



Bild: j-mel – stock.adobe.com

Bei falschen Umweltaussagen drohen Abmahnungen

Vorsicht bei der Kommunikation von „klimaneutral“ oder „wir handeln nachhaltig“:
Was Mittelständler aus dem Main-Kinzig-Kreis ab September 2026 beachten müssen

Ab dem 27. September 2026 gelten ohne weitere Übergangsfristen die neuen Regelungen der EmpCo-Richtlinie (Empowering Consumers), die in Deutschland im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) umgesetzt sind. Damit verbietet die EU künftig pauschale Umweltaussagen wie „klimaneutral“, „umweltfreundlich“, „nachhaltig“ oder „grün“, wenn diese Aussagen nicht spezifiziert werden und durch belastbare, nachvollziehbare und überprüfbare Fakten belegt werden können. Verstöße können teuer und wettbewerbsrechtlich durch Verbände oder Mitbewerber abgemahnt werden. Unternehmen sollten daher zeitnah prüfen, ob ihre eigenen Waren und Dienstleistungen von der EmpCo-Richtlinie betroffen sind. In der neuen Folge unserer Serie „Nachhaltigkeit & Digitalisierung“ gehen wir auf wichtige Aspekte der Richtlinie ein und zeigen, wie sich Unternehmen jetzt noch darauf vorbereiten können.

Hildegard Reppelmund, Rechtsanwältin und Referatsleiterin Wettbewerbsrecht, Kartellrecht, Vergaberecht, Wirtschaftsstrafrecht bei der Deutschen Industrie- und Handelskammer in Berlin, bringt es auf den Punkt, worauf Unternehmen

jetzt achten sollten: „Gibt es allgemeine Umweltaussagen auf Verpackungen, in Flyern, auf der Unternehmenswebseite? Gibt es Logos, die auf Verbraucher wie Nachhaltigkeitssiegel wirken und die den Anforderungen der EmpCo nicht genügen? Sind der Firmenname oder eine Marke so gestaltet, dass sie mit den Anforderungen der Richtlinie nicht vereinbar sind? Wenn das der Fall ist, besteht dringender Handlungsbedarf, gegebenenfalls auch mit rechtsanwaltlicher Hilfe.“

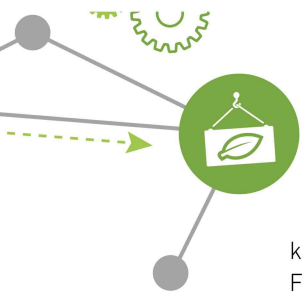
Betroffen sind alle Unternehmen, die Verbraucher in der EU ansprechen – also auch mittelständische Unternehmen mit Websites, Broschüren, Verpackungen oder Social-Media-Kampagnen. Damit Unternehmen mit ihren umweltbezogenen Werbeaussagen auch bei der Wahrheit bleiben und kein „Greenwashing“ betreiben, gibt es die neue EU-Richtlinie. Sie lässt allgemeine Umweltaussagen wie „grün“, „ökologisch“, „umweltschonend“, „biologisch abbaubar“, „klimaneutral“ oder „energieeffizient“ nur dann noch zu, wenn Unternehmen diese beworbenen Umweltleistungen schon in der Werbung oder auf der Verpackung näher spezifizieren und das auch wirklich beweisen können. Wer etwa verspricht,

bis 2045 klimaneutral zu sein, muss das künftig mit klaren, überprüfbaren Zielen, einem realistischen Umsetzungsplan und regelmäßiger externer Prüfung belegen.

Nachhaltigkeitssiegel, die nicht den Anforderungen der EmpCo entsprechen, müssen ab dem 27. September entfernt werden. Wenn Händler Nachhaltigkeitssiegel auf Verpackungen identifizieren, die nicht den neuen Regeln entsprechen, besteht die Möglichkeit, diese mit Aufklebern abzudecken oder zusätzliche Informationen am Verkaufsort bereitzustellen. Hier hofft die DIHK-Expertin (siehe Interview) auf Augenmaß der Abmahnberechtigten: „Es ist zu hoffen, dass insbesondere bei solchen Rechtsverstößen, bei denen die Waren oder Verpackungen schon lange produziert und die nach bisherigem Recht ordnungsgemäß waren, mit Augenmaß vorgegangen wird. Eine Vernichtung von Ware wäre jedenfalls widersprüchlich zu dem Ziel der EmpCo-Richtlinie, Gutes für die Umwelt zu bewirken.“

Schweigen ist keine Lösung

Die EmpCo-Richtlinie ist kein Verbot von Nachhaltigkeitskommunikation. Sie zwingt Unternehmen dazu, von allgemeinen Werbeversprechen zu kon-



kreten, überprüfbaren Fakten überzugehen. Gerade mittelständische Unternehmen im Main-Kinzig-Kreis, die ihre Innovationskraft und Verantwortung sichtbar machen wollen, sollten ihre Claims jetzt kritisch prüfen. „Viele Unternehmen werden wahrscheinlich dennoch künftig auf umweltbezogene Werbeaussagen ganz verzichten, um hier keine Fehler

zu machen. Sie verbergen ihr Engagement für die Nachhaltigkeit nach außen. Vielleicht wird dieses Engagement dann sogar eingestellt, weil es im Wettbewerb nicht mehr offen gezeigt werden kann und es sich dann wirtschaftlich nicht mehr lohnt“, befürchtet Rechtsanwältin Reppelmund.

