



CHECKLISTE

EMPCO-RICHTLINIE

UMSETZEN –

SICHERE VERBRAUCHER-

KOMMUNIKATION IM TOURISMUS



Wie kommunizieren Tourismusbetriebe Nachhaltigkeit rechtssicher und glaubwürdig? Wie vermeiden Sie Abmahnungen und Reputationsrisiken aufgrund der neuen EmpCo-Richtlinie? Diese Checkliste zeigt die wichtigsten Schritte für eine rechtskonforme Nachhaltigkeitskommunikation – von rechtssicheren Formulierungen über belastbare Nachweise bis zur Vermeidung von Greenwashing.



WAS IST ZU TUN?



Aussagen inventarisieren

Sammeln Sie alle Aussagen zu Nachhaltigkeit, Klima, Umwelt, Regionalität, sozialer Verantwortung sowie zu Zertifikaten, Siegeln und Auszeichnungen auf all Ihren Kanälen: Websites, Buchungsseiten, Apps, Broschüren, Social Media, Newslettern, Buchungsbestätigungen und in der Gästekommunikation. Markieren Sie pauschale Formulierungen wie „grün“, „nachhaltig“, „klimaneutral“ oder „umweltfreundlich“ sowie sämtliche Aussagen zur CO₂-Vermeidung oder -Kompensation, zu Klimaschutzprojekten, Umwelt- und Klimaplänen, zukunftsbezogenen Umweltversprechen, Umweltwirkungen sowie Hinweise auf Zertifikate, Siegel und Auszeichnungen.

Inhalte präzisieren

Ersetzen Sie pauschale Werbeaussagen durch konkrete und überprüfbare Fakten. Beschreiben Sie eindeutig, worauf sich die Aussage bezieht: ein Produkt, eine Reise, ein Gebäude, einen Standort, einen Unternehmensbereich oder das gesamte Unternehmen. Nennen Sie Zeitraum, Umfang und Voraussetzungen, damit Verbraucher die Aussage richtig einordnen können. Platzieren Sie erläuternde Zusätze unmittelbar bei der jeweiligen Aussage.

Greenwashing-Risiken reduzieren

Kommunizieren Sie keine Gesamtwirkung, wenn sich ein Umweltvorteil nur auf einen Teil Ihrer Leistungen bezieht. Verwenden Sie keine Aussagen über CO₂-Neutralität, wenn diese ausschließlich auf Kompensationsmaßnahmen beruhen. Beschreiben Sie Beiträge zu Klimaschutzprojekten transparent und nachvollziehbar. Erarbeiten und veröffentlichen Sie bei der Kommunikation von Umwelt- oder Klimazielen einen belastbaren Umsetzungsplan.

Formulierungen prüfen

konkret statt pauschal - **Statt:** „Unser Hotel ist nachhaltig.“ **Besser:** „Seit 2025 beziehen wir 90 % unseres Stroms aus erneuerbaren Energien.“
erklärend statt werblich - **Statt:** „Klimaneutrale Reise.“ **Besser:** „Für diese Reise leisten wir einen Beitrag zur Finanzierung des extern geprüften Klimaschutzprojekts XY. [individueller Aufklärungstext und Kontext]. Weitere Informationen zum Projekt und dessen Wirkung finden Sie hier: [Link].“
begrenzt statt absolut - **Statt:** „Wir sind komplett umweltfreundlich.“ **Besser:** „Durch den Einbau wassersparender Armaturen in unserem Hotel konnten wir den Wasserverbrauch im Jahr 2026 gegenüber 2023 um 30 % reduzieren [je nach Maßnahme ggf. Erläuterungstext und/oder Link].“

Belege sichern

Halten Sie für jede Umwelt- oder Nachhaltigkeitsaussage nachvollziehbare Nachweise bereit. Prüfen Sie Berechnungen, Messwerte, Zertifikate, Auditberichte, Lieferantennachweise und interne Dokumentationen. Stellen Sie sicher, dass sämtliche Belege aktuell, nachvollziehbar, prüfbar und intern jederzeit auffindbar sind.

Siegel und Labels prüfen

Verwenden Sie nur Zertifikate und Nachhaltigkeitssiegel, deren Zertifizierungssystem die gesetzlichen Anforderungen erfüllt. Prüfen und dokumentieren Sie insbesondere Transparenz, Glaubwürdigkeit und die Einhaltung der Mindestanforderungen des jeweiligen Systems. Verwenden Sie keine Logos oder Auszeichnungen, die lediglich auf einer Selbstausszeichnung beruhen.

