

Nachhaltigkeits- Kommunikation

konform und wirksam

Tor zum Erzgebirge e.V.
19. August 2026
Laura Schmidt, reCET



Green washing

Wie aus einem Handtuch ein
Gesetz wurde.



9. Dezember 2023 | 10:10 Uhr

Prüfbericht attestiert der Deutschen Bahn Greenwashing

Der Bundesrechnungshof kritisiert gravierende Versäumnisse der Bundesregierung bei der Kontrolle des größten Staatsunternehmens. Demnach agiert die Deutsche Bahn weit weniger nachhaltig als behauptet.



© Deutsche Bahn

Der Energiemix beim Bahnstrom im Fernverkehr sei intransparent, kritisiert der Bundesrechnungshof

Der **Bundesrechnungshof** stellt fest, dass die **100 % Ökostrom-Angabe** nur „rein rechnerisch“ zutrifft, Infrastrukturbauten nicht einbezogen sind und der Strommix **nicht ausreichend ausgewiesen** wird.

Quelle:

<https://www.reisevor9.de/inside/pruefbericht-attestiert-der-deutschen-bahn-greenwashing>

Agenda

- 01 **Neue Regelungen** | rechtliche Lage in der EU und Deutschland
- 02 **Vertiefung** | 5 Hauptpunkte des UWG
- 03 **Praxis** | Handlungsempfehlungen

Hinweis

Wir bitten zu beachten, dass wir **keine** abschließende Auskunft zur **Rechtssicherheit** geben können. Dies kann nur durch einen **Juristen** gewährleistet werden.



Agenda

- 01 **Neue Regelungen** | rechtliche Lage in der EU und Deutschland
- 02 Vertiefung | 5 Hauptpunkte des UWG
- 03 Praxis | Handlungsempfehlungen

Hinweis

Wir bitten zu beachten, dass wir **keine** abschließende Auskunft zur **Rechtssicherheit** geben können. Dies kann nur durch einen **Juristen** gewährleistet werden.



EU Green Deal

Zentrale **Wachstumsstrategie der EU**
mit dem Ziel, im Jahr 2050 **keine**
Netto-Treibhausgasemissionen mehr
freizusetzen und das
Wirtschaftswachstum **von der**
Ressourcennutzung abzukoppeln.

EU-Taxonomie (Verordnung 2020/852/EU)



Richtlinien zur Nachhaltigkeits-Kommunikation



“EmpCo” - Europäische Union (EU)

Directive on **Empowering Consumers** for the Green Transition (ECGT)

Die Richtlinie 2024/825 trat am 27. März 2024 in Kraft und die Mitgliedstaaten hatten 2 Jahre Zeit (bis 27.03.2026), sie in nationales Recht umzusetzen. Es gibt nun eine 6-monatige Übergangsfrist bis zum 27.09.2026. Die EmpCo betrifft dann alle EU-Mitgliedstaaten.

LINK: [RICHTLINIE \(EU\) 2024/825 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES](#)



“UWG” - Bundesministerium der Justiz

Gesetz **gegen den unlauteren Wettbewerb**

Die Regelungen der Richtlinie (EU) 2024/825 wurden im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) umgesetzt und sind ab dem 27.09.2026 in Deutschland verbindlich. Das UWG konkretisiert die gesetzlichen Anforderungen auf Grundlage der EmpCo.

LINK: [DRITTER GESETZESENTWURF UWG \(IM BUNDESGESETZBLATT VERÖFFENTLICHT, STAND 02/2026\)](#)

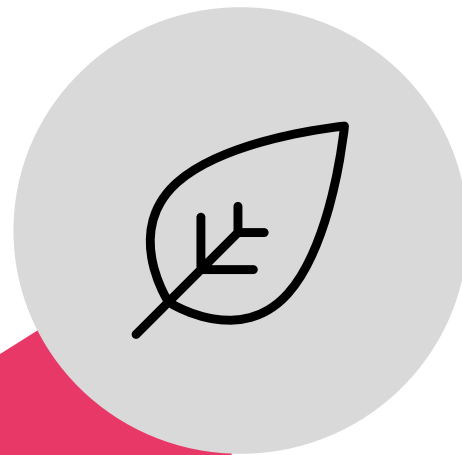
Ziel

- ✓ Klare & transparente Standards für die Nutzung von **Umweltbaussagen***
- ✓ **Greenwashing** vermeiden
- ✓ Gewährleistung einer transparenteren und glaubwürdigen Verwendung von **Umweltzeichen**

