



DECKBLATT

Name Autor/Autorin: Laura-Maria Marko

Persönliche Kontaktdaten: email: laura.marko@edu.fh-joanneum.at

Titel und ggf. Untertitel der Arbeit: Ziele, Herausforderungen und Effekte einer Hotelumweltzertifizierung. Eine Untersuchung am Beispiel des Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN am Faakersee

Name Betreuer/Betreuerin: FH-Prof. MMag. Dr. Harald Friedl

Name der Ausbildungseinrichtung: FH JOANNEUM, Institut für Gesundheit und Tourismus Management, Bad Gleichenberg

Kontaktdaten Institut (E-Mail-Adresse): gtm@fh-joanneum.at

SDG-Kategorie:

- SDG 1: **Armut** in all ihren Formen und überall beenden
- SDG 2: Den **Hunger** beenden, **Ernährungssicherheit** und eine bessere **Ernährung** erreichen und eine nachhaltige **Landwirtschaft** fördern
- SDG 3: Ein **gesundes Leben** für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern
- SDG 4: Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige **Bildung** gewährleisten und Möglichkeiten **lebenslangen Lernens** für alle fördern
- SDG 5: **Geschlechtergerechtigkeit** erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen
- SDG 6: Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von **Wasser und Sanitärversorgung für alle** gewährleisten
- SDG 7: Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner **Energie** für alle sichern
- SDG 8: Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges **Wirtschaftswachstum**, produktive **Vollbeschäftigung** und **menschenwürdige Arbeit** für alle fördern
- SDG 9: Eine widerstandsfähige **Infrastruktur** aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige **Industrialisierung** fördern und Innovationen unterstützen
- SDG 10: **Ungleichheit** in und zwischen Ländern **verringern**
- SDG 11: **Städte und Siedlungen** inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten
- SDG 12: Nachhaltige **Konsum- und Produktionsmuster** sicherstellen
- SDG 13: Umgehend Maßnahmen zur **Bekämpfung des Klimawandels** und seiner Auswirkungen ergreifen
- SDG 14: **Ozeane, Meere und Meeresressourcen** im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen
- SDG 15: **Landökosysteme** schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, **Wälder** nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodendegradation beenden und umkehren und dem Verlust der **biologischen Vielfalt** ein Ende setzen
- SDG 16: **Friedliche und inklusive Gesellschaften** für eine nachhaltige Entwicklung fördern, allen Menschen **Zugang zur Justiz** ermöglichen und leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und inklusive **Institutionen** auf allen Ebenen aufbauen
- SDG 17: **Umsetzungsmittel stärken** und die Globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen

Haupt-SDG der Arbeit: 12 Nachhaltige **Konsum- und Produktionsmuster** sicherstellen

Keywords: Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN, Österreichisches Umweltzeichen, Nachhaltiger Tourismus, Umweltzertifizierung

FH JOANNEUM Gesellschaft mbH



Ziele, Herausforderungen und Effekte einer Hotelumweltzertifizierung

Eine Untersuchung am Beispiel des Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf
SEELEITN am Faakersee

**Bachelorarbeit 1
zur Erlangung des akademischen Grades einer
Bachelor of Arts in Business**

eingereicht am Fachhochschulstudiengang „Gesundheitsmanagement im
Tourismus“

Betreuer: Prof. (FH) Mag. Mag. Dr. Harald A. Friedl

eingereicht von: Laura-Maria Marko

Gesamtzeichenanzahl: 71.837

Dezember 2021

Verpflichtend zu unterzeichnende eidesstattliche Erklärung

Ich versichere hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit/Masterarbeit selbständig und ohne fremde Hilfe angefertigt und die mit ihr verbundenen Tätigkeiten selbst erbracht habe und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Die hochgeladene Version und die allenfalls abgelieferte gedruckte Version sind identisch.

Ich erkläre zudem, dass ich die Arbeit im Sinne der Prinzipien der Richtlinie der FH JOANNEUM zur Sicherung Guter Wissenschaftlicher Praxis und zur Vermeidung von Fehlverhalten in der Wissenschaft erstellt habe.

Insbesondere erkläre ich, dass ich Inhalte, die ich aus Werken Dritter oder auch aus eigenen Werken wörtlich oder inhaltlich übernommen habe, geeignet - und den Regeln für gutes wissenschaftliches Arbeiten entsprechend - gekennzeichnet und die Informationsquellen durch detaillierte Quellenangaben deutlich ersichtlich gemacht habe.

Die vorliegende Originalarbeit ist in dieser Form zur Erreichung eines akademischen Grades noch keiner anderen Hochschule im In- oder Ausland vorgelegt worden.¹

Ich bin mir bewusst, dass eine unwahre eidesstattliche Erklärung rechtliche Folgen haben kann.

Datum, Unterschrift

¹ Diese Formulierung entfällt bei gemeinsamen Studienprogrammen (z.B. Double Degree Programmen); es gelten die hierfür festgelegten Regelungen.

Kurzfassung

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit den Zielen, Herausforderungen und Effekten einer Hotelumweltzertifizierung anhand des Beispiels des *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* am Faakersee in Kärnten. Ziel dieser Arbeit ist es, die Forschungsfrage, ob sich die Zertifizierung mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* aus Sicht eines Beherbergungsbetriebs rentiert, bestmöglich zu beantworten. Hierfür wurden zum einen Informationen auf Basis einer Literaturrecherche verwendet. Zum anderen wurde ein Interview mit dem stellvertretenden Direktor des *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* durchgeführt, um auf die Forschungsfrage anhand eines praktischen Beispiels einzugehen. Des Weiteren wurden persönliche Erfahrungen aus der Zeit als Mitarbeiterin im *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* eingebracht. Die Verbindung aus der Literaturrecherche, dem Interview und den eigenen Erfahrungen hat schlussendlich zur Beantwortung der Forschungsfrage mitsamt den Unterfragen und somit zu einem Ergebnis der Arbeit geführt.

Abstract

This thesis deals with the goals, challenges and effects of a hotel environmental certification using the example of *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* at the Faakersee in Carinthia. The aim of this thesis is to answer the research question: "Is the certification with the *Austrian eco-label* worth it from the point of view of the hotel business?" In order to answer the research question, information and literature were used based on desktop research. Furthermore, an interview with the deputy director of *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* was conducted to answer the research question based on a practical example. Besides, personal experiences as an employee in the *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* were brought in. From the connections of the literature search, the interview and the own experiences the research question with its sub-questions could be answered and has thus led to a result of the study.

Keywords

- Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN
- Österreichisches Umweltzeichen
- Nachhaltigkeit
- Tourismus
- Hotelumweltzertifizierung
- Nachhaltiger Tourismus

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung	3
Abstract	4
Keywords.....	5
Inhaltsverzeichnis	6
1 Einleitung	9
1.1 Problemstellung	9
1.2 Zielsetzung der Arbeit.....	10
1.3 Limitationen.....	10
1.4 Zentrale Forschungsfrage und Unterfragen mit Thesenbildung	11
1.5 Methodendarstellung	12
1.5.1 Literaturrecherche.....	12
1.5.2 Interview	12
1.6 Aufbau der Arbeit.....	13
2 Begriffsdefinitionen.....	14
2.1 Umweltzeichen	14
2.2 Tourismus.....	14
2.3 Nachhaltigkeit	15
3 Österreichisches Umweltzeichen (UWZ)	16
3.1 Historische Entwicklung.....	16
3.2 Logo	17
3.3 Kategorien	18
3.4 Nutzen und Effekte.....	19
3.4.1 Orientierungshilfe	19
3.4.2 Einheitliches Marketingauftreten.....	20
3.4.3 Sicherheit und Qualität	21

3.5	Nachhaltige Ziele.....	21
3.5.1	Denken und Handeln der Konsumenten und Konsumentinnen.....	22
3.5.2	Energie, Wasser, Abfall und Betriebskosten.....	22
3.6	Zertifizierungsprozess.....	24
3.6.1	Kriterien.....	24
3.6.2	Durchführung	25
3.6.3	Kosten	27
3.7	Förderungen und Hilfestellungen	28
3.7.1	Umweltministerium und Bundesländer	28
3.7.2	UNWTO (World Tourism Organization).....	29
4	<i>Praktisches Beispiel.....</i>	31
4.1	Interview mit der Geschäftsführung	31
4.1.1	Motive der Geschäftsführung	31
4.1.2	Umstellungen durch die Zertifizierung	33
4.1.3	Besondere Herausforderungen	36
4.1.4	Verhältnis von Kosten und Nutzen aus heutiger Sicht	37
4.1.5	Frage nach der Weiterführung der Zertifizierung	37
5	<i>Diskussion</i>	39
6	<i>Schlussfolgerungen</i>	40
6.1	Beantwortung der zentralen Forschungsfrage und These.....	40
6.2	Beantwortung der Unterfragen und Thesen.....	41
6.3	Kritische Reflexion der Methode.....	43
6.4	Offene Forschungsfragen	44
6.5	Empfehlungen für die Praxis.....	45
	<i>Literaturverzeichnis</i>	46
	<i>Abbildungsverzeichnis.....</i>	49
	<i>Tabellenverzeichnis</i>	49

Anhang.....	50
Handbuch Österreichisches Umweltzeichen.....	50
Interviewfragen	50

1 Einleitung

1.1 Problemstellung

Der Tourismus zählt nicht nur zu den wichtigsten Wirtschaftsfaktoren in Österreich (Agenda Austria, 2020), sondern ist gleichzeitig auch einer der größten Emittenten von klimaschädlichen Emissionen und schädlichen Abfallprodukten für die Regionen rund um die Tourismusbetriebe. Er trägt dabei mit ca. 5 % der Treibhausgasemissionen zur globalen Erderwärmung und damit zur Verschlechterung des Klimas bei (WWF, 2016).

Aufgrund dessen stellt sich jetzt die Frage, wie man das wirtschaftlich bedeutsame Tourismusaufkommen in Österreich nachhaltiger gestalten kann. Eine eventuell hilfreiche Antwort darauf liefert das *Österreichische Umweltzeichen*, das Produkte, Dienstleistungen, aber auch Betriebe als besonders umwelt- und klimafreundlich kennzeichnet. Hierdurch hebt es diese aus der Masse hervor und vermittelt eine USP-Stellung, sprich ein Alleinstellungsmerkmal. Diesbezüglich werden nur Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen ausgezeichnet, die sich einer strengen Kontrolle und Prüfung unterziehen. Das *Umweltzeichen*, kurz *UWZ*, dient daher den umweltbewussten Endverbrauchern und Endverbraucherinnen als Orientierungshilfe und schafft für touristische Betriebe Anreize für umweltfreundliche Investitionen und ein nachhaltigeres Denken (Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, 2020). Allerdings sind von den rund 60.000 österreichischen Beherbergungsbetrieben aktuell lediglich 215 davon *Umweltzeichen*-zertifiziert (Österreichisches Umweltzeichen, 2021).

Diese Diskrepanz erklärt sich vermutlich zum einen aus dem aufwändigen Zertifizierungsprozess, der damit verbunden ist, sowie zum anderen aus der Ahnungslosigkeit der Betriebe und Dienstleister bezüglich der Existenz des *Österreichischen Umweltzeichens*. Bei Kenntnis könnte ein weiterer Grund sein, dass die Vorteile und positiven Effekte dieser Zertifizierung unter den Hoteliers kaum bekannt sind. Darum sollen hier nun die Vorteile anhand der Erfahrungen eines zertifizierten Hotels dargestellt werden.

1.2 Zielsetzung der Arbeit

In der vorliegenden Arbeit wird anhand des Beispiels des *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* am Faakersee untersucht, ob sich die Zertifizierung mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* rentiert. Diese Forschung dient speziell denjenigen Hotels, Unternehmen und Organisationen, die sich mit einer Zertifizierung unsicher sind, die konkreten Vor- und Nachteile noch nicht kennen sowie eine Unterstützungshilfe und einen Anreiz für die Zertifizierung mit dem *UWZ* benötigen. Daraus ergibt sich ein weiterer Aspekt, nämlich welche Förderungen, Unterstützungen und Anreize durch Behörden, Bundesländer oder Öffentlichkeitsarbeiten nötig sein werden, um das Denken dahin gehend langfristig zu ändern.

