



Franßen & Nusser

RECHTSANWÄLTE

# Mandanteninformation Green Claims

Empowering Consumers Directive und Green Claims Directive



Liebe Mandantinnen und Mandanten,  
liebe Damen und Herren,

gerne möchten wir Sie über Neuerung zu dem Themenbereich des „Greenwashings“ und der „Green Claims“ informieren, die weitgehende Beschränkungen in der Konsumgüterwerbung mit sich bringen (werden).

Im Rahmen des 2019 beschlossenen [European Green Deals](#) hat sich die Kommission dazu verpflichtet, das sog. Greenwashing zu bekämpfen und sicherzustellen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher dazu befähigt werden, durch gut informierte Entscheidungen eine aktive Rolle beim ökologischen Wandel einzunehmen.

Es sollen nicht nur die Liste der unlauteren Geschäftspraktiken erweitert sowie Standards zum Nachweis der Umweltaussagen festgelegt werden. Auch soll dem „Wildwuchs“ an undurchsichtigen und irreführenden Umweltsiegeln und Kennzeichnungen begegnet werden, der für Verbraucherinnen und Verbraucher nur noch schwer überschaubar ist und kaum Transparenz bietet.

Im Einzelnen geht es um die am 26. März 2024 in Kraft getretene [Richtlinie \(EU\) 2024/825 zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und durch bessere Informationen](#), die auch „Empowering Consumers-Richtlinie“ (EmCD) genannt wird. Mit der EmCD erfolgt eine nachhaltigkeitsbezogene Änderung der [Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken](#) sowie der [Richtlinie 2011/83/EU über Verbraucherrechte](#).

Die Kommission hat darüber hinaus im März 2023 einen [Vorschlag für eine Richtlinie über die Begründung ausdrücklicher Umweltaussagen und die diesbezügliche Kommunikation](#) (Green Claims Directive, GCD) veröffentlicht. Dieser ergänzt die EmCD indem spezifische Regeln für die Überprüfung und Kommunikation umweltbezogener Angaben festgelegt werden. Der Richtlinienentwurf befindet sich derzeit noch im Gesetzgebungsverfahren – das EU-Parlament hat der geplanten Green Claims-Richtlinie jedoch Mitte März 2024 bereits mit großer Mehrheit zugestimmt.

Im Weiteren möchten wir Ihnen einen Überblick über die wichtigsten Inhalte der beiden Richtlinien geben und aufzeigen, warum diese eine große Relevanz für sehr viele Unternehmen haben werden.

Wir wünschen Ihnen viele neue und nützliche Erkenntnisse beim Lesen.

---



1. Überblick und Abgrenzung der beiden Richtlinien .....	3
2. Empowering Consumers Directive (EmCD).....	4
a) Verbote in Bezug auf unlautere Geschäftspraktiken.....	4
b) Adressatinnen und Adressaten .....	7
c) Rechtsfolgen bei Nichtbeachtung der Verbote .....	7
d) Umsetzung in nationales Recht .....	7
3. Entwurf der Green Claims Directive (GCD) .....	8
a) Überprüfung und Belegbarkeit von ausdrücklichen Umweltaussagen .....	8
b) Kommunikation der Umweltaussage .....	9
c) System für Umweltlabel .....	10
d) Adressatinnen und Adressaten .....	11
e) Durchführung .....	11
f) Sanktionen bei Nichtbeachtung .....	11
4. Rechtlicher Ausblick, zeitliche Planung und Umsetzung .....	12



## 1. Überblick und Abgrenzung der beiden Richtlinien

Sowohl die bereits in Kraft getretene Empowering Consumers Directive (EmCD) als auch die geplante Green Claims Directive verfolgen das Ziel, Green Washing zu bekämpfen und es Verbraucherinnen und Verbrauchern zu ermöglichen, eine fundierte Kaufentscheidung zu treffen und sie vor irreführenden Informationen zu schützen. Grob gesagt, stellen beide Richtlinie Anforderungen an Umweltaussagen und Umweltsiegel auf und schaffen einen Rechtsrahmen, in dem es nur noch dann gestattet sein soll, mit umweltbezogenen Aussagen zu werben, wenn diese auch nachweislich zutreffend sind. In ihrer Herangehensweise und ihrem Regelungsgehalt unterscheiden sich die Richtlinien jedoch deutlich.

Die **EmCD** ist dahingehend allein von **wettbewerbsrechtlicher Relevanz**. Sie erweitert die schwarze Liste der unlauteren Geschäftspraktiken und erklärt etwa allgemeine Aussagen wie „energieeffizient“ oder „klimafreundlich“ für irreführend, soweit nicht nachweislich eine anerkannte hervorragende Umweltleistung gegeben ist. Stets unlauter soll zukünftig aber auch bspw. die Nutzung eines privaten Nachhaltigkeitslabels sein, soweit diesem kein der EmCD entsprechendes Zertifizierungssystem zugrunde liegt, welches ein objektives Prüfverfahren bei einer unabhängigen Stelle vorsieht und allen Marktteilnehmern offensteht.

