBIETER	57%
B1 Transparenz	79%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	64%
B3 Anspruch an das Zertifikat	28%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT- NUTZER	6%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	15%
C2 Ökologie	3%
C3 Sozio-Kultur	0%

Bio Hotels



Bio Hotels wird vom Verein BIO HOTELS getragen und seit 2001 vergeben. Das Zertifikat verfolgt das Ziel, „Bio-Urlaub“ zu ermöglichen. Neben dem Food-Bereich wird auch im Non-Food-Bereich auf Bio-Qualität geachtet, z. B. bei Kosmetik. Alle Bio Hotels erfüllen auch die Anforderungen nach „ehc = eco hotels certified“.

(Bildquelle: www.biohotels.info/de)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Verein BIO HOTELS
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	2017
Erste Version	2001
Letzte Aktualisierung	2016
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	92
Internetadresse	www.bio.reise
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	23%
Gesamt-Abdeckung in %	55%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	88%
B1 Transparenz	81%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	86%
B3 Anspruch an das Zertifikat	97%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	23%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	35%
C2 Ökologie	23%
C3 Sozio-Kultur	11%

Blaue Flagge (Sportboothäfen)



Die Blaue Flagge wird von der FEE - Foundation for Environmental Education getragen und in Deutschland von der Deutschen Gesellschaft für Umwelterziehung e.V. vertreten. Seit 1987 werden Sportboothäfen ausgezeichnet, wenn sie bestimmte Umweltanforderungen erfüllen. Die Blaue Flagge gibt es neben Sportboothäfen auch für Strände und Badestellen an Binnenseen - in über 50 Ländern.

(Bildquelle: <http://www.blaue-flagge.de>)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung e.V. (DGU) / Foundation for Environmental Education FEE
Teilnahme an der Befragung?	Nein
Berücksichtigte Version	2017
Erste Version	1987
Letzte Aktualisierung	2016
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	109 in Dtl.
Internetadresse	www.blaue-flagge.de
Zielgruppe	- Sportboothäfen
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	23%
Gesamt-Abdeckung in %	35%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	51%
B1 Transparenz	70%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	62%
B3 Anspruch an das Zertifikat	22%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	20%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	14%
C2 Ökologie	28%
C3 Sozio-Kultur	17%

Blaue Schwalbe



Die Blaue Schwalbe wird vom Reisemagazin Anderswo (erscheint im fairkehr Verlag) getragen und seit 1990 vergeben. Ziel der Blauen Schwalbe ist es, Urlaub mit ökologischen Standards und Aspekten wie regionaler Wirtschaft und vollwertiger Ernährung zu verbinden.

(Bildquelle: www.vertraeglich-reisen.de/presse-news/downloads.php?blaue-schwalbe)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	fairkehr GmbH Redaktion des Reisemagazins Anderswo
Teilnahme an der Befragung?	Nein
Berücksichtigte Version	nicht verifizierbar - Abruf Kriterien 1. Quartal 2017
Erste Version	1990
Letzte Aktualisierung	nicht verifizierbar
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	106 (Stand 2015)
Internetadresse	www.wirsindanderswo.de/themen/detail/bei-trag/umweltzeichen-fuer-den-urlaub/
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe - Gastronomie
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	34%
Gesamt-Abdeckung in %	18%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	19%
B1 Transparenz	24%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	15%
B3 Anspruch an das Zertifikat	20%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	17%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	13%
C2 Ökologie	24%
C3 Sozio-Kultur	15%

Certified Green Hotel



Certified Green Hotel wird seit 2011 operativ von der Certified GmbH & Co. KG betreut. Der Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) ist hinsichtlich der strategischen Ausrichtung der Zertifizierung und u. a. in der Weiterentwicklung involviert. Ziel des Zertifikats ist die nachhaltige und ökologische Führung von Hotels und Konferenzhotels. Beispielsweise wird auf Energie- und Wasserversorgung, Müllentsorgung, Mobilität, Essen und Trinken sowie auf CSR-Aspekte geachtet.

(Bildquelle: www.certified.de/green)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Certified GmbH & Co. KG, Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR), VDR Service GmbH (Initiator, Berater, Förderer),
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	August 2016
Erste Version	2011
Letzte Aktualisierung	2016
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	109
Internetadresse	www.certified.de
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Nachhaltigkeitsausrichtung

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	3%
Gesamt-Abdeckung in %	40%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	42%
B1 Transparenz	39%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	70%
B3 Anspruch an das Zertifikat	19%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	38%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	24%
C2 Ökologie	47%
C3 Sozio-Kultur	44%

DEHOGA Umweltcheck

DEHOGA UMWELTCHECK für Hotellerie und Gastronomie

Der DEHOGA Umweltcheck wird vom DEHOGA Bundesverband getragen und seit 2006 vergeben. Der vom BMUB geförderte Check wird von der adelphi gGmbH und Viabono GmbH durchgeführt. Dabei wird das Ziel verfolgt, vorrangig KMU-Betrieben aus dem Hotel- und Gastgewerbe einen Einstieg in das betriebliche Umweltmanagement zu ermöglichen.

(Bildquelle: www.dehoga-umweltcheck.de)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Deutscher Hotel und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA Bundesverband), Viabono GmbH; adelphi gGmbH; Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Förderung / Beratung)
Teilnahme an der Befragung?	Nein
Berücksichtigte Version	2012
Erste Version	2006
Letzte Aktualisierung	nicht verifizierbar
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	83
Internetadresse	www.dehoga-umweltcheck.de
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe - Gastronomie
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	13%
Gesamt-Abdeckung in %	37%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	54%
B1 Transparenz	79%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	45%
B3 Anspruch an das Zertifikat	38%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	20%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	19%
C2 Ökologie	30%
C3 Sozio-Kultur	11%

Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)



Deutscher
NACHHALTIGKEITS
Kodex

Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) wird vom Rat für Nachhaltige Entwicklung getragen und seit 2011 vergeben. Ziel des DNKs ist es, einen Rahmen für die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu bieten,

der für Organisationen jeglicher Art und Größe geeignet ist. Damit soll Nachhaltigkeit besser vergleichbar und bewertbar werden. Der DNK soll auch den Anforderungen des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes entsprechen und wird dahingehend noch überarbeitet.

(Bildquelle: www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Rat für nachhaltige Entwicklung
Teilnahme an der Befragung?	Nein
Berücksichtigte Version	3. aktualisierte Fassung 2016
Erste Version	2011
Letzte Aktualisierung	2016
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	199 Entsprechungserklärungen
Internetadresse	www.nachhaltigkeitskodex.eu
Zielgruppe	- alle touristischen Betriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Nachhaltigkeitsausrichtung

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	11%
Gesamt-Abdeckung in %	54%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	51%
B1 Transparenz	66%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	30%
B3 Anspruch an das Zertifikat	57%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	58%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	48%
C2 Ökologie	55%
C3 Sozio-Kultur	70%

DGNB



Das DGNB-Zertifizierungssystem für nachhaltiges Bauen wird von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e. V. (DGNB) getragen. DGNB bietet zahlreiche verschiedene Nutzungsprofile für Bestandsgebäude, Neubauten und Quartiere an, darunter auch Hotelgebäude. Ziel des DGNBs ist es, den gesamten Lebenszyklus eines Hotelgebäudes zu betrachten und zu bewerten.

(Bildquelle: <http://www.dgnb-system.de/de/>)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	DGNB GmbH, Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen - DGNB e.V., Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS)
Teilnahme an der Befragung?	Nein
Berücksichtigte Version	Neubau Hotelgebäude - Version 2015
Erste Version	nicht verifizierbar
Letzte Aktualisierung	nicht verifizierbar
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	34
Internetadresse	http://www.dgnb-system.de/de/nutzungsprofile/alle-nutzungsprofile/neubau_hotelgebäude.php
Zielgruppe	- Hotelgebäude
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Nachhaltigkeitsausrichtung

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	34%
Gesamt-Abdeckung in %	48%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	60%
B1 Transparenz	61%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	75%
B3 Anspruch an das Zertifikat	44%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	35%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	63%
C2 Ökologie	43%
C3 Sozio-Kultur	0%

DIN EN ISO 14001



Die DIN EN ISO 14001 wird von der ISO - International Organization for Standardization getragen und seit 1996 vergeben. Sie legt weltweit anerkannte Anforderungen an ein Umweltmanagementsystem fest und wird in 171 Ländern angewendet. Kernelement der DIN EN ISO 14001 ist der sogenannte kontinuierliche Verbesserungsprozess zur Erreichung unternehmerischer Umweltziele. Die Zertifizierung erfolgt durch akkreditierte Zertifizierer, die jeweils eigene Signets / Labels verwenden – in Deutschland z. B. Dekra oder TÜV.

(Bildquelle: www.iso.org/iso-14001-environmental-management.html)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	ISO - International Organization for Standardization, DIN e. V. - Deutsches Institut für Normung
Teilnahme an der Befragung?	Nein
Berücksichtigte Version	DIN EN ISO 14001:2015-11
Erste Version	1996
Letzte Aktualisierung	2015
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	ca. 8.000 in Dtl. (nicht explizit touristische Betriebe), über 300.000 weltweit
Internetadresse	https://www.iso.org/iso-14001-environmental-management.html
Zielgruppe	- alle touristischen Betriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	24%
Gesamt-Abdeckung in %	53%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	66%
B1 Transparenz	73%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	78%
B3 Anspruch an das Zertifikat	48%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	39%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	26%
C2 Ökologie	75%
C3 Sozio-Kultur	15%

Ecocamping - Klimafreundlicher Betrieb für Campingplätze



Ecocamping - Klimafreundlicher Betrieb wird vom Verein ECOCAMPING e.V. getragen und seit 2014 vergeben. Es wird mit diesem Zertifikat das Ziel verfolgt, Campingbetriebe auszuzeichnen, die sich besonders für den Klimaschutz engagieren.