UWG

- ✓ zentrale **Anpassung**: rechtliche Definition und Regulierung von “Umweltaussage”

Was ist eine **Umweltaussage**?



Eine
Beschreibung

klimaneutral
UMWELTFREUNDLICH **öko**
umweltschonend nachhaltig
Freund der Natur





Beispiel: Teilaspekt

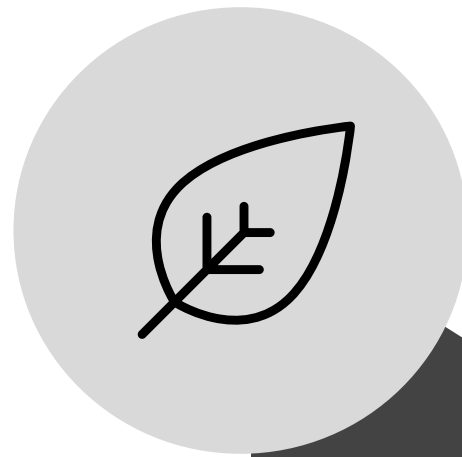


Beispiel: Haltung



Beispiel: Grüne Darstellung

Was ist eine **Umweltaussage**?



Umweltzeichen können alle freiwilligen, öffentlichen oder privaten **Vertrauens- oder Qualitätszeichen** sein.

Ein **Zeichen**

Agenda

- 01 Neue Regelungen | rechtliche Lage in der EU und Deutschland
- 02 **Vertiefung** | 5 Hauptpunkte des UWG
- 03 Praxis | Handlungsempfehlungen

Hinweis

Wir bitten zu beachten, dass wir **keine** abschließende Auskunft zur **Rechtssicherheit** geben können. Dies kann nur durch einen **Juristen** gewährleistet werden.



5 Hauptpunkte

basierend auf dem Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) und den Anforderungen der EmpCo-Richtlinie.

1 Definition
Umweltaussage

2 Allgemeinheit

3 Belegbarkeit

4 Irreführung

5 Anforderungen
Umsetzungsplan



[Link zum Handlungsleitfaden der DZT](#)

1 Definition Umweltaussage

2 Allgemeinheit

3 Belegbarkeit

4 Irreführung

5 Anforderungen Umsetzungsplan

Eine Umweltaussage ist...

- Jede Aussage im **Kontext einer geschäftlichen Handlung** - richtet sich an den Verbraucher (B2C) oder andere Marktteilnehmer (B2B).
- einschließlich Darstellungen durch **Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole**,
- die explizit oder implizit behauptet, oder den Eindruck erweckt, dass das Produkt eine **positive oder keine Auswirkung** auf die (ökologische oder soziale) Umwelt hat, weniger schädlich für die Umwelt ist als andere, oder im Laufe der Zeit verbessert wurde.
- auch in Form von zukünftigen **Versprechen**.



Sustainability

Im Kontext von EmpCo und UWG werden unter "Umwelt" **sowohl ökologische als auch soziale Aspekte** verstanden.

Wichtig: Farben, Naturmotive oder Symbole können laut Gesetz auch durch **Bildsprache** Umweltaussagen suggerieren.

1 Definition
Umweltaussage

2 Allgemeinheit

3 Belegbarkeit

4 Irreführung

5 Anforderungen
Umsetzungsplan

Allgemeinheit

Aussagen wie die Folgenden gelten als „allgemein“ und sind unzulässig, **außer** wenn sie diese Bedingungen erfüllen können:

- In der Aussage wird klar erläutert, worin die **konkrete Umweltleistung** besteht.
- Die Erläuterung zur Umweltleistung ist als **Zusatzinformation** deutlich erkennbar.
- Die Erläuterung ist im gleichen Medium **sichtbar und lesbar platziert**.