In Folge der EmCD wird es in Deutschland zu einer Anpassung des Anhangs zum [Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb \(UWG\)](#) kommen. In diesem sind die irreführenden geschäftlichen Handlungen aufgelistet, die gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern stets unzulässig sind, da sie einen Verstoß gegen § 5 Abs. 1 UWG, also eine irreführende Handlung darstellen. Als Rechtsfolge einer solchen kommen zivilrechtliche Ansprüche auf Beseitigung und Unterlassen (§ 8 Abs. 1 UWG) sowie auf Schadensersatz (§ 9 UWG) und Gewinnabschöpfung in Betracht (§ 10 Abs. 1 UWG).

Die **GCD** ist nicht in erster Linie von wettbewerbsrechtlicher Bedeutung und ihre Regelungen werden nicht im Zivilrechtsweg durchgesetzt. Durchgesetzt werden soll sie vielmehr durch die jeweils zuständigen Behörden der Mitgliedstaaten und ein Verstoß wird **öffentlich-rechtliche Sanktionen** wie Bußgelder oder den zeitweisen Ausschluss von staatlicher Finanzierung zur Folge haben.

Geplant ist, mit der GCD zukünftig weitreichende Anforderung an den Nachweis und die Kommunikation von ausdrücklichen Umweltaussagen zu stellen – gemeint sind damit solche in Textform oder auf Nachhaltigkeitssiegeln. So werden Standards dahingehend festgelegt, wie die Umweltleistung durch ein Unternehmen zu prüfen und zu belegen ist. Zusätzlich sieht der Richtlinienentwurf vor, dass ausdrückliche Umweltaussagen vor ihrer Verwendung durch eine akkreditierte Stelle auf ihre Konformität hin überprüft werden müssen. Auch die Art der Kommunikation soll durch die GCD an hohe Voraussetzungen geknüpft werden, welche ebenfalls durch eine Prüfstelle bestätigt werden müssen. Ausdrückliche Umweltaussagen müssen konkret und in Verbindung mit der Erfüllung verschiedener Informationsverpflichtungen getroffen werden.



Festgelegt werden sollen darüber hinaus weitreichende Vorgaben für Umweltlabel. Nicht nur die Einführung neuer Label soll erheblich erschwert werden. Auch soll die Transparenz und Aussagekraft der bestehenden Kennzeichen erhöht werden, indem zukünftig etwa vorausgesetzt wird, dass im Rahmen deren Entwicklung anerkannte wissenschaftliche Erkenntnisse sowie internationale Standards Berücksichtigung gefunden haben. Zudem sieht der Richtlinienentwurf vor, dass die Umweltlabel vor ihrer Verwendung ebenfalls ein Konformitätsbewertungsverfahren bei einer akkreditierten Stelle durchlaufen müssen.

---

## 2. Empowering Consumers Directive (EmCD)

Bereits am 26. März 2024 in Kraft getreten ist die [Empowering Consumers Directive](#). Sie sieht Änderungen der [Richtlinien 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken](#) sowie der [Richtlinie 2011/83/EU über Verbraucherrechte](#) (Verbraucherrechterichtlinie) vor und erweitert insbesondere die sog. Schwarze Liste der unlauteren Geschäftspraktiken des Anhang I der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken hinsichtlich irreführender Umweltaussagen.

Bei **Umweltaussagen** (sog. **Green Claims**) handelt es sich um nicht verpflichtende Aussagen im Kontext einer kommerziellen Kommunikation, in der angegeben wird, ein Produkt oder ein Gewerbetreibender habe eine positive oder keine Auswirkung auf die Umwelt oder sei weniger schädlich für die Umwelt als andere Produkte bzw. Gewerbetreibende. Dabei kann es sich um Darstellungen durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole wie beispielsweise Etiketten, Markennamen, Firmennamen oder Produktbezeichnungen handeln (Art. 2 Abs. 1 lit. o der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken).

Bereits jetzt dürften viele der in der EmCD genannten Umweltaussagen wettbewerbsrechtlich relevant sein und irreführende Geschäftspraktiken darstellen. Die EmCD aber konkretisiert diese nun und erklärt sie für in jedem Fall für per se in jedem Mitgliedstaat und ohne Beurteilung im Einzelfall für unzulässig. Auch wenn weiterhin Auslegungsspielräume verbleiben, geht sie so einen Schritt in Richtung eines europaweit einheitlichen Rechtsrahmens sowie hin zu mehr Rechtssicherheit für die betroffenen Unternehmen im Bereich der Umweltaussagen.

### a) Verbote in Bezug auf unlautere Geschäftspraktiken

Die EmCD erweitert die Liste der unlauteren Geschäftspraktiken um folgende Verbote:

- **Verbot der Nutzung allgemeiner Umweltaussagen, wenn für diese nicht eine anerkannte hervorragende Umweltleistung vorliegt, die für die Aussage relevant ist, Art. 4a des Anhang I der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken**

Zukünftig soll mit allgemeinen Umweltaussagen nur dann geworben werden, wenn eine anerkannte hervorragende Umweltleistung auch tatsächlich nachgewiesen werden kann und von Relevanz ist.