(Bildquelle: www.ecocamping.net/index.php?id=56&L=0)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	ECOCAMPING e.V.
Teilnahme an der Befragung?	Nein
Berücksichtigte Version	01.07.2014
Erste Version	nicht verifizierbar
Letzte Aktualisierung	nicht verifizierbar
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	13
Internetadresse	www.ecocamping.net
Zielgruppe	- Campingbetriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	19%
Gesamt-Abdeckung in %	48%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	58%
B1 Transparenz	75%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	55%
B3 Anspruch an das Zertifikat	44%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	39%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	27%
C2 Ökologie	67%
C3 Sozio-Kultur	22%

Ecocamping - Management für Campingplätze



ECOCAMPING MANAGEMENT wird vom Verein ECOCAMPING e.V. getragen. Ausgezeichnete Campingplätze sollen sich in den Bereichen Umweltschutz, Sicherheit und Qualität auf Campingplätzen fortwährend verbessern. Beispielsweise umfassen die Maßnahmen Abfalltrennung oder energiesparende Strom- und Warmwassererzeugung.

(Bildquelle: www.ecocamping.net/index.php?id=27&L=0)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	ECOCAMPING e.V.
Teilnahme an der Befragung?	Nein
Berücksichtigte Version	01.10.2015
Erste Version	nicht verifizierbar
Letzte Aktualisierung	nicht verifizierbar
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	231
Internetadresse	www.ecocamping.net
Zielgruppe	- Campingbetriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	50%
Gesamt-Abdeckung in %	29%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	31%
B1 Transparenz	50%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	36%
B3 Anspruch an das Zertifikat	8%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	26%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	35%
C2 Ökologie	43%
C3 Sozio-Kultur	0%

Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) mit Referenzdokument Tourismus



Das Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) wird von der Europäischen Union getragen und seit 1993 vergeben. Es können Organisationen aller Art mit dem EMAS-Label ausgezeichnet werden, wenn sie die EMAS-Anforderungen erfüllen. Es gibt einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess zur Erreichung von unternehmerischen Umweltzielen. Darüber hinaus veröffentlichen ausgezeichnete Organisationen jährlich eine EMAS-Umwelterklärung. Seit 2016 gibt es ein Referenzdokument Tourismus, welches Tourismusbetriebe bei der Verbesserung ihrer Umweltziele unterstützen soll.

(Bildquelle: www.emas.de/ueber-emas/emas-logo)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Europäische Union / Geschäftsstelle des Umweltgutachterausschusses (UGA) beim Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	EMAS-Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 und Referenzdokument Tourismus 2016
Erste Version	1993 EMAS
Letzte Aktualisierung	2009 EMAS
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	1241 in Dtl. (nicht explizit touristische Betriebe)
Internetadresse	www.emas.de www.emas.de/aktuelles/referenzdokumente/28-04-16-srd-eu/
Zielgruppe	- alle touristischen Betriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	1%
Gesamt-Abdeckung in %	63%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	76%
B1 Transparenz	81%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	76%
B3 Anspruch an das Zertifikat	71%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	50%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	56%
C2 Ökologie	79%
C3 Sozio-Kultur	15%

ehc = eco hotels certified



ehc = eco hotels certified wird von der Schmid & morgen GmbH - einer Agentur für nachhaltigen Tourismus - getragen und seit 2011 an Hotels, Kooperationen und touristische Destinationen vergeben. Das Ziel des Zertifikats ist die „Ökologisierung von Betrieben und Regionen“ (www.ehc-hotels.com/de/die-zertifizierung.html).

(Bildquelle: www.ehc-hotels.com)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Schmid & morgen GmbH (AT) / Commuino Solution GmbH (DE)
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	2017
Erste Version	2011
Letzte Aktualisierung	2016
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	114
Internetadresse	www.ehc-hotels.com
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	22%
Gesamt-Abdeckung in %	42%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	64%
B1 Transparenz	50%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	61%
B3 Anspruch an das Zertifikat	83%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	20%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	18%
C2 Ökologie	42%
C3 Sozio-Kultur	0%

EU Ecolabel (Beherbergungsbetriebe, Campingdienste)



Das EU Ecolabel bzw. das Europäische Umweltzeichen wird von der Europäischen Kommission getragen und seit 2009 für Beherbergungsbetriebe und Campingdienste vergeben. Ziel des EU Ecolabels für Beherbergungsbetriebe und Campingdienste ist es, Betriebe mit einem besonders hohen Umweltengagement auszuzeichnen und so für Verbraucher sichtbar zu machen.

(Bildquelle: www.eu-ecolabel.de/produktgruppen-kriterien.html)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Europäische Kommission - Ausschuss AEUZZ, Competent Body in Deutschland ist die RAL gemeinnützige GmbH, Umweltbundesamt (beratend)
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	2009/578/EG (Beherbergungsbetriebe), 2009/564/EG (Campingdienste)
Erste Version	1992 EU-Verordnung (EWG 880/92)
Letzte Aktualisierung	zum Zeitpunkt der Befragung in Überarbeitung
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	12 in Dtl.
Internetadresse	www.eu-ecolabel.de/produktgruppen-kriterien.html
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe - Campingbetriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	5%
Gesamt-Abdeckung in %	62%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	72%
B1 Transparenz	90%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	72%
B3 Anspruch an das Zertifikat	56%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	52%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	61%
C2 Ökologie	78%
C3 Sozio-Kultur	17%

Gesicherte Nachhaltigkeit - Prüfsiegel (di-no.eu)



Das Prüfsiegel Gesicherte Nachhaltigkeit wird vom Deutschen Institut für Nachhaltigkeit & Ökonomie getragen und seit 2007 vergeben. Es wird das Ziel verfolgt, die Nachhaltigkeitsleistung eines Unternehmens zu bewerten. Insgesamt liegen sehr wenig öffentlich verfügbare oder verifizierte Informationen zu diesem Label, zum o. g. Institut oder zu ausgezeichneten Referenzen vor.

(Bildquelle: www.di-no.eu/startseite.html)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Deutsches Institut für Nachhaltigkeit & Ökonomie GmbH & Co.KG
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	2017
Erste Version	2007
Letzte Aktualisierung	Dezember 2016
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	nicht verifizierbar (ca. 16.000 weltweit)
Internetadresse	www.di-no.eu
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe - Reiseveranstalter
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Nachhaltigkeitsausrichtung

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	80%
Gesamt-Abdeckung in %	81%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	70%
B1 Transparenz	35%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	80%
B3 Anspruch an das Zertifikat	94%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	93%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	96%
C2 Ökologie	83%
C3 Sozio-Kultur	100%

Green Globe Standard – Hotels & Resorts



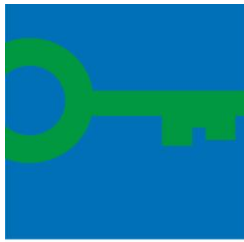
Der Green Globe Standard wird von Green Globe getragen und seit 1994 weltweit vergeben. Mit Green Globe werden Reise- und Tourismusbetriebe für ihr Nachhaltigkeitsengagement ausgezeichnet. Dazu werden beispielsweise die Bereiche Abfall, Wasser, Energie sowie die Interaktion mit dem sozialen Umfeld berücksichtigt.

(Bildquelle: <http://greenglobe.com/de/>)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Green Globe Ltd., Green Certifications Inc.; in Deutschland: EVVC e.V. - Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.
Teilnahme an der Befragung?	Nein
Berücksichtigte Version	Green Globe Standard – Hotels & Resorts V1.7
Erste Version	1994
Letzte Aktualisierung	nicht verifizierbar
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	76 in Dtl.
Internetadresse	http://greenglobe.com/de/
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe (darüber hinaus bietet Green Globe auch für andere touristische Sektoren Zertifikate an, die hier nicht betrachtet wurden)
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Nachhaltigkeitsausrichtung

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	19%
Gesamt-Abdeckung in %	69%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	63%
B1 Transparenz	76%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	67%
B3 Anspruch an das Zertifikat	47%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	75%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	64%
C2 Ökologie	72%
C3 Sozio-Kultur	89%

Green Key



Green Key wird von der Foundation for Environmental Education FEE getragen und seit 2012 in 55 Ländern vergeben. Umsetzungspartner in Deutschland ist die Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung e.V. (DGU). Ziel von Green Key ist eine Sensibilisierung von Eigentümern, Mitarbeitern und Gästen für ihr Umweltpotenzial. Neben Hotels können auch Freizeitparks zertifiziert werden.

Green Key

(Bildquelle:

www.umwelterziehung.de/projekte/GreenKey/download/Green%20Key_Kriterien_2016.doc)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung e.V. (DGU) / Foundation for Environmental Education FEE
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	2016
Erste Version	2012
Letzte Aktualisierung	2016
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	41 in Dtl.
Internetadresse	http://www.umwelterziehung.de/projekte/GreenKey/index.html http://www.greenkey.global/
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe (darüber hinaus bietet Green Key auch für andere touristische Sektoren Zertifikate an, die hier nicht betrachtet wurden)
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Nachhaltigkeitsausrichtung

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	21%
Gesamt-Abdeckung in %	63%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	77%
B1 Transparenz	84%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	76%
B3 Anspruch an das Zertifikat	71%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	49%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	51%
C2 Ökologie	56%
C3 Sozio-Kultur	39%

Green Pearls



Green Pearls wird von der Green Pearls® GmbH getragen und seit 2012 vergeben. Green Pearls ist eine Kommunikations- und Informationsplattform für nachhaltige Urlaubsplätze, d. h. Hotels,

Ferienhäuser, Destinationen und Restaurants. Mit der Zertifizierung wird das Ziel verfolgt, Umwelt und lokale Kulturen zu schützen sowie das soziale Gleichgewicht zu verbessern. (Bildquelle: www.greenpearls.com/de/)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Green Pearls® GmbH - Green Pearls® Unique Places
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	nicht verifizierbar (2016)
Erste Version	2012
Letzte Aktualisierung	2016
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	94
Internetadresse	www.greenpearls.com/de
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe - Gastronomie
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Nachhaltigkeitsausrichtung

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	17%
Gesamt-Abdeckung in %	48%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	45%
B1 Transparenz	48%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	42%
B3 Anspruch an das Zertifikat	46%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	51%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	43%
C2 Ökologie	50%
C3 Sozio-Kultur	61%

Green Sign / InfraCert



Das Zertifikat wird von der InfraCert GmbH - Institut für nachhaltige Entwicklung in der Hotellerie getragen und seit 2013/2014 vergeben. Es wird das Ziel verfolgt, Hotels für ihre nachhaltige Hotelführung auszuzeichnen, die den ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Ansprüchen via 85 Kriterien gerecht werden. Hotels sollen sich mit dem Zertifikat national und international besser positionieren können.