Summa summarum soll geklärt werden, ob sich die aufwändige Zertifizierung mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* für einen Hotelbetrieb lohnt. Mit dieser Arbeit bekommt man eine Orientierungshilfe und einen genaueren Überblick über die Zertifizierung und kann so klare Entscheidungen treffen.

1.3 Limitationen

Diese Arbeit soll eine Übersicht über das *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* und einen tieferen Einblick in das Hotelleben geben, jedoch keine Werbung für die Gäste sein.

Eine Limitation dieser Arbeit ist die Analyse lediglich eines Hotelbetriebes. Jedes Hotel hat seine eigenen Besonderheiten, Stärken und Schwächen, weshalb ein einzelnes nicht als repräsentativ für alle anderen angesehen werden kann. Für eventuell weitere Arbeiten empfiehlt sich daher die Auseinandersetzung mit mehreren verschiedenen Hotels, um Vergleiche anzustellen.

Zudem lassen sich aufgrund der Corona-Pandemie einige Auswirkungen der im Zusammenhang mit der Zertifizierung vorgenommenen Umstellungen wie beispielsweise bei den Getränken oder beim Heizen nur schwer eruieren, weil sich die vorliegenden Zahlen und Daten wegen der temporären Lockdowns nicht aussagekräftig miteinander vergleichen lassen.

1.4 Zentrale Forschungsfrage und Unterfragen mit Thesenbildung

Aus der Problemstellung ergibt sich folgende Hauptforschungsfrage:

Rentiert sich die Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen aus Sicht eines Beherbergungsbetriebs?

These:

Die Zertifizierung rentiert sich sowohl in materieller als auch in ideeller Hinsicht. Zum einen zeigen sich Kostenersparnisse aufgrund von Umbauarbeiten und umweltfreundlichen Veränderungen, zum anderen gibt es ein Umdenken in der Gesellschaft hin zu nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen.

Daraus leiten sich folgende Unterfragen und Thesen ab:

1. *Welche Voraussetzungen müssen für die Zertifizierung eines Betriebs mit dem Österreichischen Umweltzeichen gegeben sein?*

Um sich mit dem hoch angesehenen UWZ zertifizieren lassen zu können, stehen dem Betrieb einige Hürden im Weg, die es zu überwinden gilt.

2. *Welche Umstände und Motive haben die Geschäftsführung des untersuchten Hotelbetriebs dazu bewogen, sich für das Umweltzeichen zu bewerben?*

Aufgrund der Lage des Hotels direkt am Faakersee inmitten der Natur liegt der Bezug zur Umwelt nahe. Des Weiteren ist es ein Teil der Geschäftsstrategie, das Thema Umwelt in den eigenen Betrieb einzubringen.

3. *Worin haben für den untersuchten Hotelbetrieb die wesentlichen Herausforderungen am Weg zur Zertifizierung gelegen?*

Die Zertifizierung hat viele Umbauarbeiten, Erneuerungen, Einschulungen der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sowie ein striktes Umdenken mit sich gebracht.

4. *In welchem Verhältnis stehen Kosten und Nutzen der UWZ-Zertifizierung für den untersuchten Hotelbetrieb aus heutiger Sicht?*

Die Kosten der Zertifizierung sind derzeit noch höher als die einhergehenden Vorteile.

1.5 Methodendarstellung

In diesem Kapitel wird die methodische Vorgehensweise dieser Arbeit mittels einer Literaturrecherche sowie eines Interviews genauer dargestellt.

1.5.1 Literaturrecherche

Die theoretische Grundlage der in dieser Arbeit verwendeten Literatur stammt zum einen aus Bibliothek der *FH JOANNEUM*, dem Österreichischen Bibliotheksverbund, von den Websites des *Österreichischen Umweltzeichens* und *destinet.eu Tourism 2030* sowie den Datenbanken *Springer Gabler*, *ACADEMIA*, *Emerald Insight* und *Springer Link*. Zum anderen werden Informationen von der Homepage des *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* sowie von deren direkt zur Verfügung gestellten Daten, Unterlagen und Broschüren bezogen. Bei der Online- und der Bibliotheksrecherche wurden die Suchbegriffe sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache eingegeben wie unter anderem „Umweltzeichen“ bzw. „eco-label“, „Nachhaltigkeit“ bzw. „sustainability“, „Tourismus“ bzw. „tourism“ und noch viele weitere.

Um eine qualitativ hochwertige Recherche sicherzustellen, werden in dieser Arbeit durchwegs Literaturquellen der letzten dreizehn Jahre verwendet, um die Informationen möglichst auf dem neuesten Stand zu sammeln. Außerdem wird bei der Auswahl der Literaturquellen darauf geachtet, dass diese die Mindestqualitätskriterien wie eine gute vorherrschende Strukturierung des Inhaltes, eine nachvollziehbare Darstellung der Methoden oder die Anführung des Erscheinungsjahrs sowie der im Idealfall renommierten Autoren und Autorinnen erfüllen.

1.5.2 Interview

Als weitere Methode wird eine empirische Untersuchung anhand eines Interviews mit dem stellvertretenden Direktor des *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* durchgeführt, da dieser sich mit der Zertifizierung des *Österreichischen Umweltzeichens* beschäftigt und selbst beim Zertifizierungsprozess des Hotels mitwirkt. Hierzu wurde ihm schon vorab der von der Autorin ausgearbeitete

Fragebogen übermittelt, der hauptsächlich Fragen bezüglich der Zertifizierung mit dem *UWZ* enthält wie beispielsweise den damit einhergehenden Kosten, Herausforderungen und Veränderungen. Nachdem der Fragebogen im Vorfeld von der gesamten Geschäftsführung besprochen wurde, hat dann das eigentliche Interview am 16. August 2021 im *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* stattgefunden. Von Vorteil bei der Interviewsituation war sicherlich, dass die Autorin zu dieser Zeit im Hotel angestellt war, wodurch sie den stellvertretenden Direktor bereits persönlich gekannt hat und zudem schon ein gewisses Hintergrundwissen bezüglich der Hotelanlage besessen hat. Die Protokollierung des Interviews ist dabei durch eine Mitschrift sowie eine Aufnahme über ein Smartphone erfolgt. Bei der in dieser Arbeit in Kapitel 4 noch folgenden Auswertung der erhobenen Daten werden die wesentlichsten Inhalte des Interviews speziell unter Berücksichtigung der Forschungsfragen zusammengefasst und interpretiert.

1.6 Aufbau der Arbeit

Zuallererst werden einige Begriffe, die als Basis für die gesamte Arbeit dienen, definiert, um Unklarheiten zu beheben und für ein besseres Verständnis bei den Lesern und Leserinnen zu sorgen.

Darauf folgt das Kapitel mit den Grundlagen und Fakten des *Österreichischen Umweltzeichens*, dessen Nutzen und Zielen, dem Zertifizierungsprozess, den Fördermöglichkeiten und noch vielen weiteren informativen Zusammenhängen.

Im Anschluss wird das Interview mit dem stellvertretenden Direktor genauestens analysiert und in den Kontext eingebaut. Es dient dazu, einen genaueren Einblick in ein zertifiziertes Hotel zu erlangen.

Im Diskussionsteil soll ein Fazit gezogen und die Theorie mit der Praxis, sprich dem Interview, verknüpft werden.

Am Ende werden die zentrale Forschungsfrage mitsamt den Unterfragen beantwortet und Empfehlungen für die Praxis angeführt.

2 Begriffsdefinitionen

In diesem Kapitel werden die bedeutendsten Begriffe im Zusammenhang dieser Arbeit beleuchtet, um eine theoretische Grundlage zu schaffen, die den Lesern und Leserinnen die Thematik leichter verständlich macht.

2.1 Umweltzeichen

Einer der elementarsten Begriffe dieser Arbeit ist das Umweltzeichen bzw. im Englischen *eco-label*. Dieser wird nach Yokessa und Marette wie folgt definiert:

“An eco-label can be defined as a simple signal that can be posted by several competitors to induce consumers to purchase eco-friendly products. In many countries, there is demand for goods and services with high environmental quality, as some consumers have a growing awareness of the impact of their consumption on the environment” (Yokessa & Marette, 2019).

Gemäß dieser Definition soll ein Umweltzeichen meist als Orientierungshilfe dienen und somit für die Endverbraucher und Endverbraucherinnen gut ersichtlich sein. Es soll dabei die Kaufentscheidung der Kunden und Kundinnen hin zu einem umweltzertifizierten Produkt, einer Dienstleistung oder einem Betrieb beeinflussen.

Als Nächstes wird nun der Begriff Tourismus näher unter die Lupe genommen.

2.2 Tourismus

Der Tourismus spielt in dieser Arbeit eine zentrale Rolle, da er eng mit dem Umweltzeichen einhergeht, wobei sehr viele zertifizierte Betriebe und Organisationen in diesem Bereich agieren. Eine Definition stammt hierzu von der *UNWTO*, der *World Tourism Organization*:

“Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. These people are called visitors (which may be either tourists or excursionists; residents or non-residents) and tourism has to do with their activities, some of which involve tourism expenditure” (UNWTO - World Tourism Organization, 2021).

Das laut Definition soziale, kulturelle und wirtschaftliche Phänomen des Tourismus ist in Verbindung mit der Forschungsfrage von großer Bedeutung, denn der zertifizierte

Betrieb, der in dieser Arbeit als Beispiel herangezogen wird, ist ein Beherbergungsbetrieb und somit ein Teil des Tourismus.

Ein weiterer wesentlicher Begriff in diesem Zusammenhang ist jener der Nachhaltigkeit, weshalb dieser nachstehend behandelt wird.

2.3 Nachhaltigkeit

Da das Umweltzeichen auch für Nachhaltigkeit, im Englischen *sustainability*, steht, diese repräsentiert und als Ziel hat, wird dieser Begriff hier nun als Drittes und Letztes definiert:

“Sustainability and sustainable development are commonly presented as including interconnected relationships between environmental, social and economic dimensions” (Rob, 2021).

Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung ist demnach die Beziehung zwischen ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Dimensionen.

Aufgrund dessen, dass damit die wichtigsten Begriffe im Zusammenhang mit dieser Arbeit geklärt sind, wird im nachfolgenden Kapitel alles Wissenswerte rund um das *Österreichische Umweltzeichen* vorgestellt.

3 Österreichisches Umweltzeichen (UWZ)

Um einen kurzen Überblick über das *Österreichische Umweltzeichen* zu bekommen und sich im Klaren zu sein, wie dieses entstanden ist, damit auch eventuell Auskünfte an interessierte Gäste gegeben werden können, werden im Folgenden die Geschichte und Entstehung, das Logo, die zu zertifizierenden Kategorien, der Nutzen, die Ziele, der Zertifizierungsprozess sowie viele weitere dazugehörige Fakten und Informationen präsentiert.

3.1 Historische Entwicklung

Das *Österreichische Umweltzeichen* wurde im Frühjahr 1990 von der damaligen Umweltministerin Marilies Flemming ins Leben gerufen. Der graue *bene-Ordner* war dabei das erste Produkt, das das im nächsten Kapitel illustrierte Logo tragen durfte. Bis heute sind in Österreich gesamt ca. 4.500 Produkte, 400 Tourismusbetriebe (Eco Travia, 2021) sowie 140 Schulen und Weiterbildungseinrichtungen mit dem *UWZ* zertifiziert (Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, 2020)

Bezogen auf den Tourismus finden laut einem Bericht vom *Verband Abfallberatung Österreich* jährlich um die 30 Neu- und 50 Folgeprüfungen statt (VABÖ - Verband Abfallberatung Österreich, 2017), wozu auch unterhalb eine Grafik eingefügt wurde:



Abbildung 1: Österreichisches Umweltzeichen für Tourismusbetriebe Dezember 2009 - Juni 2017 (VABÖ - Verband Abfallberatung Österreich, 2017)

Weiter heruntergebrochen sind von den rund 400 zertifizierten Tourismusbetrieben 215 davon Beherbergungsbetriebe. Die meisten finden sich hier mit 46 im Bundesland Salzburg, die wenigsten mit 3 im Burgenland (Österreichisches Umweltzeichen, 2021). Wenn man sich vor Augen führt, dass es in Österreich gesamt um die 60.000 Beherbergungsbetriebe gibt, dann ist das relativ wenig.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass es seit der Gründung schon sehr viele zertifizierte Produkte mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* gibt, wobei allerdings die Zertifizierungen in dem Bereich Tourismus eher mager sind. Darüber hinaus verändert sich das Wachstum des *UWZs* in dieser Branche kaum. Daraus folgt, dass es noch enorm viel Luft nach oben gibt, weshalb diese Arbeit auch einen Anreiz für Hoteliers darstellen soll, sich zertifizieren zu lassen.