Das Verbot betrifft allein allgemeine Umweltaussagen. Darunter wird eine schriftlich oder mündlich getätigte Umweltaussage verstanden, die nicht auf einem Nachhaltigkeitsiegel enthalten ist und bei der die Spezifizierung der Aussage nicht auf demselben Medium klar und in hervorgehobener Weise angegeben ist (Art. 2 Abs. 1 lit. p der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken). Beispiele für eine allgemeine Umweltaussage sind etwa Begriffe wie „**umweltfreundlich**“, „**energieeffizient**“ oder „**biologisch abbaubar**“. Die Aussage auf einer Verpackung, diese sei „**klimafreundlich**“ stellt bspw. eine allgemeine Umweltaussage dar. Sie darf nur genutzt werden, wenn eine relevante hervorragende Umwelleistung gegeben ist. Erforderlich ist eine Umwelleistung, die im Einklang steht mit der Verordnung (EG) Nr. 66/2010 über das EU-Umweltzeichen, mit nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach EN ISO 14024 Typ I, die in den Mitgliedstaaten offiziell anerkannt sind, oder mit Umwelthöchstleistungen nach sonstigem geltenden Unionsrecht (Art. 2 Abs. 1 lit. s der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken). Wird jedoch angegeben, „**100 % der für die Herstellung dieser Verpackung verwendeten Energie stammen aus erneuerbaren Quellen**“, stellt dies eine derartige Spezifikation der Aussage dar, dass diese nicht vom Verbot des Art. 4a des Anhang I der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken erfasst sein kann.

- **Anforderungen an Umweltaussagen über die künftige Umwelleistung**, Art. 6 Abs. 2 lit. d der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken

Verschärfte Anforderungen werden auch an Umweltaussagen über die künftige Umwelleistung (Bsp.: „Bis 2035 werden wir...“) gestellt. Solche Aussagen müssen eine klare, objektive, öffentlich zugängliche und überprüfbare Verpflichtung enthalten und die Verpflichtung muss in einem detaillierten und realistischen Umsetzungsplan dargelegt werden, der regelmäßig von einer unabhängigen sachverständigen Person zu überwachen ist.

- **Werbung mit der Kompensation von Treibhausgasen**, Anhang I Nr. 4c der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken

Werden Treibhausgase ausgeglichen, so darf nicht damit geworben werden, das Produkt habe eine neutrale oder reduzierte Auswirkung auf die Umwelt in Bezug auf Treibhausgasemissionen. Begriffe wie „**klimaneutral**“ oder „**zertifiziert CO<sub>2</sub>-neutral**“ sind in diesem Fall als irreführend einzustufen.

- **Werbung mit gesetzlich verpflichtenden Vorgaben**, Anhang I Nr. 10a der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken

Untersagt wird künftig auch die Werbung mit gesetzlich verpflichtenden Vorgaben als besonderes Merkmal eines Produkts. Dies könnte insbesondere auch vor dem Hintergrund der politisch endabgestimmten Ökodesign-Verordnung relevant werden; im Rahmen von Durchführungsverordnungen für einzelne Produktgruppen könnten etwa Anforderungen an den Mindestanteil recycelten Materials festgelegt werden, sodass, hält ein Produkt gerade nur diese ein, damit nicht länger geworben



werden darf. Aber auch bspw. Art. 8 der neuen [EU-Batterieverordnung \(Verordnung \(EU\) 2023/1542\)](#) wird verpflichtende Mindestzyklaltgehalte für Batterien zukünftig verpflichtend machen.

- **Aussagen dürfen sich nicht auf das gesamte Produkt/die gesamte Geschäftstätigkeit beziehen, wenn sie tatsächlich nur für einen Teilaspekt relevant sind**, Anhang I Nr. 4b der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken

- **Werbeaussagen zu Kreislaufaspekten**

Regelungen trifft die Richtlinie zudem hinsichtlich der Werbeaussagen zu Kreislaufaspekten, etwa der Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit von Produkten sowie der Zurückhaltung von bestimmten Informationen hinsichtlich der Funktionsfähigkeit, Anhang I Nr. 23d – 23j der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken. So sind Verbraucherinnen und Verbraucher etwa darüber zu informieren, dass die Funktionalität eines Produkts eingeschränkt wird, sollten sie Zubehör verwenden, das nicht vom ursprünglichen Hersteller bereitgestellt wurde. Auch darf ein Produkt bspw. nicht als reparierbar ausgezeichnet werden, wenn es das tatsächlich nicht ist.

- **Strengere Regeln für die Verwendung von Nachhaltigkeitsiegeln**, Nr. 2a des Anhang I der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken

Die Verwendung eines freiwilligen öffentlichen oder privaten Siegels, mit dem ökologische oder soziale Merkmale eines Produkts oder einer Geschäftstätigkeit besonders hervorgehoben werden sollen, wird zukünftig nur dann keine unlautere Geschäftstätigkeit sein, wenn es

- a. von einer staatlichen Stelle eingeführt wurde oder
- b. auf einem Zertifizierungssystem beruht.

Um ein privates Umweltsiegel weiterhin nutzen zu können, wird also die Einführung eines entsprechenden Zertifizierungssystems erforderlich werden. Die genaue Ausgestaltung der Anforderungen an ein solches werden durch die nationalen Umsetzungsgesetze erfolgen. Fest steht aber, dass es so beschaffen sein muss, dass in einem objektiven Verfahren durch einen unabhängigen und sachverständigen Dritten geprüft wird, ob bestimmte Voraussetzungen erfüllt sind, die die Verwendung eines Umweltsiegels ermöglichen. Diese Voraussetzungen sind vom Systeminhaber in Absprache mit geeigneten Sachverständigen und Interessenträgern festzulegen und zu veröffentlichen. Das Zertifizierungssystem muss zudem allen Gewerbetreibenden unter transparenten, lauterem und diskriminierungsfreien Bedingungen offenstehen (Art. 2 Abs. 1 lit. r der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken).