(Bildquelle: www.infracert.de/zertifizierung.html)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	InfraCert GmbH - Institut für nachhaltige Entwicklung in der Hotellerie
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	Version 2
Erste Version	2013/2014
Letzte Aktualisierung	September 2015
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	72
Internetadresse	www.infracert.de
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Nachhaltigkeitsausrichtung

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	18%
Gesamt-Abdeckung in %	75%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT- ANBIETER	87%
B1 Transparenz	89%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	82%
B3 Anspruch an das Zertifikat	89%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT- NUTZER	64%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	61%
C2 Ökologie	60%
C3 Sozio-Kultur	70%

Ökoprofit



Ökoprofit steht für (**Ö**kologisches **P**rojekt **F**ür **I**ntegrierte Umwelt-**T**echnik), wird vom Global ECOPROFIT Contact Point GECP getragen und in sieben Ländern vergeben, erstmalig 1996. Es handelt es sich im Kern um ein Umweltmanagementsystem mit einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess, welches aber auch soziale Aspekte beinhaltet. ÖKOPROFIT versteht sich als Basis für weitere Umweltmanagementsysteme wie ISO 14001 oder EMAS.

(Bildquelle: www.oekoprofit.com)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Global ECOPROFIT Contact Point (GECP) - (gegründet durch die Stadt Graz), bit management Beratung GmbH business unit CPC Austria (Trägerorganisation)
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	2016
Erste Version	1996
Letzte Aktualisierung	2016
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	nicht verifizierbar (ca. 7.000 - nicht explizit touristische Betriebe)
Internetadresse	www.oekoprofit.com
Zielgruppe	- alle touristischen Betriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	14%
Gesamt-Abdeckung in %	50%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT- ANBIETER	56%
B1 Transparenz	45%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	82%
B3 Anspruch an das Zertifikat	42%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT- NUTZER	44%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	40%
C2 Ökologie	48%
C3 Sozio-Kultur	44%

Partner der Nationalen Naturlandschaften



**Biosphärenreservat
Thüringer Wald**



Das Zertifikat Partner der Nationalen Naturlandschaften wird vom Europarc Deutschland e.V. - Dachverband der nationalen Naturlandschaften koordiniert und seit 2008 vergeben. Bundesweit können Partnerbetriebe der Nationalparks, Biosphärenreservate und Naturparks für die Einhaltung von einheitlichen Qualitäts- und Umweltstandards ausgezeichnet werden. Damit wird das Ziel verfolgt, die nachhaltige touristische Entwicklung in einer Region zu stärken.

(Beispiel für eine Auszeichnung: Bildquelle: <http://partner.nationale-naturlandschaften.de/>)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Europarc Deutschland e.V. - Dachverband der nationalen Naturlandschaften (Koordination und Vermarktung)
Teilnahme an der Befragung?	Nein
Berücksichtigte Version	01. März 2016
Erste Version	2008
Letzte Aktualisierung	2016
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	ca. 800
Internetadresse	http://partner.nationale-naturlandschaften.de/urlaub-freizeit/was-sind-partner-initiativen/
Zielgruppe	- verschiedene touristische Dienstleister für Naturparks / Nationalparks (z. B. Übernachtungen, Gastronomie, Handwerk, Naturerlebnisse)
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	4%
Gesamt-Abdeckung in %	33%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	45%
B1 Transparenz	61%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	51%
B3 Anspruch an das Zertifikat	23%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	21%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	31%
C2 Ökologie	11%
C3 Sozio-Kultur	22%

Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland



Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland wird vom Deutschen Wanderverband getragen und seit 2005 vergeben. Ausgezeichnete Betriebe sollen Wandergästen passende Quartiere zur Übernachtung bieten, die den gesonderten Ansprüchen eines Wanderers wie Beratung, Karten und Service rund um eine richtige Ausrüstung gerecht werden.

(Bildquelle: www.wanderbares-deutschland.de/gastgeber/qualitaetsgastgeber.html)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Deutscher Wanderverband Service GmbH, Deutscher Wanderverband e.V.
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	2014
Erste Version	2005
Letzte Aktualisierung	2014
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	1.713
Internetadresse	www.wanderbares-deutschland.de/gastgeber/qualitaetsgastgeber.html
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe - Gastronomie
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Qualitätsfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	12%
Gesamt-Abdeckung in %	38%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	65%
B1 Transparenz	65%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	69%
B3 Anspruch an das Zertifikat	60%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	12%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	6%
C2 Ökologie	3%
C3 Sozio-Kultur	26%

Qualitätsmanagement Golf & Natur



Qualitätsmanagement Golf&Natur wird vom Deutschen Golf Verband (DGV) getragen. Dabei wird das Ziel verfolgt, eine Anleitung für einen umweltgerechten und wirtschaftlichen Betrieb von Golfanlagen anzubieten, die auch eine Verbesserung der Spielbedingungen inkludiert.

(Bildquelle: www.golf.de/publish/dgv-services/umwelt/golf-und-natur/60073797/5-zertifikat)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	deutsche golf online GmbH / Deutsche Golf Verband (DGV), DQS GmbH, Greenkeeper Verband Deutschland (GVD), Golf Management Verband Deutschland (GMVD), Bundesamt für Naturschutz BfN (Mitentwicklung)
Teilnahme an der Befragung?	Nein
Berücksichtigte Version	2014.04.04
Erste Version	nicht verifizierbar
Letzte Aktualisierung	nicht verifizierbar
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	173
Internetadresse	http://www.golf.de/publish/dgv-services/umwelt/golf-und-natur
Zielgruppe	- Golfplätze & Clubhäuser
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	33%
Gesamt-Abdeckung in %	42%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	46%
B1 Transparenz	57%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	55%
B3 Anspruch an das Zertifikat	27%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	38%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	35%
C2 Ökologie	48%
C3 Sozio-Kultur	30%

Qualitätsmanagement Wassertourismus (QMW) Kanu



Qualitätsmanagement Wassertourismus (QMW) Kanu wird vom Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV) und dem Bundesverband Kanu e. V. getragen und seit 2014 vergeben. Dabei wird das Ziel verfolgt, bundesweit den naturverträglichen Kanutourismus zu professionalisieren. Neben der Qualitätsverbesserung für Kunden steht dabei der Erhalt der Natur- und Gewässerlandschaften im Vordergrund.

(Bildquelle: <http://www.bvkanu.de/qmwkanu>)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Bundesverband Kanu e. V., Deutscher Tourismusverband e.V.
Teilnahme an der Befragung?	Nein
Berücksichtigte Version	2016
Erste Version	2014
Letzte Aktualisierung	2016
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	49
Internetadresse	www.bvkanu.de/qmwkanu
Zielgruppe	- kanutouristische Betriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Qualitätsfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	21%
Gesamt-Abdeckung in %	32%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	45%
B1 Transparenz	70%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	51%
B3 Anspruch an das Zertifikat	15%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	19%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	38%
C2 Ökologie	10%
C3 Sozio-Kultur	10%

Qualitätsoffensive Naturparke / Qualitäts-Naturpark



Qualitätsoffensive Naturparke wird vom Verband Deutscher Naturparke e.V (VDN) getragen und seit 2006 vergeben. Dabei wird das Ziel verfolgt, den Naturparken ein Instrument zur Bewertung und zur kontinuierlichen Qualitätsverbesserung ihrer Arbeit und ihrer Angebote zur Verfügung zu stellen.

(Bildquelle: <http://www.naturparke.de/parks/quality>)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Verband Deutscher Naturparke e.V (VDN), Gefördert wurde ihre Entwicklung vom Bundesamt für Naturschutz (BfN) mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU).
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	2015
Erste Version	2006
Letzte Aktualisierung	2015
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	74
Internetadresse	www.naturparke.de/parks/quality
Zielgruppe	- Naturparke
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Qualitätsfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	7%
Gesamt-Abdeckung in %	54%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT- ANBIETER	63%
B1 Transparenz	72%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	61%
B3 Anspruch an das Zertifikat	58%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT- NUTZER	45%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	60%
C2 Ökologie	41%
C3 Sozio-Kultur	33%

Qualitätsweg Wanderbares Deutschland



Qualitätsweg Wanderbares Deutschland wird vom Deutschen Wanderverband getragen und seit 2004 vergeben. Dabei wird das Ziel verfolgt, die Qualität der Wegeinfrastruktur in den Regionen zu thematisieren und zu verbessern, die regionale Wanderkompetenz zu stärken und den Wandergästen eine Orientierungshilfe für ihre Reisen zu bieten.

