

# Praxisleitfaden mit Checkliste

## Umweltbezogene Werbeaussagen für Busunternehmen

### Das Wichtigste auf einer Seite: Kurz-Check Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen

Schnelle Schritt-für-Schritt-Prüfung für die betriebliche Praxis – Sofortmaßnahmen bis zum **27.09.2026**

**Was ist mit einer Umwelt- oder Nachhaltigkeitsaussage gemeint?** Gemeint ist jede Werbeaussage oder Darstellung, die den Eindruck vermittelt, eine Reise, eine Leistung oder das Unternehmen sei besonders umwelt- oder klimafreundlich. Das kann durch Wörter wie „nachhaltig“ oder „klimafreundlich“, aber auch durch Bilder, Symbole, Farben, Reisenamen oder Siegel geschehen.

**Was ändert sich?** Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen werden künftig deutlich strenger reguliert und müssen wesentlich konkreter, belegbarer und transparenter sein.

**So nutzen Sie den Kurz-Check:** Prüfen Sie zuerst Ihre Werbemittel. Gehen Sie diese Schritt für Schritt durch. Markieren Sie alle gefundenen Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen sowie ähnliche Aussagen. Diese sollten Sie danach anhand der neuen rechtlichen Vorgaben prüfen

Der Kurz-Check dient der ersten Orientierung und ist keine rechtliche Freigabe.

#### STICHTAG

**Die neuen gesetzlichen Regeln gelten ab dem 27. September 2026. Eine allgemeine gesetzliche Aufbrauchsfrist gibt es nicht.** Prüfen Sie daher insbesondere Werbung gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie Online-Inhalte, die ab diesem Datum weiter verwendet oder abrufbar gehalten werden.

### Schnell-Inventur: Wo sollten Sie suchen?

- |                                                                           |                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Website(Startseite und Angebotsseiten)           | <input type="checkbox"/> Buchungsstrecke / Online-Buchung                                                             |
| <input type="checkbox"/> Kataloge, Flyer und sonstige Printprodukte       | <input type="checkbox"/> Social Media, Online-PDFs und ältere abrufbare Beiträge                                      |
| <input type="checkbox"/> Reisenamen, Bilder, Symbole und grüne Gestaltung | <input type="checkbox"/> Texte und Aussagen von Leistungspartnern (Hotels, Gastronomie, Attraktionen, Mobilität usw.) |
| <input type="checkbox"/> Werbung auf den Fahrzeugen                       |                                                                                                                       |

### Jede gefundene Umwelt- oder Nachhaltigkeitsaussage kurz prüfen

Gehen Sie die folgenden Prüfpunkte nacheinander durch.

#### 1. Liegt überhaupt eine Umwelt- oder Nachhaltigkeitsaussage vor?

Prüfen Sie Text, Bild, Symbol, Farbe, Produktname und Kontext.

#### 2. Ist die Aussage allgemein oder pauschal?

Beispiele: „umweltfreundlich“, „grün“, „nachhaltig“, „klimafreundlich“. In diesem Fall im selben Medium klar und hervorgehoben erklärt, was konkret gemeint ist?

#### 3. Ist klar, worauf sich die Aussage bezieht?

Betrifft der behauptete Vorteil wirklich die ganze Reise bzw. das ganze Unternehmen – oder nur die Busfahrt, die Unterkunft oder einen einzelnen Teil?

#### 4. Geht es um „klimaneutral“, „CO<sub>2</sub>-neutral“, „klimakompensiert“ oder eine ähnliche Aussage?

Wenn eine Reise, Busfahrt oder Übernachtung aufgrund des Ausgleichs von Treibhausgasemissionen (Kompensation) als neutral, emissionsärmer oder positiv dargestellt wird: Ab dem 27.09.2026 nicht unverändert verwenden. Reine Information über ein Klimaschutzprojekt ist gesondert zu prüfen.

#### 5. Ist die Aussage belegbar?

Prüfen Sie Daten, Berechnungsmethode, Aktualität, Quelle und Geltungsbereich. Klären Sie außerdem, welche Bestandteile in der Berechnung enthalten sind und ob der Nachweis genau zur beworbenen Reise oder Leistung passt.

## Vertiefende Informationen zur EmpCo-Richtlinie

---

Auf den nachfolgenden Seiten erhalten Sie vertiefende Informationen zu den gesetzlichen Vorgaben im Rahmen der EmpCo-Richtlinie. Damit können Sie nach Erledigung des Kurz-Checks (Seite 1) die dort markierten Aussagen vertieft prüfen und Ihre Werbemittel Schritt für Schritt anpassen.

