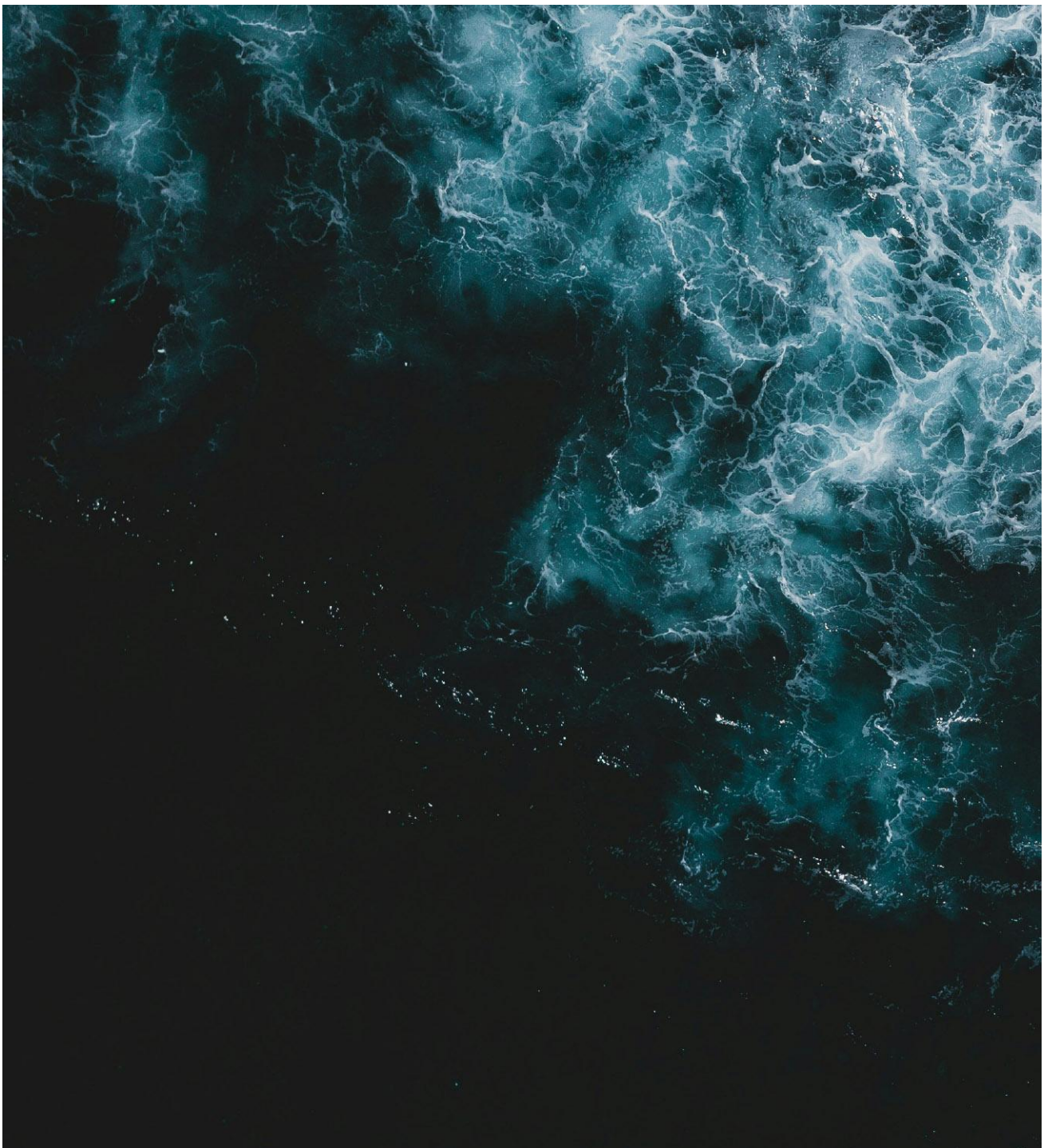


Mandanteninformation

Green Claims unter der EmpCo-Richtlinie

Umweltaussagen auf dem Prüfstand

9/2026



Liebe Mandantinnen und Mandanten,
sehr geehrte Interessierte,

am 19. Dezember 2025 hat der Bundestag in zweiter und dritter Lesung den von der Bundesregierung eingebrachten Entwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb beraten. Das Gesetz wurde am 19. Februar 2026 im [Bundesgesetzblatt](#) verkündet und tritt in wenigen Tagen, am 27.09.2026, in Kraft. Im Mittelpunkt des Gesetzes steht die Umsetzung der [EmpCo-Richtlinie](#)¹, mit der umwelt- und klimabezogene Werbeaussagen (sog. Green Claims) stärker reguliert werden. Außerdem regelt die EmpCo-Richtlinie für Unternehmen, die Verbraucherverträge abschließen, neue Informationspflichten, die in Deutschland mit einer am 05. Februar 2026 im Bundesgesetzblatt veröffentlichten Änderung des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche ([EGBGB](#)) umgesetzt worden sind. Im Gegensatz hierzu hängt die Green Claims-Richtlinie² weiterhin in der Schwebe. In dieser Mandanteninformation werden die wesentlichen Gesetzesänderungen vorgestellt und eingeordnet.

Wir wünschen eine erkenntnisreiche Lektüre.

Ihr Produktrechtsteam

¹ [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.

² Es liegt ein Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über die Begründung ausdrücklicher Umweltaussagen und die diesbezügliche Kommunikation (Richtlinie über Umweltaussagen) vor, COM (2023) 166 final.

