

GS1 Standards

# Empowering Consumer Directive (EmpCo) in der Praxis

Anwendungsempfehlung für transparente und  
rechtskonforme Produktkommunikation



## Dokumenteninformation

Titel des Dokuments	EmpCo in der Praxis: Anwendungsempfehlung für transparente und rechtskonforme Produktkommunikation
Letztes Änderungsdatum	26.03.2026
Aktuelle Dokumentenausgabe	Ausgabe 1.0
Status	Deutsche Erstausgabe
Beschreibung des Dokuments	Die Anwendungsempfehlung unterstützt Unternehmen bei einer transparenten, konsistenten und nachvollziehbaren Produktkommunikation gemäß EmpCo. Sie erläutert gesetzliche Anforderungen, bietet Best-Practice-Ansätze und stellt praxisnahe Positivbeispiele bereit, um eine klare, belegbare und einheitliche Nachhaltigkeitskommunikation zu ermöglichen.

## Mitwirkende

Organisation
ALDI Nord Deutschland Stiftung & Co. KG
Alnatura Produktions- und Handels GmbH
Assoziation ökologischer Lebensmittelherstellerinnen und -hersteller (AÖL) e.V.
Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft
Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) gGmbH
Dehner Holding GmbH & Co. KG
Dirk Rossmann GmbH
dm-drogerie markt GmbH + Co. KG
EDEKA Südwest Stiftung & Co. KG
Ferrero Deutschland GmbH
GermanFashion Modeverband Deutschland e.V.
Globus Fachmärkte GmbH & Co. KG
GS1 Germany GmbH
Henkel AG & Co. KGaA
J. Bunting Beteiligungs AG
Markant Deutschland GmbH
Mülltrennung wirkt – Eine Initiative der dualen Systeme
Otto GmbH & Co KG
Procter & Gamble Germany Holding GmbH
Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG
SKW Schwarz
Tesa SE
Tetra Pak GmbH

Organisation

Werner & Mertz GmbH

## Änderungshistorie

Version	Änderungsdatum	Geändert von	Zusammenfassung der Änderung
1.0	26.03.2026	Teilnehmer:innen des D4S Programms	Veröffentlichung der Version 1.0

## Haftungsfreistellung

GS1 Germany bemüht sich, Unsicherheiten bezüglich des Schutzes geistigen Eigentums bei der Anwendung der GS1 Standards und GS1 Anwendungsempfehlungen zu minimieren. Die Teilnehmer, die in den GS1 Arbeitsgruppen die GS1 Standards und GS1 Anwendungsempfehlungen entwickeln, haben zugestimmt, allen Nutzern der GS1 Standards eine kostenlose Lizenz oder eine RAND-Lizenz für einen entsprechenden Patentanspruch, wie in der IP Policy (verfügbar hier: <https://www.gs1.org/standards/ip>) definiert, zu gewähren.

Es muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass die Implementierung und Nutzung einer oder mehrerer Funktionen der GS1 Standards oder der GS1 Anwendungsempfehlungen Gegenstand eines Patents oder eines anderen geistigen Eigentumsrechts sein kann, das nicht durch die gewährten Lizenzen und RAND-Lizenzen abgedeckt ist. Darüber hinaus erstrecken sich die erteilten Lizenzen nicht auf geistige Eigentumsrechte oder Ansprüche Dritter, die nicht an der entsprechenden GS1 Arbeitsgruppe für die Entwicklung von GS1 Standards und GS1 Anwendungsempfehlungen beteiligt waren.

GS1 Germany empfiehlt, dass jeder Nutzer der GS1 Standards und GS1 Anwendungsempfehlungen prüft, ob für die Nutzung eine zusätzliche Lizenz für ein Patent oder ein anderes geistiges Eigentumsrecht erforderlich ist, die über die gewährten Lizenzen hinausgeht. Der Nutzer sollte den potenziellen Lizenzbedarf im Hinblick auf die Details der spezifischen Nutzung ermitteln.