(Bildquelle:

www.wanderbares-deutschland.de/wanderwege/qualitaetswege/das_qualitaetszeichen.html)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Deutscher Wanderverband Service GmbH, Deutscher Wanderverband e.V.
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	2016
Erste Version	2004
Letzte Aktualisierung	2016
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	173
Internetadresse	www.wanderbares-deutschland.de/wanderwege/qualitaetswege.htm?seite=1&pp=50
Zielgruppe	- Wanderwege
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	15%
Gesamt-Abdeckung in %	34%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	64%
B1 Transparenz	66%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	67%
B3 Anspruch an das Zertifikat	60%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	5%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	7%
C2 Ökologie	3%
C3 Sozio-Kultur	4%

TourCert - Zertifizierung für Reiseveranstalter



TourCert - Zertifizierung für Reiseveranstalter wird von der TourCert gGmbH getragen und seit 2009 vergeben. Dabei wird das Ziel verfolgt, die gesamte Geschäftstätigkeit eines Reiseveranstalters zu durchleuchten sowie die Nachhaltigkeitsleistungen transparent und überprüfbar zu machen. Neben Umweltaspekten werden verstärkt auch die sozialen Aspekte berücksichtigt.

(Bildquelle: TourCert gGmbH)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	TourCert gGmbH
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	01.06.2015
Erste Version	2009
Letzte Aktualisierung	01.06.2015
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	71
Internetadresse	http://www.tourcert.org/tourcert-zertifizierung/tourcert-fuer-reiseveranstalter.html
Zielgruppe	- Reiseveranstalter
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Nachhaltigkeitsausrichtung

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	5%
Gesamt-Abdeckung in %	84%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	91%
B1 Transparenz	92%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	95%
B3 Anspruch an das Zertifikat	87%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	76%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	78%
C2 Ökologie	59%
C3 Sozio-Kultur	92%

TourCert-Zertifizierung für Tourism Businesses



TourCert - Zertifizierung für Tourism Businesses wird von der TourCert gGmbH getragen und seit September 2016 als Zertifizierung angeboten. Dabei wird das Ziel verfolgt, Betrieben eine Zertifizierung für Nachhaltigkeit zu ermöglichen, die bisher den üblichen Sektoren nicht eindeutig zuzuordnen sind, aber trotzdem einen direkten Bezug zu Tourismus respektive zu bereits zertifizierten Tourismusbetrieben haben.

(Bildquelle: TourCert gGmbH)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	TourCert gGmbH
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	September 2016
Erste Version	September 2016
Letzte Aktualisierung	September 2016
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	0
Internetadresse	www.tourcert.org
Zielgruppe	- alle touristischen Betriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Nachhaltigkeitsausrichtung

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	15%
Gesamt-Abdeckung in %	74%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	85%
B1 Transparenz	68%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	95%
B3 Anspruch an das Zertifikat	92%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	63%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	67%
C2 Ökologie	48%
C3 Sozio-Kultur	72%

TourCert-Zertifizierung für Unterkünfte



TourCert - Zertifizierung für Unterkünfte wird von der TourCert gGmbH getragen und seit 2014 als Zertifizierung angeboten. Dabei wird das Ziel verfolgt, die ökologische und soziale Unternehmensverantwortung in Beherbergungsbetrieben zu fördern, indem die Nachhaltigkeitsleistungen transparent und überprüfbar gemacht werden. Ausgezeichnete Beherbergungsbetriebe verpflichten sich, die definierten Anforderungen in ihrem Kerngeschäft zu erfüllen und ihre Nachhaltigkeitsleistungen kontinuierlich zu verbessern.

(Bildquelle: TourCert gGmbH)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	TourCert gGmbH
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	Februar 2014
Erste Version	2013
Letzte Aktualisierung	Februar 2014
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	5
Internetadresse	http://www.tourcert.org/de/tourcert-zertifizierung/tourcert-fuer-hotels.html
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Nachhaltigkeitsausrichtung

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	5%
Gesamt-Abdeckung in %	82%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	93%
B1 Transparenz	92%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	95%
B3 Anspruch an das Zertifikat	92%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	70%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	76%
C2 Ökologie	63%
C3 Sozio-Kultur	72%

Travelife Gold certification



Travelife Gold certification wird von der Travelife Ltd. getragen und seit 2014 vergeben. Es handelt sich um eine internationale Zertifizierung. Es wird das Ziel verfolgt, die sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Bereiche zu verbessern. Um zertifiziert zu werden, ist eine Mitgliedschaft nötig.

(Bildquelle: www.travelife.org/Hotels/home.asp?noshow=1)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Travelife Ltd, Europäische Union (finanzielle Förderung im Rahmen der Eco-Innovation Initiative)
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	Typ 1, Beherbergungsbetriebe mit maximaler Gästeanzahl pro Nacht +160
Erste Version	April 2014
Letzte Aktualisierung	April 2014
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	ca. 800 weltweit, 5 in Dtl.
Internetadresse	www.travelife.org/Hotels/Home.asp
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe - (Reiseveranstalter)
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Nachhaltigkeitsausrichtung

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	20%
Gesamt-Abdeckung in %	76%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	84%
B1 Transparenz	80%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	90%
B3 Anspruch an das Zertifikat	82%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	67%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	51%
C2 Ökologie	61%
C3 Sozio-Kultur	90%

Tripadvisor Green Leaders



Tripadvisor Green Leaders oder Öko-Spitzenreiter wird von TripAdvisor Ltd getragen. TripAdvisor ist eine Touristikwebseite, wo Gäste ihre

Erfahrungsberichte über Reisen und Unterkünfte austauschen. Es wird das Ziel verfolgt, nachhaltige Geschäftspraktiken in Beherbergungsbetrieben zu fördern. Wird ein Betrieb von TripAdvisor hinsichtlich der Kriterienerfüllung bestätigt, ist es u. a. anhand eines Zeichens auf der eigenen Touristikwebseite für Reisende sichtbar.

(Bildquelle: <https://green.tripadvisor.de/survey/about>)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	TripAdvisor Ltd., UNEP – United Nations Environment Programme (Unterstützung bei Entwicklung), International Tourism Partnership (Unterstützung bei Entwicklung)
Teilnahme an der Befragung?	Nein
Berücksichtigte Version	nicht verifizierbar (Informationen zum Zertifikat abgerufen im 1. Quartal 2017)
Erste Version	nicht verifizierbar
Letzte Aktualisierung	nicht verifizierbar
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	nicht verifizierbar
Internetadresse	www.tripadvisor.de/GreenLeaders https://green.tripadvisor.de/survey/about
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	25%
Gesamt-Abdeckung in %	47%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	52%
B1 Transparenz	78%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	42%
B3 Anspruch an das Zertifikat	34%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	43%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	39%
C2 Ökologie	57%
C3 Sozio-Kultur	33%

Umweltgütesiegel Alpenvereinshütten



Das Umweltgütesiegel wird vom DAV - Deutscher Alpenverein e.V. getragen und seit 1994 vergeben. Dabei wird das Ziel verfolgt, dass ausgezeichnete Betriebe in der Alpenregion einen Beitrag zum Schutz und zur Bewahrung von Natur und Umwelt leisten. Beispielsweise müssen Betreiber einer Alpenverein-Hütte auf Energieeffizienz achten.

(Bildquelle:

www.alpenverein.de/huetten-wege-touren/huetten/huettenkampagnen/umweltschutz-auf-huetten_aid_10450.html)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	DAV Deutscher Alpenverein e.V, Kooperation mit dem OeAV (Österreichischen Alpenverein) und AVS (Alpenverein Südtirol)
Teilnahme an der Befragung?	Nein
Berücksichtigte Version	nicht verifizierbar (Informationen zum Zertifikat abgerufen im 1. Quartal 2017)
Erste Version	1994
Letzte Aktualisierung	nicht verifizierbar
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	58 in der Alpenregion, davon 11 in Dtl.
Internetadresse	www.alpenverein.de/huetten-wege-touren/huetten/huettenkampagnen/umweltschutz-auf-huetten_aid_10450.html
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe - Gastronomie
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	26%
Gesamt-Abdeckung in %	41%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	39%
B1 Transparenz	53%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	40%
B3 Anspruch an das Zertifikat	23%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	43%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	51%
C2 Ökologie	67%
C3 Sozio-Kultur	11%

Viabono - Kategorie Hotel



Viabono – Kategorie Hotel wird von der Viabono GmbH getragen und seit 2002 vergeben. Es wird das Ziel verfolgt, Betriebe aus dem Gastgewerbe auszuzeichnen, die umwelt- und klimafreundlich wirtschaften. Dabei zertifiziert Viabono neben Beherbergungsbetrieben auch Betriebe aus den Sektoren Gastronomie, Ferienwohnungen, Jugendunterkünfte und Campingplätze.

(Bildquelle: www.viabono.de/PhilosophieService/Infothek.aspx)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Viabono GmbH, Viabono Trägerverein e.V.
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	2016
Erste Version	2002
Letzte Aktualisierung	nicht verifizierbar
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	51
Internetadresse	www.viabono.de
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe (darüber hinaus bietet Viabono auch für andere touristische Sektoren Zertifikate an, die hier nicht betrachtet wurden)
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Umweltfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	18%
Gesamt-Abdeckung in %	57%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	79%
B1 Transparenz	88%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	71%
B3 Anspruch an das Zertifikat	79%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	35%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	38%
C2 Ökologie	45%
C3 Sozio-Kultur	22%

Wellness Stars Hotel



Wellness Stars Hotel wurde vom Heilbäderverband Baden-Württemberg e. V. über seine Tochter, die Heilbäder und Kurorte Marketing GmbH, entwickelt und wird von der Wellness Stars Deutschland GmbH seit 2004 vergeben. Dabei wird das Ziel verfolgt, die Qualität und Weiterentwicklung von Wellness und Medical Wellness-Angeboten zu verbessern und für Verbraucher sichtbar zu machen.

