

ARBEITSMATERIAL 1.1

Die eigenen Nachhaltigkeitsaussagen prüfen

Abschnitt 1.1 · Das grüne Etikett: was eine Nachhaltigkeitsaussage tragen muss

Modellfall im Buch: Bregenz

LEITFRAGE

Wenn ein Kunde morgen jedes Wort über Nachhaltigkeit in Ihrem Angebot streicht und fragt, welches System dahintersteht: Was legen Sie ihm vor? Und was stünde in Ihrem Hof, wenn er um drei Uhr nachts nachsähe?

Dieses Blatt gibt das Arbeitsmaterial des Abschnitts in bearbeitbarer Form wieder. Die Texte stammen aus dem Buch; die leeren Spalten sind für die Angaben des eigenen Hauses bestimmt.

Das Werkzeug: Fünf Arten, über die eigene Nachhaltigkeit zu sprechen

Art der Aussage	Was sie trägt	Wer sie prüfen kann
Werbewort wie «grün» oder «klimafreundlich»	nur das Wort	niemand
Einzelbeleg, etwa regionale Lieferanten mit Zeitraum	eine Tatsache für einen Zeitraum	der Kunde, mit Einsicht in die Belege
Selbsterklärung der Konformität nach ISO 20121	das System im festgelegten Anwendungsbereich	der Kunde, mit Einsicht in die Unterlagen
Bestätigung durch einen Kunden	das System, vom Kunden geprüft	der Kunde, der bestätigt hat
Zertifikat einer Zertifizierungsstelle	das System, von einem Dritten geprüft	jeder, der Anwendungsbereich und Stelle kennt

Praktische Anwendung: die eigenen Nachhaltigkeitsaussagen in sieben Schritten prüfen

- 1. Alle Aussagen sammeln.** Website, Angebotsvorlagen, Bankettmappe, Hochzeitsbroschüre, Schilder im Haus, Antworten auf Ausschreibungen, Beiträge in sozialen Medien. Jede Aussage über Umwelt, Klima, Regionalität oder Soziales kommt in eine Liste, mit Fundort.
- 2. Jeder Aussage einen Beleg zuordnen.** Welches Papier zeigt die Tatsache, für welchen Zeitraum, und wer hat es? Aussagen ohne Beleg werden gestrichen oder so umgeschrieben, dass sie genau das sagen, was belegt ist.
- 3. Teil und Ganzes trennen.** Gilt die Aussage dem Saal, der Küche, dem Haus oder der ganzen Veranstaltung? Jede Aussage nennt ihre Reichweite. Aussagen über die ganze Veranstaltung macht nur, wer sie veranstaltet.
- 4. Kompensation nicht als Eigenschaft verkaufen.** Keine Leistung wird wegen gekaufter Zertifikate klimaneutral genannt. Wer Klimaprojekte unterstützt, beschreibt den Beitrag als solchen und trennt ihn von dem, was im Haus gemessen wird.
- 5. Die eigene Rolle nennen.** In jedem Angebot steht, ob das Haus Veranstaltungsort und Lieferant ist oder selbst veranstaltet. Daraus folgt, wofür es sprechen kann.
- 6. Eine Freigabe bestimmen.** Neue Vorlagen und Texte mit Nachhaltigkeitsaussagen gibt eine benannte Person frei, die nicht schreibt, sondern prüft. Die Regel dafür beschließt die Eigentümerschaft (2.9).
- 7. Dem Kunden die Lage schriftlich geben.** Was das Haus belegen kann, mit Belegen; was es nicht kann, als offen benannt; ob und bis wann es ein System nach ISO 20121 aufbaut.

Umsetzung im eigenen Haus

Schritt	Verantwortlich	Termin	Erledigt
1. Alle Aussagen sammeln			
2. Jeder Aussage einen Beleg zuordnen			
3. Teil und Ganzes trennen			
4. Kompensation nicht als Eigenschaft verkaufen			
5. Die eigene Rolle nennen			
6. Eine Freigabe bestimmen			
7. Dem Kunden die Lage schriftlich geben			

Prüf-Checkliste

Frage	Ja	Nein	Nachweis / Bemerkung
Haben wir eine vollständige Liste unserer Nachhaltigkeitsaussagen, mit Fundort?			
Gibt es zu jeder Aussage einen Beleg mit Zeitraum?			
Sagt jede Aussage, ob sie für Saal, Küche, Haus oder die ganze Veranstaltung gilt?			
Verzichten wir auf jede Aussage, eine Leistung sei durch Kompensation klimaneutral?			
Verwenden wir Siegel und Zeichen nur, wenn wir sie tatsächlich führen dürfen?			
Steht in jedem Angebot, welche Rolle das Haus bei der Veranstaltung hat?			
Gibt eine benannte Person unsere Texte frei, bevor sie nach außen gehen?			
Lesen wir, was nach einem Fest im Hof steht, und wer schreibt es auf?			