Schweigen ist dennoch keine gute Lösung. Unternehmen, die früh handeln, können (nachgewiesene) Nachhaltig-

keit noch mehr als bisher glaubhaft als Differenzierungsmerkmal nutzen, um den Marken- und Unternehmenswert zu steigern und um sich langfristig als attraktiver Arbeitgeber für Fach- und Nachwuchskräfte zu positionieren.



Dr. Jörg Wetterau

Labor für Kommunikation
Steinau a. d. Straße

„Es besteht dringender Handlungsbedarf“

Interview mit Hildegard Reppelmund

Wie sollten sich Unternehmen auf die neue EmpCo-Richtlinie vorbereiten?

Wenn ein Unternehmen etwas findet, was den Anforderungen nicht entspricht, sollte es prüfen, ob und welche Korrekturmöglichkeiten bestehen. Bei der Webseite ist das recht einfach, aber schwieriger kann es bei Kennzeichnungen auf Verpackungen sein. Dort kommen beispielsweise Etiketten, Aufkleber oder Aufsteller mit den notwendigen Informationen an der Verkaufsstelle in Betracht. Sollte eine solche Korrektur nicht möglich sein, müssten Werbematerialien und vielleicht sogar Warenbestände vernichtet werden. Hier sind Risikoabwägungen zu treffen. Es kann im Einzelfall möglich sein, bei Abmahnungen oder vor Gericht mit einer unbilligen Härte und Unangemessenheit der Vernichtung zu argumentieren. Dabei bleibt aber unsicher, ob der Abmahner oder das Gericht dieser Argumentation folgt. Sinnvoll ist dann jedenfalls eine Dokumentation, wann und wie viel betroffene Ware oder Verpackung produziert beziehungsweise in den Verkehr gebracht wurde, warum eine Umetikettierung nicht möglich war und wie hoch der wirtschaftliche Schaden wäre.

Welche Konsequenzen drohen Unternehmen, die nicht rechtzeitig ihre Marketingbotschaften bezüglich Green-

washing abändern und damit angreifbar werden?

Wenn die Werbung mit Umweltaussagen nicht den Anforderungen der EmpCo entspricht, dann ist sie wettbewerbswidrig. Ein solcher Rechtsverstoß kann von Mitbewerbern oder von beim Bundesamt für Justiz eingetragenen Verbrauchervereinen oder eingetragenen Wettbewerbsvereinen abgemahnt werden. Wenn dann gegenüber dem Abmahnenden keine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgegeben wird, kann dieser bei Gericht eine einstweilige Verfügung beantragen, über die innerhalb weniger Tage entschieden werden kann.

Gibt es schon Kanzleien, die nur darauf warten, untätige Unternehmen zum Stichtag abzumahnen?

Es wird sicherlich Kanzleien geben, die sich auf Abmahnungen vorbereiten. Rechtsanwälte können sich aber nicht einfach auf die Suche nach Fehlern machen. Sie brauchen immer einen Mitbewerber des abzumahnenden Unternehmens, der ihnen einen solchen Auftrag gibt und der die nach dem UWG geforderten Anforderungen erfüllt. Das werden aber wohl nur Mitbewerber wagen, die selbst sicher sind, dass sie EmpCo-rechtskonform sind, weil sie sonst riskieren, im Gegenzug selbst abgemahnt zu werden. Wahr-

scheinlicher ist es, dass Verbraucher- oder Wettbewerbsvereine Rechtsverstöße abmahnen.

Sind mittelständische Unternehmen über die neue EU-Richtlinie gut informiert?

Aus den Anfragen, die uns aktuell erreichen, ergibt sich der Eindruck, dass insbesondere kleine und mittlere Unternehmen die Bedeutung dieser Gesetzesänderung noch nicht erkannt haben. Die Zeit, Verpackungen, Produktbezeichnungen und sonstige Werbeaussagen mit Umweltbezug noch rechtskonform zu gestalten, ist jedenfalls nur noch sehr kurz. Es besteht dringender Handlungsbedarf.



Hildegard Reppelmund, Rechtsanwältin und Referatsleiterin Wettbewerbsrecht, Kartellrecht, Vergaberecht, Wirtschaftsstrafrecht bei der Deutschen Industrie- und Handelskammer in Berlin.

Bild: DIHK / Paul Aidan Perry