(Bildquelle: <https://www.wellness-stars.de/Wellness-Hotels>)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Wellness Stars Deutschland GmbH, Heilbäderverband Baden-Württemberg e. V. (Entwicklung)
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	2016
Erste Version	2004
Letzte Aktualisierung	2015
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	ca. 120
Internetadresse	www.wellness-stars.de
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Qualitätsfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	17%
Gesamt-Abdeckung in %	48%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	69%
B1 Transparenz	62%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	75%
B3 Anspruch an das Zertifikat	69%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	27%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	34%
C2 Ökologie	18%
C3 Sozio-Kultur	28%

Wellness-Baum (Wellnesshotels & Resorts GmbH)



Wellness-Baum wird von der Wellness-Hotels & Resorts GmbH getragen und seit 1997 vergeben. Dabei wird das Ziel verfolgt, anhand der definierten Qualitätskriterien Hotels im Vier- und Fünf-Sterne-Bereich hinsichtlich Servicequalität, Ausstattung, Hygiene im Spa- und Wellnessbereich sowie der Mitarbeiterqualifikation zu bewerten und auszuzeichnen.

(Bildquelle: www.bergleben.de/news/photo/599354/wellness-baum-id291852)

Eckdaten	
Zertifikat-Anbieter / Trägerorganisation(en) (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)	Wellness-Hotels & Resorts GmbH
Teilnahme an der Befragung?	Ja
Berücksichtigte Version	03/2016
Erste Version	1997
Letzte Aktualisierung	nicht verifizierbar
Anzahl der Nutzer (wenn nichts anderes angegeben: Stand 1. Quartal 2017)	ca. 80
Internetadresse	www.wellnesshotels-deutschland.de/wellness-baum-qualitaet/
Zielgruppe	- Beherbergungsbetriebe
Zertifikat-Typ (nach Einschätzung im Rahmen der Studie)	Qualitätsfokus

Auswertungsübersicht	
Prozentualer Anteil von „nicht verifizierten“ oder „nicht gefundenen Informationen“ (Mindestanforderung: Maximal 30%)	19%
Gesamt-Abdeckung in %	49%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	74%
B1 Transparenz	60%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	85%
B3 Anspruch an das Zertifikat	77%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	23%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	22%
C2 Ökologie	25%
C3 Sozio-Kultur	22%

Anhang 3 - Detailauswertung (in alphabetischer Reihenfolge inkl. Durchschnittswerten)

Kriterien	Bayerisches Umweltsiegel für das Gastgewerbe		
Mehrstufiges System?		Mehrstufig	
U. a. Zertifizierung der Zielgruppe Reiseveranstalter?		Kein Reisever.	
	Max. Werte	Erreichte Werte	%
Anteil in %: "Infos nicht verifizierbar" bzw. "Infos nicht gefunden"			2%
Gesamt-Abdeckung in %	74,50	31,44	39%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER	41,50	24,32	57%
B1 Transparenz	13,50	10,20	76%
B2 Vergabe- und Prüfsystem	17,00	10,50	62%
B3 Anspruch an das Zertifikat	11,00	3,62	33%
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER	33,00	7,13	22%
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	14,00	2,13	15%
C2 Ökologie	10,00	4,00	40%
C3 Sozio-Kultur	9,00	1,00	11%
B STRUKTURELLE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-ANBIETER			
B1 Transparenz	13,50	10,20	76%
B1.1 Rechtlicher Status	0,50	0,50	
B1.2 Organisationsstruktur und Steuerorgane	1,00	1,00	
B1.3 Vertragliche Regelungen	1,00	1,00	
B1.4 Verwendung von Zertifikaten und Kennzeichnung von zertifizierten Leistungen	2,00	1,20	
B1.5 Angabe der zu zertifizierenden Zielgruppe	1,00	1,00	
B1.6 Öffentliche Auflistung zertifizierter Leistungen	1,00	1,00	
B1.7 Offenlegung der Zertifizierungsinhalte	2,00	1,50	
B1.8 Offenlegung des Zertifizierungsverfahrens	2,00	1,00	
B1.9 Offenlegung der Anforderungen bei mehrstufigen Zertifikaten	1,00	1,00	
B1.10 Transparente Kostenstruktur	1,00	1,00	
B1.11 Beschwerdemanagement	1,00	0,00	
B2 Vergabe- und Prüfsystem	17,00	10,50	62%
B2.1 Neutralität und Unparteilichkeit	2,00	2,00	
B2.2 Standardisierte/s Prüfverfahren und Bewertungsmethodik	2,00	1,33	
B2.3 Prüfverfahren und Vergabedauer	2,00	2,00	
B2.4 Zwischenprüfungen	1,00	0,00	
B2.5 Einbeziehung von Interessensgruppen	1,00	0,00	
B2.6 Erstellung eines standardisierten Prüfberichts	1,00	0,00	
B2.7 Validierung der Prüfung	1,00	0,33	
B2.8 Unterstützung zur Zertifizierung	1,00	1,00	
B2.9 Regelungen zur Rezertifizierung und Beendigung der Zertifizierung	2,00	1,50	
B2.10 Einsatz von regelmäßig geprüften, geschulten und qualifizierten Auditoren / Prüfern	2,00	0,33	
B2.11 Unabhängigkeit der Prüfer	2,00	2,00	
B3 Anspruch an das Zertifikat	11,00	3,62	33%
B3.1 Bezug zu gesetzlichen Regelungen	1,00	0,67	
B3.2 Berücksichtigung aktueller Erkenntnisse	1,00	0,00	
B3.3 Art und Grad der Kriterienerfüllung	0,50	0,50	
B3.4 Berücksichtigung des Beschaffungswesens bzw. der Leistungskette	1,00	1,00	
B3.5 Wesentlichkeitsanalyse	1,00	0,00	
B3.6 Messbarkeit / Benchmarking	1,00	0,50	
B3.7 Bezugnahme auf andere Nachhaltigkeitssysteme	0,50	0,25	
B3.8 Messung der Wirkung des Zertifikats	1,00	0,00	
B3.9 Bewertung negativer Effekte	1,00	0,00	
B3.10 Zertifikatsetzungsprozesses	1,00	0,50	
B3.11 Revisionsprozesse	1,00	0,20	
B3.12 Schulung von Personal	1,00	0,00	
C - INHALTLICHE ANFORDERUNGEN AN ZERTIFIKAT-NUTZER			
C1 Corporate Governance / Unternehmensführung	14,00	2,13	15%
C1.1 Einhaltung gesetzlicher Regelungen und Pflichten	1,00	0,17	
C1.2 Nachhaltigkeitsstrategie	1,00	0,00	
C1.3 Leitbild zu verantwortungsbewusster Unternehmenspolitik	1,00	0,00	
C1.4 Mitarbeiterbeteiligung	1,00	0,00	
C1.5 Stakeholdermanagement	1,00	0,00	
C1.6 Einbeziehung in die Tourismusplanung in Destinationen	1,00	0,00	
C1.7 Faires Wettbewerbsumfeld	1,00	0,00	
C1.8 Verantwortungsvolle Bau- und Infrastrukturplanung	1,00	0,50	
C1.9 Nachhaltige Beschaffung	1,00	0,33	
C1.10 Nachhaltige Leistungskette	1,00	0,13	
C1.11 Nachhaltige Produktgestaltung	1,00	1,00	
C1.12 Messung und Maßnahmen zur Kundenzufriedenheit	1,00	0,00	
C1.13 Produktqualität und Produkteigenschaften	1,00	0,00	
C1.14 Verantwortungsvolles Marketing / Kommunikation	1,00	0,00	
C2 Ökologie	10,00	4,00	40%
C2.1 Management des Ressourcenverbrauchs und von Umweltauswirkungen	1,00	0,00	
C2.2 Verschmutzungs- und Schadstoffmanagement	1,00	0,00	
C2.3 Messung und Minimierung von Treibhausgasemissionen	1,00	0,00	
C2.4 Energiemanagement	1,00	1,00	
C2.5 Umweltschonende Mobilität	1,00	1,00	
C2.6 Klimaneutralität	1,00	0,00	
C2.7 Abfallmanagement	1,00	0,50	
C2.8 Wassermanagement	1,00	1,00	
C2.9 Schutz von Biodiversität	1,00	0,50	
C2.10 Anpassung an den Klimawandel	1,00	0,00	
C3 Sozio-Kultur	9,00	1,00	11%
C3.1 Arbeitnehmerfreundliche Arbeitsbedingungen	1,00	0,00	
C3.2 Chancengleichheit	1,00	0,00	
C3.3 Vermeidung von Diskriminierung und Belästigung	1,00	0,00	
C3.4 Berufliche Weiterentwicklung und Weiterbildung	1,00	0,00	
C3.5 Wahrung der Menschenrechte	1,00	0,00	
C3.6 Sicherheit und Gesundheit	1,00	0,00	
C3.7 Beitrag zum Gemeinwesen	1,00	0,00	
C3.8 Kulturelles Erbe / Identität	1,00	0,00	
C3.9 Lokale Wertschöpfung	1,00	1,00	

bett+bike			Bio Hotels			Blaue Flagge (Sportboothäfen)		
	Einstufig Kein Reisever.			Einstufig Kein Reisever.			Einstufig Kein Reisever.	
Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%
		10%			23%			23%
74,50	27,07	32%	73,50	43,61	55%	73,50	27,94	35%
41,50	24,61	57%	40,50	35,40	88%	40,50	21,65	51%
13,50	10,70	79%	12,50	10,10	81%	12,50	8,70	70%
17,00	10,83	64%	17,00	14,67	86%	17,00	10,50	62%
11,00	3,08	28%	11,00	10,63	97%	11,00	2,45	22%
33,00	2,46	6%	33,00	8,21	23%	33,00	6,29	20%
14,00	2,13	15%	14,00	4,96	35%	14,00	1,96	14%
10,00	0,33	3%	10,00	2,25	23%	10,00	2,83	28%
9,00	0,00	0%	9,00	1,00	11%	9,00	1,50	17%
13,50	10,70	79%	12,50	10,10	81%	12,50	8,70	70%
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	1,20		2,00	1,60		2,00	1,20	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	1,00	
2,00	1,00		2,00	0,50		2,00	1,00	
1,00	0,00							
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
17,00	10,83	64%	17,00	14,67	86%	17,00	10,50	62%
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	2,00	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	2,00	
2,00	1,00		2,00	1,00		2,00	2,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,67		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,67		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	0,83		2,00	1,33		2,00	0,83	
2,00	0,67		2,00	1,33		2,00	0,00	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	0,67	
11,00	3,08	28%	11,00	10,63	97%	11,00	2,45	22%
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
0,50	0,38		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,75	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
0,50	0,00		0,50	0,33		0,50	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,20		1,00	0,80		1,00	0,20	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
14,00	2,13	15%	14,00	4,96	35%	14,00	1,96	14%
1,00	0,00		1,00	0,33		1,00	0,33	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,13		1,00	0,13		1,00	0,13	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
10,00	0,33	3%	10,00	2,25	23%	10,00	2,83	28%
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	0,50	
1,00	0,33		1,00	0,00		1,00	0,33	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,25		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
9,00	0,00	0%	9,00	1,00	11%	9,00	1,50	17%
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	