Bei der Erstellung dieses Dokuments und der darin enthaltenen GS1 Standards und GS1 Anwendungsempfehlungen wurde die größtmögliche Sorgfalt angewandt. GS1 Germany und alle Dritte, die an der Erarbeitung dieses Dokuments beteiligt waren, halten hierdurch fest, dass sie keinerlei Gewährleistung oder Haftung im Zusammenhang mit diesem Dokument und keinerlei Haftung für irgendeinen Schaden Dritter, einschließlich direkter und indirekter Schäden sowie entgangenen Gewinn im Zusammenhang mit der Nutzung dieses Dokuments und der darin enthaltenen GS1 Standards und GS1 Anwendungsempfehlungen übernehmen. Dies gilt bei einer Verletzung von Patenten oder geistiger Schutzrechte Dritter.

Dieses Dokument sowie die darin enthaltenen GS1 Standards und GS1 Anwendungsempfehlungen können jederzeit ohne Vorankündigung abgeändert oder an neue Entwicklungen und Anforderungen, insbesondere gesetzlichen, angepasst werden. Eine Verpflichtung zur Aktualisierung des Dokuments besteht für GS1 Germany nicht. Dieses Dokument kann geschützte Markenzeichen oder Logos enthalten, die Dritte nicht ohne Erlaubnis des Rechteinhabers reproduzieren dürfen.

## GS1 Germany GmbH

Es begann mit einem einfachen Beep.

1974 wurde in einem Supermarkt zum ersten Mal ein Barcode gescannt. Dies war der Beginn des automatisierten Kassierens – und der Anfang der Erfolgsgeschichte von GS1. Der maschinenlesbare GS1 Barcode mit der enthaltenen GTIN ist mittlerweile der universelle Standard im globalen Warenaustausch und wird sechs Milliarden Mal täglich auf Produkten gescannt. Die Standards von GS1 sind die globale Sprache für effiziente und sichere Geschäftsprozesse, die über Unternehmensgrenzen und Kontinente hinweg Gültigkeit hat. Als Teil eines weltweiten Netzwerks entwickeln wir mit unseren Kunden und Partnern gemeinsam marktgerechte und zukunftsorientierte Lösungen, die auf ihren Unternehmenserfolg unmittelbar einzahlen. Zwei Millionen Unternehmen aus über 20 Branchen weltweit nutzen heute diese Sprache, um Produkte, Standorte und Assets eindeutig zu identifizieren, um relevante Daten zu erfassen und um diese mit Geschäftspartnern in den Wertschöpfungsnetzwerken zu teilen. GS1 – The Global Language of Business.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Aufbau der Anwendungsempfehlung .....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Einleitung, Nutzen und Scope des Dokuments .....</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>Was ist die EmpCo?.....</b>	<b>8</b>
<b>4</b>	<b>Bedeutung der gesetzlichen Anforderungen für die Umsetzung in der Praxis</b>	<b>9</b>
4.1	Best-Practice-Ansätze .....	10
<b>5</b>	<b>Praktische Umsetzung – ausgewählte Positivbeispiele .....</b>	<b>11</b>
5.1	Beschreibung der Auswahl von Positivbeispielen.....	11
5.2	Aufbau der Claim-Beschreibungen.....	11
5.3	Ausgewählte Positivbeispiele (Übersicht, nach Themen geclustert) .....	12
5.4	Ausgewählte Positivbeispiele, im Einzelnen.....	13
5.4.1	Nachhaltigkeit allgemein.....	13
5.4.1.1	Ökologisch (bei food) .....	13
5.4.1.2	Bio(-logisch)/ aus kontrolliert biologischem Anbau (bei food und für die Verwendung bestimmter Rohstoffe) .....	13
5.4.1.3	Öko/ eco (außerhalb des Anwendungsbereichs der EU-Öko-Verordnung) .....	14
5.4.1.4	Öko/ eco (bei food bzw. innerhalb des Anwendungsbereichs der EU-Öko-Verordnung) .....	14
5.4.1.5	Regionales Produkt .....	15
5.4.1.6	Natürlich.....	16
5.4.1.7	Naturbelassen .....	16
5.4.1.8	Umweltschonende Produktionsbedingungen .....	17
5.4.2	Klima .....	17
5.4.2.1	CO <sub>2</sub> -Fußabdruck .....	17
5.4.2.2	Energieeffizienz (unter Berücksichtigung der EEK) .....	18
5.4.2.3	Wasser-Fußabdruck .....	18
5.4.3	Biologische Vielfalt .....	19
5.4.3.1	Artenvielfalt .....	19
5.4.3.2	Nachhaltige Forstwirtschaft .....	19
5.4.4	Recycling & Verwertung .....	20
5.4.4.1	Zerlegbar/ modular konstruiert.....	20
5.4.4.2	Recyclinganteil/ Rezyklatgehalt .....	20
5.4.4.3	(Aus) 100 % rPET, rPET.....	21
5.4.4.4	Post-Consumer Rezyklat (PCR).....	21
5.4.4.5	Recyclbar/ recyclingfähig .....	22
5.4.4.6	Refurbished/ wiederaufbereitet.....	22
5.4.5	Materialien & Verpackung .....	23
5.4.5.1	Mehrweg .....	23
5.4.5.2	Nachfüllbar .....	23
5.4.5.3	Wiederverwendbar .....	24
5.4.5.4	Biobasierter Kunststoff .....	24
5.4.5.5	Biologisch abbaubar .....	25
5.4.6	Inhaltsstoffe.....	25