### Inhaltsübersicht

- A. Kurzfassung: Die fünf wichtigsten Merkposten
- B. Rechtsrahmen und Anwendungsbereich
- C. Grundregeln und interne Prüfung
- D. Reisebus im Vergleich zu Bahn, Pkw und Flugzeug
- E. ÖPNV und Umweltaussagen
- F. Praxisbeispiele für Reise-, Klima- und Nachhaltigkeitsaussagen
- G. Bilder, Farben, Social Media und Nachweise
- H. Nachhaltigkeitssiegel und Zukunftsversprechen
- I. Umweltaussagen von Hotels und anderen Leistungspartnern
- J. Interne Freigabe- und Dokumentationsroutine
- K. Partner- und Freigabecheckliste
- L. Weiterführende Informationen und Links

### WICHTIGE HINWEISE

Dieser Praxisleitfaden dient der internen Orientierung und ersetzt keine individuelle Rechtsberatung. Jede Werbeaussage ist vor der Veröffentlichung anhand der konkreten Fakten und Datenbasis, der Berechnungsmethode und des verwendeten Mediums fachlich und rechtlich zu prüfen.

---

Der bdo lässt die in der Vergangenheit zur Verwendung bereitgestellten Grafiken und Claims derzeit auf Vereinbarkeit mit den Vorgaben überprüfen und stellt die gültigen Fassungen rechtzeitig zum Stichtag zur Verfügung.

## A. Kurzfassung: Die fünf wichtigsten Merkposten

1. **Stichtag 27. September 2026:** Die neuen Umweltregeln gelten ohne Übergangs- oder Aufbrauchfristen.
2. **Die gesamte B2C-Werbung für Pauschalreisen und Busreisen ist betroffen.** Prüfen Sie Website, Buchungsstrecke, Kataloge, Social Media, Produktnamen, Bilder und Symbole.
3. **Allgemeine Aussagen nicht isoliert verwenden.** Aussagen wie „umweltfreundlich“, „grün“, „nachhaltig“ oder „klimafreundlich“ (auch „Claims“ genannt) müssen im selben Medium konkret, vollständig und nachprüfbar erläutert werden oder entfallen.

### POSITIVBEISPIEL: ZULÄSSIGE BESCHREIBUNG VON MASSNAHMEN

„Wir geben uns große Mühe, unseren ökologischen Fußabdruck so gut wie möglich zu reduzieren. Um zum Beispiel Plastikmüll zu vermeiden, bieten wir im Bus ausschließlich Getränke in Mehrwegflaschen an. Erfahren Sie mehr über unsere Umweltbemühungen unter [URL einfügen].“

4. **Produktbezogene Kompensationsclaims ab dem Stichtag nicht verwenden.** Das betrifft etwa „klimaneutrale Reise“, „klimaneutrale Busreise“ oder „klimaneutrale Übernachtung“.

### POSITIVBEISPIEL: STATTDESSEN MÖGLICHE UMWELTAUSSAGE (soweit Sie die beschriebenen Maßnahmen tatsächlich ergreifen.)

„Bei jeder Mehrtagesreise spenden wir einen Betrag in Höhe von [x] Euro je Reiseteilnehmer an die Umweltorganisation [Name]. Weitere Informationen zum Programm und seiner Wirkung finden Sie unter [URL einfügen].“

5. **Verkehrsträgervergleiche und Partnerclaims nur mit belastbarer Grundlage einsetzen.** Erforderlich sind eine klare Vergleichsbasis, vollständige Systemgrenzen, belastbare aktuelle Daten und eine eindeutige Aussage zum Vergleichsgegenstand.

### Positivbeispiele für Verkehrsträgervergleiche

#### „Gemeinsam ans Ziel – weniger CO<sub>2</sub> im Spiel.“

Ein Reisebus verursacht im deutschen Durchschnitt 30 Gramm CO<sub>2</sub>-Äquivalente je Personenkilometer. Beim durchschnittlichen Pkw sind es 164 Gramm – der Wert des Fernlinienbusses liegt damit rund 82 % niedriger.

*Quelle: Umweltbundesamt, Emissionsvergleich Personenverkehr, Bezugsjahr 2024; TREMOD 6.71B, Oktober 2025. Für Reisebusse im Gelegenheitsverkehr weist das UBA keinen eigenen Wert aus; herangezogen wurde die Kategorie „Linienbus, Fernverkehr“. Prozentangabe: eigene Berechnung; [www.uba.de](http://www.uba.de)*

#### „Für die Umwelt kleine Preise. Auf der Straße große Reise.“

Reisebusse verursachen 4,32 Cent Umweltkosten je Personenkilometer, ein Diesel-Pkw 10,31 Cent. Umweltkosten sind die monetär bewerteten Folgen für Klima, Luft, Lärm und Unfälle.