Inhaltsverzeichnis

A.	Welche Folgen haben die Erweiterungen der wesentlichen Merkmale einer Ware?	4
B.	In welchem Verhältnis sind die Neuerungen der EmpCo-Richtlinie relevant?	4
C.	Was ist bei Aussagen über künftige Umweltleistungen zu beachten?	5
D.	Welche Neuerungen gibt es auf der „schwarzen Liste“?	6
I.	Wie sind Umweltaussagen reguliert?	6
II.	Wann ist eine allgemeine Umweltaussage unzulässig?	7
III.	Inwiefern sind Aussagen auf Grundlage von Treibhausgas- kompensation zulässig?	9
IV.	Unter welchen Voraussetzungen dürfen Nachhaltigkeitssiegel angebracht werden?	9
E.	Welche Rechtsfolgen und Haftungsrisiken bestehen?	11
F.	Gelten Abverkaufsfristen?	12
G.	Fazit – Umweltaussagen auf dem Prüfstand	12
H.	Neuerungen abseits von Umweltaussagen - Welche neuen Informations- pflichten gelten gegenüber Verbrauchern?	13

A. Welche Folgen haben die Erweiterungen der wesentlichen Merkmale einer Ware?

Gemäß § 3 Abs. 1 UWG sind unlautere geschäftliche Handlungen unzulässig. Unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt (§ 5 Abs. 1 UWG). Wann eine Irreführung vorliegt, ist insbesondere dem Katalog des § 5 Abs. 2 UWG zu entnehmen. In § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG ist geregelt, dass eine geschäftliche Handlung dann irreführend ist, wenn sie unwahre Angaben oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über wesentliche Merkmale einer Ware oder Dienstleistung enthält. Es folgt eine – nach wie vor nicht abschließende – Aufzählung wesentlicher Merkmale. Mit der Umsetzung der EmpCo-Richtlinie wird diese Aufzählung um „ökologische oder soziale Merkmale“ und „Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit“ ergänzt. Damit sind diese Merkmale und Aspekte nunmehr ausdrücklicher Bezugspunkt für eine etwaige Irreführung gem. § 5 UWG.

Unlauter handelt auch, wer durch Vorenthalten wesentlicher Informationen irreführt (§5a Abs. 1 UWG). Was als wesentliche Information gilt, ist in §5b UWG geregelt. Für den Bereich der Produktvergleiche nimmt der neu eingefügte § 5b Abs. 3a UWG ebenfalls „ökologische oder soziale Merkmale“ und „Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit“ in Bezug. Bietet ein Unternehmen einen Dienst an, der Produkte vergleicht und der Verbrauchern Informationen über o. g. Merkmale und Aspekte der Produkte oder der Lieferanten dieser Produkte bereitstellt, so werden Informationen über die Vergleichsmethode, Informationen über die betreffenden Produkte, Informationen über die Lieferanten dieser Produkte und Informationen über die bestehenden Maßnahmen, um die Informationen auf dem neuesten Stand zu halten als wesentliche Informationen angesehen.

Die Erweiterung der wesentlichen Merkmale wird für die Rechtsanwendung allenfalls geringe Folgen haben. Denn die wettbewerbsrechtlichen Irreführungsverbote und Informationspflichten werden von den (deutschen) Gerichten schon bisher auch und besonders streng auf Green Claims angewendet. Die Gesetzesbegründung stellt dementsprechend zutreffend fest, dass die Ergänzungen lediglich klarstellenden Charakter haben und dem gestiegenen Interesse der Verbraucher an Nachhaltigkeitsaspekten Rechnung tragen sollen, die regelmäßig eine besondere Bedeutung bei der Kaufentscheidung einnehmen.

B. In welchem Verhältnis sind die Neuerungen der EmpCo-Richtlinie relevant?

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) ist durch die sog. Schutzzwecktrias geprägt, es schützt Verbraucher, sonstige Marktteilnehmer und die Allgemeinheit, § 1 Abs. 1 UWG. Die Regelungen des UWG gelten grundsätzlich sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich. Hieran änderte weder die Umsetzung der UGP-Richtlinie³ etwas, noch hat die Umsetzung der EmpCo-Richtlinie die Hegemonie der Schutzzwecktrias beendet. Jedoch gelten insbesondere die durch die EmpCo-Richtlinie erweiterten per-se Verbote auf der sog. „schwarzen Liste“ (Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG), die als besonders praxisrelevant einzustufen sind, nach wie vor ausschließlich im B2C-Verhältnis.

³ Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates.

C. Was ist bei Aussagen über künftige Umweltleistungen zu beachten?

„Unsere Produkte sind ab dem Jahr 2030 klimaneutral.“

„Wir reduzieren unsere CO₂-Emissionen in den nächsten Jahren erheblich.“

Solche und ähnliche Umweltaussagen (§ 2 Abs. 2 Nr. 5 UWG) zu künftigen Umweltleistungen gegenüber Verbrauchern werden mit der Umsetzung der EmpCo-Richtlinie stärker reguliert. Sie dürfen nach dem neu eingefügten § 5 Abs. 3 Nr. 4 UWG nur noch mit klaren, objektiven, öffentlich einsehbaren und überprüfbaren Verpflichtungen getroffen werden, die in einem detaillierten und realistischen Umsetzungsplan festgelegt sind. Der Umsetzungsplan muss

- messbare und zeitgebundene Ziele sowie weitere relevante Elemente umfassen, die zur Unterstützung seiner Umsetzung erforderlich sind, wie die Zuweisung von Ressourcen, und
- regelmäßig von einem unabhängigen externen Sachverständigen überprüft werden, dessen Erkenntnisse Verbrauchern zur Verfügung gestellt werden.