Nutzt ein Unternehmen derzeit also sein eigenes privates Nachhaltigkeitssiegel, muss es die Verwendung wohl bis 2026 einstellen oder aber das zugrunde liegende Zertifizierungssystem öffnen sowie auf eine unabhängige Partei übertragen.

## *b) Adressatinnen und Adressaten*

Betroffen sind durch die EmCD **alle Gewerbetreibenden**, unabhängig davon, an welchem Punkt in der Lieferkette sie sich befinden. Gewerbetreibende sind in Art. 2 lit. d der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken definiert als natürliche oder juristische Personen, die im Geschäftsverkehr i.S.d. Richtlinie im Rahmen ihrer gewerblichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit handeln. Gewerbetreibend sind auch Personen, die im Namen oder Auftrag des Gewerbetreibenden handeln. Auch wer mit einem Produkt handelt und die Verpackung eines Produkts nicht selbst mit einer Umweltaussage bedruckt, sondern diese aus der Herstellung von einer dritten Person übernimmt, kann gegen ein Verbot der EmCD verstoßen, indem die Aussage (auch) zu eigenen Vermarktungszwecken genutzt wird.

Zu beachten ist, dass die EmCD zwar grundsätzlich nur im **B2C-Bereich** gilt. Auswirkungen kann sie aber zumindest in Form einer Auslegungshilfe auch auf den **B2B-Bereich** haben.

## *c) Rechtsfolgen bei Nichtbeachtung der Verbote*

Die Nichtbeachtung der in der EmCD festgelegten Verbote hat allein wettbewerbsrechtliche Relevanz, indem ein solches Handeln **eine unlautere Geschäftspraxis** im Sinne des Art. 6 oder 7 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken bzw. des § 5 oder § 5a des UWG darstellt. Darüber hinaus legt die EmCD keine Sanktionen oder anderweitige Rechtsfolgen fest.

## *d) Umsetzung in nationales Recht*

Umzusetzen ist die EmCD durch die Mitgliedstaaten bis zum 27. September 2026, was in Deutschland insbesondere durch Änderung des [Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb](#) (UWG) erfolgen wird. Jede Unternehmenskommunikation, egal ob in Form von Werbung, der Verpackung, Social Media, Pressemitteilungen oder auf Produkten, muss, soweit sie Umweltwerbung beinhaltet und zu diesem Zeitpunkt noch auf dem Markt ist oder planmäßig auf dem Markt sein soll, den Anforderungen der Richtlinie entsprechen. Die EmCD wird insofern auch hinsichtlich Lagerware relevant und dürfte die betroffenen Unternehmen gerade dahingehend vor große Herausforderungen in der Umsetzung stellen. Entsprechend ist eine frühzeitige Auseinandersetzung mit den neu eingeführten Verbotstatbeständen zu empfehlen.



### 3. Entwurf der Green Claims Directive (GCD)

Zentraler Aspekt des Vorschlages für die [Green Claims Directive](#) ist, dass zukünftig hinsichtlich freiwilliger Werbeaussagen zu umweltbezogenen Auswirkungen, Aspekten und Leistungen europaweit gewisse einheitliche Mindeststandards eingehalten werden müssen. Anforderungen werden durch die GCD sowohl an die Überprüfung von Umweltaussagen gestellt als auch an die Art der Kommunikation dieser Aussagen.

Zur Definition des Begriffs „**Umweltaussagen**“ soll Art. 2 Nr. 1 der GCD auf den zuvor genannten Art. 2 Buchst. o) der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken verweisen. Die Regelungen der GCD betreffen jedoch allein ausdrückliche Umweltaussagen und konkretisiert diesbezüglich insbesondere die Anforderungen an deren Überprüfbarkeit. Das sind solche, die in Textform erfolgen oder auf einem Umweltzeichen enthalten sind (Art. 2 Nr. 2 der GCD). Anders als die EmCD erfasst sie nach derzeitigem Stand demnach etwa keine mündlichen Angaben oder Bilder. Von der Richtlinie betroffen sind gemäß Art. 1 Abs. 2 darüber hinaus nur diejenigen Umweltaussagen und Umweltzeichen, die nicht bereits durch diverse andere EU-Vorschriften, wie das EU-Umweltzeichen „Euroblume“ ([Verordnung \(EG\) Nr. 66/2010](#)), die EU-Energieverbrauchskennzeichnung ([Verordnung \(EU\) 2017/1369](#)) oder das EU-Bio-Logo für ökologischen und biologischen Landbau ([Verordnung \(EU\) 2018/848](#)), abgedeckt sind. Die bereits bestehenden Siegel und Kennzeichnungen der EU sollen Vorrang gegenüber den Regelungen der GCD genießen.

Zudem legt die GCD neue Regeln hinsichtlich der Umweltkennzeichnungssysteme fest mit dem Ziel, deren Stabilität, Transparenz und Verlässlichkeit zu gewährleisten.

