

EmpCo-Leitfaden & Checkliste

FÜR TOURISTISCHE BETRIEBE UND PARTNER



**Wir sind
für dich da.**



„Nachhaltigkeit, die hält, was sie verspricht. Zwischen ehrlicher Kommunikation und neuen gesetzlichen Anforderungen.“



Worum geht es bei den EmpCo-Richtlinien?

Ab 27. September 2026 gelten neue EU-Vorgaben für Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen. Ziel der sogenannten EmpCo-Richtlinie (EmpCo steht für Empowering Consumers for the Green Transition) ist es, Verbraucher vor irreführenden oder unbelegten Umweltversprechen zu schützen. Sie schafft klare Regeln für Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen.

Nachhaltigkeit bleibt ein wichtiger Bestandteil der touristischen Kommunikation. Entscheidend ist künftig nicht, weniger darüber zu sprechen, sondern konkreter und nachvollziehbarer zu zeigen, was tatsächlich umgesetzt wird. Die EmpCo-Richtlinie bietet die Chance, glaubwürdig und transparent zu kommunizieren. Jeder Betrieb leistet auf seine Weise einen Beitrag. Wer diesen sichtbar macht, schafft Vertrauen bei Gästen, Einheimischen und Partnern.

Wichtiger Merksatz hierfür:

Nicht behaupten, was man ist, sondern zeigen, was man tut. Lesbarkeit in allen Medien.

Was bedeutet das für meinen Betrieb?

Die EmpCo-Richtlinie gilt grundsätzlich für alle Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen an Verbraucher anbieten und mit Nachhaltigkeits- oder Umweltaussagen werben.

Auch im Tourismus gilt sie unabhängig von der Betriebsgröße. Ob Hotel, Pension, Ferienwohnung, Urlaub am Bauernhof, Gastronomiebetrieb, Freizeitbetrieb oder touristischer Dienstleister – sobald Nachhaltigkeit gegenüber Gästen kommuniziert wird, sind die neuen Regeln relevant.

Die EmpCo-Richtlinie gilt ab 27.09.2026.

Die Vorgaben gelten unter anderem für folgende Bereiche:



Was passiert mit bereits veröffentlichten Inhalten?

Nicht nur neue Werbemittel und Inhalte sind betroffen: Auch bereits veröffentlichte Inhalte auf Websites, Social Media oder Buchungsplattformen können relevant sein, sofern der Betrieb darauf Einfluss nehmen und diese anpassen kann.

Empfehlung

Eine frühzeitige und regelmäßige Prüfung der Kommunikation hilft, Risiken zu erkennen und Inhalte gezielt anzupassen. So bleiben Botschaften nachvollziehbar und rechtssicher.

Was gilt als Umweltaussage?

Eine Umweltaussage umfasst alle Aussagen oder Darstellungen, die direkt oder indirekt einen positiven Eindruck über Umweltaspekte oder Nachhaltigkeit vermitteln können. Dabei geht es nicht nur um die verwendeten Worte. Auch Gestaltungselemente und visuelle Signale können eine solche Wirkung entfalten.

...
**nachhaltig
& klima-
freundlich**
...

Formulierungen

Aussagen wie „nachhaltig“, „klimafreundlich“ oder indirekte Versprechen in Beschreibungstexten.



Bilder

Naturmotive oder Darstellungen, die einen Umweltvorteil vermitteln könnten.



Farben & Symbole

z.B. Grüntöne, Blätter, Erde oder Wasser-Symbole in Verbindung mit Nachhaltigkeit.



Siegel & Labels

Nur verwenden, wenn dahinter ein nachvollziehbares und anerkanntes System steht.

