

Häufig gestellte Fragen: Green-Claims-Richtlinie

Stand: November 2024

Co-Berichterstatterin des Europäischen Parlaments: MdEP Delara Burkhardt (SPD)

Kontakt: delara.burkhardt@ep.europa.eu

Die Green-Claims-Richtlinie ist ein wesentlicher Bestandteil der EU-Umwelt- und Verbraucherschutzgesetzgebung, die auf die Bekämpfung von Greenwashing und Verbrauchertäuschung abzielt. Über die Hälfte der Umweltwerbeaussagen auf Produkte oder Unternehmen sind laut Auswertung der Europäischen Kommission zu ungenau, irreführend oder nicht belegt¹. Ziel ist es, Unternehmen zu verpflichten, ihre umweltbezogenen Werbeaussagen zu belegen, korrekt zu kommunizieren und durch unabhängige Dritte zu verifizieren. Sie basiert auf drei Säulen:

1. Substantiierung: Jede Umweltaussage muss ausreichend belegt werden. Dabei müssen die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse und Methoden angewandt werden und die Umweltauswirkungen des gesamten Lebenszyklus¹ eines Produkts oder Unternehmens berücksichtigt werden.

2. Kommunikation: Es gibt Regeln zur Kommunikation der Umweltaussagen. So dürfen nur Aussagen über Auswirkungen getroffen werden, die substantiiert werden können und über gesetzliche Mindestanforderungen hinausgehen. Informationen, welche die Aussage belegen, müssen öffentlich zugänglich gemacht werden (entweder direkt auf der Verpackung oder über einen Link, QR-Code, etc.)

3. Verifizierung: Umweltaussagen und Umweltsiegel müssen vor ihrer Nutzung durch unabhängige Dritte auf Richtigkeit überprüft werden. Die Mitgliedsstaaten müssen dafür Verifizierungsstellen ernennen, welche über die notwendige Expertise und Unabhängigkeit zur Verifizierung von Umweltaussagen verfügen.

Was ist die Zeitleiste für die Verhandlungen?

Die Verhandlungen zwischen dem Europäischen Parlament, den EU-Mitgliedsstaaten und der Europäischen Kommission (Trilog) werden Ende Januar unter der polnischen Ratspräsidentschaft beginnen. Ein Abschluss der Verhandlungen und Bestätigung der Verhandlungsergebnisse durch den Rat und das Europäische Parlament könnte in der zweiten Jahreshälfte 2025 geschehen.

Warum wird die Green-Claims-Richtlinie benötigt?

Die Green-Claims-Richtlinie wird für mehr Rechtssicherheit für Unternehmen, vereinfachte Rechtsdurchsetzung für Behörden und die Glaubwürdigkeit von Umweltaussagen sorgen.

Die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (Unfair Commercial Practices Directive, UCPD) besagt bereits, dass alle Werbeaussagen (nicht nur solche, die sich auf Umweltaspekte beziehen) belegt werden können müssen, unabhängig von der Größe der Unternehmen, welche die Aussage treffen. In Februar 2024 wurde die UCPD reformiert und wird ab September 2027 sehr generische Umweltaussagen, wie „nachhaltig“, „ökologisch“, „klimaneutral“ auf Produkten verbieten. Die UCPD verlangt also schon, dass Unternehmen ihre Aussagen belegen können müssen. Sie verlangt jedoch keine Vorabverifizierung der Aussagen. Nur auf Nachfrage der zuständigen Behörden müssen Unternehmen die Nachweise erbringen. Das führt dazu, dass Produkte mit falschen Aussagen über ihre Umweltauswirkungen über lange Zeit auf dem Markt gehalten werden können, bevor Verbraucherorganisationen, Behörden und Gerichte von ihnen Wind bekommen und feststellen, dass sie irreführend sind.

¹ <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f7c4cb8b-f877-11ee-a251-01aa75ed71a1/language-en>

Die wichtigsten Neuerungen der Green Claims-Richtlinie sind, dass Umweltaussagen vorab verifiziert werden müssen (außer für Kleinunternehmen, wenn es nach der Position des EPs und der Kommission geht), und dass es genauere Regeln gibt, wie Umweltauswirkungen nachgewiesen und kommuniziert werden müssen, was für mehr Rechtssicherheit für Unternehmen sorgen soll.

Verbraucherinnen und Verbraucher können sich dadurch sicher sein, dass umweltbezogene Werbeaussagen tatsächlich korrekt sind.

Die Vorabverifizierung wird zudem die Rechtsdurchsetzung vereinfachen und Behörden entlasten. Viele Umsetzungsstellen haben angemerkt, dass die Vorabverifizierung öffentliche Ressourcen einsparen wird, welche für die Durchsetzung anderer Schwerpunktthemen genutzt werden können².

Was bedeutet die Green-Claims-Richtlinie für den Verbraucher- und Umweltschutz?