Die EmpCo-Richtlinie betrifft insbesondere die digitale Kommunikation von Unternehmen. Nachhaltigkeitsversprechen auf Websites, in Social Media, Onlineshops oder digitalen Marketingkampagnen müssen künftig transparent, nachvollziehbar und belegbar sein.



WAS IST ZU TUN?



Zuständigkeiten klären

Legen Sie fest, wer Nachhaltigkeitsaussagen prüft und freigibt: beispielsweise Marketing, Geschäftsführung, Nachhaltigkeitsmanagement, Rechtsabteilung oder externe Rechtsberater. Etablieren Sie verbindliche Freigabeprozesse für neue Kampagnen und Umweltaussagen. Überprüfen Sie regelmäßig die Compliance Ihrer Freigabeprozesse, um Haftungsrisiken für Geschäftsleitung und Verantwortliche zu reduzieren.

Rechtliche Prüfung im Einzelfall bei

Dekarbonisierungsversprechen, CO₂-Aussagen (insbesondere zu Einsparungen, Kompensation, Klimawirkungen von Treibhausgasen, CO₂-Rechnern und CO₂-Scores), Material- und Quotenclaims, Aussagen zu Umwelt- oder Klimaplänen sowie künftigen Umweltwirkungen, Kommunikation von Klimabeiträgen, Verwendung von Nachhaltigkeitssiegeln, grüner Marken- oder Unternehmensnamen, Kommunikation von Mitgliedschaften, Partnerschaften sowie die Übernahme oder Weiterverbreitung von Drittangaben.

Mitarbeitende schulen

Sensibilisieren Sie Mitarbeitende in Marketing, Vertrieb, Gästebetreuung und PR für kritische Umwelt- und Nachhaltigkeitsbegriffe. Stellen Sie Formulierungshilfen und interne Leitfäden zur Verfügung. Schulen Sie Ihre Teams regelmäßig durch Inhouse-Webinare oder Workshops, damit Nachhaltigkeitskommunikation dauerhaft konsistent, rechtssicher und compliant erfolgt und Organisations- sowie Organhaftungsrisiken für Geschäftsleitung und Aufsichtsgremien reduziert werden.

- **Praktische Sofortmaßnahmen, wenn Zeit & Ressourcen fehlen:**
- **Überarbeiten Sie die Startseite Ihrer Website und Ihre Online-Angebote zuerst.**
- **Verwenden Sie nur Aussagen, die Sie konkret erklären und belegen können.**
- **Prüfen Sie Bilder, Icons und grafische Elemente darauf, ob sie unzutreffend oder unzulässig Nachhaltigkeit suggerieren.**
- **Bereinigen Sie alte Textbausteine in CMS-Systemen, Vorlagen und Agenturbriefings.**
- **Erstellen Sie eine interne Liste kritischer Begriffe, die nur nach Freigabe verwendet werden dürfen.**
- **Planen Sie spätestens bis zum Anwendungsbeginn der EmpCo-Richtlinie am 27. September 2026 eine vollständige Überprüfung Ihrer Nachhaltigkeitskommunikation ein.**



GUT ZU WISSEN

- ✓ Die EmpCo-Richtlinie verlangt keine „schöne“ Nachhaltigkeitskommunikation, sondern eine konkrete, belegbare und verständliche Verbraucherkommunikation. Wer im Tourismus glaubwürdig kommunizieren will, sollte lieber präzise als pauschal formulieren. Merke: Im Zweifel mehr kommunizieren, nicht weniger!
- ✓ Die Richtlinie betrifft auch bereits produzierte Materialien wie Kataloge, Magazine und Flyer. Unternehmen sollten frühzeitig prüfen, welche Inhalte betroffen sind und wie diese ab dem 27. September 2026 angepasst oder weiterverwendet werden dürfen.



Nutzen Sie weitere kostenfreie Angebote auf
www.digitalzentrum-tourismus.de



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Mittelstand-
Digital 

Impressum

Verleger: Projekt Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus | Angaben gemäß § 5 DDG | Der Mittelstand. BVMW | Potsdamer Str. 7, 10785 Berlin | Tel: 030 533 206 0, 030 533 206 118 | E-Mail: mittelstand@bvmw.de | Vertreten durch Christoph Ahlhaus (Vorstand i.S.d. § 26 BGB) | Vereinsregister Berlin-Charlottenburg Nr. 19361 Nz | USt.-ID-Nr. 230883382 | Titelmotiv: blende11.photo – stock.adobe.com Stand: Juli 2026

Autorin/Redaktion: Marie Landsberg, Ann Kathrin Kleist (BVMW), Petra Thomas (forum anders reisen), Rechtsanwältin Marie Vandersanden (TOURISMLawyers)