Ein Zertifizierungsmotiv bietet auf jeden Fall der Wiedererkennungswert in Form des einheitlichen *Umweltzeichen*-Logos, auf das im nächsten Abschnitt konkret eingegangen wird.

3.2 Logo

Das folgende Kapitel befasst sich mit dem Logo des *Österreichischen Umweltzeichens*, um in diesem Zusammenhang eventuelle Vorteile und Anreize zur Zertifizierung zu erkennen und diese aufzulisten.

Das Logo, welches nachstehend eingefügt ist, wurde von dem bekannten österreichischen Künstler Friedensreich Hundertwasser entworfen und stellt die vier Elemente der Ökologie dar: Natur, Luft, Erde und Wasser (Wikipedia, 2020).

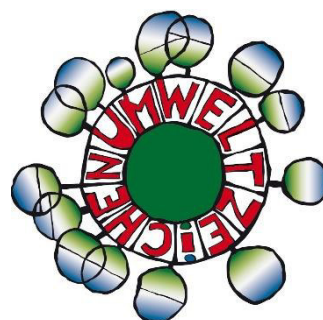


Abbildung 2: Logo Österreichisches Umweltzeichen (Betriebliche Umweltoffensive - BUO, o. J.)

Ein Logo kann generell als Marketinginstrument verwendet werden, denn Farbe und Form des Logos ziehen die Verbraucher und Verbraucherinnen an und können diese

auch prägen. Durch eine aussagekräftige Farbe kann dadurch eine visuelle Identität mit dem Logo und der dahinter befindlichen Organisation aufgebaut werden. Die Farbauswahl spielt dabei eine enorme Rolle (Labrecque & Milne, 2011).

Dahin gehend werden nun zunächst die Farben des *Umweltzeichen*-Logos analysiert und kurz beschrieben: Die Farbe Grün repräsentiert Gesundheit, Natur und neue Wachstumsmöglichkeiten. Rot symbolisiert starke Emotionen, Leidenschaft und Power. Blau wiederum wird in Verbindung mit Wasser und Frieden gebracht (Wallace, 2020).

Auf Basis dieser Erkenntnisse lässt sich feststellen, dass das Logo Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit ausstrahlt und anschaulich alle Elemente der Natur wieder verbindet. Anhand der Form des Logos kann man die Weltkugel erkennen und die kleineren blau-grünen Kreise lassen sich als heranwachsende Bäume assoziieren, die das Wachstum und die Natur repräsentieren. Des Weiteren kann der Mittelpunkt des Logos als Ursprung der Natur gedeutet werden, um den herum alles wächst und gedeiht.

Alles in allem gilt es festzuhalten, dass das Logo gut durchdacht, einprägsam dargestellt und die Farbauswahl exzellent getroffen ist, wodurch es einen entsprechenden Wiedererkennungswert besitzt. Dass das Logo von dem Maler Hundertwasser gestaltet wurde, könnte bei einigen Hoteliers ebenfalls einen positiven Effekt haben, jedoch ist einzuschränken, dass dieser Künstler sowohl unter den jüngeren Verbrauchern und Verbraucherinnen als auch den jüngeren Hoteliers kaum noch bekannt ist.

Wenn sich nun ein Hotelbetrieb dazu entschieden hat, sich zertifizieren zu lassen, ist es für diesen wichtig zu wissen, in welchen Kategorien das möglich ist. Dazu im nachfolgenden Kapitel mehr.

3.3 Kategorien

Um sich der enormen Vielfalt des *Österreichischen Umweltzeichens* klar zu werden, wird in diesem Abschnitt auf die Kategorien, in denen man sich zertifizieren kann, näher eingegangen. Dies soll den Interessenten und Interessentinnen dazu dienen, sich einen Überblick über die Kategorisierungsmöglichkeiten des *UWZs* zu verschaffen.

Die Zertifizierungskategorien werden allgemein in drei Hauptgruppen eingeteilt: Produkte, Tourismus und Bildung (Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, 2018), wobei an dieser Stelle der Fokus gezielt auf dem Tourismus liegt.

Im Bereich des Tourismus und der Freizeitwirtschaft kann man sich in den nachstehenden Kategorien zertifizieren:

- Hotels und Restaurants
- Camping seit 1996
- Reiseangebote seit 2008
- Green Meetings & Events seit 2010
- Gemeinschaftsverpflegung seit 2014
- Museen seit 2018

(Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, 2020)

Hierzu kann gesagt werden, dass es sicherlich für jeden Tourismusbetrieb, der sich mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* zertifizieren lassen möchte, eine Kategorie gibt. Es wird als enorm wichtig erachtet, diese Vielfalt nicht nur zu bewahren, sondern auch laufend, wie anhand des neuesten Beispiels der Museen ersichtlich, zu erweitern, um den verschiedenen Betrieben neue Möglichkeiten zu eröffnen.

Welchen Nutzen und welche Effekte das *UWZ* hat, damit beschäftigt sich jetzt der nächste Abschnitt.

3.4 Nutzen und Effekte

Mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* gehen einige nützliche Effekte einher, die den Konsumenten und Konsumentinnen als Orientierungshilfe dienen sowie Qualität und Sicherheit vermitteln (Österreichisches Umweltzeichen, 2021).

3.4.1 Orientierungshilfe

Das *Österreichische Umweltzeichen* ist generell eine Orientierungshilfe für Konsumenten und Konsumentinnen, um ihnen bei ihrem Einkauf oder bei der Suche nach einem zertifizierten Betrieb zu helfen und auf nachhaltige und umweltfreundliche

bzw. umweltfreundlichere Produkte und Betriebe aufmerksam zu machen. Umweltfreundlicher wird dabei definiert: „... als das aktuelle Angebot der demselben Gebrauchszweck dienenden Produkte“ (Österreichisches Umweltzeichen, 2021).

Allerdings gibt es noch zahlreiche internationale Umweltzeichen, die mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* konkurrieren und ebenfalls eine Orientierungshilfe anbieten. Als Beispiel sei hier das *EU Ecolabel* genannt, das mit dem Slogan: „Umweltbewusste Kaufentscheidung leicht gemacht mit dem EU-Umweltzeichen“ wirbt (EU Ecolabel, 2021). Durch die vielen verschiedenen Umweltzeichen werden die Endverbraucher und Endverbraucherinnen jedoch in ihrer Kaufentscheidung verwirrt und teilweise verunsichert, da es zu einer Reizüberflutung kommt (Jaedtke, 2019). Laut einer Studie aus dem Jahre 2000 ist weniger manchmal mehr (When Choice is Demotivating: Can One Desire Too Much, 2000).

Als Fazit lässt sich daraus ableiten, dass es den Endkonsumenten und Endkonsumentinnen nicht leicht gemacht wird, sich für ein Produkt oder eine Dienstleistung zu entscheiden. Im Bereich des Tourismus ist die Entscheidung aber etwas einfacher, zumal es viel weniger zertifizierte Hotelbetriebe als Produkte gibt, wie in dieser Arbeit bereits festgestellt wurde.

In Verbindung mit der Orientierungshilfe steht ein einheitliches Marketingauftreten, wie das nachfolgende Unterkapitel zeigt.

3.4.2 Einheitliches Marketingauftreten

Das *Österreichische Umweltzeichen* ist durch ein einheitliches Marketingauftreten gekennzeichnet. Darunter fällt nicht nur das einheitliche, zuvor beschriebene Logo, welches unter anderem als Orientierungshilfe für Kunden und Kundinnen dient, um umweltzertifizierte Produkte leichter und schneller zu erkennen, sondern auch die gesammelte Auflistung in Broschüren, Werbeschaltungen, Katalogen und Gästeinformationen. Den Trägern des *UWZs* wird dabei eine eigene einheitliche Emailplakette zur Verfügung gestellt, die sie beliebig nutzen und einsetzen können. Darüber hinaus werden die einzelnen Produkte, Dienstleistungen und Betriebe auf der Homepage des *Österreichischen Umweltzeichens* angeführt (Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, 2020).

Generell ist ein einheitliches Marketingauftreten fundamental für die Wiedererkennung und den Erfolg eines Unternehmens oder einer Organisation. 86 %

der Business-to-Business-Unternehmen, kurz B2B-Unternehmen, geben an, dass die Außendarstellung des Unternehmens einen starken Einfluss auf die Kunden und Kundinnen hat und ein professionelles Auftreten widerspiegelt (Saxo Print, 2021).

Durch das einheitliche Marketingauftreten ergibt sich somit, dass ein zertifizierter Betrieb den Endkonsumenten und Endkonsumentinnen Professionalität und Qualität vermitteln kann. Des Weiteren können sich Kunden und Kundinnen auf der Homepage des *UWZs* über alle umweltzertifizierten Unternehmen informieren und werden direkt auf deren Website verwiesen. Das erspart einen langen Suchprozess im Internet, da man alles auf einen Blick vor sich aufgelistet hat.

Damit als Nächstes zum Thema Sicherheit und Qualität.

3.4.3 Sicherheit und Qualität

Nicht nur die Orientierungshilfe und das einheitliche Marketingauftreten sind nützliche Faktoren des *Österreichischen Umweltzeichens*, sondern auch die Gewährleistung von Sicherheit und Qualität der Produkte und Dienstleistungen. Denn bloß diese qualitativen Voraussetzungen garantieren einen gehobenen und anspruchsvollen Umweltstandard. Dieser wird durch die laufenden Kontrollen der Betriebe und Produkte durch einen Gutachter bzw. eine Gutachterin gewährleistet (Österreichisches Umweltzeichen, 2021).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das *UWZ* eine standardisierte und konstante Qualitätsgarantie mit sich bringt, auf die sich die Endkonsumenten und Endkonsumentinnen verlassen können. Diese Garantie erweckt wiederum Vertrauen und kann so die Verbraucher und Verbraucherinnen bei ihrer Entscheidung für ein umweltzertifiziertes Produkt, Dienstleistung oder Betrieb unterstützen.

Folglich können dadurch auch das Denken und Handeln der Konsumenten und Konsumentinnen beeinflusst oder sogar verändert werden, worauf nun im Anschluss genauer Bezug genommen wird.

3.5 Nachhaltige Ziele

Das *Österreichische Umweltzeichen* soll langfristig das Handeln und Denken sowohl der Leute als auch der Unternehmen verändern und in eine positive Richtung lenken (Österreichisches Umweltzeichen, 2021). Dieses Ziel soll vor allem Betrieben und

Organisationen als Anreiz dienen, um sich mit dem *UWZ* zertifizieren zu lassen und damit etwas zu bewegen. Enormes Reformpotential bergen hierbei insbesondere die Bereiche Energie, Wasser und Abfallwirtschaft, wie unterhalb noch veranschaulicht wird.

3.5.1 Denken und Handeln der Konsumenten und Konsumentinnen

Ein Ziel des *Österreichischen Umweltzeichens* ist es, das Denken der Konsumenten und Konsumentinnen so zu ändern, dass das Augenmerk gezielter auf den nachhaltigen bzw. nachhaltigeren Produkten, Betrieben und Dienstleistungen liegt (*Österreichisches Umweltzeichen*, 2021).

Allerdings stellt sich dies als schwieriger Prozess heraus. Wie schafft nämlich ein einzelnes Umweltzeichen, das oft unbekannt gegenüber den Endkonsumenten und Endkonsumentinnen ist, deren Meinung und Handeln zu beeinflussen? Die Antwort darauf liefert eine Fachpublikation von Dieter Georg Herbst. Um die Kaufentscheidung der Verbraucher und Verbraucherinnen zu ändern, braucht es zuerst eine starke Marke und eine Organisation oder Firma, die dahintersteht. Diese muss dann von den Endverbrauchern und Endverbraucherinnen angenommen und gemocht werden, sodass bei der Kaufentscheidung immer das jeweilige Produkt oder Dienstleistung dieser bestimmten Marke gewählt wird. Denn 70 % der Leute kaufen keine Ware von Unternehmen oder Organisationen, von denen sie eine nicht so gute Meinung haben (Herbst, o. J.).