*positiv für das Klima
klimafreundlich
CO2-freundlich*

*im Einklang mit Nachhaltigkeitszielen
die Welt zu einem besseren Ort machen
Maßnahmen für zukünftige Generationen*

*Freund der Natur
umweltfreundlich
umweltschonend*

*verantwortungsbewusst
die Werte lebend
ohne schlechtes Gewissen*

1 Definition
Umweltaussage

2 Allgemeinheit

 **3** Belegbarkeit

4 Irreführung

5 Anforderungen
Umsetzungsplan

Belegbarkeit

Umweltvorteile sollten nur dann beworben werden, wenn sie auf **soliden Beweisen** beruhen, d.h. Daten, Studien, weiterführende Informationen im unmittelbaren “Produktumfeld”.

Die Verwendung einer **Zertifizierung** zu diesem Zweck ist nur zulässig, wenn sie Mindestanforderungen hinsichtlich **Transparenz und Glaubwürdigkeit** erfüllt. Die Verwendung von unternehmenseigenen **Siegeln** ohne objektive Prüfung ist nicht erlaubt.

*„Unsere
Veranstaltung ist
Zero-Waste und 100
% nachhaltig!“*



*„Unser Eventmanagementsystem ist ISO
20121-zertifiziert und folgt einem
international etablierten Standard
bewährter Verfahren für nachhaltige
Veranstaltungen.“*

1 Definition
Umweltaussage

2 Allgemeinheit

3 Belegbarkeit

4 Irreführung

5 Anforderungen
Umsetzungsplan

Belegbarkeit



Voraussetzungen für ein Siegel:

- **Unabhängig** geprüft
- Offiziell **anerkannt**
- Klare **Standards**
- Regelmäßige **Kontrolle**
- **Transparenz**
- **Vergleichbarkeit**
- Kein Eigenlabel



Zertifizierung = ein freiwilliges Verfahren durch Dritte. Sie legt fest, bewertet, überwacht und bestätigt schriftlich, dass ein Produkt, ein Prozess, eine Dienstleistung oder ein Managementsystem die festgelegten Anforderungen und Normen erfüllt. Die Zertifizierungsstelle erteilt schriftliche Bestätigungen in Form eines Zertifikats und in der Regel durch die Verwendung eines Labels.

Akkreditierung = ein Genehmigungsverfahren, das die Kompetenz eines Zertifizierungsprogramms zur Zertifizierung von Organisationen nach einem anerkannten Standard formalisiert. Dieses Verfahren dient der Qualifizierung, Anerkennung und Lizenzierung von Einrichtungen, die Zertifizierungen von Unternehmen, Produkten, Prozessen oder Dienstleistungen durchführen.

Quelle: Black, R. (2015) 'Accreditation' in Cater, C., Garrod, G, Low, T. Encyclopedia of Sustainable Tourism, CABI, Oxfordshire pp 5

1 Definition
Umweltaussage

2 Allgemeinheit

3 Belegbarkeit

4 Irreführung

5 Anforderungen
Umsetzungsplan

Irreführung

Nachhaltigkeitsaussagen sollen sich auf **tatsächlich bedeutsame Vorteile** beziehen, die **wesentlichen Aspekte** des Produkts oder Unternehmens ansprechen. Dabei dürfen keine möglichen negativen Folgen von Umweltaussagen verschwiegen werden.



Neu ergänzte “wesentliche Aspekte”

lt. § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG n.F. durch die Änderung vom Februar 2026

- ökologische Merkmale
- soziale Merkmale
- Zirkularitätsaspekte
- Haltbarkeit
- Reparierbarkeit
- Recyclingfähigkeit
- Verfahren der Herstellung
- Zeitpunkt der Herstellung

BEISPIEL



Keine zusätzlichen Umweltansprüche zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften.

