

September-Oktober 2024

Stuttgart · Böblingen · Esslingen-Nürtingen · Göppingen · Ludwigsburg · Rems-Murr

27%
VON
UNS



MAGAZIN WIRTSCHAFT

Ein Service der IHK für Unternehmen in der Region Stuttgart

~~2024~~
IHK-Wahl
1. - 22. Oktober 2024
Ihre Kandidatinnen und
Kandidaten ab
Seite 18

IHK-EHRENAMT

GEMEINSAM FÜR DIE WIRTSCHAFT

Seite 8



NUR GRÜN ANGEMALT? Die EU sagt Greenwashing den Kampf an.

GREENWASHING ADE

WERBEN MIT NACHHALTIGKEIT Das bedeutet die neue EU-Richtlinie für Werbeaussagen

In Zeiten zunehmenden Umweltbewusstseins möchten viele Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen als besonders „öko“ präsentieren. Entsprechende Aussagen wie „umweltfreundlich“ oder „nachhaltig“ sollen den Eindruck vermitteln, dass die Produkte, Dienstleistungen oder das Unternehmen selbst einen positiven Beitrag zum Umweltschutz leisten. „Green Claims“ heißen solche Aussagen im Fachjargon.

Solche „Green Claims“ ermöglichen Verbrauchern fundierte Kaufentscheidungen, können aber problematisch sein, wenn sie irreführend sind – ein Phänomen, das als „Greenwashing“ bekannt ist. Es untergräbt das Vertrauen der Verbraucher und widerspricht den Zielen des europäischen Green Deals. Verbraucher müssen sich darauf verlassen können, dass als nachhaltig beworbene Produkte tatsächlich umweltfreundlich sind.

Bereits im Jahr 2020 untersuchte die Europäische Union „Green Claims“ und stellte fest, dass knapp

66

PROZENT DER DEUTSCHEN ist Greenwashing ein Begriff

Quelle: Statista

über die Hälfte dieser Aussagen irreführend oder unzureichend belegt waren. Zudem gibt es aktuell mindestens 230 Umweltzeichen und 100 private Labels für „grüne Energie“, oft ohne klare Vorgaben und Definition.

Bislang bestimmte sich die Zulässigkeit von „Green Claims“ allein nach den allgemeinen Regeln des europäisches und nationalen Lauterkeitsrechts. Diese umfassen in Deutschland insbesondere die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (2005/29/EG) und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Sie verlangen, dass Angaben zur Umweltfreundlichkeit wahr und damit nachweisbar sind. Irreführende beziehungsweise leicht misszuverstehende Umweltaussagen sind unzulässig und abmahnfähig.

Die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken enthält zudem eine „schwarze Liste“ jener Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen als unlauter anzusehen sind, ohne dass eine Fall-zu-Fall-

Bewertung notwendig ist. Gemeint ist beispielsweise die unbefugte Verwendung von Gütezeichen.

Um Missständen entgegenzuwirken und einheitliche Regeln zu schaffen, hat die EU-Kommission zwei Richtlinien ins Leben gerufen: die Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel (sogenannte ECGT-Richtlinie oder EmpCo-Richtlinie) und die Green-Claims-Richtlinie. Diese sollen europaweit einheitliche Standards zu Informationspflichten und zur Belegbarkeit von Green Claims schaffen.

Die ECGT-Richtlinie (EU) 2024/825 soll zunächst die allgemeine Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken ergänzen. Sie trat im März 2024 in Kraft und soll spätestens bis 2026 in nationales Recht umgesetzt werden.

Für Deutschland ist eine Verschärfung des UWG zu erwarten, denn zu den wichtigsten Neuerungen gehören...

... das Verbot allgemeiner Umwelt-

aussagen: Begriffe wie „umweltfreundlich“, „CO₂-neutral“, „nachhaltig“ oder „öko“ dürfen nur verwendet werden, wenn sie spezifisch und nachweisbar sind.

... **das Verbot der Werbung mit „Selbstverständlichkeiten“:** Unternehmen dürfen nicht mehr mit Eigenschaften werben, die gesetzlich ohnehin vorgeschrieben sind.