5.4.6.1	Vegetarisch.....	25
5.4.6.2	Vegan/ plant-based (bei food).....	26
5.4.7	Tierwohl .....	26
5.4.7.1	Haltungsform .....	26
5.4.8	Soziale Aspekte .....	27
5.4.8.1	Fairer Handel .....	27
<b>6</b>	<b>Hintergrund/ Annex: .....</b>	<b>28</b>
6.1	Offene Fragen, Graubereiche und Unklarheiten .....	28
6.2	Interpretation der EmpCo & Einordnung durch die FAQs der Kommission .....	29
6.2.1	Umgang mit allgemeinen Umweltaussagen .....	29
6.2.2	Wie lässt sich eine anerkannte hervorragende Umweltleistung belegen? .....	30
6.2.3	Was ist ein Nachhaltigkeitssiegel? .....	31
6.2.4	Anforderungen an ein EmpCo-konformes Zertifizierungssystem .....	31
6.2.5	Welche Anforderungen gelten für die Werbung mit einer zukünftigen Umweltleistung? ....	32
6.2.6	Ist Werbung mit Kompensationsmaßnahmen weiterhin möglich? .....	33
	<b>Impressum.....</b>	<b>36</b>

## 1 Aufbau der Anwendungsempfehlung<sup>1</sup>

Einleitend wird in Kapitel 2 Zielsetzung und Nutzen des Dokuments beschrieben. Anschließend führt Kapitel 3 in die regulatorischen Grundlagen der Empowering Consumers Directive (EmpCo) ein. In Kapitel 4 werden die zentralen gesetzlichen Anforderungen zusammengefasst und wesentliche Best-Practice-Ansätze für die Umsetzung aufgezeigt. Dem folgen in Kapitel 5 praxisnahe Hinweise und ausgewählte Positivbeispiele zur konkreten Anwendung unter Berücksichtigung der in Kapitel 4 festgehaltenen Anforderungsanalyse. Kapitel 6 beziehungsweise der Anhang liefert schließlich eine vertiefte regulatorische Einordnung, erläutert relevante Graubereiche und ordnet die FAQs der Europäischen Kommission ein.