Beispiel: Seit Januar 2025 ist BPA in der EU verboten, daher sollte „BPA-frei“ nicht mehr als Nachhaltigkeitsaspekt verwendet werden.

1 Definition
Umweltaussage

2 Allgemeinheit

3 Belegbarkeit

4 Irreführung

5 Anforderungen
Umsetzungsplan

Anforderungen Umsetzungsplan

Als irreführend werden auch Umweltaussagen mit einer zukünftigen Umweltleistung eingestuft, wenn kein **realistischer, öffentlich einsehbarer Umsetzungsplan** mit messbaren Zielen und objektiven Verpflichtungen vorliegt.

*„Unser Plan für das Klima:
Reduzierung unserer
Emissionen um 50 % bis
2050.“*



*„Unser Netto-Null-Ziel wurde von der
Science Based Target Initiative (SBTi)
bestätigt. Hier finden Sie weitere
Details zur SBTi-Validierung.“*



Voraussetzungen für einen **gültigen Umsetzungsplan**:

- enthält **messbare und zeitgebundene Ziele**
- klare **Budgetierung**, **Zuständigkeiten** und konkreter **Implementierungsfahrplan**
- externe **Überwachung und Dokumentation** der Planumsetzung
- Fortschritte und Ergebnisse werden öffentlich zugänglich gemacht

🏠 > Presse

Mehrheit der Deutschen möchte nachhaltiger reisen – tut es aber nicht

Neue UBA-Studie zeigt Widerspruch zwischen Wunsch und Wirklichkeit auf



Nachhaltigkeit ist bei der Reiseentscheidung nur einer unter vielen Wünschen.

Quelle: Eray Haciosmanoglu

Viele Deutsche wünschen sich nachhaltiges Reisen, doch im tatsächlichen Reiseverhalten spiegelt sich dieser Wunsch bislang kaum wider. Das zeigt der neue Bericht zum Nachfragemonitor „Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen“ der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) gemeinsam mit dem Umweltbundesamts (UBA). Besonders beim Fliegen zeigt sich ein deutlicher Widerspruch.

Pressemitteilung No. 36/2025 | 15.10.2025

- Mehrheit der Deutschen bewertet nachhaltiges Reisen grundsätzlich als wichtig.
- Nachhaltigkeit beeinflusst die tatsächliche Reiseentscheidung jedoch nur selten maßgeblich.
- Nachhaltigkeitslabels und entsprechende Kennzeichnungen bei Reiseangeboten gewinnen an Bedeutung.
- Flugreisen bleiben trotz wachsender Nachhaltigkeitsorientierung besonders beliebt
- Zwischen Umweltbewusstsein und realem Reiseverhalten besteht eine deutliche Lücke.
- Verbraucher wünschen sich mehr nachhaltige Reiseangebote und bessere Orientierungsmöglichkeiten.

Die Studie sieht Reiseanbieter und Politik in der Verantwortung, nachhaltigere Optionen attraktiver und sichtbarer zu machen.

Link zur [Studie Umweltbundesamt, Oktober 2025](#)