Resümierend kann gesagt werden, dass das *Österreichische Umweltzeichen* das Potenzial hat, das Denken und Handeln der Konsumenten und Konsumentinnen zu beeinflussen und zu ändern, was aber mit einem langen und aufwändigen Prozess verbunden ist. Dabei ist es essenziell, eine starke Marke und Organisation zu sein, um diesen großen Schritt zu schaffen. Hierzu muss das *UWZ* jedoch noch bekannter werden, um langfristig eine Veränderung und ein Umdenken erreichen.

Ebenfalls zu einem Umdenken muss es in Hinblick auf den Verbrauch von Energie, Wasser und Abfall kommen, womit sich der nächste Abschnitt auseinandersetzt.

3.5.2 Energie, Wasser, Abfall und Betriebskosten

Ein weiteres Ziel, das speziell im Tourismusbereich angestrebt wird, ist die Einsparung von Energie, Wasser, Abfall und die Senkung der Betriebskosten

(Österreichisches Umweltzeichen, 2021). In diesem Zusammenhang ist es wichtig, sich die konkreten Vorteile und die damit eingehenden Veränderungen für die Natur, aber auch den Tourismusbetrieb selbst durch die potenziellen Einsparungen vor Augen zu halten. Um sich darüber im Klaren zu sein, wie schädlich etwa gewisse Rohstoffe oder ein zu hoher Verbrauch für die Umwelt und Natur sind, werden nun in diesem Unterkapitel Zahlen analysiert und verglichen.

Die Menge des Kohlenmonoxids in der Luft hat seit Beginn des Industriealters um 30 % zugenommen und ist weiter stetig am Steigen. Durch die Energiegewinnung und den Rohstoffabbau wird sowohl das Klima als auch die Artenvielfalt auf der Erde geschädigt. Die Einsparung von Energie trägt dazu bei, den Anstieg der CO₂-Emissionen und den Verbrauch der fossilen Brennstoffe zu begrenzen. Um ein Beispiel aus dem Tourismus heranzuziehen, so liegt in einem Vier-Sterne-Hotel der durchschnittliche Energiebedarf pro Übernachtung bzw. pro Gedeck bei 56,2 kW. Durch den Austausch von hundert 50-Watt-Glühbirnen gegen hundert 6-Watt-LED-Glühbirnen würde man 4.928 € pro Jahr einsparen und hätte lediglich Anschaffungskosten im Wert von ca. 800 € (Ratjen, 2016).

Energie sparen heißt auch Warmwasser einsparen, indem beispielsweise die Heizung weniger Wasser erhitzen muss. Ein Gast verbraucht in einem Vier-Sterne-Hotel etwa 350 Liter Wasser pro Übernachtung, wohingegen ein Einheimischer bloß 130 Liter Wasser pro Kopf benötigt. Durch die Reduzierung des Wasserverbrauchs in 50 Duschen von 15 Litern pro Minute auf 7 Liter pro Minute könnte man sich für die Wassereinsparung ca. 4.725 € und die Heizkosteneinsparung für die Erwärmung des Wassers ca. 1.770 € pro Jahr sparen. Es ist allerdings mit einmaligen Anschaffungskosten für die neuen Duschköpfe zwischen 2.500 und 5.000 € zu rechnen (Ratjen, 2016).

Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet nicht zuletzt, den anfallenden Müll richtig zu trennen und zu entsorgen. Pro Übernachtung fallen in einem Vier-Sterne-Hotel ca. 3,4 Liter Abfall an. Um diesen effektiv zu entsorgen, steht Mülltrennung an erster Stelle. Denn nur dadurch können Stoffe wiederverwendet und Kosten eingespart werden. In einem Hotel entstehen durchschnittlich 900 Liter Abfall pro Woche, welcher aufgrund der enormen Menge zumeist in den größeren Tonnen gelagert werden muss. Die Entsorgung dieser Tonne kostet in etwa 1.700 € pro Jahr. Wenn man effektiv Müll trennen und somit reduzieren würde, würde man sich ca. 500 € sparen, da eine kleinere Tonne in dem Fall ausreichend wäre (Ratjen, 2016).

Durch diese Beispiele wird deutlich, wie viel Wasser, Abfall und Energie ein Gast pro Tag verbraucht und damit unbewusst der Umwelt und Natur schadet. Natürlich sind diese oben genannten Einsparungsmöglichkeiten mit Kosten, Zeit, Umbauarbeiten oder Veränderungen verbunden, doch wie dargestellt wurde, kommt für den Beherbergungsbetrieb unter dem Strich mehr heraus als investiert wurde. Im Endeffekt ist es eine lukrative Investition sowohl für den Betrieb als auch die Umwelt. Es gilt festzuhalten, dass durch effektive Mülltrennung, Energie- und Wassereinsparungen enorm viel Kosten, aber auch CO₂-Emissionen und Abfallprodukte reduziert werden können. Dadurch kann eine intakte Umwelt gewährleistet, die Artenvielfalt geschützt und mit Ressourcen verantwortungsvoller umgegangen werden. Und genau hier setzt das *Österreichische Umweltzeichen* an. Die Organisation unterstützt Betriebe wie Hotels, gibt Tipps und gewährleistet den Endkonsumenten und Endkonsumentinnen durch die jährlichen Kontrollen eines Gutachters bzw. einer Gutachterin einen standardisierten und qualitativ hochwertigen Aufenthalt, sodass sich diese keine Gedanken über Umweltbelastungen oder CO₂-Emissionen machen müssen.

Um sich mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* zertifizieren zu lassen, muss man den vorgegebenen Zertifizierungsprozess durchlaufen. Dieser wird im nachstehenden Kapitel vorgestellt.

3.6 Zertifizierungsprozess

Um die Forschungsfrage, ob sich eine Zertifizierung mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* aus Sicht eines Beherbergungsbetriebs rentiert, beantworten zu können, muss man sich über den Zertifizierungsprozess im Klaren sein und wissen, was einem als Antragsteller bzw. Antragstellerin bevorsteht. Deshalb wird in diesem Abschnitt ein entsprechender Überblick über diesen Prozess gegeben.

3.6.1 Kriterien

Alle Produkte, Dienstleistungen sowie Betriebe aus den jeweiligen Bereichen müssen sich einem Zertifizierungsprozess mit verschiedensten Kriterien und Anforderungen unterziehen. Diese wurden in Zusammenarbeit und Abstimmung mit den Bundesländern, den Sozialpartnern, den Wirtschaftsförderungsinstituten und

Umweltorganisationen ausgearbeitet und finden sich allesamt auf der Website des *Österreichischen Umweltzeichens*.

Nachfolgend sind nun die einzelnen Kriterien und Anforderungen im Bereich des Tourismus aufgelistet:

- Management und Kommunikation
- Energie
- Wasser
- Abfall
- Luft / Lärm
- Büro / Druck
- Reinigung / Chemie / Hygiene
- Gebäude / Bauen und Wohnen / Ausstattung
- Lebensmittel / Küche
- Verkehr / Mobilität
- Außenbereich / Freiflächen

(Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, 2018)

Um das *UWZ* zu erlangen, muss man die verschiedensten Maßnahmen und Verordnungen erfüllen und einhalten. Als grundsätzliche Anforderung gelten dabei alle einschlägigen Gesetze und Verordnungen des Bundes, Bundeslandes und der betreffenden Gemeinde (Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, 2018).

Die einzuhaltenden Kriterien wirken auf den ersten Blick etwas viel, jedoch gilt festzuhalten, dass man nur durch gezielte Kontrolle und Einhaltung der Gesetze einen gleichbleibenden, einheitlichen und qualitativ guten Umweltstandard schaffen kann.

Aus diesem Grund muss auch die nachfolgend beschriebene Durchführung des Zertifizierungsprozesses genauestens kontrolliert und eingehalten werden.

3.6.2 Durchführung

In diesem Kapitel wird das Zertifizierungsverfahren erörtert, um einen wesentlichen Input zu erhalten, ob es sich aus Sicht eines Beherbergungsbetriebs lohnt, sich mit

dem *Österreichischen Umweltzeichen* zu zertifizieren, oder der Aufwand doch zu enorm ist.

Die Zertifizierung mit dem *UWZ* findet alle vier Jahre statt, wobei die Betriebe alle Muss-Kriterien erfüllen und eine gewisse Punktezahl bei den Soll-Kriterien erreichen müssen. Die einzelnen Kriterien und die Punktevergabe werden detailliert im Handbuch des *Österreichischen Umweltzeichens* aufgelistet, zu welchem sich im Anhang dieser Arbeit ein PDF-Link befindet. Hinzu kommt dann noch die Überprüfung eines Gutachters bzw. einer Gutachterin vor Ort. Nicht unerwähnt soll an dieser Stelle bleiben, dass das *UWZ* immer verlängert werden kann, indem sich die Betriebe einer Folgeprüfung unterziehen (Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, o. J.).

Um die Soll-Kriterien mitsamt der Punktevergabe aus Sicht eines Beherbergungsbetriebs etwas verständlicher zu machen, ist hierzu nachstehend eine Tabelle abgebildet:

Tabelle 1: Geforderte Mindestpunkte der Soll-Kriterien

Punktebasis für alle Betriebe		30 Punkte
Beherbergungsangebote	reine Appartementbetriebe ohne weitere Dienstleistung, Privatzimmervermieter	+ 5 Punkte
	Sonstige Beherbergungsbetriebe	+ 10 Punkte
Gastronomieangebote (gilt für Beherbergung mit Gastronomie, Gastronomiebetriebe, Catering, Gemeinschaftsverpflegung sowie Tagungs- und Eventlokalitäten)	Nur Frühstück/Snacks/einfache Speisen	+ 5 Punkte
	Frühstück/Snacks/einfache Speisen und Speisen an Hausgäste (Tagesmenüs) oder À la Carte Restaurant	+ 10 Punkte
	Nur Gemeinschaftsverpflegung	+ 5 Punkte
	Eventcatering	+ 3 Punkte
	Gastronomie eingemietet (z.B. Museen)	+ 5 Punkte
	Kiosk oder Bistro eingemietet	+ 3 Punkte
Weitere Dienstleistungen	Seminar- /Veranstaltungsangebote	+ 3 Punkte
	Grün-/Freiflächen	+ 3 Punkte
	Freizeiteinrichtungen / Wellness-Zentrum	+ 5 Punkte
	Shop	+ 5 Punkte

Abbildung 3: Mindestpunkte der Soll-Kriterien (Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, 2018, S. 9)

Beispiel: Ein Beherbergungsbetrieb mit Frühstück und einem Shop muss demnach mindestens 40 Punkte (30 + 5 + 5) für die Erfüllung der Soll-Kriterien erreichen.

Diese Überprüfung der jeweiligen Betriebe und Dienstleister ist generell enorm wichtig, um laufend eine gute Qualität zu liefern und sicherzugehen, dass die Kriterien in allen Bereichen strikt eingehalten werden. Denn nur so kann man von einem langfristigen, nachhaltigen Umweltstandard der zertifizierten Unternehmen und Betriebe sprechen, was eines der zentralen Themen des *Österreichischen Umweltzeichens* ist.

Das bedeutet, die Bedürfnisse der heutigen Generation zu befriedigen und zugleich aber auch den nachkommenden Generationen die gleichen oder sogar besseren Ressourcen und Umweltstandards zur Verfügung zu stellen (United Nations, 1987). Exakt aus diesem Grund sollen alle Betriebe und Kriterien genauestens kontrolliert werden, weil dadurch die Endkonsumenten und Endkonsumentinnen sich sicher sein können, ein hochwertiges Produkt, Dienstleistung oder Hotelbetrieb vor sich zu haben. Das erweckt Vertrauen zwischen dem UWZ und den Kunden und Kundinnen und führt eventuell auch zu Weiterempfehlungen.

Welche Kosten mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* verbunden sind, damit beschäftigt sich jetzt der nächste Abschnitt.