#### a) Überprüfung und Belegbarkeit von ausdrücklichen Umweltaussagen

**Ausdrückliche umweltbezogene Aussagen** sollen nur getätigt werden können, wenn sie auf **wissenschaftlichen Standards** basieren. Um Aussagen tätigen zu können, müssen Unternehmen in einem ersten Schritt eine Bewertung anhand allgemein anerkannter wissenschaftlicher Erkenntnisse durchführen, um ihre Aussage zu belegen (Art. 3 der GCD). Im Rahmen ihrer Bewertung müssen Unternehmen etwa Angaben darüber machen, ob sich die Umweltaussage bspw. auf das gesamte Produkt oder nur einzelne Teilaspekte dessen bezieht. Auch müssen allgemein anerkannte wissenschaftliche Erkenntnisse verwendet und alle Umweltaspekte oder Umweltauswirkungen Berücksichtigung finden, die für die Bewertung der Umweltleistung von Bedeutung sind - sowohl die positiven wie auch die negativen. Gegenstand der Bewertung dürfen keine Eigenschaften sein, die längst verbreitet sind und von Verbraucherinnen und Verbrauchern als selbstverständlich vorausgesetzt werden können oder solche, die gesetzlich ohnehin vorgeschrieben sind.

Hinsichtlich **vergleichender Umweltaussagen** stellt die GCD zusätzliche Regeln auf: Aussagen, mit denen behauptet wird, ein Produkt oder ein Gewerbetreibender verursache weniger Umweltauswirkungen oder erbringe eine bessere Umweltleistung als andere, muss eine **vergleichende Bewertung** zugrunde



liegen, die insbesondere auf gleichartigen sowie gleichwertigen Informationen und Daten beruht (Art. 4 Abs. 1 GCD).

Im zweiten Schritt müssen Unternehmen ihre Umweltaussagen zudem ein **Prüfsystem bei einer akkreditierten unabhängigen Konformitätsbewertungsstelle** durchlaufen lassen (Art. 10 Abs. 1 und 4 i.V.m. 11 Abs. 1 der GCD). Im Rahmen dessen sollen die Unternehmensangaben überprüft werden. Kommt die Prüfstelle zu dem Ergebnis, dass die ausdrückliche Umweltaussage mit den Anforderungen der GCD konform ist, stellt sie dem Unternehmen eine Konformitätsbescheinigung aus.

Erst anschließend darf die Umweltaussage veröffentlicht werden.

Die gewerbetreibende Person hat die Bewertung seiner Umweltaussage anlassbezogen, spätestens jedoch alle fünf Jahre zu überprüfen. Wird in diesem Zuge eine Aktualisierung der Umweltaussage vorgenommen, ist auch die Überprüfung durch eine akkreditierte Stelle zu wiederholen (Art. 9 GCD).

## *b) Kommunikation der Umweltaussage*

Die Konformitätsbescheinigung gestattet keine uneingeschränkte Verwendung der ausdrücklichen Umweltaussage. Vielmehr sind auch hinsichtlich der Art und Weise ihrer Kommunikation Vorgaben einzuhalten (Art.5 der GCD).

**Ausdrückliche Umweltaussagen** dürfen **nicht pauschal** getroffen werden, sondern müssen sich auf konkrete Aspekte beziehen. So soll bspw. die Angabe, ein Produkt sei „**umweltfreundlich**“ oder „**nachhaltig**“, nicht gestattet sein. Bezieht sich eine Umweltaussage insbesondere auch auf die Nutzungsphase eines Produkts, sind Verbraucherinnen und Verbraucher darüber zu informieren, wie sie das Produkt verwenden sollten, um die erwartete Umweltleistung zu erreichen. Konkrete Anforderungen werden auch an die Bewerbung künftiger Umweltleistungen gestellt. Diese müssen eine zeitlich festgelegte Verpflichtung für Verbesserungen der eigenen Tätigkeiten sowie innerhalb der Wertschöpfungsketten beinhalten.

Darüber hinaus obliegen den werbenden Unternehmen umfassende **Informationspflichten**. Folgende Informationen sind nach Art. 6 Abs. 6 der GCD zusammen mit der Aussage wahlweise in physischer oder digitaler Form (mittels Weblinks oder QR-Codes) zur Verfügung zu stellen:

- Umweltaspekte, -auswirkungen oder -leistungen, die Gegenstand der Umweltaussage sind,
- einschlägige Unionsnormen oder internationale Normen,
- zugrunde liegende Studien, die zur Bewertungsmessung und Überwachung der Umweltauswirkungen Aspekte und Leistung verwendet wurden; auch widersprechende Studien müssen hier aufgeführt werden,
- kurze Erläuterungen, wie die Umweltverbesserungen erzielt werden,



- Konformitätsbescheinigungen zur Begründung der Aussage und die Kontaktdaten der prüfenden Stelle,
- werden klimabezogene Umweltaussagen getroffen, die auf den Ausgleich von Treibhausgasemissionen beruhen, müssen Information darüber geliefert werden, in welchem Umfang sich die Aussagen auf Kompensationen beziehen und ob diese auf Emissionsminderungen oder Entnahmen von Treibhausgasen zurückzuführen sind,
- schließlich muss eine Zusammenfassung der Bewertung einschließlich der vorgenannten Informationen gegeben werden, diese muss klar und verständlich sein und mindestens in einer der Amtssprachen des Mitgliedstaats vorgelegt werden, in dem die Aussage getätigt wird.