Empfehlung

Naturbilder und emotionale Landschaftsdarstellungen gehören weiterhin zur touristischen Kommunikation. Entscheidend ist jedoch der Zusammenhang: Sie sollten daher nicht den Eindruck zusätzlicher Umweltversprechen vermitteln, die nicht belegt werden können. Maßgeblich ist stets der Gesamteindruck der Kommunikation – nicht ein einzelnes Gestaltungselement. Ein grünes Blatt oder Naturmotiv ist somit nicht automatisch problematisch, sondern wird erst in Verbindung mit einer konkreten Umweltbotschaft relevant.



Wie kann ich meine Werbebotschaften klar formulieren?

Nicht jede nachhaltige Maßnahme muss als „nachhaltig“ bezeichnet werden. Oft ist es glaubwürdiger und wirkungsvoller, direkt zu zeigen, was konkret umgesetzt wird und welchen positiven Beitrag dies leistet.

Nachhaltig

❌ „100% nachhaltiger Urlaub in unserem Hotel“

- ✓ „Unser Hotel wird mit einer Pelletsheizung beheizt, bezieht Strom aus erneuerbaren Energiequellen und trägt das Österreichische Umweltzeichen.“

Umweltfreundlich

❌ „Umweltfreundliche Ferienwohnungen/Unterkunft“

- ✓ „Unsere Ferienwohnungen werden mit einer Wärmepumpe beheizt und verfügen über LED-Beleuchtung.“

Bio

❌ „Bio-Frühstück“

- ✓ „Bei unserem Frühstück werden vorrangig/ ausschließlich zertifizierte Bio-Produkte aus der Region angeboten.“

Fair produziert

❌ „Fair produzierter Kaffee“

- ✓ „Unser Kaffee trägt das Fairtrade-Siegel und stammt aus zertifiziert fairem Handel.“

Klimafreundlich

❌ „Klimafreundlicher Skiurlaub“

- ✓ „Klimafreundlich ins Skigebiet: Kostenlose Skibusse verbinden die Orte mit den Talstationen und ermöglichen die Anreise ohne eigenes Auto.“

Energieeffizient

❌ „Energieeffizientes Hotel“

- ✓ „Unser Hotel arbeitet energieeffizient: Die gesamte Beleuchtung wurde auf LED umgestellt und die Wärmeherzeugung erfolgt über eine Wärmepumpe.“

Umweltbewusst

⊘ „Umweltbewusst urlauben“

- ✓ „Wir handeln umweltbewusst: Durch Mehrwegsysteme, Mülltrennung sowie Maßnahmen zur Reduktion von Wasser- und Energieverbrauch.“

Umweltschonend

⊘ „Umweltschonender Urlaub“

- ✓ „Gäste können auf Wunsch auf die tägliche Zimmerreinigung verzichten. Das spart Wasser und Energie.“

Ökologisch

⊘ „Ökologisches Urlaubserlebnis“

- ✓ „Wir reinigen ökologisch mit zertifizierten Reinigungsmitteln und Dosiersystemen, die den Chemikalienverbrauch reduzieren.“

Naturfreundlich

⊘ „Naturfreundlicher Urlaub“

- ✓ „Naturfreundlich unterwegs: Viele Wanderziele sind mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar und mit der Schladming-Dachstein Card für Gäste kostenlos.“

CO₂-neutral “

⊘ „CO₂-neutraler Urlaub“

- ✓ „Unser Ziel ist ein CO₂-neutraler Betrieb bis 2035. Der veröffentlichte Maßnahmenplan (Fortschritt wird regelmäßig und unabhängig überprüft) umfasst unter anderem den Ausbau der Photovoltaik, die Umstellung der Wärmeversorgung und messbare Zwischenziele.“

Grün

⊘ „Das grüne Hotel in Schladming-Dachstein“

- ✓ Grüne Energie: 100 % unseres Strombezugs stammen aus erneuerbaren Energiequellen.