3.6.3 Kosten

Man sollte sich darüber im Klaren sein, dass Kosten anfallen, um sich mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* zertifizieren zu lassen. Diese werden in der nachfolgenden Tabelle aufgelistet, um Betrieben, Organisationen und anderen zukünftigen Interessenten und Interessentinnen einen Überblick über die Zusammensetzung zu geben.

Die Kosten ergeben sich aus der Art des Betriebes und gliedern sich in eine einmalige Antragsgebühr (AG) und eine jährliche Nutzungsgebühr (NG):

	AG einmalig	NG jährlich
Kategorie 1: Beherbergung bis 20 Betten bzw. Gastronomie bis 20 Plätze	€ 450	€ 150
Kategorie 2: Beherbergung (21 - 100 Betten), Schutzhütten, Camping, Gruppenunterkünfte, Gastronomie (21 - 300 Plätze), Catering Tagungs- und Eventbetriebe v. Kommunen ohne Gastronomie	€ 650	€ 250
Kategorie 3: Beherbergung (101 bis 200 Betten), Gastronomie (ab 300 Plätze) und Gemeinschaftsverpflegung	€ 800	€ 380
Kategorie 4: Beherbergungsbetriebe (ab 200 Betten); Tagungs- und Eventlokaltäten	€ 1.000	€ 560

Abbildung 4: Kosten Österreichisches Umweltzeichen (Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, o. J., S. 4)

Diese jährlichen Beiträge und Kosten gehören zu den Zertifizierungsvoraussetzungen und sind elementar, um das *Umweltzeichen* überhaupt zu ermöglichen und die standardgemäße Qualität zu sichern. Die Endkonsumenten und Endkonsumentinnen können sich dadurch sicher sein, ein hervorragendes Produkt oder Dienstleistung zu erhalten. Nach der Zertifizierung kommen die Betriebe und Organisationen in den

Genuss der in Kapitel 3.4. angeführten Effekte, die mit dem *UWZ* einhergehen. Dazu zählt unter anderem ein einheitliches Marketingauftreten mit der Auflistung auf der Website des *Österreichischen Umweltzeichens*. Des Weiteren öffnet sich für die Betriebe durch diese Zertifizierung ein neuer Markt, nämlich mit jenen Konsumenten und Konsumentinnen, die ihren Fokus vermehrt auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz legen.

Um den Betrieben eine Hilfestellung bei einer Zertifizierung mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* zu bieten, existieren zahlreiche Förderungen, die im anschließenden Kapitel genauer erläutert werden.

3.7 Förderungen und Hilfestellungen

Zur Unterstützung der zu zertifizierenden Betriebe und Organisationen gibt es diverse Förderungen und Hilfestellungen wie vom österreichischen Umweltministerium, den einzelnen Bundesländern oder der *UNWTO*. Diese werden nachstehend beleuchtet, um dadurch die Suche für Interessenten und Interessentinnen zu erleichtern.

3.7.1 Umweltministerium und Bundesländer

Das *Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie* bietet Umweltförderungen im Inland an. Dabei ist das Ziel der Schutz der Umwelt durch den effektiven Einsatz von Energie und Ressourcen, die Verringerung der von klimarelevanten Gasen hervorgerufenen Belastung der Luft sowie die Vermeidung von Lärm und Abfällen. In diesem Zusammenhang ist in der Periode von 2017 bis 2019 ein jährliches Budget für Förderungen in Höhe von 70,238 Mio. € zur Verfügung gestanden.

Darüber hinaus gibt es die sogenannten Anschlussförderungen, die die jeweiligen Bundesländer zusätzlich zu den Förderungen des Umweltministeriums bereitstellen können (Bundesministerium für Klimaschutz, Evaluierung der Umweltförderungen des Bundes 2017–2019, 2020).

Um einen Eindruck über die Höhe der Fördersumme zu erlangen, werden im Folgenden zwei Bundesländer mitsamt deren Förderungen exemplarisch angeführt:

- In der Zeitspanne von 2017 bis 2019 wurden im Bundesland Salzburg 109 Projekte mit gesamt 523.236 € durch das Land selbst gefördert.
- In Tirol waren es sogar 909 Projekte mit einer Förderung in Höhe von 1.355.457 €.

(Bundesministerium für Klimaschutz, 2020, S. 33–34)

Zusätzlich werden direkt auf der Website des *Österreichischen Umweltzeichens* noch weitere Kontakte in den verschiedenen Bundesländern angeführt, die eine Beratungsförderung für das *UWZ* offerieren. Darunter fallen unter anderem:

- *ecotiro1 – Beratungsservice Umwelt*
- *Energie und Umweltberatung Burgenland (EUB)*
- *ökofit Kärnten – Effizienzberatung für Betriebe*
- *Impuls 3*
- *OekoBusiness Wien*
- *umwelt service salzburg*

(Österreichisches Umweltzeichen, 2021)

Wie man anhand dieser Ausführungen erkennen kann, gibt es für Betriebe und Organisationen sowohl Unterstützungen vom Staat als auch individuell von den Bundesländern. Natürlich ist dies wieder mit einem bürokratischen Aufwand verbunden, den man aber aufgrund der zahlreichen Förderungen, die auf einen warten, sicherlich gerne in Kauf nimmt.

International kann man etwa bei der *UNWTO* um Unterstützung ansuchen, wie der nachfolgende Abschnitt zeigt.

3.7.2 UNWTO (World Tourism Organization)

Eine Hilfestellung leistet ebenfalls die *World Tourism Organization*, kurz *UNWTO*. Der Slogan: „*Responsible, sustainable and universally accessible tourism*“, was so viel wie verantwortungsvoller, nachhaltiger und allgemein zugänglicher Tourismus bedeutet, macht bereits deutlich, was diese internationale Organisation erreichen will. Sie hat sich vollständig dem Thema nachhaltiger Tourismus verschrieben und unterstützt alle *UNWTO*-Mitglieder mit ihrem Wissen und Ressourcen. Dabei setzt sie auf Partnerschaften mit den Ländern, um sich gegenseitig zu helfen. Die *UNWTO* hat

weltweit schon mehr als 159 Mitgliedsstaaten, darunter auch die gesamte Europäische Union mit Österreich (UNWTO - World Tourism Organization, 2021).

Mit den Informationen, die die *UNWTO* zur Verfügung stellt, haben Betriebe und Hoteliers eine verlässliche Quelle, sich alles Wissenswerte bezüglich Nachhaltigkeit im Tourismus aneignen zu können.

Summa summarum vereinfachen all diese genannten Unterstützungen den Hoteliers eine mögliche Zertifizierung, da sie Fachwissen, Informationen, aber auch Förderungen anbieten. Damit werden die Betriebe nicht allein gelassen und zugleich Anreize geschaffen, um sich mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* zertifizieren zu lassen. Und genau diese braucht es, um ein langfristiges Umweltbewusstsein, Umdenken und Handeln hervorzurufen.

Wichtig bei der Zertifizierung ist es, sich Hilfe und Unterstützung zu suchen, um allen Voraussetzungen, Kriterien und Standards gerecht zu werden. Es ist essenziell, sowohl als Einzeller als auch als Gemeinschaft mit Bund und Ländern zusammenzuarbeiten und zu helfen, die Natur zu schützen und ihre kostbaren Schätze zu wahren.

Wie dies als Hotelbetrieb konkret funktioniert, wird im nachstehenden Beispiel beschrieben und analysiert.

4 Praktisches Beispiel

Um hinsichtlich der Beantwortung der zentralen Forschungsfrage sowie den Unterfragen ein praxisnahes Beispiel darzulegen, wurde am 16.08.2021 ein Interview mit dem stellvertretenden Direktor des *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* Herrn Dominik Tiefenbacher durchgeführt. Er hatte sich zuvor mit der Hotelchefin Michaela Tiefenbacher und der ebenfalls in der Geschäftsführung tätigen Hannah Widnig abgesprochen, um die Interviewfragen bestmöglich beantworten zu können.

Der Hotelbetrieb hat zwei Standorte in derselben Region: das *Dorf SCHÖNLEITN* in Oberaichwald und das *Dorf SEELEITN* direkt am Faakersee, wobei diese beiden Dörfer nur einige Minuten mit dem Auto voneinander entfernt sind.

4.1 Interview mit der Geschäftsführung

Bei dem Interview wurden nun einige Fragen bezüglich der Zertifizierung mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* gestellt. Der dazugehörige Fragenkatalog befindet sich im Anhang dieser Arbeit.

4.1.1 Motive der Geschäftsführung

Zu Beginn des Interviews wurde die zentrale Frage nach dem Warum gestellt, nämlich warum sich das Hotel mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* zertifizieren wollte und was genau die Absichten der Geschäftsführung dafür waren bzw. sind.

Die Antwort lautete mit voller Überzeugung, dass der Umweltschutz nicht nur im Trend, sondern auch wichtig ist. Denn das *Umweltzeichen* zeigt an, was in einem Betrieb schon funktioniert, und macht bereits erbrachte Maßnahmen für Gäste sichtbar, die diese wohl ansonsten meist nicht erkannt hätten. Ferner liefert es Motivation für weitere Schritte und umweltfreundliche Innovationen. Dabei hilft es, das Thema Umwelt in den Betrieb einzubringen und bei den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen zu verankern, damit etwa Standards wie die Mülltrennung eingehalten werden. Zudem ist es ein Teil der Geschäftsstrategie, da allein der Name *Naturel Hotels* und die Lage der zwei Dörfer schon deutlich zeigen, wie

naturverbunden die Hotelanlage ist. Darüber hinaus wurde noch erwähnt, dass auch ein positiver Marketingeffekt entsteht, zumal das *UWZ* ein gutes Tool dafür ist, um in die Medien zu kommen, wodurch es wieder eine Plattform mehr gibt, auf der der Betrieb präsentiert wird. Folgerichtig haben die Gäste einen Grund mehr, diesen Hotelbetrieb als Urlaubsunterkunft aufzusuchen. Nicht zuletzt will die Geschäftsführung die heimischen Bauern mit der Einbringung von Regionalität in die Speisekarte unterstützen. (Tiefenbacher Dominik, stellvertretender Direktor, 16. August 2021, Faak am See).

Nachstehend ist ein Auszug aus der Speisekarte abgebildet, in dem die Lieferanten für alle Gäste transparent aufgelistet sind:

Unsere Lieferanten:

Wiesenei Gfrerer, Landskron
Kärntner Milch, Spittal
Erdäpfel Bauernhof Jäger, Moosburg
Fischermeister Andreas Hofer, Feld am See
Villacher Brauerei, Villach
Fleischerei, Frierss, Villach
Mosers Nudelküche, Villach
Fleischerei Nockfleisch, Nockberge

Bäckerei Gregori, Finkenstein
Obst & Gemüse, Robitsch, Villach
Obstsäfte, Schnäpse Bauernhof Lauritsch, Velden
Hirter Bier („*slowbrewing*“)
Nudelfabrik, Finkenstein
Biermanufaktur Loncium, Kötschach-Mauthen
Schnäpse, Brennerei Guntschnig, Lavamünd
Biermanufaktur Loncium, Kötschach-Mauthen

Abbildung 5: In der Speisekarte aufgelistete Lieferanten (Naturel Hotels & Resorts, o. J.)

Als weiterer wesentlicher Punkt wurde die Vorbildfunktion für andere Unternehmen in der Nähe genannt, da laut dem stellvertretenden Direktor in der Umgebung bisher nur sehr wenige Betriebe mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* ausgezeichnet sind. Das *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* will demgemäß ein Vorbild sein, um andere Unternehmen zu motivieren, sich mit dem *UWZ* zu zertifizieren und die daraus gewonnenen Vorteile für den Betrieb und die Umwelt zu nutzen (Tiefenbacher Dominik, stellvertretender Direktor, 16. August 2021, Faak am See).