*Quelle: Umweltbundesamt 2026, Handbuch Umweltkosten – Methodenkonvention 4.0; [www.uba.de](http://www.uba.de)*

#### „Weniger CO<sub>2</sub> pro Fahrgast als das E-Auto mit dem Stecker.“

Ein Reisebus verursacht je Fahrgast 57 % weniger CO<sub>2</sub> als ein Elektro-Pkw im durchschnittlichen Strom-Mix: 30 statt 70 Gramm CO<sub>2</sub>-Äquivalente je Personenkilometer.

*Quelle: Umweltbundesamt, Vergleich der durchschnittlichen Emissionen einzelner Verkehrsmittel im Personenverkehr, Bezugsjahr 2024; Berechnungsstand: TREMOD 6.71B, Oktober 2025; Für Reisebusse im Gelegenheitsverkehr weist das UBA keinen eigenen Wert aus; herangezogen wurde die Kategorie „Linienbus, Fernverkehr“. Prozentangabe: eigene Berechnung*

### „Luft zum Atmen – 94 Prozent weniger Stickoxide als im Diesel-Pkw.“

Ein Reisebus verursacht durchschnittlich 0,03 Gramm Stickoxide je Kilometer und beförderter Person, ein Diesel-Pkw 0,47 Gramm.

Quelle: Umweltbundesamt, Bezugsjahr 2024; Für Reisebusse im Gelegenheitsverkehr weist das UBA keinen eigenen Wert aus; herangezogen wurde die Kategorie „Linienbus, Fernverkehr“. Prozentangabe: eigene Berechnung; [www.uba.de](http://www.uba.de)

#### PRAXISHINWEIS

Ein positiver Eindruck durch Naturbilder, grüne Gestaltung, Blätter- oder Baum-Symbole sowie Produktnamen kann ebenfalls als Umweltaussage verstanden werden. Die Prüfung betrifft daher nicht nur Textbausteine.

## B. Rechtsrahmen und Anwendungsbereich

Die Richtlinie (EU) 2024/825 („EmpCo“ – Empowering Consumers for the Green Transition) soll Verbraucherinnen und Verbraucher im B2C-Bereich besser vor „Greenwashing“ schützen, also vor allem vor Werbeaussagen, bei denen eine Dienstleistung oder ein Produkt als umweltfreundlich dargestellt wird, ohne dass hierfür entsprechende Belege vorliegen. In Deutschland erfolgt die Umsetzung durch das 3. Gesetz zur Änderung des UWG. Zentral sind neue Legaldefinitionen in § 2 UWG sowie die Erweiterung des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG um weitere Per-se-Verbote.

Eine Umweltaussage ist danach jede nicht rechtlich verpflichtende Aussage oder Darstellung, die ausdrücklich oder stillschweigend eine positive, keine oder geringere Umweltwirkung oder eine Verbesserung im Zeitverlauf vermittelt. Erfasst sind insbesondere Text, Bilder, grafische Elemente, Symbole, Labels, Marken- und Firmennamen sowie Produktbezeichnungen.

Daneben bleiben § 5 UWG (Irreführung), § 5a UWG (Vorenthalten wesentlicher Informationen) und § 6 UWG (vergleichende Werbung) maßgeblich. Die Durchsetzung erfolgt vor allem durch Wettbewerber und Verbände; Abmahnung, Unterlassung und Kostenrisiken sind praktisch besonders relevant. Aussagen in öffentlichen B2B-Unterlagen, Pressemitteilungen oder Social-Media-Posts können ebenfalls B2C-Wirkung entfalten.

## C. Grundregeln und interne Prüfung

Die Prüfung von Umweltaussagen kann durch die Busunternehmen anhand von fünf praxistauglichen Grundregeln erfolgen.

| Grundregel                                 | Konsequenz für die Praxis                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Wahre und umfassende Darstellung</b>    | Nur die tatsächlich erreichte Umwelleistung darstellen. Relevante Einschränkungen, Systemgrenzen und negative Auswirkungen nicht ausblenden.                                                    |
| <b>Konkrete Maßnahmen und Auswirkungen</b> | Nicht „nachhaltig“ behaupten, sondern die Maßnahme, ihren Umfang, ihren Zeitraum und die belegte Wirkung benennen.                                                                              |
| <b>Belastbare Belege</b>                   | Daten, Methoden, Quellen und Zertifizierungen müssen nachvollziehbar, aktuell und möglichst unabhängig geprüft sein.                                                                            |
| <b>Keine versteckten Kompromisse</b>       | Nicht einzelne Vorteile herausstellen, wenn dadurch ein unzutreffender Gesamteindruck entsteht. Klarstellen, ob der Claim die Fahrt, einen Angebotsbestandteil oder die gesamte Reise betrifft. |
| <b>Belastbare Umsetzungspläne</b>          | Zukunftsclaims nur mit messbaren, zeitgebundenen Zielen, Zuständigkeiten, Ressourcen, öffentlicher Verfügbarkeit und unabhängiger Prüfung.                                                      |

### Checkliste für die interne Freigabe

#### 1. Liegt eine Umweltaussage vor?

Prüfen Sie Text, Bild, Symbol, Farbe, Produktname und Kontext. Wenn nein, dokumentieren Sie kurz die Begründung.