Regionale Küche/Kulinarik

⊘ „Regionale Produkte“

- ✓ „Unser Käse, Milch und Fleisch stammen von XY Bauer oder Produzent:innen aus Schladming-Dachstein und der Steiermark.“

Verantwortungsbewusst

⊘ „Verantwortungs- bewusster Tourismus“

- ✓ „Verantwortungsbewusst bedeutet für uns: Zusammenarbeit mit regionalen Partnerbetrieben, kurze Lieferwege und ein bewusster Umgang mit Ressourcen.“

Empfehlung

Begriffe wie „regional“, „bewusst“ oder „verantwortungsbewusst“ gelten grundsätzlich nicht als allgemeine Umweltaussagen im Sinne der EmpCo-Richtlinie. Dennoch sollten sie konkretisiert werden, damit nachvollziehbar ist, worin sich die Regionalität oder das verantwortungsbewusste Handeln konkret zeigt.

Beispiele aus dem Gastgeber-Alltag

Hotel: Unser Hotel erzeugt xy%-Anteil des Stroms mit einer Photovoltaikanlage und setzt auf regionale Lieferanten.

Eigenversorgung: Wir decken unseren gesamten Bedarf an Rindfleisch mit eigenen Produkten ab. Wir beziehen 100 % unseres Fleischbedarfs vom xy-Hof aus xy (Bio-Betrieb). Wir produzieren so viel es geht selbst – Wurst, Säfte, Marmeladen, Chutneys, Nudeln, Eis, Brot u.v.m. Davon können Sie auch Vieles direkt in unserem Shop mit nach Hause nehmen. Frühstückseier kommen aus unserem Hühnerstall mit rund 200 freilaufenden Hühnern. Außerdem haben wir zahlreiche Bienenstöcke und verarbeiten unseren eigenen, köstlichen Honig.

Appartement: Jede Wohnung verfügt über ein Mülltrennsystem und eine Lademöglichkeit für E-Autos.

Privatzimmer: Die Bushaltestelle befindet sich direkt vor dem Haus. Mit der Schladming-Dachstein Card nutzen Gäste zahlreiche Busverbindungen kostenlos.

Urlaub am Bauernhof: Milch, Eier und Marmeladen stammen vom eigenen Hof. Brot und Käse vom XY aus Gröbming.

Mobilität: Anreise bequem mit der Bahn bis Schladming, vor Ort kostenlose Busverbindungen mit der Schladming-Dachstein Card nutzen.

Wandern: Viele Wanderziele sind bequem mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar. Winter: Kostenlose Skibusse bringen Gäste direkt ins Skigebiet.

Kulinarik: Alle Produkte stammen von Produzenten aus Schladming-Dachstein, der Steiermark und/oder Österreich.

Wo können Stolpersteine liegen?

Nicht jede Umweltaussage ist auf den ersten Blick erkennbar. Auch Namen, Gestaltungselemente oder scheinbar selbstverständliche Aussagen können problematisch sein. Die folgenden Beispiele zeigen typische Stolpersteine in der Kommunikation.



Kombinationen

Naturmotive, Grüntöne oder Blattsymbole in Verbindung mit werblichen Aussagen.



Hervorhebungen

Umweltbezogene Hervorhebung von Maßnahmen, die gesetzlich ohnehin vorgeschrieben sind.



Bezeichnungen

Hotel- oder Angebotsnamen mit Umweltbezug (z. B. „Eco“, „Green“ oder „Nature“) ohne nachvollziehbare Grundlage.

Welche weiteren Aussagen sind künftig nicht mehr zulässig?

Umweltbezogene Aussagen schaffen Vertrauen – vorausgesetzt, sie sind nachvollziehbar und belegt. Besonders kritisch sind allgemeine Versprechen, eigene Siegel oder weitreichende Aussagen ohne ausreichende Grundlage.



Verallgemeinerungen

Aussagen über das gesamte Produkt/Angebot, wenn sie nur für einen Teil zutreffen.



Zukunftsversprechen

Zukunftsversprechen ohne einen nachvollziehbaren Plan mit messbaren Zielen.