Agenda

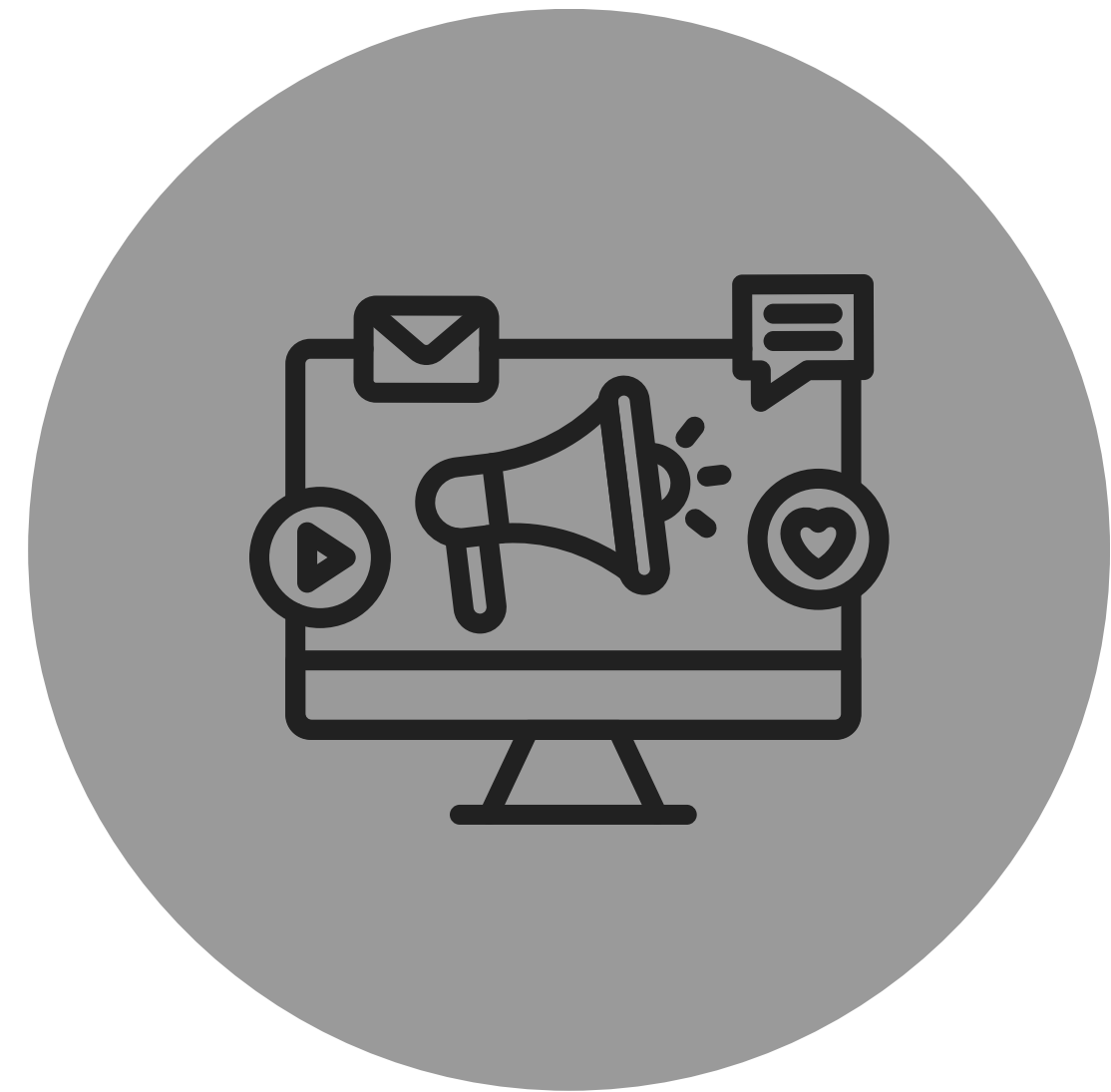
- 01 Neue Regelungen | rechtliche Lage in der EU und Deutschland
- 02 Vertiefung | 5 Hauptpunkte des UWG
- 03 **Praxis** | Handlungsempfehlungen

Hinweis

Wir bitten zu beachten, dass wir **keine** abschließende Auskunft zur **Rechtssicherheit** geben können. Dies kann nur durch einen **Juristen** gewährleistet werden.



VERANTWORTUNGSBEWUSSTE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION



MARKETING DURCH NACHHALTIGE BOTSCHAFTEN

Drei Empfehlungen für eine gute Vorbereitung

#1 Kommunikations- management

- ✓ Umweltaussagen analysieren
- ✓ Umweltaussagen anpassen
- ✓ interne Prozesse etablieren

#2 Zertifizierungen & Nachweisführung

- ✓ Überprüfung bestehender Siegel
- ✓ Aufbau eines Nachweissystem
- ✓ Prozesse etablieren

#3 Monitoring und Umsetzung

- ✓ Gesetzeslage beobachten
- ✓ Monitoring machen
- ✓ Mitnehmen der Partner

kein
Greenwashing



kein **Greenhushing**



Nachhaltigkeit
ist
Qualität
ist
Vertrauen
ist
Markenwert.