## 2 Einleitung, Nutzen und Scope des Dokuments

Das vorliegende Dokument richtet sich vor allem an Fachkräfte aus Marketing und Unternehmenskommunikation sowie dem Produktdatenmanagement. Es unterstützt die Zielgruppe dabei, die hohen Anforderungen an eine nachhaltigkeitsbezogene Produktkommunikation unter Berücksichtigung der regulatorischen Vorgaben der EmpCo (Details s. Kapitel 3), die durch einen erheblichen Interpretationsspielraum geprägt sind, zu erfüllen. Unternehmen stehen derzeit vor der Herausforderung, die Vorgaben korrekt umzusetzen, obwohl viele Detailregelungen noch nicht finalisiert oder eindeutig ausgelegt sind. Einige Handlungsfelder, wie bspw. die (Neu-)Gestaltung von Verpackungen, benötigen eine nicht zu unterschätzende Vorlaufzeit, weshalb sich Unternehmen frühzeitig auf die regulatorischen Anforderungen vorbereiten müssen. Innerhalb der Fach-Community besteht daher ein ausgeprägter Bedarf an mehr Transparenz sowie an einem unternehmensübergreifenden Austausch, um ein gemeinsames Verständnis zu schaffen und Unsicherheiten abzubauen. Dabei spielt auch ein möglichst hohes Maß an Rechtssicherheit und die damit verbundene richtige Auslegung der EmpCo für die Unternehmen eine große Rolle, um auf Seiten der Konsument:innen ebenfalls ein einheitlicheres Verständnis relevanter Begrifflichkeiten zu erreichen sowie zu mehr Transparenz beizutragen.

Das Referenzdokument wurde in Zusammenarbeit mit Fachexpert:innen aus Handel und Industrie und weiteren Organisationen entwickelt (s. Liste der Mitwirkenden am Anfang dieses Dokuments). Es baut auf den Ergebnissen eines vorausgegangenen Projekts aus dem Jahr 2022 sowie dem damaligen Leitfaden „Sustainable Product Claims 2.0“ auf.

Kern des Dokuments (Kapitel 5) ist eine Auswahl sorgfältig aufbereiteter Positivbeispiele zu zentralen Themenfeldern wie „Klima“, „Recycling und Verwertung“ sowie „Inhaltsstoffe“. Für jeden dieser beispielhaften Claims werden eine abgestimmte Definition, eine juristische Einordnung, Empfehlungen zur Anwendung, konkrete Formulierungsbeispiele sowie die jeweils relevanten Nachweise und potenziellen Belegdokumente dargestellt. Die Zusammenstellung dieser Positivbeispiele und die Konkretisierung möglicher Nachweispflichten unterstützen Unternehmen dabei, Unsicherheiten zu reduzieren und Interpretationsräume verlässlich einzuordnen. Insbesondere die Kürze des verbleibenden Umsetzungszeitraums erfordert praxisnahe Lösungsansätze, die Unternehmen unmittelbar handlungsfähig machen und gleichzeitig das Risiko von Fehlinterpretationen, Fehlinterpretationen oder Sanktionen minimieren.

Die Inhalte des Dokuments lassen sich grundsätzlich branchenübergreifend anwenden, auch wenn Beispiele und Anwendungsfälle aus dem Bereich der Fast Moving Consumer Goods (FMCG) besonders stark vertreten sind.

Das Dokument beschreibt eine nationale Position, die eine einheitliche Basis zur praktischen Umsetzung für den deutschen Markt schaffen soll. Es bündelt bestehende fachliche und regulatorische Anforderungen und übersetzt diese in einen klaren, praxisnahen Rahmen. Damit bietet es Unternehmen eine verlässliche Grundlage, um nachhaltigkeitsbezogene Aussagen konsistent, nachvollziehbar und im Einklang mit den Markt- und Rechtsgegebenheiten in Deutschland zu entwickeln.

Die im Dokument enthaltenen Begriffe, Definitionen und Kommunikationshinweise stellen eine wertvolle Orientierungshilfe dar. Es handelt sich jedoch ausdrücklich nicht um ein Dokument, das „fertige“ oder verbindlich definierte Claims bereitstellt und bietet daher keinen umfassenden Schutz vor öffentlicher Kritik oder rechtlichen Konsequenzen. Für unternehmensspezifische Fragestellungen ist stets eine rechtliche Prüfung durch einen spezialisierten Rechtsanwalt zu empfehlen. Die Inhalte des Dokuments stellen keine tagesaktuellen, fortlaufend aktualisierten Informationen dar, sondern bilden eine

realistische Momentaufnahme ab – mit dem Anspruch, eine möglichst lange Gültigkeit und damit langfristige Relevanz der Ausarbeitungen sicherzustellen.