Blaue Schwalbe			Certified Green Hotel			DEHOGA Umweltcheck		
	Einstufig Kein Reisever.			Mehrstufig Kein Reisever.			Mehrstufig Kein Reisever.	
Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%
73,50	13,24	18%	74,50	31,13	40%	74,50	29,16	37%
40,50	7,67	19%	41,50	19,13	42%	41,50	22,53	54%
12,50	3,00	24%	13,50	5,20	39%	13,50	10,70	79%
17,00	2,50	15%	17,00	11,83	70%	17,00	7,67	45%
11,00	2,17	20%	11,00	2,10	19%	11,00	4,17	38%
33,00	5,58	17%	33,00	12,00	38%	33,00	6,63	20%
14,00	1,83	13%	14,00	3,33	24%	14,00	2,63	19%
10,00	2,41	24%	10,00	4,67	47%	10,00	3,00	30%
9,00	1,33	15%	9,00	4,00	44%	9,00	1,00	11%
12,50	3,00	24%	13,50	5,20	39%	13,50	10,70	79%
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	0,00		2,00	0,20		2,00	1,20	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	0,50		2,00	0,50		2,00	2,00	
2,00	0,50		2,00	0,50		2,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
17,00	2,50	15%	17,00	11,83	70%	17,00	7,67	45%
2,00	1,00		2,00	1,50		2,00	1,00	
2,00	0,00		2,00	0,67		2,00	1,33	
2,00	1,00		2,00	2,00		2,00	1,50	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,67		1,00	0,67	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	0,00		2,00	2,00		2,00	1,17	
2,00	0,00		2,00	1,00		2,00	0,00	
2,00	0,00		2,00	2,00		2,00	0,00	
11,00	2,17	20%	11,00	2,10	19%	11,00	4,17	38%
1,00	0,67		1,00	0,00		1,00	0,67	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,75	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
0,50	0,00		0,50	0,00		0,50	0,25	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,60		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
14,00	1,83	13%	14,00	3,33	24%	14,00	2,63	19%
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,17	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,33		1,00	0,33		1,00	0,33	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,13	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
10,00	2,41	24%	10,00	4,67	47%	10,00	3,00	30%
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	0,33		1,00	0,67		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,33		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	0,25		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
9,00	1,33	15%	9,00	4,00	44%	9,00	1,00	11%
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,33		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	

Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)			DGNB			DIN EN ISO 14001		
	Einstufig Reiseveranstalter			Mehrstufig Kein Reisever.			Einstufig Reiseveranstalter	
Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%
		11%			34%			24%
76,50	39,95	54%	74,50	38,99	48%	76,50	41,06	53%
41,50	20,28	51%	41,50	25,87	60%	41,50	28,23	66%
12,50	8,30	66%	13,50	8,20	61%	12,50	9,15	73%
17,00	5,17	30%	17,00	12,83	75%	17,00	13,33	78%
12,00	6,82	57%	11,00	4,83	44%	12,00	5,74	48%
35,00	19,67	58%	33,00	13,12	35%	35,00	12,83	39%
15,00	7,17	48%	14,00	8,79	63%	15,00	3,83	26%
10,00	5,50	55%	10,00	4,33	43%	10,00	7,50	75%
10,00	7,00	70%	9,00	0,00	0%	10,00	1,50	15%
12,50	8,30	66%	13,50	8,20	61%	12,50	9,15	73%
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	0,75	
2,00	0,80		2,00	1,20		2,00	1,40	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
2,00	2,00		2,00	0,50		2,00	1,50	
2,00	1,00		2,00	0,50		2,00	2,00	
			1,00	1,00				
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
17,00	5,17	30%	17,00	12,83	75%	17,00	13,33	78%
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	2,00	
2,00	0,67		2,00	2,00		2,00	2,00	
2,00	0,50		2,00	1,00		2,00	2,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,33		1,00	1,00		1,00	0,33	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	0,00		2,00	0,83		2,00	1,00	
2,00	0,00		2,00	2,00		2,00	0,00	
2,00	0,67		2,00	2,00		2,00	2,00	
12,00	6,82	57%	11,00	4,83	44%	12,00	5,74	48%
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
2,00	1,33		1,00	1,00		2,00	1,33	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	0,38	
0,50	0,25		0,50	0,00		0,50	0,33	
1,00	0,33		1,00	0,33		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	0,80	
1,00	0,40		1,00	0,00		1,00	0,40	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
15,00	7,17	48%	14,00	8,79	63%	15,00	3,83	26%
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,17	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,75		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,67		1,00	0,67		1,00	0,67	
2,00	1,50		1,00	0,38		2,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	0,00	
10,00	7,00	70%	9,00	0,00	0%	10,00	1,50	15%
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
2,00	2,00		1,00	0,00		2,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	

Ecocamping - Klimafreundlicher Betrieb für Campingplätze			Ecocamping - Management für Campingplätze			Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) mit Referenzdokument		
	Einstufig Kein Reisever.			Einstufig Kein Reisever.			Einstufig Reiseveranstalter	
Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%
		19%			50%			1%
73,50	35,98	48%	73,50	22,45	29%	76,50	49,47	63%
40,50	23,57	58%	40,50	13,28	31%	41,50	31,63	76%
12,50	9,40	75%	12,50	6,20	50%	12,50	10,10	81%
17,00	9,33	55%	17,00	6,17	36%	17,00	13,00	76%
11,00	4,83	44%	11,00	0,92	8%	12,00	8,53	71%
33,00	12,42	39%	33,00	9,17	26%	35,00	17,83	50%
14,00	3,75	27%	14,00	4,83	35%	15,00	8,42	56%
10,00	6,67	67%	10,00	4,33	43%	10,00	7,92	79%
9,00	2,00	22%	9,00	0,00	0%	10,00	1,50	15%
12,50	9,40	75%	12,50	6,20	50%	12,50	10,10	81%
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	0,50	
2,00	1,40		2,00	1,20		2,00	1,60	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	1,00		2,00	0,50		2,00	2,00	
2,00	1,00		2,00	0,50		2,00	2,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,50	
17,00	9,33	55%	17,00	6,17	36%	17,00	13,00	76%
2,00	1,00		2,00	2,00		2,00	1,00	
2,00	1,33		2,00	0,00		2,00	1,33	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	2,00	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,67		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	2,00		2,00	0,00		2,00	2,00	
2,00	0,00		2,00	0,00		2,00	0,67	
2,00	0,00		2,00	0,00		2,00	2,00	
11,00	4,83	44%	11,00	0,92	8%	12,00	8,53	71%
1,00	1,00		1,00	0,67		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
0,50	0,50		0,50	0,00		0,50	0,50	
1,00	1,00		1,00	0,00		2,00	1,33	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
0,50	0,33		0,50	0,25		0,50	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,80	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,90	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
14,00	3,75	27%	14,00	4,83	35%	15,00	8,42	56%
1,00	0,17		1,00	0,33		1,00	0,67	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,75		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,33		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		2,00	0,25	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
10,00	6,67	67%	10,00	4,33	43%	10,00	7,92	79%
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,67		1,00	0,33		1,00	0,67	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,75	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
9,00	2,00	22%	9,00	0,00	0%	10,00	1,50	15%
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		2,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	

ehc = eco hotels certified			EU Ecolabel (Beherbergungsbetriebe, Campingdienste)			Gesicherte Nachhaltigkeit - Prüfsiegel (di-no.eu)		
	Mehrstufig Kein Reisever.			Einstufig Kein Reisever.			Einstufig Reiseveranstalter	
Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%
		22%			5%			80%
74,50	32,76	42%	73,50	47,43	62%	76,50	62,03	81%
41,50	26,13	64%	40,50	29,52	72%	41,50	29,37	70%
13,50	6,70	50%	12,50	11,20	90%	12,50	4,40	35%
17,00	10,33	61%	17,00	12,17	72%	17,00	13,67	80%
11,00	9,10	83%	11,00	6,15	56%	12,00	11,30	94%
33,00	6,62	20%	33,00	17,92	52%	35,00	32,67	93%
14,00	2,46	18%	14,00	8,58	61%	15,00	14,42	96%
10,00	4,17	42%	10,00	7,83	78%	10,00	8,25	83%
9,00	0,00	0%	9,00	1,50	17%	10,00	10,00	100%
13,50	6,70	50%	12,50	11,20	90%	12,50	4,40	35%
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	1,20		2,00	1,20		2,00	1,40	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
2,00	1,00		2,00	2,00		2,00	0,00	
2,00	0,50		2,00	2,00		2,00	0,00	
1,00	0,00							
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	1,00	
17,00	10,33	61%	17,00	12,17	72%	17,00	13,67	80%
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	2,00	
2,00	2,00		2,00	1,33		2,00	2,00	
2,00	1,00		2,00	2,00		2,00	2,00	
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	0,50	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,67		1,00	1,00		1,00	0,33	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	1,67		2,00	2,00		2,00	1,83	
2,00	0,00		2,00	0,33		2,00	1,33	
2,00	0,00		2,00	2,00		2,00	0,67	
11,00	9,10	83%	11,00	6,15	56%	12,00	11,30	94%
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	0,50		1,00	0,75		2,00	1,67	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,75		1,00	1,00	
0,50	0,00		0,50	0,25		0,50	0,33	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	0,90		1,00	1,00	
1,00	0,60		1,00	1,00		1,00	0,80	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
14,00	2,46	18%	14,00	8,58	61%	15,00	14,42	96%
1,00	0,33		1,00	0,67		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,75	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,67		1,00	0,67		1,00	1,00	
1,00	0,13		1,00	0,25		2,00	2,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,33		1,00	0,00		1,00	0,67	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
10,00	4,17	42%	10,00	7,83	78%	10,00	8,25	83%
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,67		1,00	0,33		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,75	
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	0,50	
9,00	0,00	0%	9,00	1,50	17%	10,00	10,00	100%
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		2,00	2,00	
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	