## 2. Ist die Aussage allgemein oder suggeriert sie einen Umweltvorteil?

Wenn ja, konkretisieren Sie sie klar und hervorgehoben im selben Medium – mindestens mit einem Verweis nach dem Muster „Weitere Informationen zum Programm und seiner Wirkung finden Sie unter [URL einfügen]“ – oder verzichten Sie auf sie.

## 3. Ist die Aussage belegbar?

Prüfen Sie Daten, Methodik, Aktualität, Systemgrenzen und – bei Siegeln – das Zertifizierungssystem.

## 4. Ist die Darstellung vollständig und nicht irreführend?

Prüfen Sie, ob Einschränkungen, wesentliche Nachteile oder der genaue Geltungsbereich fehlen.

## 5. Handelt es sich um ein Zukunftsversprechen?

Wenn ja, darf der Claim nur mit einem realistischen, messbaren, öffentlich zugänglichen und extern überprüften Umsetzungsplan freigegeben werden. Ein solcher Plan liegt in aller Regel derzeit nicht vor, deshalb im Zweifel auf ein Zukunftsversprechen verzichten.

### ERGEBNIS

Nur wenn alle Prüfschritte positiv beantwortet sind, ist der Claim zur Freigabe geeignet. Andernfalls ist er umzuformulieren, zu belegen oder zu streichen.

## D. Reisebus im Vergleich zu Bahn, Pkw und Flugzeug

Ein allgemeiner Claim wie „Der Reisebus ist umweltfreundlicher als Auto oder Flugzeug“ stellt bereits eine relevante Umweltaussage dar. Er darf für sich allein nicht mehr verwendet werden, ohne dafür nachprüfbare, objektive Quellen zu benennen.

Die vom bdo und den Landesverbänden zur Verfügung gestellten Logos und Grafiken werden aktuell auf die Entsprechung mit den gesetzlichen Vorgaben überprüft, gegebenenfalls überarbeitet und dann den Mitgliedsunternehmen zur Verfügung gestellt.

### Wann liegt ein Verkehrsträgervergleich vor?

Sobald ein anderer Verkehrsträger erkennbar wird, liegt regelmäßig vergleichende Werbung vor. § 6 UWG verlangt insbesondere, dass Leistungen für denselben Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung verglichen werden und der Vergleich objektiv, wesentlich, relevant, nachprüfbar und typisch ist. Eine zugespitzte Werbeaussage darf diese Anforderungen nicht verdecken.

### NICHT AUSREICHEND

*ohne Verweis auf eine namentlich benannte wissenschaftliche Studie oder ohne eine konkrete Begründung der Berechnung auf Basis von Route, Bezugsgröße, Datenbasis und Vergleichsannahmen.*

- „Der Bus ist immer die umweltfreundlichste Wahl“
- „klimafreundlicher als die Bahn“
- „CO<sub>2</sub>-sparender als das Auto“

## Vergleichsbasis und Systemgrenzen

### BEGRIFFSERKLÄRUNG

Die „Systemgrenze“ bezeichnet im Zusammenhang mit Umweltaussagen die Grenzen des abgeschlossenen Systems, über das die Umweltaussage getroffen wird – hier also das System „Busbeförderung“ beziehungsweise „Busgruppenreise“. Die Grenzen dieses Systems sind die Nahtstellen: die persönliche Anreise der Reisenden zum Zustiegsort (Eigenanreise, Taxiabholung), andere Verkehrsträger (Fluganreise, Kreuzfahrtanteil) sowie die Übernachtungen.

### PRAXISTIPP

Vermeiden Sie Äpfel-Birnen-Vergleiche, etwa einen voll besetzten Bus gegen ein durchschnittlich besetztes Auto oder gegen eine elektrische Bahnverbindung unter anderen Systemgrenzen. Schwankt die Auslastung, sind konservative Annahmen zu verwenden oder die Aussage ist entsprechend einzuschränken.