Ein weiterer zentraler Nutzen des Dokuments liegt in der gezielten Verknüpfung mit GS1 Standards und dem daraus entstehenden Mehrwert durch Standardisierung. Durch die Einbindung etablierter, branchenübergreifend anerkannter Standards wird die Grundlage für eine konsistente, vergleichbare und möglichst rechtssichere Anwendung nachhaltigkeitsbezogener Claims gestärkt. Standardisierte Informationsflüsse und klare Datenstrukturen fördern nicht nur Transparenz, sondern unterstützen auch effiziente interne Prozesse sowie eine nachvollziehbare Kommunikation gegenüber Konsument:innen und Marktaufsichtsbehörden. Darüber hinaus können QR-Codes und der GS1 Digital Link einen zusätzlichen Mehrwert bieten, da sie eine nutzerfreundliche Möglichkeit schaffen, weiterführende Informationen, detaillierte Nachweise oder dynamisch aktualisierbare Inhalte direkt mit dem Produkt zu verknüpfen. Auf diese Weise lassen sich komplexe Nachhaltigkeitsinformationen leicht zugänglich, aktuell und nachvollziehbar bereitstellen.

### 3 Was ist die EmpCo?

Die EmpCo Richtlinie (EU) 2024/825 verpflichtet Unternehmen EU-weit zu transparenteren, überprüf- baren und nicht-irreführenden Umweltaussagen und stärkt Verbraucher:innen für den ökologischen Wandel durch einen besseren Schutz gegen unlautere Praktiken<sup>2</sup>. Sie führt in Deutschland zu einer deutlichen Verschärfung des Wettbewerbsrechts, da das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) entsprechend angepasst wurde. Zugleich ist EmpCo ein integraler Baustein des europäischen Green Deals.

Der Europäische Green Deal markiert einen grundlegenden Wandel in der europäischen Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik. Ziel für die Europäische Union ist es, bis 2050 Klimaneutralität zu erreichen und den Übergang zu einer nachhaltigeren, ressourcenschonenden Wirtschaft zu beschleunigen.

Im Sinne der Zielerreichung hat die Europäische Union zahlreiche Gesetzes- und Investitionsvorhaben beschlossen oder bereits verabschiedet. Dazu gehören unter anderem die EU Deforestation Regulation (EUDR), die Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR) oder der Kreislaufwirtschaftsaktionsplan. Besonders relevant im Verbraucher:innengeschäft sind außerdem die überarbeitete Ökodesignverordnung und die komplementäre Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung.

Ein zentrales Element dieses Transformationsprozesses ist die Stärkung der Verbraucher:innen: Sie sollen in die Lage versetzt werden, informierte und nachhaltigere Kaufentscheidungen zu treffen. Gemeinsam verfolgen diese Regelwerke daher das grundsätzliche Ziel, Unternehmen zu ehrlichen und belegbaren Umweltaussagen zu verpflichten und so das Vertrauen der Verbraucher:innen in nachhaltigere Produkte zu stärken.

Mit der EmpCo werden erstmals unionsweit verbindliche Vorgaben für die Kommunikation von Umweltaussagen in der Werbung geschaffen. Dies umfasst sowohl die kommerzielle Kommunikation auf Produkten als auch die allgemeine kommerzielle Kommunikation von Unternehmen – kurzum: jede geschäftliche Handlung. In Deutschland ist die Umsetzung durch eine Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) erfolgt.<sup>3</sup>

Die EmpCo verpflichtet Unternehmen, Umweltaussagen klar, eindeutig und belegbar zu formulieren. Allgemeine Aussagen – etwa vage Begriffe wie „umweltfreundlich“ oder „klimaneutral“ ohne konkrete Nachweise – werden ausdrücklich untersagt. Dies gilt ebenso für Umweltaussagen, die sich auf zukünftige Leistungen beziehen (bspw. „Klimaneutral bis 2045“); an solche zukunftsgerichteten Versprechen werden nochmals strikere Anforderungen gestellt. Darüber hinaus adressiert die Richtlinie Praktiken wie das sogenannte „vorzeitige Veraltenlassen“ von Produkten (geplante Obsoleszenz) und verpflichtet Unternehmen, Informationen zur Haltbarkeit und Reparierbarkeit ihrer Produkte bereitzustellen.