Das *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* zeigt anschaulich, wie man Umweltschutz und Nachhaltigkeit in einem großen Unternehmen umsetzt und in den Fokus rückt. Das Hotel strebt deshalb an, andere Unternehmen und Betriebe in, aber auch außerhalb der Region mit der gleichen Herangehensweise zu motivieren und diese zum Umweltschutz und zur langfristigen Nachhaltigkeit zu bewegen, was von der Geschäftsführung insgesamt als enorm wichtig erachtet wird. Dahin gehend wurden bzw. werden Maßnahmen zu umweltfreundlichen Innovationen und das Thema Umwelt und Nachhaltigkeit durchgehend in die Geschäftsstrategie eingebunden, wodurch einige Umstellungen

und Änderungen im Hotelbetrieb aufgetreten sind. Diese werden im nächsten Abschnitt aufgezeigt.

4.1.2 Umstellungen durch die Zertifizierung

Die Zertifizierung mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* hat für das *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* auch einige Veränderungen mit sich gebracht, auf welche nun anhand des Interviews genauer eingegangen werden.

Die ersten bedeutsamen Umstellungen haben die großen Müllinseln, die verschiedensten Mülleimer in der Küche und die Einschulung der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen mit dem richtigen Mülltrennen betroffen, womit einige positive Effekte einhergegangen sind. So wird einerseits zusätzliche Arbeit gespart, da alles auf einer großen Müllinsel zusammenkommt, wodurch der Müllwagen nicht verschiedene Standorte abzufahren braucht sowie die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen nicht durch die gesamte Hotelanlage laufen müssen, um die Mülltonnen zu leeren. Andererseits kann durch die richtige Beschriftung an den Mülltonnen festgestellt werden, dass seither die Mülltrennung sehr gut funktioniert und der Abfall sachgemäß entsorgt wird, was zur Folge hat, dass das nachfolgende Recycling vereinfacht wird. Überdies lernen die Kinder mit den Kinderbetreuern und Kinderbetreuerinnen im Kinderclub spielerisch richtiges Mülltrennen. Das soll sie auch im Urlaub nicht vergessen lassen, ihren Müll sachgerecht zu entsorgen und zu trennen (Tiefenbacher Dominik, stellvertretender Direktor, 16. August 2021, Faak am See).

Nachstehend ist ein Bild der vorhandenen Müllbehälter in der Küche mit der dazugehörigen Beschriftung zu sehen:



Abbildung 6: Mülltrennung Küche

Da Herr Tiefenbacher in seiner Funktion als stellvertretender Direktor auch als F&B-Manager (wobei F&B für den englischen Begriff *food and beverages* steht) tätig ist, nannte er außerdem diverse Veränderungen im Bereich der Getränke. Ein Beispiel war dabei die Umstellung des Gins aus London und Spanien auf heimische Gins, mit dem Zweck, die Transportwege zu verkürzen und die Regionalität zu stärken. Des Weiteren wurde die komplette Schankanlage neu errichtet, um Verpackungsmüll und Glasflaschen einzusparen. Das betrifft nicht nur den Bierausschank, sondern seither gibt es auch für gewisse antialkoholische Getränke wie Coca-Cola, Fanta oder Sprite Kanister mit Mischsirupen, welche über einen Schlauch in die Schankanlage laufen, wo sie mit der vorgegebenen Menge an Kohlensäure und Wasser versetzt und gemischt werden. Dadurch erhält man die fertige Limonade, ohne Flaschen verwenden zu müssen. Vor dieser Umstellung hat es lediglich einzelne Glasflaschen mit den Limonaden gegeben, aus denen die Getränke serviert wurden. Diese mussten wiederum mit viel Chemie gewaschen werden und brauchten durch ihre Größe und Menge mehr Platz sowohl im Hotel als auch in einem Lkw. (Tiefenbacher Dominik, stellvertretender Direktor, 16. August 2021, Faak am See).

Diesbezüglich wird an dieser Stelle ein Vergleich zwischen dem Jahr 2020 und dem Jahr 2021 dargestellt, um die Einsparungen seit der Umstellung besser zu verdeutlichen:

Getränk	hl im Jahr 2020 (Flaschen)	hl im Jahr 2021 (Mischsirup)	Einsparung
Coca-Cola	4,2 hl	1,2 hl	ca. 900 Flaschen
Fanta	2,3 hl	0,3 hl	ca. 600 Flaschen
Sprite	1,2 hl	0,3 hl	ca. 270 Flaschen

Tabelle 1: Rechenbeispiel Schankanlage (Tiefenbacher Dominik, stellvertretender Direktor, 16. August 2021, Faak am See)

Wie man anhand der Tabelle erkennen kann, ist es durch die Umstellung der Schankanlage im Jahr 2021 zu enormen Flascheneinsparungen gekommen. Als Folge, dass dadurch die Transporter weniger beladen werden müssen, können diese nicht nur mit anderen wichtigen Dingen befüllt, sondern es kann auch CO₂ einspart und Lieferkosten verringert werden.

Eine weitere Veränderung war gemäß den Ausführungen der Geschäftsführung die Umstellung beim Heizen von Öl auf Pellets, im Zuge dessen in jedem Apartment ein eigenes Thermostat eingebaut wurde, um die Temperatur separat zu regeln. Für einen Heizkostenvergleich ist es allerdings noch zu früh, da das neue Heizsystem erst letzten Winter eingebaut wurde und durch die gesamte Corona-Situation mit den vielen Lockdowns nicht wirklich genutzt werden konnte. Daten, Zahlen und Fakten wird es daher erst nach der nächsten Heizperiode im Frühjahr 2022 geben (Tiefenbacher Dominik, stellvertretender Direktor, 16. August 2021, Faak am See).

Eine außerordentlich positive Veränderung hat die Einführung des hoteleigenen 24-Stunden-Dorfladens gebracht, der durchaus großen Zuspruch bei den Gästen erlangt. Der Dorfladen ist eine kleine Holzhütte, in die vom heimischen Bäcker täglich frisches Gebäck für die Hotelgäste, aber auch die rund um das Hotel wohnenden Einheimischen geliefert wird. Heimische Produkte wie Marmeladen, Öle, Fruchtsäfte und noch viele weitere regionale Schmankerln gibt es dort ebenfalls zu erwerben. Insgesamt hat das Hotel im Schnitt zwischen 20 und 25 Kleinproduzenten und Kleinproduzentinnen wie Bauern oder Nudelküchen im Sortiment, wobei diese Zahlen je nach Jahreszeit und Angebot variieren. Durch die Errichtung des Dorfladens wurden nicht weniger als 20 neue regionale Lieferanten und Lieferantinnen sowie Produzenten und Produzentinnen in das Sortiment aufgenommen (Tiefenbacher Dominik, stellvertretender Direktor, 16. August 2021, Faak am See).

Um den Rahmen nicht zu sprengen, wurden hier in Verbindung mit dem *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* lediglich die größten Neuerungen mitsamt den daraus resultierenden Effekten geschildert. Darüber hinaus gibt es laufend kleine Umbauarbeiten und Veränderungen wie das neu eingeführte Shuttleservice zwischen den beiden Hoteldörfern, um den Standard und die Qualität zu sichern. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass im Zuge der Zertifizierung viele positive Veränderungen mit Einsparungen aufgetreten sind, die eng in Verbindung mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* stehen. Dieses Erkenntnis ist sehr wichtig für die Beantwortung der Forschungsfrage, ob sich diese Zertifizierung aus Sicht eines Beherbergungsbetriebs lohnt.

4.1.3 Besondere Herausforderungen

Natürlich bringt eine Zertifizierung einige Herausforderungen und auch Hindernisse mit sich, welche jetzt im Anschluss auf Basis des Interviews erläutert werden.

Eine der größten Herausforderungen des großen *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* war bzw. ist die Mülltrennung und die dazugehörige Organisation. Das Hotel hat eine große Müllinsel, auf der der gesamte Müll der Anlage gesammelt wird, sowie viele kleinere, verschieden gekennzeichnete Mülltonnen vor den Apartmenthäusern der Gäste. Diese Müllsammelstellen müssen betreut werden, was einer entsprechenden Einschulung des dafür zuständigen Personals bedarf. Darüber hinaus müssen sich die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen der Küche und des Services einer Schulung für Mülltrennung unterziehen. Herr Tiefenbacher sprach in diesem Zusammenhang ein stetiges Problem an: Im Stress des Frühstück- oder Abendservices kann es schon einmal vorkommen, dass die Mülltrennung falsch ausgeführt oder sogar ganz vergessen wird. Er versicherte aber, dass an diesem Problem gearbeitet und das Ziel nicht aus den Augen verloren wird (Tiefenbacher Dominik, stellvertretender Direktor, 16. August 2021, Faak am See).

Eine weitere Schwierigkeit besteht darin, regionale Produzenten und Produzentinnen zu finden, die ausreichend Produkte und Güter liefern, weil nicht alle von ihnen solche enorme Mengen an so ein großes Hotel bereitstellen können. Dieses Problem des Nicht-immer-verfügbar-Seins hat sich die Geschäftsführung allerdings zunutze gemacht. Als Beispiel sei an dieser Stelle das Nockfleisch genannt, wobei der für die Lieferung zuständige Bauer den riesigen Bedarf des Hotels nicht mehr abdecken konnte, sodass man sich darauf geeinigt hat, für Feste und Kirchtage immer ein gesamtes Schwein zu liefern, welches das Hotel dann selbst verarbeitet. Nachdem diese Feste bloß sehr selten in der Saison stattfinden, buchen viele Gäste ihren Hotelaufenthalt anhand dieser Veranstaltungen, da sie die Einzigartigkeit und die Köstlichkeiten nicht verpassen möchten. Dadurch werden diese Feste zu einem Unikat und kommen bei den Gästen ausgezeichnet an. Im Großen und Ganzen hatte die Geschäftsführung jedoch bisher immer eine Lösung für einen Lieferengpass parat, indem ein regionaler Weg für einen Ersatz gefunden werden konnte (Tiefenbacher Dominik, stellvertretender Direktor, 16. August 2021, Faak am See).

Resümierend bleibt festzuhalten, dass mit vielen Herausforderungen bei der Zertifizierung zu rechnen ist. Diese sind aber Teil davon und ausschlaggebend für den nachhaltigen Erfolg des Hotelbetriebes. Aufgrund der Modifizierungen kommen

allerdings auch einige Kosten zustande, die im nachfolgenden Kapitel angeführt werden.

4.1.4 Verhältnis von Kosten und Nutzen aus heutiger Sicht

Um die allgemeine Frage zu klären, ob denn die Kosten durch eine Zertifizierung mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* höher seien, gibt es laut der Geschäftsführung nur eine Antwort: Ja. Im Schnitt hat das *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* circa 10–15 % mehr Ausgaben als ohne Zertifizierung. Die steigenden Kosten haben dabei in erster Linie mit der Regionalität, der Qualität und der teilweise begrenzten Anzahl an Produkten zu tun.

Jedoch werden durch die Umstellungen auch Kosten eingespart, was langfristig als Ziel dient. Als Beispiele seien hier die bereits erwähnte effektive Mülltrennung, der Einbau der Heizungsthermostate sowie die Umstellung der Schankanlage genannt. So werden etwa bei Letzterem durch das Wegfallen der Glasflaschen Lieferkosten und Pfand gespart, es gibt weniger Lagerprobleme und es kommt weniger Abfall durch Flaschen und Verpackungen zustande.

Den Gästen sind die durch die Zertifizierung bedingten steigenden Kosten sehr wohl bewusst, nehmen diese aber aufgrund der Nachhaltigkeit, Regionalität und Saisonalität gerne in Kauf (Tiefenbacher Dominik, stellvertretender Direktor, 16. August 2021, Faak am See).

4.1.5 Frage nach der Weiterführung der Zertifizierung

Auf die Frage, ob das *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* eine Weiterführung der Zertifizierung anstrebt, war auch in diesem Fall die Antwort der Geschäftsführung ein klares Ja. Dies ist auch ein stetiges Thema bei wöchentlichen Meetings, in denen besprochen wird, was man verbessern oder ändern könnte, um laufend einen guten und qualitativen Standard zu erbringen. Wengleich es laut Herrn Tiefenbacher bis jetzt noch keine signifikanten Veränderungen bei der Buchungslage gibt, ist er sich sicher, dass diese in den kommenden Jahren ansteigen und sich das Handeln und Denken weg vom Massentourismus hin zum nachhaltigen Tourismus entwickeln wird. Die Geschäftsführerin Michaela Tiefenbacher legt ebenfalls großen Wert auf das

Österreichische Umweltzeichen und strebt daher die fortwährende Rezertifizierung mit diesem an, obwohl nach der Analyse der Kosten und Nutzen festgestellt wurde, dass sich die Zertifizierung für den Hotelbetrieb erst nach einigen Jahren finanziell wirklich lohnt. Doch das Wichtigste für die Geschäftsführung ist ohnehin, dass die Umstellungen in Verbindung mit der Zertifizierung sofort einen positiven Effekt auf die Umwelt haben (Tiefenbacher Dominik, stellvertretender Direktor, 16. August 2021, Faak am See).