Häufige Fehler

- **Das Wort tauschen und die Aussage behalten.** Auch «klimafreundlich» ist eine allgemeine Umweltaussage und braucht gegenüber Verbrauchern eine anerkannte hervorragende Umweltleistung.
- **Für die ganze Veranstaltung sprechen.** Das Haus ist meist Lieferant; über Anreise und Programm entscheidet ein anderer.
- **Kompensation als Ergebnis verkaufen.** Im Haus ändert sich nichts, und die Aussage ist gegenüber Verbrauchern für Produkte nicht mehr zulässig.
- **Fremde Zeichen und Begriffe ausleihen.** Ein Kunde liest «Green Meeting» als Hinweis auf ein Umweltzeichen, das das Haus nicht hat.
- **Die Veranstaltung zertifizieren wollen.** Zertifiziert werden kann nur das System, mit dem das Haus Veranstaltungen plant und durchführt.
- **Die Texte dem Verkauf allein überlassen.** Was das Haus öffentlich verspricht, muss oben freigegeben werden.

Modellrechnung

Modellannahme, kein belegter Branchenwert

Posten	Betrag	Anmerkung	Eigener Wert
Auftragswert des Kongresses	€ 124.000	Säle, Verpflegung, Abendessen, 240 Zimmernächte	
Bisherige Kompensation: 300 Teilnehmer zu € 4	€ 1.200	je Tagung; im Haus wird damit nichts gemessen	
Sammeln und Prüfen aller Aussagen	24 Stunden	einmalig, Leiterin Bankett und Veranstaltungen	
Belege der Küche für zwölf Monate ordnen	10 Stunden	einmalig, Küchenchef	
Rundgänge des Nachtportiers als Formular	2 Stunden	einmalig; danach je Veranstaltung wenige Minuten	
Antwort an den Kunden und Entscheidungsvorlage	8 Stunden	einmalig, Direktor und Eigentümerin	

Vierundvierzig Stunden eigener Arbeit stehen gegen einen Auftrag von 124.000 Euro und gegen die Frage, ob der Verband dem Haus künftig glaubt.

Was verlangt ist, und was nur Anleitung ist

Verlangt (Norm)	Was es im Hotel belegt	Nur Anhang oder Methode
Keine Kommunikation, die über tatsächliche Auswirkungen irreführt (7.4)	jede Angebotsvorlage mit Beleg und Freigabe	Methode: Liste zugelassener Formulierungen
Festlegen, was, wann, mit wem und wie kommuniziert wird (7.4)	ein Blatt mit Zuständigkeit und Freigabebeweg	Bericht nach Veranstaltungen (C.3)
Anwendungsbereich als dokumentierte Information (4.3)	eine Seite: welche Leistungen, welche Veranstaltungen	Beispiele für Grenzen (A.5)
Leitprinzipien im Leitbild (4.5)	unterzeichnetes Leitbild	Reifegradmatrix (Tabelle A.5)
Lehren aus jeder Veranstaltung ermitteln (9.1 c)	Protokoll der Nachbesprechung	Kennzahlen nach Größe (A.20)
Konformität freiwillig nachweisen (Abschnitt 1 d)	Selbsterklärung mit Datum, Kundenbestätigung oder Zertifikat	Wege der Konformitätsaussage (A.24)

DACH-Anker: Umweltaussagen in der Werbung

Ebene	Deutschland	Österreich	Schweiz
Rechtsgrundlagen	UWG, geändert durch das Dritte Änderungsgesetz, BGBl. 2026 I Nr. 43	UWG-Novelle, BGBl. I Nr. 58/2026	UWG, Art. 3 Abs. 1 lit. x
Gilt ab	27. September 2026	Umweltaussagen ab 27. September 2026	1. Januar 2025
Klimaneutral durch Kompensation	gegenüber Verbrauchern für ein Produkt unzulässig (Anhang zu § 3 Abs. 3 Nr. 4c)	gegenüber Verbrauchern für ein Produkt unzulässig	Klimaaussagen nur mit objektiven und überprüfbaren Grundlagen

Ebene	Deutschland	Österreich	Schweiz
Allgemeine Umweltaussage wie «grün»	gegenüber Verbrauchern nur bei anerkannter hervorragender Umweltleistung (Nr. 4a)	ebenso	allgemeines Irreführungsverbot (Art. 3 Abs. 1 lit. b)
Aussage über das Ganze, die einen Teil betrifft	gegenüber Verbrauchern unzulässig (Nr. 4b)	gegenüber Verbrauchern unzulässig	Irreführungsverbot
Siegel und Zeichen	gegenüber Verbrauchern nur mit Zertifizierungssystem oder staatlicher Festsetzung (Nr. 2a)	ebenso; staatliches Umweltzeichen für Green Meetings und Green Events (UZ 62)	keine Übernahme der Richtlinie

Stand der Tabelle: 22. Oktober 2026, wie im Buch. Die laufende Fassung mit Änderungen nach diesem Stichtag steht in Band8a_Rechtsanker_DACH_laufend.xlsx. Die Tabelle ersetzt keine Prüfung der geltenden Fassung und keine Rechtsberatung im Einzelfall.

Quelle: Francesco Dore, Das Steuer und die Lupe, Band 8a «Das Fest und seine Spuren», Abschnitt 1.1. Edizioni Effedore, 2026.