Der Gesetzgeber bezweckt mit diesen verschärften Anforderungen, eine höhere Belastbarkeit von zukunftsbezogenen Werbeaussagen. Denn Unternehmen profitierten bei Aussagen zu künftigen Umweltleistungen nicht erst ab Abschluss des Engagements oder bei Erreichung des Ziels, sondern schon ab Verwendung der Umweltaussage. Die Erstellung des Umsetzungsplans soll, nach der Gesetzesbegründung, entweder durch das werbende Unternehmen selbst oder im Auftrag des Unternehmens durch einen Dritten erfolgen.

Hinsichtlich der konkreten Anforderungen, insbesondere an die Qualifikation des Sachverständigen, bleiben die Gesetzesmaterialien vage. Nach Erwägungsgrund 4 der EmpCo-Richtlinie soll der Sachverständige vom Gewerbetreibenden unabhängig und nicht von Interessenkonflikten betroffen sein. Er soll über Erfahrungen und Kompetenzen in Umweltfragen verfügen und in der Lage sein, den Fortschritt des Gewerbetreibenden hinsichtlich der Verpflichtungen und Ziele, einschließlich der Etappenziele für deren Erreichung, regelmäßig zu überwachen. In der Gesetzesbegründung wird ausgeführt, dass insbesondere zugelassene Umweltgutachter nach dem [Umweltauditgesetz](#) über die erforderliche Sachkunde zur Beurteilung der Richtigkeit des Umsetzungsplanes verfügen dürften.

Gänzliches Schweigen des Gesetzgebers ist zum einzuhaltenden Turnus für die Überprüfung des Umsetzungsplans zu vernehmen. Weder aus der Gesetzesbegründung noch aus dem Wortlaut oder den Erwägungsgründen der EmpCo-Richtlinie geht hervor, in welchen konkreten Abständen eine Überprüfung des Umsetzungsplans durch den Sachverständigen zu erfolgen hat. Lediglich die EU-Kommission schreibt hierzu in ihrem [Question & Answer](#) zur EmpCo-Richtlinie:

„The ECGT Directive states that monitoring should be conducted ‘regularly’ but does not define a specific time interval. It is left to be determined what constitutes ‘regular’ verification, taking into account the nature of the commitments and the specific circumstances. Best practices would suggest annual or biennial reviews, or additional verification if significant changes occur.“

Jedoch verbleibt auch hiernach Rechtsunsicherheit für Unternehmen. Auf der einen Seite werden zwar konkrete Intervalle zumindest angedacht. Es bleibt hingegen zu berücksichtigen, dass die EU-Kommission als Exekutivorgan der EU mit ihrem *Question & Answer* allenfalls eine Auslegungshilfe

für den nicht eindeutigen Gesetzeswortlaut an die Hand geben kann. Die Auslegung des Rechts bleibt der Judikative vorbehalten.

D. Welche Neuerungen gibt es auf der „schwarzen Liste“?

Der Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG, die sogenannte „schwarze Liste“, führt geschäftliche Handlungen auf, die gegenüber Verbrauchern stets unzulässig sind. Die in der „schwarzen Liste“ geregelten Verbotstatbestände finden keine Anwendung auf Umweltaussagen, die ausschließlich gegenüber gewerblichen Akteuren getätigt werden, siehe auch oben unter B. Folgende unzulässige Handlungen sind als Umsetzung der EmpCo-Richtlinie in der „schwarzen Liste“ ergänzt worden:

I. Wie sind Umweltaussagen reguliert?

Gemäß der neu eingefügten Nr. 4b sind Umweltaussagen zum gesamten Produkt oder zur gesamten Geschäftstätigkeit des Unternehmers unzulässig, wenn sich die Umweltaussage tatsächlich nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts oder nur auf eine bestimmte Aktivität der Geschäftstätigkeit des Unternehmers bezieht. Der Begriff der Umweltaussage wird im neu eingefügten § 2 Abs. 2 Nr. 5 UWG legaldefiniert:

„(2) im Sinne dieses Gesetzes ist

(...)

5. „Umweltaussage“ jede Aussage oder Darstellung im Kontext einer geschäftlichen Handlung, einschließlich Darstellungen durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole wie beispielsweise Etiketten, Markennamen, Firmennamen oder Produktbezeichnungen, die rechtlich nicht verpflichtend ist und in der ausdrücklich oder stillschweigend angegeben wird, dass

a) ein Produkt, eine Produktkategorie, eine Marke oder ein Unternehmer eine positive oder keine Auswirkung auf die Umwelt hat oder weniger schädlich für die Umwelt ist als andere Produkte, Produktkategorien, Marken oder Unternehmer oder

b) die Auswirkung eines Produkts, einer Produktkategorie, einer Marke oder eines Unternehmers auf die Umwelt im Laufe der Zeit verbessert wurde“