Sollen Umweltvorteile des Verkehrsträgers Reisebus durch Vergleiche dargestellt werden, müssen Vergleichsbasis und Systemgrenzen für den konkreten Vergleich für den Kunden nachvollziehbar aufgeführt werden:

- konkrete Strecke oder Route, Betrachtungszeitraum und Reiseanlass;
- Vergleichsgegenstand: An- und Abreise, einzelne Transferleistung, gesamte Beförderung während der Reise oder gesamte Pauschalreise;
- Auslastung des Reisebusses sowie Annahmen zu Pkw, Bahn oder Flug;
- Fahrzeugtyp, Antrieb, Energie- beziehungsweise Kraftstoffmix und reale oder modellierte Strecke;
- einbezogene Emissionsquellen, Vor- und Nachketten, Zubringer, Leerfahrten, Umwege und gegebenenfalls Gepäck;
- Berechnungsmethode, Datenquelle, Aktualisierungsdatum und klare Bezugsgröße, etwa „kg CO<sub>2</sub>e pro Person“ für die konkrete Strecke;
- bei Pauschalreisen: klare Abgrenzung, ob Unterkunft, Transfers, Aktivitäten oder Verpflegung einbezogen sind.

Die Angabe von Gesamtemissionen pro Fahrzeug reicht nicht aus.

Bei Pauschalreisen muss zusätzlich klargestellt werden, ob die Aussage nur die An- und Abreise, den gesamten Transport während der Reise oder die gesamte Pauschalreise einschließlich Unterkunft, Transfers und Aktivitäten betrifft.

## Datenbezogene Musterformulierungen

### Streckenvergleich

„Auf der Strecke [Start–Ziel] verursacht die Anreise mit unserem Reisebus bei einer Auslastung von [x] % nach [Methode, Datenquelle, Stand] rechnerisch [x] kg CO<sub>2</sub>e pro Person. Der Vergleichswert für [Bahn/Pkw/Flug] beträgt unter denselben Systemgrenzen und Annahmen [y] kg CO<sub>2</sub>e pro Person.“

### Eingeschränkte Transportaussage

„Für die Busfahrt [Start–Ziel] weisen wir transportbezogene Emissionen von [x] kg CO<sub>2</sub>e pro Person aus. Grundlage sind [Methode, Quelle, Stand]; berücksichtigt wurden [Systemgrenzen]. Nicht enthalten sind [klar benannte Bestandteile].“

### Pauschalreisebezogene Klarstellung

„Die Angabe betrifft ausschließlich die Busbeförderung. Emissionen aus Unterkunft, Verpflegung, Aktivitäten, individuellen An- und Abreisen sowie sonstigen Reisebestandteilen sind nicht Gegenstand dieser Berechnung.“

### Streckenvergleich auf Basis des Umweltbundesamtes

#### „Weniger CO<sub>2</sub>e mit dem Bus:

Auf der Strecke Berlin–München (585 Straßenkilometer) verursacht die Anreise mit einem Reisebus durchschnittlich 17,6 kg CO<sub>2</sub>e pro Person. Der Vergleichswert für den eigenen Pkw beträgt unter denselben Systemgrenzen und Annahmen 95,6 kg CO<sub>2</sub>e pro Person.“

*Quelle: Umweltbundesamt, Vergleich der durchschnittlichen Emissionen einzelner Verkehrsmittel im Personenverkehr, Bezugsjahr 2024; Berechnungsstand: TREMOD 6.71B, Oktober 2025; [www.uba.de](http://www.uba.de)*

*So berechnen Sie den Wert für Ihre Strecke:*

*Streckenkilometer × Wert je Personenkilometer ÷ 1.000 = kg CO<sub>2</sub>e pro Person*

Die Begriffe „klimaneutral“, „CO<sub>2</sub>-neutral“ und ähnliche Begriffe tragen besondere Risiken. Eine vergleichsweise niedrigere Transportemission rechtfertigt keinen Neutralitätsclaim.

## E. ÖPNV und Umweltaussagen

Für Umweltaussagen im Bereich des ÖPNV gelten grundsätzlich die gleichen Vorgaben wie für die Bustouristik.

### Umweltaussagen im Verkehrsverbund

Soweit Sie im ÖPNV im Rahmen eines Verkehrsverbundes fahren und Werbung beziehungsweise Umweltaussagen vom Verkehrsverbund zur Anbringung auf den Bussen erhalten haben, klären Sie bitte direkt mit dem Verkehrsverbund die mögliche weitere Verwendung ab dem 27.09.2026. Lassen Sie sich die weitere Verwendung am besten ausdrücklich bestätigen.

Vermeiden Sie es, zulässige Umweltaussagen Ihres Verkehrsverbundes ungeprüft auf Ihre in der Bustouristik eingesetzte Busflotte zu beziehen, soweit nicht wirklich die gleichen Aussagen zutreffen.