Die wesentlichen Ziele und Regelungsansätze der EmpCo lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- **Schutz vor Greenwashing:** Verbraucher:innen sollen vor irreführenden Umweltaussagen geschützt werden. Unternehmen müssen die Richtigkeit und Nachprüfbarkeit ihrer Umweltversprechen sicherstellen.

- **Transparenz und Nachvollziehbarkeit:** Umweltbezogene Werbeaussagen müssen klar, verständlich und durch belastbare Nachweise belegt sein.
- **Förderung nachhaltigen Konsums:** Durch bessere Information und Schutz vor Täuschung sollen Verbraucher:innen nachhaltigere Kaufentscheidungen treffen können.
- **Bekämpfung geplanter Obsoleszenz:** Die Richtlinie verpflichtet Unternehmen, Informationen zur Haltbarkeit und Reparierbarkeit ihrer Produkte bereitzustellen und Praktiken zu unterbinden, die die Lebensdauer von Produkten künstlich verkürzen.

Diese Vorgaben sind aus deutscher Sicht nur zum Teil neu. Bereits durch die vorherige Version des UWG waren verschiedene Formen des Greenwashings verboten. Nicht zuletzt hatte der Bundesgerichtshof in dem wegweisenden Urteil „Klimaneutral“ (BGH, 27.06.2024 - I ZR 98/23) festgehalten, dass mehrdeutige Umweltaussagen noch auf demselben Medium in ausreichendem Maße erklärt werden müssen, um nicht als irreführend eingestuft zu werden.

Auch wenn die EmpCo die Vorgaben für Umweltwerbung im FMCG-Bereich deutlich verschärft, eröffnet ihre konsequente Umsetzung wichtige Chancen: Unternehmen können durch präzise, belegbare und rechtskonforme Umweltaussagen ihre Glaubwürdigkeit steigern, Vertrauen bei Verbraucher:innen festigen und sich im Wettbewerb um nachhaltigere Produkte klar positionieren. Damit stärken sie sowohl ihre Kundenbindung als auch ihre Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit in einem Markt, der zunehmend auf nachhaltigen Konsum ausgerichtet ist.

## 4 Bedeutung der gesetzlichen Anforderungen für die Umsetzung in der Praxis

Mit der Umsetzung der EmpCo in nationales Recht werden die wettbewerbsrechtlichen Anforderungen verschärft. Neben weiteren Regelungen kommen unter anderem die nachfolgenden neuen Anforderungen in das UWG hinzu. Eine detailliertere Betrachtung, insbesondere vor dem Hintergrund der Interpretation der FAQs der EU-Kommission, ist Bestandteil des Anhangs (Kapitel 6).

- Eine Irreführung von Verbraucher:innen kann nun ausdrücklich auch über ökologische oder soziale Merkmale sowie über Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit erfolgen.<sup>4</sup>
- Mit einer künftigen Umweltleistung (z. B. „Net Zero bis 2030“) darf nur noch geworben werden, wenn ein klarer, objektiver, öffentlich einsehbarer und überprüfbarer Umsetzungsplan mit entsprechenden Verpflichtungen, die detailliert und realistisch sind, existiert. Weiter muss die Erfüllung des Plans messbar sein, es müssen Ressourcen für die Umsetzung bereitstehen und der Plan muss regelmäßig überprüft werden.<sup>5</sup>
- Nachhaltigkeitssiegel dürfen nur noch genutzt werden, wenn sie auf einem konformen Zertifizierungssystem beruhen.<sup>6</sup>
  - Ein Nachhaltigkeitssiegel ist, verkürzt gesagt, ein freiwilliges Vertrauensiegel, Gütezeichen oder Ähnliches mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit gegenüber Verbraucher:innen in Bezug auf ihre ökologischen oder sozialen Merkmale oder beides hervorzuheben oder zu fördern.<sup>7</sup>
  - Ein konformes Zertifizierungssystem ist, verkürzt gesagt, ein allen Unternehmen offenstehendes, transparentes, diskriminierungsfreies System, das die Übereinstimmung mit einem technisch und wissenschaftlich fundierten Standard bestätigt und dessen Einhaltung von einer unabhängigen und kompetenten Stelle überwacht wird.<sup>8</sup>
- EmpCo unterscheidet zwischen allgemeinen Umweltaussagen und (konkreten) Umweltaussagen. Allgemeine Umweltaussagen dürfen nur noch getätigt werden, wenn sie auf einer anerkannten hervorragenden Umweltleistung beruhen.<sup>9</sup>
  - Eine Umweltaussage kann dabei, vereinfacht gesagt, alles (von Text bis Bild) sein, was in Bezug auf ein Produkt, eine Produktkategorie, eine Marke oder einen Unternehmer eine Aussage zu dessen Auswirkung auf die Umwelt trifft (positiv, negativ, vergleichend etc.).<sup>10</sup>
  - Eine allgemeine Umweltaussage ist eine Umweltaussage, die schriftlich oder mündlich getätigt wird und die nicht auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten ist, und die nicht klar und in