... **die Erweiterung der „Schwarzen Liste“:** Unter anderem soll künftig das Anbringen eines Nachhaltigkeits Siegels, das nicht auf einem Zertifizierungssystem beruht oder nicht von staatlichen Stellen festgesetzt wurde, verboten sein.

Der Anwendungsbereich der geplanten „Green-Claims“-Richtlinie umfasst die Begründung und Kommunikation freiwilliger Umweltaussagen. Ziel ist es, klare Standards zu etablieren, um sicherzustellen, dass „Green Claims“ transparent, nachvollziehbar und überprüfbar sind. Dies soll die Verbraucher dabei unterstützen, fundierte Entscheidungen zu treffen und Unternehmen dazu anregen, ihre Nachhaltigkeitsbemühungen authentisch zu kommunizieren.

Die Richtlinie war im März 2024 im Plenum des EU-Parlaments und im Juni 2024 im Rat der EU erörtert worden. Nun stehen die Trilog-Verhandlungen bevor. Es bleibt deshalb abzuwarten, wann die Neuregelungen in Kraft treten und welche inhaltlichen Änderungen noch diskutiert werden.

Ausweislich des Kommissionsvorschlags müssen Unternehmen künftig gegenüber privaten Verbrauchern unionsrechtliche Mindeststandards bei freiwilligen Werbeaussagen über umweltbezogene Aspekte ihrer Produkte und Dienstleistungen einhalten.

Jede Umweltaussage soll bereits vorab anhand wissenschaftlicher Erkenntnisse belegt sein und relevante Umweltauswirkungen sollen im gesamten Lebenszyklus des Produkts berücksichtigt werden. Neue Vorschriften für Umweltzeichen sollen gewährleisten, dass künftig neue Kennzeichnungssysteme nur dann eingeführt werden, wenn sie auf EU-Ebene entwickelt wurden. Private Kennzeichnungssysteme müssten vorab genehmigt werden und strengen Anforderungen entsprechen.

„Green Claims“, die bereits unter bestehende EU-Vorschriften fallen (beispiels-

weise das EU-Umweltzeichen), sollen von den neuen Informationsanforderungen ausgenommen sein. Hier gewährleisten schon die bestehenden Rechtsvorschriften die Zuverlässigkeit der entsprechenden Umweltaussagen.

Fazit: Unternehmen müssen ihre umweltbezogenen Aussagen transparent und wissenschaftlich fundiert gestalten. Die neuen Regelungen bieten jedoch auch die Chance, durch glaubwürdige

und geprüfte Nachhaltigkeitskommunikation Vertrauen (zurück)zugewinnen und sich als verantwortungsbewusstes Unternehmen zu positionieren.

DR. SUSANNE GRIMM

Rechtswältin und Fachwältin für gewerblichen Rechtsschutz
Rödl & Partner, Stuttgart
www.roedl.de

The poster features a dark blue background with a glowing, semi-transparent car chassis in the center. At the top left is a logo with a stylized car icon. To its right, the text 'zulieferertag automobilwirtschaft BW' is written in a white, sans-serif font. Below this, the date '10. Oktober 2024' and the location 'Neocar Forum Esslingen' are listed. At the bottom, there are logos for 'BfL Baden-Württemberg', 'BfL Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus', 'Stromerzeugung BW', 'Energieversorger BW', and 'e-mobiliz'.

Die Automobilindustrie steht weltweit vor tiefgreifenden Veränderungen. Digitalisierung, KI, Fertigungsautomaten, Überkapazitäten und eine globale Verteilung der Standorte prägen den Wettbewerb. Große Potenziale liegen im elektrischen Antriebstrang, einem der bedeutendsten Wachstumsfelder. Wie können kleine und mittlere Zulieferer aus Baden-Württemberg diese Veränderungen nutzen? Der Zulieferertag Automobilwirtschaft BW bietet inspirierende Impulse und Einblicke in Strategien, Trends und zukunftsweisende Projekte. Jetzt kostenfrei anmelden ➔ www.zulieferertag-bw.de