### Eigene Umweltaussagen des Busunternehmens im Bereich ÖPNV

Ihre eigenen Umweltaussagen zu der Busflotte, die Sie im ÖPNV einsetzen, überprüfen Sie bitte nach den gleichen Kriterien wie Ihre Umweltaussagen im Bereich der Bustouristik.

### Werbung mit HVO100-Kraftstoffen

Bei Werbung mit dem Tanken von HVO100-Kraftstoffen sind die folgenden Hinweise zu beachten, damit keine unzulässige Umweltaussage vorliegt:

- Bei der Werbung mit CO<sub>2</sub>-Einsparung nur auf offiziell verfügbare Studien unter Quellenangabe verweisen.
- Soweit nicht ausschließlich HVO100 getankt wird, muss der objektiv durchschnittliche Mix mit angegeben werden.

#### POSITIVBEISPIEL

„In 2025 haben wir bereits 57 % unseres gesamten Kraftstoffverbrauchs mit HVO100 abgedeckt, siehe [URL einfügen].“

## F. Praxisbeispiele für Reise-, Klima- und Nachhaltigkeitsaussagen

Die folgende Übersicht stellt kritischen Formulierungen jeweils das rechtliche Problem und eine bessere Alternative gegenüber.

| Kritische Formulierung                                                              | Rechtliches Problem                                                                                  | Bessere Alternative                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| „Umweltfreundliche Busreise“                                                        | Allgemeiner, nicht spezifizierter Umweltclaim.                                                       | Konkrete Maßnahme und Nachweis im selben Medium nennen; sonst streichen.                                                                                                   |
| „Reisen ohne schlechtes Gewissen – kompensieren Sie Ihre Busreise mit einem Klick.“ | Kompensation begründet keine emissionsfreie oder schuldlose Reise; produktbezogene Neutralitätsnähe. | „Reisen verursachen Emissionen. Wir informieren über die Berechnungsmethode und unsere Maßnahmen zur Emissionsminderung – kompensieren Sie Ihre Busreise mit einem Klick.“ |
| „Green City Getaway – die nachhaltige Reise.“                                       | Grüne Markenbezeichnung und pauschaler Nachhaltigkeitsclaim ohne konkrete Leistung.                  | „Bike and Ride Getaway: kombinieren Sie [x] km ausgewiesene Radwege mit Bahnanschlüssen und autofreien Ausflugsangeboten.“                                                 |
| „Unsere Zero-Waste-Reise ist 100 % nachhaltig.“                                     | Übertriebene Gesamtaussage; unklarer Geltungsbereich und Beleg.                                      | „Bei dieser Reise verwenden wir Mehrwegbecher und haben die Restabfallmenge gegenüber [Basisjahr] um [x] % reduziert; Details zur Messung: [Quelle].“                      |

| Kritische Formulierung                                      | Rechtliches Problem                                                                                      | Bessere Alternative                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| „Klimaneutrale Busreise“ bei Kompensation                   | Produktbezogener Kompensationsclaim; ab dem Stichtag per se verboten.                                    | Nicht verwenden!<br>Transportemissionen gegebenenfalls transparent ausweisen – ohne Neutralitätsclaim und Hinweis auf eine konkret erfolgte Kompensation.      |
| „Klimafreundliche Kulturreise mit zertifizierten Partnern.“ | Unklar, welche Leistung zertifiziert ist; die Zertifizierung belegt nicht automatisch eine Klimawirkung. | „Die Unterkunft [Name] ist nach [Standard] für [Geltungsbereich] bis [Datum] zertifiziert. Die Kulturreise selbst wird damit nicht als klimaneutral beworben.“ |
| „Net Zero 2045“                                             | Zukunftsversprechen ohne belastbaren Plan.                                                               | Nur mit messbarem, zeitgebundenem, öffentlich zugänglichem und extern geprüfem Umsetzungsplan.                                                                 |
| „Zertifiziert nachhaltig“ mit eigenem Label                 | Siegel ohne anerkanntes System oder Drittprüfung.                                                        | Anerkanntes Zertifizierungssystem, Kriterien und unabhängige Prüfung klar benennen.                                                                            |

#### PRAXISHINWEIS

Die bessere Gestaltung ist kein Freifahrtschein. Sie setzt voraus, dass die jeweilige Aussage fachlich belegt, aktuell und für die beworbene Reise zutreffend ist.