Mit der Green-Claims-Richtlinie bekämpfen wir Verbrauchertäuschung und Greenwashing und bringen Licht ins Label-Dickicht. Viele VerbraucherInnen verheddern sich aber im Dschungel der Umweltaussagen und -Siegel. Denn leider sind viele Umweltaussagen nicht glaubwürdig. Zu oft sind Umweltaussagen und -Siegel nichts Anderes als Greenwashing. Das hat nicht nur keinen Mehrwert für die Umwelt, sondern es ist auch Verbrauchertäuschung.

- Die überarbeitete Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken von Februar 2024 verbietet bereits sehr generische Umweltaussagen, wie „nachhaltig“, „ökologisch“, „klimaneutral“. Mit der Green-Claims-Richtlinie werden Regeln zur Substantiierung, Kommunikation und Verifizierung (siehe Einleitung) für spezifischere Umweltaussagen festgelegt, damit diese glaubhaft und nachvollziehbar sind.

- Es gibt über 230 Nachhaltigkeitslabel und über 100 Label über angeblich grüne Energie in der EU, mit sehr unterschiedlichen Transparenzniveaus.³

- Über die Hälfte der Umweltwerbemaussagen sind ungenau, irreführend oder unbelegt. Die Hälfte der Umweltaussagen sind nicht, oder nur unzureichend, verifiziert.⁴

- 40% der Umweltaussagen sind nicht belegt.⁵

- besonders schwer verständliche Umweltaussagen zu angeblich reduzierten Klima-Auswirkungen, welche auf dem Erwerb von CO₂-Gutschriften zum Ausgleich von Emissionen („Offsetting“) beruhen, werden enge Grenzen gesetzt. Noch nicht einmal jeder zehnte Verbraucher versteht tatsächlich, dass „Klimaneutralität“ nur durch Kompensation von Treibhausgasen erreicht werden kann. Sie verbinden mit dem Claim stattdessen fälschlich eine völlig emissionsfreie Produktion.⁶ Werbung mit Klimaneutralität spielt mit dem Unwissen von Verbraucherinnen. Zudem gibt es immer wieder Zweifel an der Qualität von Kompensationszertifikaten.⁷ Das Europäische Parlament fordert, dass nur nicht vermeidbare Restemissionen kompensiert werden sollten, wenn Werbeaussagen auf CO₂-Gutschriften beruhen, um so eine echte Dekarbonisierung der gesamten Wertschöpfungskette zu fördern.

Was bedeutet die Green-Claims-Richtlinie für die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Wirtschaft?

Mit der Green-Claims-Richtlinie sorgen wir für fairen Wettbewerb und stärken den Unternehmen den Rücken, die wirklich etwas für die Umwelt und das Klima tun. Täuschende

² https://commission.europa.eu/system/files/2022-03/4_1_186783_ia_sum_prop_em_co_en.pdf, S. 45

³ <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f7c4cb8b-f877-11ee-a251-01aa75ed71a1/language-en>

⁴ ebd.

⁵ ebd.

⁶ <https://www.verbraucherzentrale.nrw/pressemitteilungen/presse-nrw/klimaneutrale-produkte-89-prozent-fuer-klare-regeln-und-geprueftes-siegel-77472>

https://www.vzbv.de/sites/default/files/2023-03/22-01-15_Gr%C3%BCne-Marketingclaims.pdf

⁷

https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/376/publikationen/ratgeber_freiwillige_co2_kompensation_final_internet.pdf

Umweltaussagen und -Siegel sorgen für unfairen Wettbewerb zugunsten von Unternehmen, die Greenwashing betreiben und Zerstören das Vertrauen der VerbraucherInnen in tatsächlich robuste Umweltaussagen.

- umweltbezogene Werbeaussagen sind freiwillige Aussagen. Unternehmen, die es zu aufwendig findet, die Umweltvorteile des eigenen Produkts nachzuweisen, können auf die Verwendung von Umweltaussagen verzichten.

- aber wer mit den Umweltvorteilen seines Produkts oder Unternehmens werben und Profite machen will, soll diese Vorteile auch nachweisen können.

- damit sorgen wir auch für mehr Rechtssicherheit für Unternehmen, die nun genauere Leitplanken dafür haben, was eine erlaubte Umweltwerbeaussage ist, und was schlicht Verbrauchertäuschung ist.

- Die Green-Claims-Richtlinie wird den Markt von unseriösen Umweltaussagen bereinigen und so Unternehmen mit tatsächlich belegbaren positiven Umweltauswirkungen hervorheben, auf deren Wahrhaftigkeit Verbraucherinnen und Verbraucher vertrauen können

Ist die Green-Claims-Richtlinie ein teures Bürokratiemonster?

Laut Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken müssen Unternehmen auch jetzt schon ihre Umweltwerbeaussagen (auf Nachfrage nationaler Behörden) substantiieren können, weshalb die Beschwerden über die angeblich bürokratische Belastung durch die Green-Claims-Richtlinie übertrieben scheinen.