In der Gesetzesbegründung wird festgestellt, dass es sich um einen weit gefassten Oberbegriff handelt, in dem eine gewisse Entwicklungsoffenheit angelegt ist. Die verwendete Form einer Aussage ist für das Vorliegen einer Umweltaussage nicht maßgeblich. Ausdrücklich erfasst sind lediglich beispielhaft Text, Bilder, grafische Elemente und Symbole. Die EU-Kommission stellt in ihrem *Question & Answer* fest, dass jeweils im Einzelfall zu entscheiden ist, ob die Voraussetzungen einer Umweltaussage vorliegen, *„(...) considering the overall commercial context, including the use of visual elements, the wording and presentation, and the likely impact on the average consumer.“*

Nicht jede Umweltaussage ist unzulässig. Eine Umweltaussage ist erst dann unzulässig, wenn sie etwa alle Aspekte eines Produktes in Bezug nimmt, tatsächlich jedoch nur auf einen Teilaspekt trifft. Erwägungsgrund 11 der EmpCo-Richtlinie gibt als Beispiel für eine produktbezogene

unzulässige Umweltaussage an, dass ein Produkt mit Recyclingmaterial hergestellt sei, obwohl tatsächlich nur die Verpackung aus Recyclingmaterial besteht. Ein anderes Beispiel wäre etwa die Aussage, dass eine Flasche aus Recyclingmaterial besteht, obwohl dies für den Flaschenverschluss nicht zutrifft. Eine auf die Geschäftstätigkeit bezogene unzulässige Umweltaussage kann etwa darin liegen, dass der Eindruck erweckt wird, dass der Unternehmer ausschließlich erneuerbare Energien nutzt, obwohl für zahlreiche seiner Anlagen fossile Brennstoffe genutzt werden.

II. Wann ist eine allgemeine Umweltaussage unzulässig?

Nach der neu eingefügten Nr. 4a ist das Treffen einer allgemeinen Umweltaussage unzulässig, wenn der Unternehmer keine ihr zugrunde liegende anerkannte hervorragende Umweltleistung nachweisen kann. Der Begriff der allgemeinen Umweltaussage ist im neu eingefügten § 2 Abs. 2 Nr. 1 UWG legaldefiniert:

„(2) im Sinne dieses Gesetzes ist

(...)

1. „allgemeine Umweltaussage“ eine schriftlich oder mündlich, einschließlich über audiovisuelle Medien, getätigte Umweltaussage, die nicht auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten ist und bei der die Spezifizierung der Umweltaussage nicht klar und in hervorgehobener Weise auf demselben Medium angegeben ist“

In der Gesetzesbegründung werden allgemeine Umweltaussagen als kurze, plakative Aussagen beschrieben, die für sich genommen keinen anhand objektiver Kriterien überprüfbaren Aussagegehalt haben und für Verbraucher besonders einprägsam sind. Erwägungsgrund 9 der EmpCo-Richtlinie nennt als Beispiele für allgemeine Umweltaussagen „umweltfreundlich“, „umweltschonend“, „grün“, „naturfreundlich“, „ökologisch“, „umweltgerecht“, „klimafreundlich“, „umweltverträglich“, „CO₂-freundlich“, „energieeffizient“, „biologisch abbaubar“ und „biobasiert“. Es sind auch ähnliche Bezeichnungen erfasst, soweit mit ihnen eine positive Umweltleistung suggeriert wird oder sie einen entsprechenden Eindruck entstehen lassen. Nach dem *Question & Answer* der EU-Kommission können auch visuelle Elemente, wie grüne Blätter oder Wassertropfen, die im Zusammenhang mit schriftlichen Aussagen stehen, allgemeine Umweltaussagen darstellen.

Die allgemeine Umweltaussage gem. § 2 Abs. 2 Nr. 1 UWG ist eine Unterform der Umweltaussage gem. § 2 Abs. 2 Nr. 5 UW. Maßgebliches Abgrenzungskriterium ist die Spezifizierung. Eine allgemeine Umweltaussage ist entweder gar nicht oder nicht klar und in hervorgehobener Weise auf demselben Medium - etwa im selben Fernseh- oder Radiowerbespot, auf der Produktverpackung oder auf der Online-Verkaufsoberfläche - spezifiziert. Nach Erwägungsgrund 9 der EmpCo-Richtlinie wäre die Aussage „klimafreundliche Verpackungen“ eine allgemeine Umweltaussage, während die Aussage „100 % der für die Herstellung dieser Verpackungen verwendeten Energie stammen aus erneuerbaren Quellen“ eine spezifizierte Aussage ist und somit keine allgemeine Umweltaussage darstellt. Die spezifizierte Umweltaussage muss jedoch belegbar sein und zutreffen, da sie andernfalls gemäß § 5 Abs. 1 UWG eine irreführende geschäftliche Handlung darstellt. Eindeutige Leitlinien, für eine rechtsichere Spezifizierung von allgemeinen Umweltaussagen bestehen jedoch nicht. Festzuhalten

ist aber, dass die Spezifizierung regelmäßig selbst eine Umweltaussage darstellen wird, die den Vorgaben der EmpCo-Richtlinie bzw. des neuen UWG entsprechen muss.

Die Spezifizierung soll, klar und in hervorgehobener Weise, in der allgemeinen Umweltaussage enthalten sein oder sich neben ihr befinden. Bietet das genutzte Medium nur begrenzten Platz, sollte die Formulierung bzw. Gestaltung so erwogen werden, dass der Zusammenhang zwischen der allgemeinen Umweltaussage und der Spezifizierung noch verständlich bleibt. Wenn hierfür kein ausreichender Platz vorhanden ist, sollte die allgemeine Umweltaussage grundsätzlich nicht getätigt werden (*Question & Answer* der EU-Kommission).