## G. Bilder, Farben, Social Media und Nachweise

- Grüne Farbwelten, Naturmotive, Blätter, Bäume, Kreispfeile und ähnliche Symbole nicht isoliert als Nachhaltigkeitssignal einsetzen. Auch Bildsprache kann eine Umweltaussage vermitteln.
- Bei kurzen Social Media-Posts die konkrete Maßnahme knapp erläutern und unmittelbar auf eine aktuelle Nachweiseite verweisen. Der Link muss zur einschlägigen Detailinformation führen, nicht nur auf eine allgemeine Startseite.
- Nachweise müssen inhaltlich zu Claim, Produkt, Zeitraum und Medium passen. Nicht mit einem Bericht für das Gesamtunternehmen eine konkrete Reise oder einzelne Leistung bewerben, wenn der Bezug nicht besteht.
- Öffentlich abrufbare ältere Posts, Katalog-PDFs und Buchungsseiten bleiben risikobehaftet; sie sind in die Bestandsaufnahme einzubeziehen.

## H. Nachhaltigkeitssiegel und Zukunftsversprechen

Eigenlabels ohne anerkanntes Zertifizierungssystem oder unabhängige Drittprüfung sollten nicht verwendet werden. Ein belastbares System setzt insbesondere öffentlich zugängliche Kriterien, organisatorische Unabhängigkeit der Zertifizierungsstelle, Offenheit für qualifizierte Unternehmen, unabhängige Sachverständige, regelmäßige Überwachung und qualifizierte Drittaudits voraus.

Bei jeder Zertifizierungswerbung sind mindestens Standard, Geltungsbereich, Zertifizierungsstelle, Gültigkeitszeitraum und die konkret belegte Umweltleistung zu prüfen und – soweit für die Aussage erforderlich – anzugeben. Ein Managementsystem-Zertifikat oder die Zertifizierung eines einzelnen Angebots belegt nicht ohne Weiteres die Nachhaltigkeit oder Klimaneutralität des gesamten Unternehmens oder der gesamten Pauschalreise.

Zukunftsclaims wie „Net Zero 2045“ oder „klimaneutral bis 2030“ setzen klare, messbare und zeitgebundene Ziele, Ressourcenangaben sowie einen detaillierten, realistischen und öffentlich zugänglichen Umsetzungsplan voraus. Der Plan und die Prüfergebnisse müssen regelmäßig unabhängig überprüft und für Verbraucherinnen und Verbraucher einsehbar sein. Bloße Absichtserklärungen genügen nicht.

## I. Umweltaussagen von Hotels und anderen Leistungspartnern

Hotels, Gastronomie, Attraktionen, Bahn- und Mobilitätspartner sowie Reiseleiter sind häufig Ursprung von Claims, die der Veranstalter in Kataloge, Websites, Buchungsstrecken, Social Media oder Reiseunterlagen übernimmt. Durch diese Weitergabe entsteht ein Multiplikatoren- und Zurechnungsrisiko: Wer sich fremde Aussagen zu eigen macht, muss deren rechtliche und tatsächliche Grundlage prüfen.

### Prüfung vor Übernahme

- Konkrete Leistung und Geltungsbereich erfassen: Gesamte Unterkunft, Zimmer, Restaurant, Mobilitätsleistung oder einzelnes Angebot – was ist gemeint?
- Belege, Daten, Methodik und Aktualität anfordern; bei Siegeln Standard, Zertifizierungsstelle, Gültigkeitszeitraum und Zertifikatsumfang prüfen.
- Eigenlabels, nicht nachvollziehbare Rankings und Siegel ohne transparentes System nicht übernehmen.
- Keine Verallgemeinerung: Ein zertifiziertes Hotelmanagement, ein Bio-Frühstück oder ein einzelnes Bahnangebot macht nicht die gesamte Pauschalreise nachhaltig oder klimaneutral.
- Partnerclaims im genauen Veröffentlichungsmedium prüfen; auch verkürzte Social Media-Texte dürfen keinen unzutreffenden Gesamteindruck erzeugen.

| Kritischer Claim             | Risiko                                                                                  | Zulässigere Alternativformulierung                                                                                                                   |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| „Nachhaltiges Hotel“         | Allgemeiner Claim; unklar, welche Umweltleistung und welcher Hotelbereich gemeint sind. | „Das Hotel [Name] verwendet im Restaurant [x] % zertifizierte Bio-Zutaten und ist für [Geltungsbereich] nach [Standard] bis [Datum] zertifiziert.“   |
| „Klimaneutrale Übernachtung“ | Produktbezogener Kompensationsclaim; ab dem 27.09.2026 per se verboten.                 | „Die Unterkunft veröffentlicht für [Zeitraum] ihre Emissionsbilanz nach [Methode]. Die Übernachtung wird nicht als klimaneutral beworben.“           |
| „Bio-Hotel“                  | Unklar, welche Leistungen Bio-Qualität betreffen und nach welchem Standard.             | „Im Hotelrestaurant stammen mindestens [x] % der Zutaten aus zertifiziertem biologischem Anbau nach [Standard].“                                     |
| „Klimafreundliche Reise“     | Pauschaler Claim für eine mehrteilige Pauschalreise; Umfang und Datenbasis unklar.      | „Die Busbeförderung auf der Strecke [Route] verursacht nach [Methode] [x] kg CO <sub>2</sub> e pro Person; die Angabe umfasst nicht [Bestandteile].“ |
| „Zertifizierter Anbieter“    | Zertifizierungsstandard, Stelle, Geltung und Aussagekraft fehlen.                       | „[Partner] ist durch [Zertifizierungsstelle] nach [Standard] für [Geltungsbereich] bis [Datum] zertifiziert.“                                        |