Abschließend lässt sich sagen, dass für das *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* das *UWZ* als enorm wichtig erachtet wird und zur Geschäftsstrategie zählt. Auch wenn der Erfolg bzw. der Gewinn erst nach einiger Zeit ersichtlich sein wird, ist sich die Geschäftsführung einig, sich laufend mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* zu zertifizieren und der Umwelt dadurch etwas Gutes zu tun.

Was diese Erkenntnisse nun für die Zertifizierung eines Beherbergungsbetriebs bedeuten, darüber wird im nächsten Teil der Arbeit diskutiert.

5 Diskussion

Die Zertifizierung mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* bringt für einen Beherbergungsbetrieb einige Herausforderungen mit sich, sei es der Zertifizierungsprozess selbst oder etwaige Umbauarbeiten oder Modifizierungen, die dadurch anfallen. Unterstützung erhält man aber von den erwähnten Förderungen und Hilfestellungen. Als Folge der Umstellungen erzielt man weniger Energiekosten durch Einsparungen wie beispielsweise durch den Gebrauch von Thermostaten, reduziert den Wasserverbrauch durch neue Duschköpfe und verringert durch richtiges Mülltrennen sowie Schulungen der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen die Abfallmenge. Zusätzlich kann durch eine neue Schankanlage komplett auf Glasflaschen verzichtet werden, wodurch man sich enorm viel Platz im eigenen Betrieb, aber auch in dem liefernden Lkw spart. Infolgedessen werden auch die Lieferkosten gesenkt, da diesbezüglich weniger geliefert werden muss. Durch die genannten Maßnahmen erspart man sich im Laufe der Zeit Betriebskosten, die man dann wiederum investieren oder als Gewinn verbuchen kann. Allerdings kommt dieser Einsparungseffekt erst nach einiger Zeit zum Tragen, weshalb man hier als Hotelier ein wenig Geduld braucht.

Eine weitere Nebenerscheinung im Zuge der Zertifizierung ist ein seriöses Marketingauftreten durch die zur Verfügung gestellte einheitliche E-Mail-Plakette und eine zusätzliche Plattform, auf der der Hotelbetrieb gelistet ist. Zudem erlangt man als zertifizierter Beherbergungsbetrieb eine gewisse Vorbildfunktion für andere Betriebe, aber auch für die Gäste.

Auch was die Auswirkungen auf die Buchungslage betrifft, braucht ein mit dem *Österreichische Umweltzeichen* zertifiziertes Hotel etwas Geduld, da das Umdenken hin zu nachhaltigem Tourismus und weg vom Massentourismus erst langsam im Entstehen ist. Doch wenn sich dieser Trend durchsetzt, ist ein zertifizierter Betrieb gewappnet und kann so bei den Besuchern und Besucherinnen punkten, zumal dieser schon Erfahrungen mit Nachhaltigkeit, Regionalität, Saisonalität und Umweltschutz hat.

Ob die zentrale Forschungsfrage und die Unterfragen mit den jeweiligen Thesen beantwortet werden können, wird im anschließenden Kapitel geklärt.

6 Schlussfolgerungen

6.1 Beantwortung der zentralen Forschungsfrage und These

Hauptforschungsfrage:

Rentiert sich die Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen aus Sicht eines Beherbergungsbetriebs?

ANTWORT: Wiegt man alle Aspekte miteinander ab, rentiert sie sich. Wie aus dem Kapitel mit dem Interview hervorgeht, birgt die Zertifizierung viele Vorteile gegenüber anderen Hotels und vor allem auch für die Natur. Positiv ist darüber hinaus, dass die Betriebskosten durch Einsparungen, Umbauarbeiten und nachhaltige Investitionen im Laufe der Zeit verringert werden. Nicht zuletzt wird das Marketingauftreten durch das *Österreichischen Umweltzeichen* verbessert und gestärkt, obwohl das *UWZ* generell noch nicht so bekannt ist.

These:

Die Zertifizierung rentiert sich sowohl in materieller als auch in ideeller Hinsicht. Zum einen zeigen sich Kostenersparnisse aufgrund von Umbauarbeiten und umweltfreundlichen Veränderungen, zum anderen gibt es ein Umdenken in der Gesellschaft hin zu nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen.

ERGEBNIS: Das Ergebnis zu dieser These fällt ambivalent aus. Einerseits rentiert sich die Zertifizierung aufgrund der Kostenersparnisse durch Umbauarbeiten und Investitionen wie beispielsweise eine neue Schankanlage, Duschköpfe oder Thermostate. Zudem hat sie positive Effekte auf die Natur, etwa durch richtiges Mülltrennen, Vermeiden von Glasflaschen und Einbringung der Umwelt in den Betrieb. Andererseits muss man für die Investitionen zuerst selbst Geld in die Hand nehmen, weshalb sich die Kosteneinsparungen erst nach einiger Zeit zeigen. Darüber hinaus kann aufgrund der gleichbleibenden Buchungslage bei den Gästen nicht festgestellt werden, dass das Umweltbewusstsein immer mehr Ansehen in der Gesellschaft erlangt.

Im nächsten Unterkapitel stehen nun die Unterfragen mit den Thesen im Mittelpunkt.

6.2 Beantwortung der Unterfragen und Thesen

Unterfrage 1:

Welche Voraussetzungen müssen für die Zertifizierung eines Betriebs mit dem Österreichischen Umweltzeichen gegeben sein?

ANTWORT: Um das *Österreichische Umweltzeichen* zu erlangen, muss ein Zertifizierungsprozess mit verschiedenen Muss- und Sollkriterien durchlaufen und alle einschlägigen Gesetze eingehalten werden. Des Weiteren muss mit einer einmaligen Antragsgebühr und einer jährlichen Nutzungsgebühr gerechnet werden. Folgend wird der Betrieb jährlich von einem Gutachter oder einer Gutachterin kontrolliert, ob alle Vorschriften eingehalten werden.

These 1:

Um sich mit dem hoch angesehenen Umweltzeichen zertifizieren lassen zu können, stehen dem Betrieb einige Hürden im Weg, die es zu überwinden gilt.

ERGEBNIS: Die These 1 wird durch die vorliegende Arbeit bestätigt.

Unterfrage 2:

Welche Umstände und Motive haben die Geschäftsführung des untersuchten Hotelbetriebs dazu bewogen, sich für das Umweltzeichen zu bewerben?

ANTWORT: Für den Hotelbetrieb ist der Umweltschutz von enormer Bedeutung. Aus diesem Grund ist das *UWZ* eine Motivation für weitere umweltfreundliche Investitionen sowie eine gute Chance, das Thema in den Betrieb einfließen zu lassen und bei den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen zu verankern. Eine zusätzliche Motivation ist die Vorbildfunktion für andere Betriebe in der Region. Nicht zuletzt ist es ein Teil der Geschäftsstrategie, zumal allein der Name *Naturel Hotels & Resorts* zeigt, dass der Geschäftsführung die Natur und die Umwelt sehr wichtig sind.

These 2:

Aufgrund der Lage des Hotels direkt am Faakersee inmitten der Natur liegt der Bezug zur Umwelt nahe. Des Weiteren ist es ein Teil der Geschäftsstrategie, das Thema Umwelt in den eigenen Betrieb einzubringen.

ERGEBNIS: Die These 2 wird anhand des Interviews bestätigt. Mehr noch, denn es wird versucht, auch die anderen Betriebe in der Umgebung für das Thema Umwelt zu begeistern.

Unterfrage 3:

Worin haben für den untersuchten Hotelbetrieb die wesentlichen Herausforderungen am Weg zur Zertifizierung gelegen?

ANTWORT: Eine der größten Herausforderungen für das untersuchte Hotel war die Einführung und Organisation der Müllinsel, das korrekte Trennen des anfallenden Abfalls und die damit einhergehende Einschulung der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Eine weitere Herausforderung war die Umstellung der ausländischen auf heimische und regionale Produkte, im Zuge dessen darauf geachtet werden musste, jene regionalen Produzenten und Produzentinnen zu finden, die die großen Mengen des Hotels abdecken können.

These 3:

Die Zertifizierung hat viele Umbauarbeiten, Erneuerungen, Einschulungen der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sowie ein striktes Umdenken mit sich gebracht.

ERGEBNIS: Auch die These 3 wird anhand des Interviews durch die Ausführungen zu der Müllentsorgung, der neu errichteten Schankanlage, der Umstellungen beim Heizen sowie der Ausrichtung auf regionale Produkte bestätigt.

Unterfrage 4:

In welchem Verhältnis stehen Kosten und Nutzen der UWZ-Zertifizierung für den untersuchten Hotelbetrieb aus heutiger Sicht?

ANTWORT: Bei den angebotenen Produkten und Dienstleistungen musste eine Preiserhöhung vorgenommen werden, da durch die Zertifizierung die Kosten für den Betrieb um circa 10–15 % gestiegen sind, was sich allerdings nicht negativ auf die Buchungslage ausgewirkt hat und von den Gästen verstanden wird. Darüber hinaus konnten durch die Modifikationen bereits Einsparungen erzielt werden, weshalb aus Sicht der Geschäftsführung der Nutzen gegenüber den gestiegenen Kosten überwiegt.

These 4:

Die Kosten der Zertifizierung sind derzeit noch höher als die einhergehenden Vorteile.

ERGEBNIS: Aus der Arbeit geht hervor, dass die anfallenden Kosten im Moment höher sind als vor der Zertifizierung. Das könnte zum einen daran liegen, dass das *Österreichische Umweltzeichen* unter den Endverbrauchern und Endverbraucherinnen noch nicht so bekannt ist. Zum anderen wirkt sich auch das Einsparungspotenzial der getätigten Investitionen erst nach einiger Zeit aus, wie die Beispiele der Thermostate und der Schankanlage zeigen. Nichtsdestotrotz gilt es festzuhalten, dass aus Sicht der Geschäftsführung die bereits entstandenen Vorteile die höheren Kosten übersteigen.

Nachfolgend werden nun die beiden angewendeten Methoden kritisch reflektiert.

6.3 Kritische Reflexion der Methode

Anhand der Literaturrecherche konnten die theoretische Grundlage für die Begriffserklärungen und die darauffolgenden Schwerpunkte im Zusammenhang mit dem *Österreichische Umweltzeichen* gelegt werden. Obwohl dabei die Anzahl der wissenschaftlichen Artikel zu dem Suchbegriff „Österreichisches Umweltzeichen“ eher rar waren, konnten trotzdem genug Informationen für die Arbeit gesammelt werden. Auch für die Beantwortung der Hauptforschungsfrage und die Unterfragen war die Literatur überaus hilfreich.

Das Interview hat wiederum viele Einblicke hinter die Kulissen des *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* gegeben, die man als Außenstehender bzw. Außenstehende normalerweise nur schwer bekommen hätte. Hilfreich war zudem, dass die Autorin als Mitarbeiterin Teil des *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* war und insofern einiges Hintergrundwissen in die Arbeit einbringen konnte. Im Nachhinein kann gesagt werden, dass Gespräche mit Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen, die nicht der Geschäftsleitung angehören, sicherlich von Vorteil gewesen wären, um weitere Blickwinkel zu erhalten. Nichtsdestotrotz konnten auch hier ausreichend Informationen und Eindrücke aus der Praxis gesammelt werden, da der Interviewpartner Herr Tiefenbacher direkt im Hotelgeschehen mitwirkt und sehr viele

Bereiche abdeckt, sei es in seiner Funktion als stellvertretender Direktor, als Manager im F&B-Bereich oder als gelegentliche Aushilfe in der Küche oder im Service. Bei der Beantwortung der Forschungsfragen hat das Interview eine große Rolle gespielt.