Wenn eine allgemeine Umweltaussage vorliegt, ist diese gegenüber Verbrauchern ausnahmsweise nur dann zulässig, wenn eine ihr zugrunde liegende anerkannte hervorragende Umweltleistung nachgewiesen werden kann. Was unter einer anerkannten hervorragenden Umweltleistung zu verstehen ist, wird im neu eingefügten § 2 Abs. 2 Nr. 2 UWG geregelt:

„(2) im Sinne dieses Gesetzes ist

(...)

2. „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ die Umweltleistung im Einklang mit

a) der Verordnung (EG) Nr. 66/2010,

b) nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach DIN EN ISO 14024 Typ I, Ausgabe Juni 20182, die in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union offiziell anerkannt sind, oder

c) Umwelthöchstleistungen nach sonstigem geltenden Unionsrecht“

Die Verordnung (EG) Nr. 66/2010⁴ ist die Rechtsgrundlage für das EU-Umweltzeichen. Insoweit wären nach dem *Question & Answer* der EU-Kommission beispielsweise folgende Aussagen zulässig:

„For EU Ecolabel Textiles products: 'assembled with minimal use of toxic chemicals'“

„For EU Ecolabel Electronic Display: 'products are easy to repair and upgrade'“

„For EU Ecolabel Coverings: 'easy to repair, quick to dismantle and low emissions guaranteed'“

„For EU Ecolabel Lubricants: 'have a limited impact on the aquatic environment'“

„For EU Ecolabel Personal Care products: 'do not contain intentionally added microplastics and limit packaging waste'“

EN ISO 14024 Typ I Umweltzeichen sind dadurch gekennzeichnet, dass sie – soweit möglich – alle relevanten Umweltwirkungen im gesamten Lebenszyklus eines Produkts adressieren und somit produktbezogen sind. Hierunter fallen beispielsweise die Umweltzeichen *Blauer Engel* oder *Green*

⁴ Verordnung (EG) Nr. 66/2010 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 über das EU-Umweltzeichen.

Product Mark (TÜV Rheinland). Eine [Liste der Typ I Umweltzeichen](#), welche die Anforderungen der EN ISO 14024 erfüllen, wird vom Dachverband des Global Ecolabelling Network bereitgestellt.

Eine Umwelthöchstleistung nach sonstigem geltenden Unionsrecht bezieht sich z. B. auf Energieeffizienzklassen nach der Verordnung (EU) 2017/1369⁵. Der Nachweis über das Erreichen der Umwelthöchstleistung in diesem Sinne kann ebenfalls über nationale, regionale und private Standards erfolgen, die das betroffene Unionsrecht vollständig einhalten, auf diesem beruhen und aufbauen oder dieses qualitativ übertreffen.

III. Inwiefern sind Aussagen auf Grundlage von Treibhausgaskompensation zulässig?

Des Weiteren sind gemäß der neu eingefügten Nr. 4c Aussagen, die sich auf Kompensation von Treibhausgasemissionen gründen und nach der ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat, per se verboten. Hiervon erfasst sind Begrifflichkeiten wie „klimaneutral“, „CO₂-positiv“ oder „klimaschonend“. Derartige Aussagen sind jedoch dann zulässig, wenn die CO₂-Reduzierung innerhalb der Wertschöpfungskette des Produkts tatsächlich und nachweisbar erreicht wird (nicht durch den bloßen Einkauf von CO₂-Zertifikaten), z.B. durch den Einsatz von Rezyklaten und/oder erneuerbaren Energien bei der Produktion.

Mit dieser neuen Regelung tritt eine Verschärfung der Rechtslage ein. Die (deutsche) Rechtsprechung knüpft zwar auch an Kompensationsaussagen an und stellt strenge Anforderungen auf. Sie ist jedoch nicht so restriktiv wie der neue Verbotstatbestand in Nr. 4c des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG, vgl. etwa BGH, Urt. v. 27. Juli 2024 - I ZR 98/23 („Katjes-Urteil“).

IV. Unter welchen Voraussetzungen dürfen Nachhaltigkeitssiegel angebracht werden?

Nach der neu eingefügten Nr. 2a ist das Anbringen eines Nachhaltigkeitssiegels, das weder auf einem Zertifizierungssystem beruht noch von staatlichen Stellen festgesetzt wurde, unzulässig. Mit dieser Regelung bezweckt der Gesetzgeber die Belastbarkeit, Glaubwürdigkeit und Transparenz von Nachhaltigkeitssiegeln sicherzustellen. Diese genießen bei Verbrauchern ein gesteigertes Maß an Vertrauen und beeinflussen deren Kaufentscheidungen maßgeblich. Der Begriff des Nachhaltigkeitssiegels wird im neu eingefügten § 2 Abs. 2 Nr. 4 UWG definiert:

„(2) im Sinne dieses Gesetzes ist

(...)

4. „Nachhaltigkeitssiegel“ ein freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauensiegel, Gütezeichen oder Ähnliches mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit gegenüber Verbrauchern in Bezug auf ihre ökologischen oder sozialen Merkmale oder beides hervorzuheben oder zu fördern, ausgenommen alle verpflichtenden Kennzeichnungen gemäß dem Recht eines Mitgliedstaates der Europäischen Union“

⁵Verordnung (EU) 2017/1369 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 4. Juli 2017 zur Festlegung eines Rahmens für die Energieverbrauchskennzeichnung und zur Aufhebung der Richtlinie 2010/30/EU.