DON'T BUY THIS JACKET



It's Black Friday, the day in the year retail turns from red to black and starts to make real money. But Black Friday, and the culture of consumption it reflects, puts the economy of natural systems that support all life firmly in the red. We're now using the resources of one and a-half planets on our one and only planet.

Because Patagonia wants to be in business for a good long time – and because we want to be profitable for our kids – we want to do the opposite of every other business today. We ask you to buy less and to reflect before you spend a dime on this jacket or anything else.

Environmental bankruptcy, as with corporate bankruptcy, can happen very slowly, then all of a sudden. This is what we face unless we slow down, then reverse the damage. We're running short on fresh water, topsoil, fisheries, wetlands – all our planet's natural systems and resources that support business and life, including our own.

The environmental cost of everything we make is astonishing. Consider the R2[®] jacket shown, one of our best sellers. To make it required 135 liters of

COMMON THREADS INITIATIVE

REDUCE

WE make useful gear that lasts a long time
YOU don't buy what you don't need

REPAIR

WE help you repair your Patagonia gear
YOU pledge to fix what's broken

REUSE

WE help find a home for Patagonia gear
you no longer need
YOU sell or pass it on

RECYCLE

WE will take back your Patagonia gear
that is worn out
YOU pledge to keep your stuff out of
the landfill and incinerator



REIMAGINE

TOGETHER we reimagine a world where we take
only what nature can replace

water, enough to meet the daily needs (three glasses a day) of 45 people. Its journey from its origin as 60% recycled polyester to our Reno warehouse generated nearly 20 pounds of carbon dioxide, 24 times the weight of the finished product. This jacket left behind, on its way to Reno, two-thirds its weight in waste.

And this is a 60% recycled polyester jacket, knit and sewn to a high standard. It is exceptionally durable, so you won't have to replace it as often. And when it comes to the end of its useful life we'll take it back to recycle into a product of equal value. But, as is true of all the things we can make and you can buy, this jacket comes with an environmental cost higher than its price.