#### KLARSTELLUNG

Eine Zertifizierung eines Managementsystems oder eines einzelnen Angebots belegt nicht automatisch die Klimaneutralität oder Nachhaltigkeit der gesamten Pauschalreise. Der Veranstalter darf den Geltungsbereich nicht erweitern.

## J. Interne Freigabe- und Dokumentationsroutine

- Inventur von Umwelt-Claims über alle Kanäle, Materialien und Partnerinhalte durchführen.
- Jeden Claim kennzeichnen als:
  - allgemeine Umweltaussage,
  - Vergleich,
  - Kompensation,
  - Siegel,

- Zukunftsversprechen oder
- implizite Aussage durch Bildsprache oder Produktname.
- Belegakte je Claim führen: Daten, Methode, Systemgrenzen, Auslastung, Quellen, Berechnungsdatum, Verantwortlicher und Freigabedatum.
- Vergleichbarkeit nach § 6 UWG sowie Vollständigkeit nach §§ 5 und 5a UWG prüfen.
- Sicherstellen, dass wesentliche Informationen im selben Medium verständlich und gut erkennbar verfügbar sind.
- Vier-Augen-Freigabe durch Marketing und Geschäftsleitung beziehungsweise Recht und Compliance; bei Zahlenvergleichen zusätzlich fachliche Prüfung der Emissionsberechnung.
- Bei Änderungen von Strecke, Fahrzeug, Antrieb, Auslastung, Datenbasis, Partnerstatus oder Claim regelmäßig aktualisieren.

## K. Partner- und Freigabecheckliste

Vor jeder Übernahme oder Veröffentlichung eines eigenen oder fremden Claims ist jede Frage mit „Ja“ zu beantworten. Bei „Nein“ muss der Claim angepasst, weiter belegt oder gestrichen werden.

| Prüffrage                                                                                            | Erledigt                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| Ist definiert, auf welches Produkt beziehungsweise welchen Teil der Reise sich die Aussage bezieht?  | <input type="checkbox"/> |
| Liegen Daten, Methoden, Zertifikate oder sonstigen Nachweise vor?                                    | <input type="checkbox"/> |
| Sind die Nachweise aktuell, öffentlich zugänglich und unabhängig geprüft?                            | <input type="checkbox"/> |
| Sind Standard, Geltungsbereich, Zertifizierungsstelle und Gültigkeitszeitraum eindeutig?             | <input type="checkbox"/> |
| Werden Einschränkungen, Systemgrenzen und negative Auswirkungen transparent gemacht?                 | <input type="checkbox"/> |
| Sind bei einem Vergleich die Bezugsgröße, Route, Auslastung, Datenquelle und Vergleichsannahme klar? | <input type="checkbox"/> |
| Darf der Claim in genau diesem Medium, in dieser Länge und mit dieser Bildsprache verwendet werden?  | <input type="checkbox"/> |
| Ist die Freigabe einschließlich Beleg, Verantwortlichem und Datum dokumentiert?                      | <input type="checkbox"/> |

## L. Weiterführende Informationen und Links

Die Deutsche Zentrale für Tourismus hat einen 26-seitigen Leitfaden zur EmpCo-Richtlinie mit weiteren Beispielen veröffentlicht:

<https://www.germany.travel/de/trade/handlungsleitfaden-empco.html>

Das Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus hat ebenfalls eine Checkliste veröffentlicht:

<https://digitalzentrum-tourismus.de/checkliste-empco-richtlinie/>

Das Umweltbundesamt veröffentlicht jährlich aktualisierte Emissionsdaten für den Personenverkehr (Im Abschnitt „Emissionen im Personenverkehr“ finden Sie Treibhausgase, Stickoxide und Partikel je Personenkilometer, einschlägig sind die Kategorien „Linienbus, Fernverkehr“ und „Linienbus, Nahverkehr“. Für Reisebusse im Gelegenheitsverkehr gibt es keinen eigenen Wert. Wird ersatzweise die Fernverkehrskategorie verwendet, ist das offenzulegen; siehe S. 3 Positivbeispiele Verkehrsträgervergleich):

<https://www.umweltbundesamt.de/themen/verkehr/emissionsdaten>