Im Gegensatz zu Umweltaussagen ist der Anwendungsbereich also nicht auf ökologische Merkmale beschränkt, sondern bezieht auch soziale Merkmale ein. Wenn ein Siegel diese Merkmale zwar adressiert, sie jedoch nur eine untergeordnete Rolle spielen, liegt nach der Gesetzesbegründung regelmäßig kein Nachhaltigkeitssiegel im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 4 UWG vor. Die Qualifikation als Nachhaltigkeitssiegel erfordert gerade, dass das Ziel verfolgt wird, ökologische oder soziale Merkmale hervorzuheben oder zu fördern.

Bei dem Begriff des Nachhaltigkeitssiegels handelt es sich um einen weit gefassten und unbestimmten Rechtsbegriff. Nach dem *Question & Answer* der EU-Kommission können auch naturbezogene visuelle Elemente wie grüne Blätter oder Wassertropfen, in Kombination mit einer schriftlichen Aussage oder einem Logo, ein Nachhaltigkeitssiegel darstellen. Darüber hinaus kann auch bereits die allgemeine Gestaltung der Verpackung einen Anknüpfungspunkt für das Vorliegen eines Nachhaltigkeitssiegels bieten. In diesem Sinne können auch Angaben wie „vegan“ oder „vegetarisch“ als Nachhaltigkeitssiegel (oder Umweltaussage) einzuordnen sein, insbesondere wenn ökologische oder soziale Vorteile angedeutet werden. Das kann etwa dann der Fall sein, wenn unter Verwendung der Angabe „vegan“ im Weiteren eine Verbesserung für die Umwelt impliziert wird. Es kommt auf eine individuelle Prüfung im Einzelfall an. Insgesamt sollten Unternehmen bei der Verwendung von naturbezogenen Symbolen, Bildern oder Grafiken eher zurückhaltend agieren.

Das Anbringen eines Nachhaltigkeitssiegel ist nur dann zulässig, wenn es entweder auf einem Zertifizierungssystem beruht oder von staatlichen Stellen festgesetzt wurde. Beispiele für von staatlichen Stellen festgesetzte Nachhaltigkeitssiegel, sind Logos, die auf Grundlage der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009⁶ oder der Verordnung (EG) Nr. 66/2010⁷ vergeben werden. Was unter einem Zertifizierungssystem zu verstehen ist, wird in dem neu eingefügten § 2 Abs. 2 Nr. 6 UWG geregelt:

„(2) Im Sinne dieses Gesetzes ist

(...)

6. „Zertifizierungssystem“ ein System der Überprüfung durch Dritte, durch das bestätigt wird, dass ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit bestimmte Anforderungen erfüllt, das die Verwendung eines entsprechenden Nachhaltigkeitssiegels ermöglicht und dessen Bedingungen, einschließlich seiner Anforderungen, öffentlich einsehbar sind und folgende Kriterien erfüllen:

a) das System steht allen Unternehmern unter transparenten, lauten und diskriminierungsfreien Bedingungen offen,

b) die Anforderungen des Systems werden vom Systeminhaber in Absprache mit geeigneten Sachverständigen und Interessenträgern ausgearbeitet,

⁶ Verordnung (EG) 1221/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 über die freiwillige Teilnahme von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 761/2001, sowie der Beschlüsse der Kommission 2001/681/EG und 2006/196/EG.

⁷ Verordnung (EG) Nr. 66/2010 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 über das EU-Umweltzeichen.

c) in dem System sind Verfahren für den Umgang mit Verstößen gegen die Anforderungen des Systems festgelegt und es ist der Entzug oder die Aussetzung der Verwendung des Nachhaltigkeitssiegels durch den Unternehmer im Fall von Verstößen gegen die Anforderungen des Systems vorgesehen und

d) die Überwachung der Einhaltung der Anforderungen des Systems durch einen Unternehmer unterliegt einem objektiven Verfahren und wird von einem Dritten durchgeführt, dessen Kompetenz und dessen Unabhängigkeit sowohl vom Systeminhaber als auch vom Unternehmer auf internationalen oder unionsweiten Normen und Verfahren oder auf Normen und Verfahren eines Mitgliedstaats der Europäischen Union beruht.

Damit werden strenge Vorgaben an ein Zertifizierungssystem gestellt. Fraglich ist vor allem, ob bestehende Zertifizierungssysteme bzw. Nachhaltigkeitssiegel diesen Anforderungen gerecht werden. Ein besonderes Augenmerk ist in diesem Zusammenhang etwa auf lit. b) zu richten, der eine Festlegung der Systemanforderungen durch den Systeminhaber in Absprache mit geeigneten Sachverständigen und Interessenträgern fordert, wobei weder in der EmpCo-Richtlinie noch in der Gesetzesbegründung zum neuen UWG konkretisiert wird, welche Akteure als „Interessenträger“ einzustufen und daher bei der Ausarbeitung eines Zertifizierungssystems zu beteiligen sind.