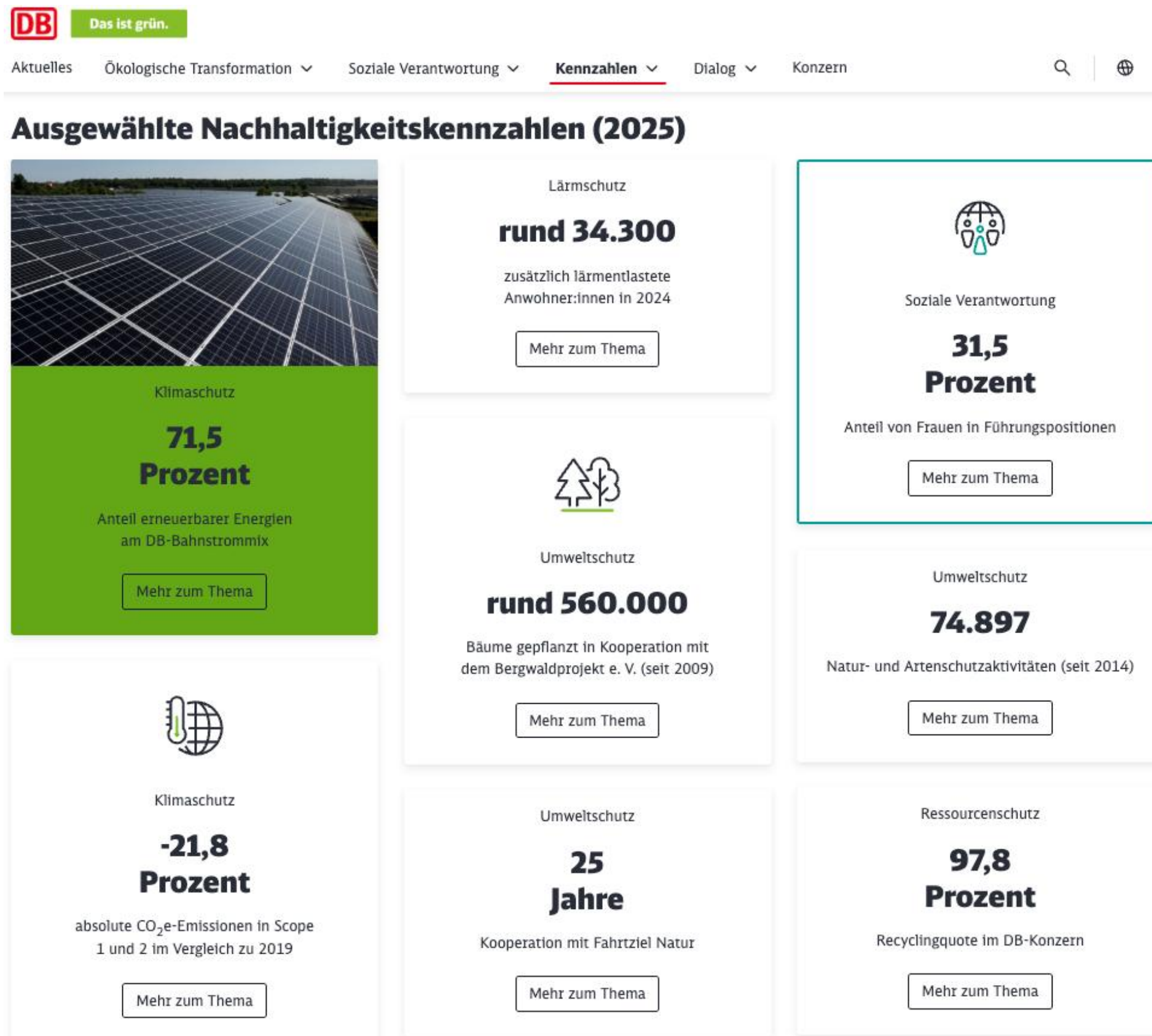
There is much to be done and plenty for us all to do. Don't buy what you don't need. Think twice before you buy anything. Go to patagonia.com/CommonThreads or scan the QR code below. Take the Common Threads initiative pledge, and join us in the 5th "R" to reimagine a world where we take only what nature can replace.

patagonia
patagonia.com



1. I pledge, just now! Patagonia product on display and take the Common Threads initiative pledge. Search us for your product on patagonia website for additional images.

MAKE THE PLEDGE



<https://nachhaltigkeit.deutschebahn.com/de/kennzahlen>



die Science Based Target Initiative (SBTi) hat die Ziele der Deutschen Bahn zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen bestätigt. Die Emissionen (Scope 1-3) müssen bis zum Jahr 2040 um mindestens 90 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2019 reduziert werden

Details zur SBTi-Validierung

MEHRWERTE

Nachhaltigkeit **begeistert**
Gäste, Partner und
Mitarbeitende,
wenn sie **echt gelebt und**
angemessen kommuniziert
wird!



Praxis Beispiel Werbeanzeige: was würde in Zukunft nicht mehr gehen?

GRÜNSTÜCK
CAFÉ & RESTAURANT

VEGAN & NACHHALTIG

Gut für dich. Gut für die Umwelt.

Auf der Suche nach leckeren veganen Gerichten?
Dann sind Sie hier genau richtig! Unser Restaurant
bietet eine große Auswahl an **veganen und nachhaltigen Gerichten**. Und das Beste daran?

Diese Gerichte sind ebenso köstlich wie
umweltfreundlich und werden **mit regionalen Zutaten** zubereitet!

Ein leckeres Erlebnis erwartet Sie!

100 % PFLANZLICH

REGIONALE ZUTATEN

UMWELTFREUNDLICH UND LECKER

JETZT TISCH RESERVIEREN!
www.gruenstueck.de

GRÜNSTÜCK Café & Restaurant | Marktstraße 12 | 80331 München

Quelle: KI-generiert



Danke!

Fragen?

laura.schmidt@reCET.de
www.reCET.de