Auch die Art der Kommunikation sowie die Erfüllung der Informationspflichten ist ex ante durch eine akkreditierte Stelle überprüfen zu lassen (Art. 10 Abs. 1 GCD).

### c) System für Umweltlabel

Laut der Kommission gibt es zurzeit mindestens 230 verschiedene Umweltlabel, zudem würden stetig neue hinzukommen, was bei Verbraucherinnen und Verbrauchern zu Verwirrung führe. Zudem weisen einige dieser Label eine nur geringe Aussagekraft und Transparenz sowie fehlende Nachprüfungsmöglichkeiten auf. Dagegen will die EU mit Art. 7 und 8 der GCD vorgehen und mehr **Verlässlichkeit, Vergleichbarkeit und eine verbesserte Überprüfbarkeit** schaffen.

Zum einen sollen neue Systeme nur unter hohen Voraussetzungen eingeführt werden können. Die Einführung neuer öffentlicher Label soll grundsätzlich nur noch nach Unionsrecht zulässig sein (Art. 8 Abs. 3 der GCD). Behörden der Mitgliedstaaten dürfen keine weiteren neuen öffentlichen Kennzeichnungssysteme mehr einführen. Vor Verwendung eines neu von Behörden aus Drittstaaten eingeführten Systems auf dem Unionsmarkt ist eine Genehmigung der EU-Kommission einzuholen. Auch neue private Label sollen einer Genehmigung bedürfen. Eine solche darf durch die Mitgliedstaaten nur erteilt werden, wenn das neue Kennzeichnungssystem einen tatsächlichen Mehrwert zu den bereits bestehenden Systemen liefert (Art. 8 Abs. 5 der GCD). Nach Art. 8 Abs. 8 GCD soll die Kommission ermächtigt werden, den genauen Ablauf der entsprechenden Genehmigungsverfahren im Wege von Durchführungsrechtsakten festzulegen.

Zudem sollen zukünftig weitreichende Anforderungen an Kennzeichnungssysteme gestellt werden. Geplant ist, dass diese auch für bereits bestehende Systeme Geltung beanspruchen. Zukünftig sollen Kennzeichnungssysteme nicht nur die inhaltlichen Vorgaben erfüllen müssen, die auch an ausdrückliche Umweltaussagen gestellt werden. Die Systeme sind zudem auch durch eine unabhängige akkreditierte Stelle zu prüfen und damit von dem Erhalt einer Konformitätsbescheinigung abhängig (Art. 7 Abs. 1 der GCD). Dies hätte zur Folge, dass transparente und leicht verständliche Informationen über die Eigentumsverhältnisse, die jeweiligen Entscheidungsgremien und die Ziele der Label öffentlich verfügbar sein



müssten. Zudem müssten bei der Entwicklung der Systeme anerkannte wissenschaftliche Erkenntnisse Berücksichtigung gefunden haben und es wäre bspw. sicherzustellen, dass die Systeme alle relevanten Umweltauswirkungen auswerten sowie internationale Standards berücksichtigen.

Die Kommission plant, die zulässigen Umweltlabel in einer Liste zu veröffentlichen (Art. 8 Abs. 7 der GCD).

#### *d) Adressatinnen und Adressaten*

Wie auch die EmCD richten sich die geplanten Regelungen der GCD inhaltlich in erster Linie an **inner- und außereuropäische Gewerbetreibende**, die ihre Produkte oder Dienstleistungen für Verbraucherinnen und Verbraucher in der EU anbieten und diese als nachhaltig oder umweltfreundlich bewerben.

Auch **kleine und mittlere Unternehmen** (KMU) sind grundsätzlich betroffen. Um eine unangemessene Benachteiligung zu vermeiden, sollen die Mitgliedstaaten nach Art. 12 der GCD verpflichtet werden, geeignete Maßnahmen zu treffen, um KMU bei der Anwendung der Richtlinie zu unterstützen. Neben staatlichen Beihilfen können die Mitgliedsstaaten finanzielle, organisatorische und technische Unterstützung liefern, den Zugang zu Finanzmitteln gewähren sowie Schulungsangebote für Führungskräfte und Mitarbeitende zur Verfügung stellen.

Von den neuen Regelungen ausgenommen werden sollen hingegen **Kleinstunternehmen**. Als solche gelten Unternehmen, die weniger als zehn Mitarbeitende und weniger als 2 Mio. Euro Umsatz oder Bilanzsumme aufweisen. Den Kleinstunternehmen bleibt es insofern freigestellt, die Anforderungen an Umweltaussagen freiwillig zu erfüllen.

#### *e) Durchführung*

Die Durchführung der GCD erfolgt durch die jeweils zuständigen Behörden der Mitgliedstaaten (Art. 13 Abs. 1 der GCD). Diese sind mit umfangreichen Kontroll- und Durchsetzungsbefugnissen auszustatten. So sollen sie nach Art. 14 Abs. 2 der GCD zum einen Zugang zu allen relevanten Dokumenten und Daten erhalten, aber auch befugt sein, Ermittlungen und Verfahren auf eigene Initiative einzuleiten sowie von den betroffenen Gewerbetreibenden im Falle eines Verstoßes Abhilfemaßnahmen zu fordern, Unterlassungsanordnungen zu erlassen oder auch Sanktionen zu verhängen. Tätig werden die Behörden zum einen, wenn sie im Rahmen regelmäßiger Kontrollen einen Verstoß gegen die GCD feststellen oder aber dann, wenn sie im Wege einer berechtigten Beschwerde einer natürlichen oder juristischen Person bzw. einer Organisation auf einen Verstoß aufmerksam werden (Art. 15 und 16 der GCD).