E. Welche Rechtsfolgen und Haftungsrisiken bestehen?

Bei (möglicher) non compliance besteht das Risiko einer wettbewerbsrechtlichen Abmahnung, z. B. durch einen Mitbewerber oder Vereinigungen wie der Deutschen Umwelthilfe. Die wettbewerbsrechtliche Abmahnung ist auf die Abgabe einer, mit angemessener Vertragsstrafe bewehrten, Unterlassungsverpflichtung verknüpft (§ 13 UWG). Wird der Konflikt so nicht beigelegt, kann eine Eskalation vor den zuständigen Zivilgerichten erfolgen. Gegenstand einer zivilgerichtlichen Auseinandersetzung können dann Ansprüche auf Beseitigung und Unterlassung (§ 8 UWG, verschuldensunabhängig), Schadensersatz (§ 9 UWG, verschuldensabhängig – Vorsatz oder Fahrlässigkeit) und Gewinnabschöpfung (§ 10 UWG, verschuldensabhängig – Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit) sein. Schlimmstenfalls würde es zu einer gerichtlichen Entscheidung kommen, die dem Beklagten die Vornahme der unzulässigen Umweltaussage gegen Verhängung von Ordnungsgeldern untersagt. Derartige Entscheidungen sind vor allem dann kritisch, wenn es um „physische“ Umweltaussagen geht, die sich etwa auf der Verpackung oder dem Produkt selbst befinden, da dann ggf. kosten- und zeitintensive Anpassungen vorzunehmen wären, um den Wettbewerbsverstoß zu beseitigen.

Darüber hinaus kommt die Begehung einer bußgeldbewährten Ordnungswidrigkeit in Betracht (§§ 19, 20 UWG, verschuldensabhängig – Vorsatz oder Fahrlässigkeit). Die Vorspiegelung umweltfreundlicher Eigenschaften birgt auch strafrechtliche Risiken. Insbesondere können § 16 Abs. 1 UWG (Strafbare Werbung) oder §§ 263, 264, 264a StGB (Betrug, Subventionsbetrug, Kapitalanlagebetrug) einschlägig sein.⁸

⁸ Im Übrigen können auch folgende Normen relevant sein: s § 331 HGB (Unrichtige Angaben in der nichtfinanziellen Erklärung des Lageberichts), § 400 Abs. 1 Nr. 1 AktG (Falschangaben über politische und soziale Verhältnisse der AG), § 12 Öko-Landbaugesetz (Verstoß gegen bestimmte Vorgaben über die ökologische/biologische Produktion und entsprechende Kennzeichnung), § 59 Abs. 1 Nr. 7 Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch i. V. m. § 11 Abs. 1 Lebensmittel und Futtermittelgesetzbuch, § 3 ÖkoKennzG i. V. m. § 1 ÖkokennzG (Unzulässige Verwendung eines Ökokennzeichens).

F. Gelten Abverkaufsfristen?

Die hier vorgestellten Gesetzesänderungen treten am 27. September 2026 in Kraft. Es gelten in Deutschland keine gesetzlichen Abverkaufsfristen. Im Gesetzgebungsverfahren hatte sich der Bundesrat noch für längere Abverkaufsfristen eingesetzt, um Abfall und wirtschaftlichen Schaden für Unternehmen zu vermeiden. Die Bundesregierung sah insofern im Hinblick auf die Umsetzungsfristen der EU jedoch keinen Gestaltungsspielraum, um auf nationaler Ebene eine gesetzliche Abverkaufsfrist für z.B. bereits in den Verkehr gebrachte Produkte zu regeln. Die Bundesregierung verweist lediglich darauf, dass in der wettbewerbsrechtlichen Rechtsprechung anerkannt ist, dass Unternehmen aus Gründen der Verhältnismäßigkeit im Einzelfall entsprechende Aufbrauch-, Beseitigungs- und Umstellungsfristen gerichtlich gewährt werden können. Im Sinne des Anliegens des Bundesrates hat der Bundestag die Bundesregierung im Rahmen einer Entschließung aufgefordert, sich „auf europäischer Ebene für eine angemessene Abverkaufsfrist“ einzusetzen. Hierzu sind bislang keine Neuigkeiten zu vernehmen.

Die EU-Kommission geht in ihrem *Question & Answer* ebenfalls von einer starren Frist ohne Abverkaufsfrist oder „Bestandsschutz“ aus und verbindet dies mit - mehr oder weniger praxistauglichen - Lösungsvorschlägen für nicht konforme Produkte:

„The ECGT Directive shall apply from 27 September 2026. From that date, traders will need to ensure that their environmental claims and sustainability labels in a business-to consumer context comply with the new provisions, including for existing products. Where traders identify environmental claims or sustainability labels on packaging that would not comply with the new rules, they will have practical options to ensure compliance for existing products. These may include covering or correcting claims by stickers or adding supplementary information at the point of sale.“

Für Lebensmittel kann hingegen grundsätzlich auf Art. 3 Abs. 3 Lebensmittelinformationsverordnung (EU) Nr. 1169/2011 zurückgegriffen werden. Grundsätzlich dürfen hiernach bis zum 27. September 2026 in Verkehr gebrachte Lebensmittel vom Handel noch abverkauft werden (siehe näher hierzu Evans, Leonie: Green Claims. Werbung mit Umweltaussagen und Nachhaltigkeitssiegeln, Behr's Verlag 2026, S. 66 f.) Andere Produkte, die den Anforderungen der EmpCo-Richtlinie nicht entsprechen und die nach dem 27. September 2026 gehandelt werden, bergen rechtliche Risiken.