Irreführung

Aussagen wie „klimaneutral“, wenn sie ausschließlich auf CO₂-Kompensation beruhen.



Welche Maßnahmen können für meinen Betrieb getroffen werden?

Website, Social Media und Broschüren nach Begriffen wie nachhaltig, grün, klimafreundlich, klimaneutral, umweltfreundlich oder ökologisch durchsuchen und jede Aussage auf Nachvollziehbarkeit prüfen.

Der EmpCo-Praxischeck

- ☐ Ist die Aussage konkret und verständlich?
- ☐ Kann sie belegt werden?
- ☐ Ist klar, worauf sie sich bezieht?
- ☐ Versteht ein Gast sofort, was gemeint ist?
- ☐ Gilt die Aussage tatsächlich für den gesamten Betrieb oder nur für ein Angebot?
- ☐ Werden allgemeine Werbeversprechen vermieden?
- ☐ Entsteht durch Text oder Bild eine falsche Erwartung an Umweltleistungen?
- ☐ Habe ich ein konkretes Konzept? (Klima, Energie, Nachhaltigkeit?)
- ☐ Gibt es einen Nachweis oder eine nachvollziehbare Grundlage für diese Aussage?

Empfehlung



Faktenbasis schaffen

Zu wichtigen Nachhaltigkeits-themen (z.B. Energie, Mobilität, Regionalität) die wichtigsten Fakten und Nachweise kompakt sammeln.



Kommunikationsbausteine

Eigene, geprüfte Formulierungen für wiederkehrende Themen und Kanäle entwickeln und vorbereiten.



Nachweise und Belege

Zertifikate, Auszeichnungen, Verträge, Auswertungen und relevante Dokumente zentral oder digital ablegen und aktuell halten.



Bewusste Bildsprache

Fotos, Symbole und Gestaltungselemente darauf prüfen, ob sie realistische Erwartungen erzeugen.



Nachhaltigkeits-Check

Einmal pro Jahr die externen Kommunikationsmittel auf Aktualität und Nachvollziehbarkeit prüfen.



Glaubwürdigkeit stärken

Wo sinnvoll, unabhängige Zertifizierungen oder Qualitätsnachweise nutzen, um Maßnahmen transparent zu belegen.

Rechtlicher Hinweis & weiterführende Informationen

Dieser Leitfaden wurde nach bestem Wissen und auf Basis der zum Zeitpunkt der Erstellung verfügbaren Informationen erstellt.

Der Leitfaden dient der Orientierung und ersetzt keine Rechtsberatung. Für die Vollständigkeit, Aktualität und rechtliche Verbindlichkeit der Inhalte kann keine Gewähr übernommen werden.

Kostenlose Informationen und Hilfestellungen:

Volltext der Richtlinie (EU 2024/825)
EU-Kommission – FAQ zur EmpCo (offiziell)
Österreichisches Parlament
Wirtschaftskammer Österreich (WKO)
Österreich Werbung – Ein Leitfaden für die Tourismus-Branche
Österreich Werbung – Green Claims im Tourismus
KI Prompts zur Umsetzung

Rechtsgrundlage:

Europäische Union – Richtlinie (EU) 2024/825 („EmpCo-Richtlinie“)
zur Ergänzung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

Geltungsbereich:

Alle umwelt- und nachhaltigkeitsbezogenen Aussagen in der B2C-Kommunikation
(z. B. Marketing, Website, Social Media, Print, Verpackungen)
Ziel: Vermeidung von Greenwashing, klare und belegbare Umweltaussagen sowie Regeln für Nachhaltigkeitssiegel

Ansprechpartner:

Michaela Lautischer, Tourismusverband Schladming-Dachstein
michaela.lautischer@schladming-dachstein.at

Empfehlung

Nutze die Zeit bis zum 27. September 2026, um deine Nachhaltigkeitsaussagen zu prüfen und gegebenenfalls anzupassen. So bist du für die neuen Anforderungen gut vorbereitet.