Zudem muss betont werden, dass Umweltwerbeaussagen freiwillig sind. Jedes Unternehmen, welches es zu aufwendig findet, die positiven Umweltauswirkungen ihrer Produkte nachzuweisen, kann darauf verzichten, mit ihnen zu werben. Wer mit Umweltaussagen Gewinne machen will, sollte aber sicherstellen, dass diese belegbar und nicht nur reine Verbraucherabzocke sind. Schließlich zahlt sich das für die Unternehmen aus. Die Green-Claims-Richtlinie erlegt Unternehmen keinerlei Berichtspflichten auf. Die Richtlinie betrifft nur Werbeaussagen, die freiwillig getätigt werden. Es bleibt eine freie Unternehmensentscheidung, ob Umweltwerbeaussagen getroffen werden sollen, basierend auf den Erwartungen, welchen Profit diese bringen. Die Kosten für die Vorabprüfung von Umweltwerbeaussagen ist im Vergleich zu Produktionskosten, Marketingausgaben und Gewinnerwartungen sehr gering. Die Überprüfungskosten hängen dabei von der Komplexität der Umweltaussage ab. Die Überprüfung einfacher Aussagen, wie etwa über den Anteil recyceltem Materials in einem Produkt, kostet nur wenige hundert Euro.

Tatsächlich lohnen sich Umweltwerbeaussagen für Unternehmen. Denn Verbraucherinnen und Verbraucher wollen durch ihr Konsumverhalten zur grünen Transformation beitragen. $\frac{3}{4}$ von ihnen schauen auf Umweltinformationen beim Einkauf.⁸ Die Hälfte bevorzugt Produkte mit Umweltsiegeln.⁹ 40% sind bereit, mehr für Produkte zu bezahlen, die eine glaubwürdige positive Umweltaussage tragen.¹⁰

Muss jeder Bäcker um die Ecke nun seine Werbeaussagen durch Dritte überprüfen lassen?

Es muss aber eine Balance zwischen Aufwand und Nutzen gefunden werden. Nach Vorschlag der Kommission und des Europäischen Parlaments müssten Kleinunternehmen (mit weniger als 10 Mitarbeitenden) wie örtliche Bäckereien keine Vorabverifizierung ihrer Umweltwerbeaussagen durchführen. Wichtig ist, dass Kleinunternehmen, selbst wenn sie vom Anwendungsbereich der Green-Claims-RL ausgenommen sein sollten, trotzdem nicht willkürliche Umweltwerbeaussagen machen dürfen. Denn auch Kleinunternehmen fallen unter die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.

⁸

https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/BEUC-X-2023-149_The_Great_Green_Maze_How_environmental_advertising_confuses_consumers.pdf

⁹ ebd.

¹⁰ ebd.

Sind Vereinfachungen der Ex-Ante-Verifizierung vorgesehen?

Neben der Ausnahme für Kleinstunternehmen von der Vorabverifizierungspflicht, sieht das Europäische Parlament noch weitere Maßnahmen zu Erleichterung unter bestimmten Bedingungen vor. So sieht das Europäische Parlament vor, dass private und staatliche Umweltsiegel eine wichtige Rolle zur Vereinfachung der Vorabverifizierung spielen sollen. Die Kommission hatte vorgeschlagen, dass jede Umweltaussage, die durch ein staatliches oder privates Umweltsiegel ausgestellt wurde, auch durch die Vorabverifizierung durch Dritte gehen soll. EP und Rat schlagen vor, dass solche Umweltaussagen keiner weiteren Vorabverifizierung bedürfen, wenn das Umweltsiegel, auf dem sie beruhen, eine Governance-Struktur aufweist, die den Anforderungen der Green-Claims-Richtlinie entspricht (z.B.: das Siegel hat interne Strukturen, um die unabhängige Prüfung seiner Methoden zu testen, es verfügt über die Mittel, neueste Testmethoden anzuwenden, es verfügt über genügend personelle Ressourcen und Fachkenntnis zur Ausführung seiner Aufgaben, es gibt keine Interessenskonflikte zwischen dem Siegel und seinen Kunden, etc.).

Auch Aussagen, die durch staatlich anerkannte Umweltsiegel gemacht werden, die dem hohen ISO-Standard 14024 Typ I entsprechen (in Deutschland z.B. der „Blaue Engel“), werden wahrscheinlich nicht unter die Vorabverifizierung fallen.

Das Europäische Parlament schlägt zudem vor, dass die Kommission eine Liste mit sehr simplen Umweltaussagen erstellen kann, für die keine Vorabverifizierung notwendig ist.

Um die Planungssicherheit für Unternehmen zu erhöhen, schlägt das Europäische Parlament vor, dass die Verifizierer die Überprüfung von Umweltaussagen innerhalb einer gewissen Frist (30 Tage) durchführen müssen.