Green Globe Standard – Hotels & Resorts			Green Key			Green Pearls		
	Mehrstufig Kein Reisever.			Einstufig Kein Reisever.			Einstufig Kein Reisever.	
Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%
		19%			21%			17%
74,50	50,80	69%	73,50	47,57	63%	73,50	34,73	48%
41,50	26,71	63%	40,50	31,36	77%	40,50	18,19	45%
13,50	10,20	76%	12,50	10,50	84%	12,50	6,00	48%
17,00	11,33	67%	17,00	13,00	76%	17,00	7,08	42%
11,00	5,18	47%	11,00	7,86	71%	11,00	5,11	46%
33,00	24,09	75%	33,00	16,21	49%	33,00	16,54	51%
14,00	8,92	64%	14,00	7,13	51%	14,00	6,04	43%
10,00	7,16	72%	10,00	5,58	56%	10,00	5,00	50%
9,00	8,00	89%	9,00	3,50	39%	9,00	5,50	61%
13,50	10,20	76%	12,50	10,50	84%	12,50	6,00	48%
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,50	
2,00	1,20		2,00	2,00		2,00	2,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	1,50		2,00	1,00		2,00	1,00	
2,00	0,50		2,00	1,00		2,00	0,00	
1,00	1,00							
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
17,00	11,33	67%	17,00	13,00	76%	17,00	7,08	42%
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	1,50	
2,00	1,33		2,00	2,00		2,00	1,33	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,33		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,25	
2,00	1,67		2,00	2,00		2,00	1,50	
2,00	0,67		2,00	1,33		2,00	0,33	
2,00	1,33		2,00	0,67		2,00	0,67	
11,00	5,18	47%	11,00	7,86	71%	11,00	5,11	46%
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,67	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
0,50	0,50		0,50	0,38		0,50	0,38	
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	0,75	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,63		1,00	0,50		1,00	0,00	
0,50	0,25		0,50	0,08		0,50	0,25	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,67	
1,00	0,60		1,00	0,80		1,00	0,00	
1,00	0,20		1,00	0,60		1,00	0,40	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
14,00	8,92	64%	14,00	7,13	51%	14,00	6,04	43%
1,00	0,88		1,00	0,50		1,00	0,67	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,88		1,00	0,63		1,00	0,38	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,67		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
10,00	7,16	72%	10,00	5,58	56%	10,00	5,00	50%
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	0,50	
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,33		1,00	0,33		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,83		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,25		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
9,00	8,00	89%	9,00	3,50	39%	9,00	5,50	61%
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	

Green Sign / InfraCert			Ökoprofit			Partner der Nationalen Naturlandschaften		
	Mehrstufig Kein Reisever.			Einstufig Kein Reisever.			Einstufig Kein Reisever.	
Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%
		18%			14%			4%
74,50	56,68	75%	73,50	38,74	50%	73,50	26,18	33%
41,50	35,77	87%	40,50	24,24	56%	40,50	18,77	45%
13,50	12,00	89%	12,50	5,60	45%	12,50	7,60	61%
17,00	13,93	82%	17,00	14,00	82%	17,00	8,67	51%
11,00	9,83	89%	11,00	4,64	42%	11,00	2,50	23%
33,00	20,91	64%	33,00	14,50	44%	33,00	7,42	21%
14,00	8,58	61%	14,00	5,67	40%	14,00	4,33	31%
10,00	6,00	60%	10,00	4,83	48%	10,00	1,08	11%
9,00	6,33	70%	9,00	4,00	44%	9,00	2,00	22%
13,50	12,00	89%	12,50	5,60	45%	12,50	7,60	61%
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	1,00	
2,00	2,00		2,00	1,60		2,00	1,60	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
2,00	1,50		2,00	0,50		2,00	1,00	
2,00	2,00		2,00	0,50		2,00	1,00	
1,00	0,00							
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
17,00	13,93	82%	17,00	14,00	82%	17,00	8,67	51%
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	2,00	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	0,67	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,67		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	1,83		2,00	1,00		2,00	0,00	
2,00	1,77		2,00	1,00		2,00	0,00	
2,00	0,67		2,00	2,00		2,00	2,00	
11,00	9,83	89%	11,00	4,64	42%	11,00	2,50	23%
1,00	1,00		1,00	0,33		1,00	0,67	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	0,75		1,00	0,50		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,75		1,00	0,38		1,00	0,00	
0,50	0,33		0,50	0,00		0,50	0,50	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,33	
1,00	1,00		1,00	0,33		1,00	0,00	
1,00	0,70		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,80		1,00	0,60		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
14,00	8,58	61%	14,00	5,67	40%	14,00	4,33	31%
1,00	0,67		1,00	0,50		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,33		1,00	0,67		1,00	0,00	
1,00	0,75		1,00	0,50		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,33		1,00	0,00		1,00	0,33	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
10,00	6,00	60%	10,00	4,83	48%	10,00	1,08	11%
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,33		1,00	0,33	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,25	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,00	
9,00	6,33	70%	9,00	4,00	44%	9,00	2,00	22%
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	0,33		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	

Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland			Qualitätsmanagement Golf & Natur			Qualitätsmanagement Wassertourismus (QMW) Kanu		
	Einstufig Kein Reisever.			Mehrstufig Kein Reisever.			Einstufig Reiseveranstalter	
Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%
		12%			33%			21%
73,50	29,88	38%	74,50	32,41	42%	76,50	26,87	32%
40,50	26,38	65%	41,50	20,03	46%	41,50	19,20	45%
12,50	8,10	65%	13,50	7,70	57%	12,50	8,70	70%
17,00	11,67	69%	17,00	9,33	55%	17,00	8,67	51%
11,00	6,62	60%	11,00	3,00	27%	12,00	1,83	15%
33,00	3,50	12%	33,00	12,37	38%	35,00	7,66	19%
14,00	0,83	6%	14,00	4,88	35%	15,00	5,67	38%
10,00	0,33	3%	10,00	4,83	48%	10,00	1,00	10%
9,00	2,33	26%	9,00	2,66	30%	10,00	1,00	10%
12,50	8,10	65%	13,50	7,70	57%	12,50	8,70	70%
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	1,00	
2,00	1,60		2,00	1,20		2,00	1,20	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	1,00		2,00	0,50		2,00	1,00	
2,00	1,00		2,00	1,00		2,00	1,00	
			1,00	0,00				
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,00	
17,00	11,67	69%	17,00	9,33	55%	17,00	8,67	51%
2,00	2,00		2,00	1,50		2,00	2,00	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	0,67	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	2,00	
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,67	
1,00	0,00		1,00	0,33		1,00	0,33	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	2,00		2,00	0,00		2,00	0,33	
2,00	0,67		2,00	0,00		2,00	0,33	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	1,33	
11,00	6,62	60%	11,00	3,00	27%	12,00	1,83	15%
1,00	0,67		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	0,50		1,00	0,00		2,00	0,33	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	0,00	
0,50	0,25		0,50	0,00		0,50	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,70		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
14,00	0,83	6%	14,00	4,88	35%	15,00	5,67	38%
1,00	0,00		1,00	0,88		1,00	0,33	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,33		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		2,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,33	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
10,00	0,33	3%	10,00	4,83	48%	10,00	1,00	10%
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,33		1,00	0,00		1,00	0,33	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,83		1,00	0,17	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
9,00	2,33	26%	9,00	2,66	30%	10,00	1,00	10%
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		2,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,33		1,00	0,66		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	

Qualitätsoffensive Naturparke / Qualitäts-Naturpark			Qualitätsweg Wanderbares Deutschland			TourCert - Zertifizierung für Reiseveranstalter		
	Mehrstufig Kein Reisever.			Einstufig Kein Reisever.			Einstufig Reiseveranstalter	
Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%
		7%			15%			5%
74,50	41,80	54%	73,00	27,50	34%	76,50	64,78	84%
41,50	26,38	63%	40,00	25,83	64%	41,50	38,03	91%
13,50	9,70	72%	12,50	8,20	66%	12,50	11,50	92%
17,00	10,33	61%	17,00	11,33	67%	17,00	16,10	95%
11,00	6,35	58%	10,50	6,30	60%	12,00	10,43	87%
33,00	15,42	45%	33,00	1,66	5%	35,00	26,74	76%
14,00	8,33	60%	14,00	1,00	7%	15,00	11,67	78%
10,00	4,08	41%	10,00	0,33	3%	10,00	5,92	59%
9,00	3,00	33%	9,00	0,33	4%	10,00	9,16	92%
13,50	9,70	72%	12,50	8,20	66%	12,50	11,50	92%
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	1,20		2,00	1,20		2,00	2,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	1,50		2,00	1,00		2,00	2,00	
2,00	1,50		2,00	1,00		2,00	2,00	
1,00	1,00							
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	1,00	
17,00	10,33	61%	17,00	11,33	67%	17,00	16,10	95%
2,00	1,00		2,00	2,00		2,00	2,00	
2,00	1,33		2,00	2,00		2,00	2,00	
2,00	1,50		2,00	2,00		2,00	2,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,67		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	0,67		2,00	2,00		2,00	2,00	
2,00	1,33		2,00	0,67		2,00	1,77	
2,00	1,33		2,00	0,67		2,00	1,33	
11,00	6,35	58%	10,50	6,30	60%	12,00	10,43	87%
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	0,25		0,50	0,00		2,00	1,33	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
0,50	0,00		0,50	0,00		0,50	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,80		1,00	0,80		1,00	0,80	
1,00	0,80		1,00	1,00		1,00	0,80	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
14,00	8,33	60%	14,00	1,00	7%	15,00	11,67	78%
1,00	0,17		1,00	0,17		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,33		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		2,00	2,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,33		1,00	0,33		1,00	0,67	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
10,00	4,08	41%	10,00	0,33	3%	10,00	5,92	59%
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,33		1,00	0,33		1,00	0,67	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,75		1,00	0,00		1,00	0,75	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
9,00	3,00	33%	9,00	0,33	4%	10,00	9,16	92%
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		2,00	2,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,33		1,00	0,66	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	