#### *f) Sanktionen bei Nichtbeachtung*

Gemäß Art. 17 Abs. 3 der GCD sind durch die Mitgliedstaaten angemessene und effektive Sanktionsmechanismen zur Durchsetzung der Richtlinie festzulegen. Diese sollen Folgendes umfassen:



- Geldbußen, die den für Verstöße verantwortlichen Personen wirksam den aus dem Verstoß gezogenen wirtschaftlichen Nutzen entziehen, sowie eine Erhöhung dieser Geldbußen bei wiederholten Verstößen,
- die Einziehung von Einnahmen, die der Gewerbetreibende aus einer Transaktion mit den betreffenden Produkten erzielt hat,
- den vorübergehenden, im Höchstfall 12 Monate dauernden Ausschluss von Verfahren zur Vergabe öffentlicher Aufträge und vom Zugang zu öffentlicher Finanzierung, darunter auch Ausschreibungsverfahren, Finanzhilfen und Konzessionen.

Wie genau zu ermitteln ist, welchen wirtschaftlichen Nutzen verantwortliche Personen aus einem Verstoß hinsichtlich der Vorgaben zu Umweltaussagen gezogen haben, müssen die Mitgliedsstaaten eigenständig bestimmen. Insoweit trifft die EU mit ihrem Richtlinienvorschlag nur die Vorgabe, dass der Höchstbetrag der Geldbußen mindestens 4 % des Jahresumsatzes der oder des Gewerbetreibenden in dem betreffenden Mitgliedstaat bzw. den betreffenden Mitgliedstaaten beträgt.

---

#### 4. Rechtlicher Ausblick, zeitliche Planung und Umsetzung

Hinsichtlich der bereits in Kraft getretenen **Empowering Consumers Directive** sind vor allem die neuen Anforderungen an private Nachhaltigkeitsiegel bedeutsam, die es erforderlich machen, die Zertifizierung bis zum 27. September 2026 auf unabhängige Dritte zu übertragen sowie das Siegel auch für Wettbewerber zugänglich zu machen. Die weiteren, neu eingeführten wettbewerbsrechtlichen Verbote werden durch das UWG zumindest an deutschen Gerichten hingegen bereits jetzt zu einem Großteil über die bestehenden Regelungen des Wettbewerbsrechts umgesetzt: Schon gegenwärtig sind Täuschungen durch Greenwashing, irreführende Werbung und die Werbung mit Selbstverständlichkeiten als irreführende und unlautere geschäftliche Handlungen gemäß § 3 Abs. 1, Abs. 2 i.V.m. § 5 UWG in Deutschland wettbewerbsrechtlich untersagt (siehe zur Werbung mit dem Begriff „klimaneutral“ vor dem Hintergrund des § 5 Abs. 1 UWG etwa [LG Oldenburg, Beschluss vom 16. Dezember 2021 – 15 O 1469/21](#) oder [LG Kleve, Urteil vom 22. Juni 2022 – 8 O 44/21](#)). Nach der Definition des § 5 Abs. 1 UWG ist eine geschäftliche Handlung irreführend, wenn das Verständnis, dass sie bei den Verkehrskreisen erweckt, an die sie sich richtet, mit den tatsächlichen Verhältnissen nicht übereinstimmt. Beispieltatbestände sind in § 5 Abs. 2 UWG aufgeführt. Die Aufzählung umfasst unter anderem den Fall, dass irreführende Angaben über die wesentlichen Merkmale der jeweiligen von einem Unternehmen angebotenen Waren und Dienstleistungen, beispielsweise hinsichtlich Vorteilen, Zusammensetzung, Verwendungsmöglichkeit oder Beschaffenheit, gemacht werden, § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG. Insofern wird die Aufnahme der in der EmCD genannten Verbote in erster Linie zu mehr Rechtssicherheit und zu einem unionsweit einheitlichen Rechtsrahmen führen.



Vor diesem Hintergrund, aber auch, weil zu erwarten ist, dass die Anpassung der Umweltaussagen einige Zeit in Anspruch nehmen wird, ist es unerlässlich, zeitnah ein Bewusstsein der im Unternehmen zuständigen Stakeholder für die Thematik zu schaffen und gegenwärtige, aber auch geplante Umweltaussagen auf ihre Konformität mit der EmCD hin zu prüfen. Es empfiehlt sich, festzuhalten, welche Umweltaussagen stets zulässig oder stets unzulässig sind und welche unter bestimmten Bedingungen verwendet werden dürfen. Zudem sind die Umweltaussagen zu identifizieren, die einer Überarbeitung bedürfen. Eine der wesentlichen Herausforderungen wird es sein, zu evaluieren, in welcher Form ein umweltbezogenes Marketing auch zukünftig noch möglich sein wird und wie die Nachhaltigkeitskommunikation eines Unternehmens sowie umweltbezogene Kernbotschaften und Narrative so angepasst werden können, dass das Risiko für wettbewerbsrechtliche Verfahren minimiert wird. Schließlich wird auch die Entwicklung eines Zertifizierungssystems für unternehmenseigene Nachhaltigkeitslabel erforderlich werden, um diese weiter nutzen zu können. Eine wichtige Frage wird insofern sein, welche Schritte notwendig sein werden, um ein solches System aufzustellen und ob dies tatsächlich im Unternehmensinteresse ist oder ein Rückgriff auf Siegel Dritter nicht aus wirtschaftlichen aber auch aus marketingbezogenen Gesichtspunkten attraktiver ist.