hervorgehobener Weise auf demselben Medium erklärt wird.<sup>11</sup> Reine Farben, Bilder oder Grafiken ohne Wort- oder Sprachanteil gelten grundsätzlich nicht als allgemeine Umweltaussage.<sup>12</sup>

- Eine anerkannte hervorragende Umwelleistung liegt vor, wenn sie im Einklang mit bestimmten europäischen Gesetzen steht oder auf bestimmte nationale oder regionale Umweltkennzeichen zurückgeht.<sup>13</sup>
- Eine Umweltaussage zum gesamten Produkt oder zu der gesamten Geschäftstätigkeit darf sich nicht nur auf einen Teil des Produkts oder der Geschäftstätigkeit beziehen.<sup>14</sup>
- Eine Aussage, die einem Produkt verringerte oder positive Umweltauswirkungen in Bezug auf Treibhausgase attestiert, und die auf die Kompensation von Treibhausgasemissionen zurückgeht, ist in Zukunft verboten.<sup>15</sup>

## 4.1 Best-Practice-Ansätze

Daraus lassen sich die folgenden **Best-Practice-Ansätze** zur Befolgung der regulatorischen Anforderungen ableiten:

1. Bei allgemeinen Umweltaussagen, die nicht auf einer anerkannten hervorragenden Umwelleistung beruhen, sind eine ausreichende und eindeutige Erläuterung in unmittelbarer Nähe der Angabe (auf demselben Medium) obligatorisch. Optional kann zusätzlich ein Link zu weiteren Informationen bereitgestellt werden. Die Spezifizierung muss dabei direkt neben oder sogar als Teil der eigentlichen Umweltaussage in klarer und eindeutig hervorgehobener Weise erfolgen;<sup>16</sup> Angaben z. B. auf der Rückseite einer Verpackung reichen grundsätzlich nicht aus. Wenn dies z. B. aus Gründen begrenzter Zeichenanzahl oder kleiner Flächen nicht möglich ist, sollte auf die allgemeine Umweltaussage verzichtet werden.
2. Wenn die Umweltaussage mit anderen Elementen (wie z. B. Icons, Piktogrammen) kombiniert wird, müssen diese Elemente möglicherweise ebenfalls erläutert werden.
3. Wenn ein Nachhaltigkeitssiegel in Kombination mit anderen Elementen wie kommerziellen Mitteilungen verwendet wird, die eine Umweltaussage darstellen, gilt „1.“ auch für das Siegel und die Kombination!
4. Die konkrete Verwendung eines Nachhaltigkeitssiegels, insbesondere dann, wenn dieses eine allgemeine Umweltaussage beinhaltet, sollte zumindest anhand der öffentlich verfügbaren Bedingungen des Zertifizierungssystems<sup>17</sup> auf die Wettbewerbskonformität hin geprüft werden.
5. Informationen über die umwelt- oder sozialbezogenen Hauptmerkmale des Produkts, insbesondere über Aspekte der Kreislaufwirtschaft wie die Recyclingfähigkeit, sollten vermieden werden, um nicht in die Irre zu führen.
6. Es sollten keine Umweltaussagen über das gesamte Unternehmen oder Produkt getroffen werden, wenn diese nur Teile davon betreffen, d. h. Übertreibungen hinsichtlich des Umweltnutzens sind zu unterlassen.
7. Für Zertifizierungssysteme, die zwingende Grundlage vor allem privater Nachhaltigkeitssiegel sind, muss Folgendes sichergestellt sein:
  - a. Die Bedingungen des Systems sind öffentlich zugänglich und halten Mindestanforderungen an die Transparenz ein.
  - b. Alle Standards, Bedingungen und Konditionen sind öffentlich zugänglich.
  - c. Das System ist allen Händlern von Produkten/ Dienstleistungen, für die das Zertifikat potenziell anwendbar ist, zu den gleichen Bedingungen zugänglich.
  - d. Die Bedingungen für die Nutzung des Systems sind ausgewogen und fair, ohne den Lizenznehmer oder Lizenzgeber unangemessen zu begünstigen, insbesondere in finanzieller Hinsicht.
  - e. Das System muss Maßnahmen vorsehen, die innerhalb eines angemessenen Zeitraums ergriffen werden können, um eine Zertifizierung einzuschränken, auszusetzen oder zu widerrufen.