Wie bereits in Verbindung mit den Limitationen erwähnt, wären für weiterführende Arbeiten die Auseinandersetzung mit mehreren verschiedenen Hotels interessant, um Vergleiche zwischen diesen anzustellen.

Im Zuge der Arbeit sind außerdem einige weitere Fragen aufgetaucht, die im nächsten Unterkapitel dargelegt werden.

6.4 Offene Forschungsfragen

Im Rahmen der Arbeit konnten nicht nur die zentrale Forschungsfrage und die Unterfragen mit den dazugehörigen Thesen beantwortet werden, sondern es sind noch zusätzliche Fragen aufgetreten, die für eine fortführende Recherche von Interesse wären:

1. *Welche Maßnahmen zur Verbreitung von Informationen über das Österreichische Umweltzeichen können eingesetzt werden, um mehr Betriebe und Organisationen zur Zertifizierung anzuregen?*

Durch Werbeschaltungen, Vorträge und Schulungen in Hotels, auf Messen oder Konferenzen könnte die Reichweite des *Österreichischen Umweltzeichens* enorm gesteigert und Informationen über die Zertifizierung und deren Vorteile verbreitet werden. Mittels einer Forschung könnte herausgefunden werden, welche Informationsverbreitung am effektivsten wäre.

2. *Was sind die exakten Kosten der Zertifizierung und Umstellungen durch die Zertifizierung für das Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN?*

Für Hotels, die sich zukünftig mit dem *UWZ* zertifizieren lassen wollen, wäre es sicherlich von Vorteil, einen Anhaltspunkt bezüglich der genauen Kosten zu erhalten. Eine präzise Auflistung wäre hier sicherlich vom Vorteil.

3. *Wie hoch sind die Kosteneinsparungen durch nachhaltige Investitionen, die die Zertifizierung mit sich bringt, bzw. nach wie vielen Jahren kommen diese zum Tragen?*

Es wäre hilfreich zu wissen, zu welchen Kosteneinsparungen es nach der Zertifizierung kommt bzw. wann sich die getätigten Investitionen wie etwa bei den Thermostaten oder der Schankanlage überhaupt rentieren.

Zu guter Letzt werden noch einige Empfehlungen für die Praxis aufgestellt, die im abschließenden Unterkapitel aufgelistet werden.

6.5 Empfehlungen für die Praxis

Diese Arbeit dient speziell Hoteliers oder anderen Eigentümern von Beherbergungsbetrieben, die sich für eine Zertifizierung mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* interessieren und sichergehen möchten, ob sich diese lohnt. Das kann anhand des untersuchten Hotels gut analysiert werden, wodurch von dieser Arbeit zukünftig zertifizierte Beherbergungsbetriebe profitieren können.

Im Zuge dessen wäre es sicherlich hilfreich, die genauen Kosten und Einsparungen durch das *UWZ* aufzuzeigen. Das konnte in dieser Arbeit leider nicht exakt dargelegt werden, da das *Naturel Hotels & Resorts Dorf SCHÖNLEITN & Dorf SEELEITN* nicht alle Daten und Zahlen nennen konnte, was daran gelegen hat, dass viele Investitionen erst letztes oder in diesem Jahr durchgeführt wurden und über die Auswirkungen aufgrund der Corona-Pandemie zu wenig Daten vorhanden sind.

Für das *Österreichische Umweltzeichen* selbst sei empfohlen, dass dieses gezielt den Fokus auf Werbung und Informationsverbreitung unter den Hoteliers legen sollte. Auf diese Weise sollen die Vorteile und positiven Effekte des *UWZs* verbreitet und mehr Betriebe zur Zertifizierung angeregt werden.

Des Weiteren wäre es in diesem Zusammenhang wünschenswert, an Schulen und Universitäten mehr auf dieses Thema rund um das *Österreichische Umweltzeichen* aufmerksam zu machen. Aus eigener Erfahrung kann berichtet werden, dass dies kaum bis gar nicht geschieht.

Literaturverzeichnis

- Agenda Austria. (18. Juni 2020). *Agenda Austria*. Abgerufen am 22. Oktober 2021 von Agenda Austria: <https://www.agenda-austria.at/grafiken/tourismus-als-wichtiger-wirtschaftsfaktor/>
- Betriebliche Umweltoffensive - BUO. (o. J.). *Betriebliche Umweltoffensive - BUO*. Von https://www.betrieblicheumweltoffensive.at/index_DEU_HTML.htm abgerufen
- Bundesministerium für Klimaschutz, U. E. (2020). *Evaluierung der Umweltförderungen des Bundes 2017–2019*. Wien: Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie.
- Bundesministerium für Klimaschutz, U. E. (o. J.). *Österreichisches Umweltzeichen*. Von https://www.umweltzeichen.at/file/Richtlinie/UZ%20200/Short/Uz200_k7a_Tourismus_allgemein_2020.pdf abgerufen
- Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie. (1. Jänner 2018). *Österreichisches Umweltzeichen*. Von https://www.umweltzeichen.at/file/Richtlinie/UZ%20200/Long/Uz200_R7.0a_Tourismus-und-Freizeitwirtschaft_2018_incl_SOLL.pdf abgerufen
- Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie. (2020). *Österreichisches Umweltzeichen*. Von <https://www.umweltzeichen.at/de/home/stimmen-zum-umweltzeichen/nachlese-und-videos-30-jahre-festveranstaltung/> abgerufen
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft. (2020). *Kommunalkredit Public Consulting GmbH*. Von Kommunalkredit Public Consulting GmbH: <https://www.umweltfoerderung.at/berichte-publikationen.html> abgerufen
- Durch gezielte Außendarstellung zum Erfolg*. (11. Februar 2021). Saxo Print. Von <https://www.saxoprint.de/blog/aussendarstellung> abgerufen
- Eco Travia. (März 2021). *Eco Travia*. Von <https://www.ecotravia.de/uebersicht-nachhaltigkeitszertifizierungen> abgerufen
- EU Ecolabel. (2021). *EU Ecolabel*. Abgerufen am 23. Oktober 2021 von <https://eu-ecolabel.de/>

- Frietzsche, P. D. (20. Februar 2018). *Springer Gabler - Wirtschaftslexikon*. Von <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/tourismus-50391/version-273610> abgerufen
- Herbst, G. (o. J.). *Gemeinsam sind sie stark: Wie die Persönlichkeiten von Unternehmen und Marken starke Bindungen zum Konsumenten schaffen*. ACADEMIA - Accelerating the world's research. 17. o.O.
- Iyengar & Lepper. (2000). *When Choice is Demotivating: Can One Desire Too Much*. 995–1006. o.O.
- Jaedtke, K. (16. Juli 2019). *Handels Journal - Das Wirtschaftsmagazin für den Handel*. Von <https://www.handelsjournal.de/unternehmen/marketing/wenn-auswahl-ueberfordert.html> abgerufen
- Labrecque & Milne. (28. Jänner 2011). *Exciting red and competent blue: the importance of color*. Springer Link, 711–727. o.O.
- Lexikon der Nachhaltigkeit. (13. November 2015). *Lexikon der Nachhaltigkeit*. Von https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/brundtland_report_563.htm abgerufen
- NachhaltigmehrWert. (2016). *NachhaltigmehrWert*. Von <http://nachhaltigmehrwert.at/leistungen/umweltzeichen/> abgerufen
- Naturel Hotels & Resorts. (o. J.). *Naturelhotels*. Von <https://www.naturelhotels.com/de/hoteldorf-schoenleitn-kaernten/> abgerufen
- Österreichisches Umweltzeichen. (29. April 2020). Wikipedia. Von https://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96sterreichisches_Umweltzeichen abgerufen
- Österreichisches Umweltzeichen. (2021). *Österreichisches Umweltzeichen*. Von <https://www.umweltzeichen.at/> abgerufen
- Ratjen, G. (2016). *Nachhaltiges Wirtschaften in Hotellerie und Gastronomie - Tipps und Handlungsempfehlungen*. Berlin: Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.
- Rob, J. (30. Juli 2021). *Exploring personal definitions of sustainability and their impact on perceptions of sustainability culture*. Emerald Insight. o.O.
- Saxo Print. (11. Februar 2021). *Saxo Print*. Von <https://www.saxoprint.de/blog/aussendarstellung> abgerufen
- United Nations. (1987). *Our Common Future - Report of the World Commission on Environment and Development*.
- UNWTO - World Tourism Organization. (2021). *UNWTO - World Tourism Organization*. Von <https://www.unwto.org/> abgerufen

- VABÖ - Verband Abfallberatung Österreich. (April 2017). *VABÖ - Verband Abfallberatung Österreich*. Abgerufen am 22. Oktober 2021 von <https://www.vaboe.at/>
- Wallace, D. (1. Juni 2020). *Small Business*. Abgerufen am 22. Oktober 2021 von <https://smallbiztrends.com/2013/04/psychology-of-color-infographic.html>
- Wikipedia. (2. September). *Wikipedia*. Abgerufen am 15. September 2021 von <https://de.wikipedia.org/wiki/Umweltzeichen#:~:text=Ein%20Umweltzeichen%2C%20oft%20auch%20Umweltkennzeichen, die%20Umweltfreundlichkeit%20einzelner%20Merkmale%20trifft.>
- WWF. (8. Dezember 2016). *WWF*. Abgerufen am 22. Oktober 2021 von <https://www.wwf.de/aktiv-werden/tipps-fuer-den-alltag/umweltvertraeglich-reisen/tourismus-und-klimawandel#:~:text=Touristische%20Aktivit%C3%A4ten%20wie%20die%20An,0%2C25%20Tonnen%20CO2.>
- Yokessa & Marette. (2019). *A Review of Eco-labels and their Economic Impact. International Review of Environmental and Resource Economics*. Paris: HAL archives-ouvertes.

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1: Österreichisches Umweltzeichen für Tourismusbetriebe Dezember 2009 - Juni 2017 (VABÖ - Verband Abfallberatung Österreich, 2017)</i>	<i>16</i>
<i>Abbildung 3: Logo Österreichisches Umweltzeichen (Betriebliche Umweltoffensive - BUO, o. J.).....</i>	<i>17</i>
<i>Abbildung 4: Mindestpunkte der Soll-Kriterien (Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, 2018, S. 9)</i>	<i>26</i>
<i>Abbildung 5: Kosten Österreichisches Umweltzeichen (Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie, o. J., S. 4)</i>	<i>27</i>
<i>Abbildung 6: In der Speisekarte aufgelistete Lieferanten (Naturel Hotels & Resorts , o. J.)</i>	<i>32</i>
<i>Abbildung 7: Mülltrennung Küche</i>	<i>33</i>

Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 1: Rechenbeispiel Schankanlage (Tiefenbacher Dominik, stellvertretender Direktor, 16. August 2021, Faak am See).....</i>	<i>34</i>
---	-----------

Anhang

Handbuch Österreichisches Umweltzeichen

[UZ Fibel Kern ohne Passer.pdf \(umweltzeichen.at\)](#)

Interviewfragen

- Was waren die ausschlaggebenden Gründe und Motive, um sich für das Österreichische Umweltzeichen zu bewerben und sich zertifizieren zu lassen?
- Mit welchen Herausforderungen und Hindernissen wurden Sie während bzw. nach der Zertifizierung konfrontiert? Ist alles nach Plan gelaufen? Wenn nein, was nicht?
- Hat es einen Zeitpunkt gegeben, an dem Sie die Zertifizierung abbrechen wollten? Wenn ja, warum?
- Streben Sie eine langfristige oder sogar stetige Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen an?
- Wie viel regionale Produkte und Händler hat das Hotel jetzt mehr als vor der Zertifizierung?
- Glauben Sie, durch das UWZ einen Vorteil gegenüber anderen Hotels in Ihrer Region zu haben?
- In welchem Verhältnis stehen für Sie Kosten und Nutzen?
- Lohnt sich aus Ihrer Sicht eine Zertifizierung mit dem UWZ?
- Können Sie Änderungen der Buchungslage seit der Zertifizierung feststellen? (positiv/negativ)
- Hat es nach der Zertifizierung eine Preiserhöhung seitens des Hotels gegeben? (etwa bei den Speisen und Getränken oder dem Zimmer)