TourCert-Zertifizierung für Tourism Businesses			TourCert-Zertifizierung für Unterkünfte			Travelife Gold certification		
	Einstufig Kein Reisever.			Einstufig Kein Reisever.			Einstufig Reiseveranstalter	
Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%
		15%			5%			20%
73,50	55,45	74%	73,50	61,12	82%	76,50	57,87	76%
40,50	34,70	85%	40,50	37,70	93%	41,50	35,12	84%
12,50	8,50	68%	12,50	11,50	92%	12,50	10,00	80%
17,00	16,10	95%	17,00	16,10	95%	17,00	15,27	90%
11,00	10,10	92%	11,00	10,10	92%	12,00	9,85	82%
33,00	20,75	63%	33,00	23,42	70%	35,00	22,75	67%
14,00	9,42	67%	14,00	10,67	76%	15,00	7,67	51%
10,00	4,83	48%	10,00	6,25	63%	10,00	6,08	61%
9,00	6,50	72%	9,00	6,50	72%	10,00	9,00	90%
12,50	8,50	68%	12,50	11,50	92%	12,50	10,00	80%
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	2,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	1,00		2,00	2,00		2,00	2,00	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,67	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	1,83	
2,00	1,77		2,00	1,77		2,00	1,77	
2,00	1,33		2,00	1,33		2,00	2,00	
11,00	10,10	92%	11,00	10,10	92%	12,00	9,85	82%
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		2,00	0,67	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,75	
0,50	0,00		0,50	0,00		0,50	0,33	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,80		1,00	0,80		1,00	0,80	
1,00	0,80		1,00	0,80		1,00	0,80	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
14,00	9,42	67%	14,00	10,67	76%	15,00	7,67	51%
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,67	
1,00	0,75		1,00	1,00		2,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,67		1,00	0,67		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
10,00	4,83	48%	10,00	6,25	63%	10,00	6,08	61%
1,00	1,00		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,33		1,00	1,00		1,00	0,33	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,25		1,00	0,75	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
9,00	6,50	72%	9,00	6,50	72%	10,00	9,00	90%
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		2,00	2,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	

Tripadvisor Green Leaders			Umweltgütesiegel Alpenvereinshütten			Viabono - Kategorie Hotel		
	Mehrstufig Kein Reisever.			Einstufig Kein Reisever.			Einstufig Kein Reisever.	
Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%
		25%			26%			18%
74,50	35,61	47%	73,50	30,72	41%	73,50	43,46	57%
41,50	21,48	52%	40,50	15,93	39%	40,50	31,67	79%
13,50	10,55	78%	12,50	6,60	53%	12,50	11,00	88%
17,00	7,17	42%	17,00	6,83	40%	17,00	12,00	71%
11,00	3,77	34%	11,00	2,50	23%	11,00	8,67	79%
33,00	14,12	43%	33,00	14,79	43%	33,00	11,79	35%
14,00	5,46	39%	14,00	7,13	51%	14,00	5,29	38%
10,00	5,67	57%	10,00	6,67	67%	10,00	4,50	45%
9,00	3,00	33%	9,00	1,00	11%	9,00	2,00	22%
13,50	10,55	78%	12,50	6,60	53%	12,50	11,00	88%
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	1,00	
1,00	0,75		1,00	0,50		1,00	1,00	
2,00	0,80		2,00	1,60		2,00	2,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	2,00		2,00	1,00		2,00	1,50	
2,00	1,00		2,00	0,50		2,00	1,00	
1,00	1,00							
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
17,00	7,17	42%	17,00	6,83	40%	17,00	12,00	71%
2,00	1,00		2,00	1,00		2,00	1,50	
2,00	1,33		2,00	1,33		2,00	2,00	
2,00	1,00		2,00	1,50		2,00	1,50	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,67		1,00	0,33	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
2,00	0,00		2,00	0,67		2,00	2,00	
2,00	0,00		2,00	0,00		2,00	0,33	
2,00	1,33		2,00	0,67		2,00	1,33	
11,00	3,77	34%	11,00	2,50	23%	11,00	8,67	79%
1,00	0,67		1,00	1,00		1,00	0,67	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,50	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	0,75	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,75		1,00	0,50		1,00	1,00	
0,50	0,25		0,50	0,00		0,50	0,25	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,33	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,67	
1,00	0,10		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
14,00	5,46	39%	14,00	7,13	51%	14,00	5,29	38%
1,00	0,17		1,00	0,50		1,00	0,50	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	0,00	
1,00	0,67		1,00	1,00		1,00	0,67	
1,00	0,13		1,00	0,13		1,00	0,13	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
10,00	5,67	57%	10,00	6,67	67%	10,00	4,50	45%
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,00	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	0,50	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,67		1,00	0,67		1,00	0,33	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,67	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
9,00	3,00	33%	9,00	1,00	11%	9,00	2,00	22%
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	1,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,00	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	1,00	

Wellness Stars Hotel			Wellness-Baum (Wellnesshotels & Resorts GmbH)			Durchschnitt		
	Mehrstufig Kein Reisever.			Einstufig Kein Reisever.				
Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%	Max. Werte	Erreichte Werte	%
		17%			19%			19%
74,50	37,74	48%	73,50	38,07	49%	74,40	39,21	51%
41,50	28,70	69%	40,50	30,48	74%	41,01	25,83	62%
13,50	8,40	62%	12,50	7,55	60%	12,83	8,67	68%
17,00	12,67	75%	17,00	14,50	85%	17,00	11,13	65%
11,00	7,63	69%	11,00	8,43	77%	11,18	6,03	54%
33,00	9,04	27%	33,00	7,58	23%	33,39	13,38	40%
14,00	4,71	34%	14,00	3,08	22%	14,19	5,77	40%
10,00	1,83	18%	10,00	2,50	25%	10,00	4,46	45%
9,00	2,50	28%	9,00	2,00	22%	9,19	3,16	34%
13,50	8,40	62%	12,50	7,55	60%	12,83	8,67	68%
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,49	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	0,76	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	0,78	
2,00	1,40		2,00	1,80		2,00	1,40	
1,00	1,00		1,00	0,75		1,00	0,90	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,86	
2,00	1,00		2,00	1,50		2,00	1,26	
2,00	1,00		2,00	0,50		2,00	0,99	
1,00	1,00					1,00	0,67	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,57	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,44	
17,00	12,67	75%	17,00	14,50	85%	17,00	11,13	65%
2,00	2,00		2,00	1,50		2,00	1,74	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	1,56	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	1,68	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,38	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,42	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,62	
1,00	0,67		1,00	0,67		1,00	0,56	
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	0,90	
2,00	2,00		2,00	1,83		2,00	1,29	
2,00	1,00		2,00	2,00		2,00	0,73	
2,00	2,00		2,00	2,00		2,00	1,28	
11,00	7,63	69%	11,00	8,43	77%	11,18	6,03	54%
1,00	0,67		1,00	1,00		1,00	0,83	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,72	
0,50	0,50		0,50	0,50		0,50	0,48	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,18	0,72	
1,00	0,50		1,00	1,00		1,00	0,51	
1,00	0,25		1,00	0,25		1,00	0,51	
0,50	0,25		0,50	0,25		0,50	0,16	
1,00	0,67		1,00	1,00		1,00	0,31	
1,00	1,00		1,00	0,33		1,00	0,36	
1,00	0,90		1,00	0,80		1,00	0,47	
1,00	0,40		1,00	0,80		1,00	0,47	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,50	
14,00	4,71	34%	14,00	3,08	22%	14,19	5,77	40%
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	0,48	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,42	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,53	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,64	
1,00	0,75		1,00	0,00		1,00	0,38	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,22	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,19	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,33	
1,00	0,33		1,00	0,33		1,00	0,54	
1,00	0,13		1,00	0,25		1,19	0,37	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,69	
1,00	1,00		1,00	0,00		1,00	0,23	
1,00	0,00		1,00	1,00		1,00	0,44	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,31	
10,00	1,83	18%	10,00	2,50	25%	10,00	4,46	45%
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	0,63	
1,00	0,00		1,00	0,50		1,00	0,47	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,50	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	0,69	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,43	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,10	
1,00	0,33		1,00	0,50		1,00	0,64	
1,00	0,50		1,00	0,50		1,00	0,63	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,31	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,07	
9,00	2,50	28%	9,00	2,00	22%	9,19	3,16	34%
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,22	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,22	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,17	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,56	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,19	0,36	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,35	
1,00	0,50		1,00	0,00		1,00	0,40	
1,00	0,00		1,00	0,00		1,00	0,21	
1,00	1,00		1,00	1,00		1,00	0,67	