G. Fazit – Umweltaussagen auf dem Prüfstand

Es empfiehlt sich vor diesem Hintergrund, eine umfassende Bestandsaufnahme- und analyse der in der Unternehmenskommunikation vorhandenen Green Claims vorzunehmen. Hierfür ist in einem ersten Schritt die Zusammenstellung jeglicher Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation erforderlich. In einem zweiten Schritt wird die identifizierte Kommunikation systematisiert, d. h. es erfolgt eine Unterteilung in Aussagekategorien (z. B. in rein generische Aussagen, Zirkularitätsaspekte, Carbon Footprint, Nachhaltigkeitssiegel etc.). Daran anschließend wird eine Risikobewertung für jeden Einzelfall durchgeführt. Diese Risikobewertung kann etwa anhand einer plastischen Ampel-Einteilung der jeweiligen Claims visualisiert (Grün = weiter verwendbar; Gelb = Formulierung kritisch ->

umformulieren und verifizieren; Rot = Claim streichen). Auf dieser Grundlage sollte ferner unternehmensinterne Leitlinien für die Tätigkeit von Green-Claims entwickelt werden, um auch künftig kritische Aussagen zu vermeiden.

H. Neuerungen abseits von Umweltaussagen - Welche neuen Informationspflichten gelten gegenüber Verbrauchern?

Neben den oben beschriebenen Verschärfungen für Umweltaussagen bzw. Green Claims hat der EU-Gesetzgeber mit der EmpCo-Richtlinie außerdem neue Informationspflichten gegenüber Verbrauchern geregelt, die ebenfalls zum 27. September 2026 gelten werden, in der Praxis aktuell jedoch etwas untertauchen.

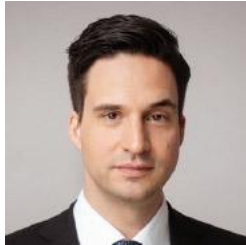
In diesem Zusammenhang ist auf Art. 2 der EmpCo-Richtlinie hinzuweisen, der die relevanten Änderungen der [Verbraucherrechte-Richtlinie](#) definiert. Die Umsetzung ist in Deutschland bereits durch eine Änderung des EGBGB erfolgt, die am 05. Februar 2026 im [Bundesgesetzblatt](#) veröffentlicht worden ist.

Die Informationspflichten adressieren ausschließlich Unternehmer, die Verbraucherverträge abschließen und sind daher im reinen B2B-Verhältnis nicht relevant. Der Unternehmer muss den Verbraucher vor Vertragsabschluss (sowohl im stationären als auch Fernabsatzhandel) zum einen über die bestehenden gesetzlichen Gewährleistungsrechte informieren, siehe Art. 246 Abs. 1 Nr. 5 EGBGB und Art. 246a § 1 Nr. 11 EGBGB. Die Informationsmitteilung muss zwingend unter Verwendung der Vorlage nach Anhang I der [Durchführungsverordnung \(EU\) 2025/1960](#) erfolgen.

Zum anderen müssen die Unternehmer vor Vertragsabschluss (sowohl im stationären als auch Fernabsatzhandel) den Verbraucher über von dem Produkthersteller gegenüber dem Verbraucher gewährte Haltbarkeitsgarantien informieren, wenn die Haltbarkeitsgarantie für die gesamte Ware mit einer Dauer von mehr als zwei Jahren ohne zusätzliche Kosten für den Verbraucher besteht, siehe Art. 246 Abs. 1 Nr. 5a EGBGB und Art. 246a § 1 Nr. 11a EGBGB. Für die Informationsmitteilung muss der Unternehmer wiederum das in Anhang II der Durchführungsverordnung (EU) 2025/1960 beschriebene GARAN-Label einsetzen. In diesem Zusammenhang sollten die betroffenen Unternehmer aber vor eine Verwendung des GARAN-Labels genau prüfen, ob eine entsprechende Haltbarkeitsgarantie tatsächlich ausgesprochen worden ist. Die Verwendung des GARAN-Labels gegenüber Verbrauchern ohne Ausstellung einer Haltbarkeitsgarantie für die gesamte Ware birgt für das betroffene Unternehmen wiederum wettbewerbsrechtliche Abmahnrisiken, da die Gefahr eine Irreführung der Verbraucher bestünde.

Für die Umsetzung der neuen Informationspflichten hat die EU-Kommission sowohl mit Blick auf den stationären Handel als auch den Fernabsatzhandel Leitlinien veröffentlicht, siehe [hier](#).

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



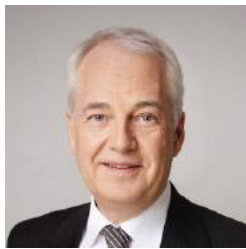
Mirjam Büsch
buesch@fn.legal



Dr. Marthe-Louise Fehse
fehse@fn.legal



Gregor Franßen, EMLE
franssen@fn.legal



Michael Halstenberg
halstenberg@fn.legal



Dr. Felix Holländer
hollaender@fn.legal



Vanessa Homann, LL.M.
homann@fn.legal



David Klusmeyer, LL.M.
klusmeyer@fn.legal



Marvin Kniebaum, LL.M.
kniebaum@fn.legal



Monika Menz
menz@fn.legal



Dr. Jens Nusser, LL.M.
nusser@fn.legal



Suhayl Ungerer
ungerer@fn.legal



Viktoria Werner
werner@fn.legal

FRANSSEN NUSSER

Berlin Office

Fasanenstraße 73
10719 Berlin
+49 30 166 38 12 - 20
berlin@fn.legal

Düsseldorf Office

Hans-Böckler-Straße 1
40476 Düsseldorf
+49 211 540 13 777 - 0
duesseldorf@fn.legal