

UMWELTBEOZOGENE ANGABEN

Die Pflicht des Gewerbetreibenden, klar, präzise und überprüfbar zu kommunizieren.

Dieses Informationsblatt richtet sich an alle Unternehmer, die umweltbezogene Angaben in ihrer kommerziellen Kommunikation verwenden: Produkte, Dienstleistungen, Marken, Verpackungen, Werbung (online oder offline), Labels, Symbole, Vergleiche usw.

Was ist eine umweltbezogene Angabe?

Eine umweltbezogene Angabe ist jede kommerzielle Kommunikation, die behauptet oder suggeriert, dass ein Produkt, eine Marke oder ein Unternehmen positive Auswirkungen auf die Umwelt hat, weniger schädlich als andere ist oder seine Umweltauswirkungen im Laufe der Zeit verbessert.

→ Jedes Kommunikationsmedium ist betroffen: Text, Bild, grafische Darstellung oder Symbol wie ein Label, eine Marke, eine Unternehmens- oder Produktbezeichnung.

Für den Gewerbetreibenden!

Selbst ein Gewerbetreibender, der sich tatsächlich für die Umwelt engagiert, kann dem Vorwurf des „Greenwashings“ ausgesetzt sein, wenn seine umweltbezogenen Angaben an Klarheit, Präzision oder Nachweisen mangeln.

→ Was ist Greenwashing?

„Greenwashing“ ist eine irreführende Geschäftspraktik, die Verbraucher täuscht oder irreführen kann, indem ein Produkt, eine Dienstleistung oder ein Unternehmen als umweltfreundlicher dargestellt wird, als es tatsächlich der Fall ist, oder indem umweltbezogene Angaben ohne entsprechende Erklärung verbreitet werden.

Wichtigster Grundsatz

In Luxemburg wie auch im Rest der Europäischen Union wurde der Rahmen für umweltbezogene Angaben verschärft.

Vor einer geschäftlichen Entscheidung muss der Verbraucher klar verstehen können, was vom Gewerbetreibenden behauptet wird, wissen, worauf sich die Angabe bezieht, und sich auf verlässliche sowie überprüfbare Informationen stützen können.

Sieben verbotene Praktiken

1. Unbegründete allgemeine Angaben

- ✗ „ökologisch“, „grün“, „nachhaltig“, „natürlich“, „klimafreundlich“, „umweltfreundlich“
- ✓ Diese Begriffe können verwendet werden, wenn der Unternehmer konkret nachweisen kann, inwiefern sein Produkt oder seine Tätigkeit diese Eigenschaften erfüllt, beispielsweise mithilfe eines offiziellen Labels oder einer anerkannten Zertifizierung.

2. Versprechen über zukünftige Umweltleistungen ohne Nachweis

- ✗ „Netto-Null bis 2050“, „Klimaneutralität bis zum Jahr 2050“
- ✓ „Unser Ziel: Netto-Null bis 2050. Vollständiger Plan und Auditberichte auf unserer Website verfügbar“
- ➔ Um konform zu sein, muss eine zukünftige Verpflichtung auf einem zugänglichen, detaillierten und von einem Dritten überprüften Plan basieren.

3. Nachhaltigkeitslabels ohne Zertifizierung oder anerkannte Basis

- ✗ Vom Unternehmen erstelltes „grünes“ Logo, Angabe „zertifiziert ökologisch“ ohne unabhängige Prüfstelle.
- ✓ Nutzung eines von einer öffentlichen Behörde (d. h. einem Ministerium) ausgestellten Labels.
- ✓ Nutzung eines Labels, das auf einer anerkannten unabhängigen Zertifizierung basiert (d. h. EU-Ecolabel).

4. Angaben, die sich auf das gesamte Produkt beziehen, obwohl nur ein Teil des Produkts betroffen ist

- ✗ „Unser Produkt ist zu 100 % CO₂-neutral“, obwohl nur ein einziger Herstellungsschritt ohne fossile Energien auskommt.
- ✓ „Unser Verarbeitungsschritt wird ab jetzt ohne fossile Energien durchgeführt.“
- ➔ Die Präzisierung des betroffenen Schritts grenzt den Umfang der Verbesserung klar ab.

5. Neutralität der Auswirkung eines Produkts, die ausschließlich auf dem Ausgleich von Treibhausgasemissionen basiert

- ✗ „Zu 100 % klimaneutraler Einkauf“, „Service mit einem CO₂-Fußabdruck von Null“, wenn diese Neutralität ausschließlich auf dem Kauf von CO₂-Zertifikaten beruht.
- ✓ „Wir arbeiten daran, unsere Emissionen zu reduzieren, und finanzieren Umweltprojekte, um über unsere eigene Tätigkeit hinaus zur Bekämpfung des Klimawandels beizutragen.“
- ➔ Ein konformer Ansatz basiert auf den tatsächlichen Auswirkungen der Tätigkeit und des Produktlebenszyklus.

6. Irreführende oder ungeklärte Vergleiche

- ✗ „ökologischer“, „weniger umweltschädlich“ ohne Bezug, Umfang oder Methodik.
- ✓ „CO₂-Emissionen pro km um 15 % reduziert im Vergleich zu unserem Modell von 2022 (Methodik X, von einer unabhängigen Stelle geprüft, Daten werden jährlich aktualisiert).“

7. Bereits gesetzlich vorgeschriebene ökologische Merkmale

- ✗ „Wir engagieren uns für den Planeten: Wir setzen auf wiederverwendbare Lösungen!“, obwohl das Gesetz diese Praxis bereits für alle Unternehmen der Branche vorschreibt.“
- ✓ „Regelungskonform haben wir unsere Einwegbehälter durch wiederverwendbare Lösungen ersetzt.“

Fünf Kriterien für eine konforme Angabe

Der Gewerbetreibende ist für die von ihm verwendeten Angaben verantwortlich, unabhängig vom Medium. Jede Angabe muss:

- **klar und präzise sein:** sofort verständlich, mit einem klar definierten Umfang (Produkt, Dienstleistung, Prozess).
- **korrekt und vollständig sein:** spiegelt die Realität getreu wider und enthält alle für das richtige Verständnis des Verbrauchers wesentlichen Elemente.
- **auf überprüfbaren und aktuellen Beweisen basieren:** messbare Daten, Studien, anerkannte Zertifizierungen.
- **fair und kohärent sein:** relevante Vergleiche, Berücksichtigung des tatsächlichen Produktlebenszyklus, zukünftige Verpflichtungen untermauert durch einen detaillierten und öffentlichen Plan.
- **transparent und zugänglich sein:** der Verbraucher kann leicht auf die Beweise zugreifen, die die Aussage stützen.

Gute Reflexe im Unternehmen

Über den eigentlichen Inhalt der Aussage hinaus sind dies die richtigen Verhaltensweisen, die im Unternehmen etabliert werden sollten:

- Jede Aussage vor ihrer Verbreitung dokumentieren.
- Regelmäßig die Konformität der verbreiteten Botschaften (Websites, Verpackungen, Werbung etc.) und die Zugänglichkeit der Belegdokumente (Studien, Audits, Berichte etc.) überprüfen.
- Faktische Transparenz (Zahlen, Umfang, Methode) gegenüber allgemeinen Versprechungen bevorzugen.
- Bereits umgesetzte Maßnahmen von zukünftigen Zielen unterscheiden.
- Sicherstellen, dass die Aussage die tatsächlich durchgeführten Maßnahmen getreu widerspiegelt.