Die **Green Claims Directive** befindet sich dagegen derzeit noch im Entwurfsstadium. Das Parlament hat ihr jedoch im März 2024 bereits zugestimmt. Abzuwarten bleibt, wie sich der Rat zu dem Vorschlag der Kommission äußern wird. Bis es zu einer endgültigen Entscheidung kommt, wird es jedenfalls noch dauern. Geltung würden die Regeln der GCR zudem erst nach Ablauf einer Umsetzungsfrist für die Mitgliedstaaten beanspruchen (vgl. auch Art. 25 Abs. 1 der GCD). Da die Richtlinie jedoch weitreichende und wesentliche Neuerungen vorsieht und zu erwarten ist, dass der Umsetzungsaufwand für die betroffenen Unternehmen entsprechend hoch sein wird, ist dringend zu raten, die aktuellen Entwicklungen im Blick zu behalten und schon jetzt die ersten Weichen richtig zu stellen. In vielen Fällen wird es sinnvoll sein, im Rahmen der Änderungen, die nach der EmCD ohnehin notwendig sein werden, auch bereits die Vorgaben der GCD zu berücksichtigen und diese zumindest in die zu treffenden Entscheidungen mit einfließen zu lassen.

Es besteht die – durchaus berechtigte – Sorge, dass durch die beiden Richtlinien eine (weitere) Überregulierung droht. Insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen wird es nach der GCD besonders schwerfallen, Umweltaussagen zu Werbezwecken zu nutzen, da sie sich gegebenenfalls eine Zertifizierung wirtschaftlich nicht leisten können. Die Ausnahme bezogen auf Kleinstunternehmen mit bis zu zehn Mitarbeitenden stellt insoweit nur sehr eingeschränkte Erleichterung dar.

Aktiv von den neuen Regelungen profitieren diejenigen Unternehmen, die dem nachhaltigen und umweltfreundlichen Wirtschaften bereits jetzt Priorität einräumen und kontinuierlich daran arbeiten, ihre (negativen) Auswirkung auf die Umwelt zu verringern. Gerade diese Unternehmen stehen derzeit noch einer Vielzahl von unterschiedlichen nicht akkreditierten Umweltsiegeln und umweltbezogenen Werbeaussagen anderer Marktteilnehmerinnen und Marktteilnehmer gegenüber, die in vielen Fällen nicht oder jedenfalls kaum belegt, überprüfbar und aussagekräftig sind.



Profitieren sollen zudem die Verbraucherinnen und Verbraucher, indem es für diese künftig einfacher werden soll, zuverlässige, vergleichbare und überprüfbare Information zu erhalten, sodass sie befähigt werden, eine fundierte und aus Nachhaltigkeitsgesichtspunkten sinnvolle Entscheidung zu treffen.

Schlussendlich ist das erklärte Ziel der EU jedoch freilich die Förderung des Umweltschutzes. Es steht insofern zu hoffen, dass jedenfalls und zuvorderst tatsächlich die Umwelt von den neuen Richtlinien profitiert und die Regulierung von Umweltaussagen kein Selbstzweck bleibt.

---



# Franßen & Nusser

RECHTSANWÄLTE

GREENWASHING UND GREEN CLAIMS

JUNI 2024

**Franßen & Nusser verfügt seit vielen Jahren über eine breite Expertise im Umwelt-, Produkt- und Kreislaufwirtschaftsrecht sowie zu ESG-Themen. Sprechen Sie uns gerne an.**



Dr. Henning Blatt

[blatt@fn.legal](mailto:blatt@fn.legal)



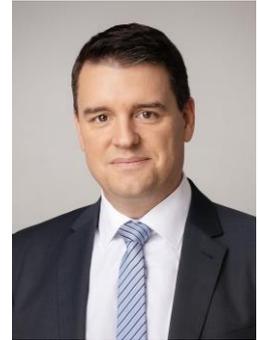
Mirjam Büsch

[buesch@fn.legal](mailto:buesch@fn.legal)



Dr. Marthe-Louise Fehse

[fehse@fn.legal](mailto:fehse@fn.legal)



Gregor Franßen, EMLE

[franssen@fn.legal](mailto:franssen@fn.legal)



Klara Bianca Groß, LL.M.

[gross@fn.legal](mailto:gross@fn.legal)



Michael Halstenberg

[halstenberg@fn.legal](mailto:halstenberg@fn.legal)



Dr. Felix Holländer

[hollaender@fn.legal](mailto:hollaender@fn.legal)



Vanessa Homann, LL.M.

[homann@fn.legal](mailto:homann@fn.legal)



Monika Menz

[menz@fn.legal](mailto:menz@fn.legal)



Dr. Jens Nusser, LL.M.

[nusser@fn.legal](mailto:nusser@fn.legal)



Suhayl Ungerer

[ungerer@fn.legal](mailto:ungerer@fn.legal)