Dazu gehören beispielsweise eine Fortführung der Zertifizierung nur unter bestimmten Auflagen, eine Reduzierung des Zertifizierungsumfangs sowie Verfahren zur Bearbeitung von Beschwerden und Einsprüchen.

- f. Die Überwachungsstellen gewährleisten:
  - i. Unabhängigkeit vom Systeminhaber und Händler sowie Kompetenz für die Überwachungsaufgabe.
  - ii. Konformität mit DIN EN ISO/IEC 17065.

Die zuvor definierten Leitplanken wurden konsequent in die Überarbeitung der ausgewählten Positivbeispiele in Kapitel 5 überführt. Dadurch lassen sich die zentralen Anforderungen und Auslegungsgrundsätze der EmpCo im Sinne einer FMCG-Position, also dem unternehmensübergreifenden Verständnis zwischen Handel und Industrie, praxisnah veranschaulichen.

## 5 Praktische Umsetzung – ausgewählte Positivbeispiele

### 5.1 Beschreibung der Auswahl von Positivbeispielen

Bereits im Mai 2022 veröffentlichte GS1 Germany einen Leitfaden zur transparenten Kommunikation von Nachhaltigkeits-Claims. Die darin enthaltenen Claims wurden damals drei Kategorien zugeordnet: „Ja“, „Bedingt“ und „Nein“. Für die Weiterentwicklung im Rahmen des EmpCo-Projekts wurden **alle Begriffe der Kategorie „Nein“ bewusst ausgeklammert**, um den Fokus konsequent auf solche Begrifflichkeiten zu richten, die aus heutiger Sicht potenziell zulässig, praxisrelevant und konstruktiv für eine transparente Kommunikation nutzbar sind.

Die Neuauflage setzt daher einen klaren Schwerpunkt auf Claims und Begrifflichkeiten, die derzeit in der Praxis besonders häufig verwendet werden oder für Unternehmen in der nachhaltigkeitsbezogenen Kommunikation eine hohe Relevanz besitzen. Ziel ist es, Klarheit darüber zu schaffen, ob und wie diese Begriffe zu einer transparenten, nachvollziehbaren und regulatorisch anschlussfähigen Kommunikation beitragen können.

Die verbleibende Auswahl an Begriffen aus den Kategorien „Ja“ und „Bedingt“ wurde im Rahmen des Projekts systematisch überprüft, um das zuvor entwickelte gemeinsame Verständnis exemplarisch und praxisnah zu veranschaulichen. Zusätzlich wurden weitere, neue, in der Community als relevant identifizierte Begrifflichkeiten ergänzt, um den aktuellen Marktbedürfnissen und der dynamischen Entwicklung der Nachhaltigkeitskommunikation gerecht zu werden.

Die in den folgenden Abschnitten dargestellten Positivbeispiele sind das Ergebnis dieses Prüf- und Abstimmungsprozesses. Sie bieten Unternehmen eine klare Orientierung, wie nachhaltigkeits-bezogene Claims verantwortungsbewusst, transparent und im Einklang mit den regulatorischen Anforderungen eingesetzt werden können.

### 5.2 Aufbau der Claim-Beschreibungen

Die ausgewählten Positivbeispiele werden anhand der folgenden Beschreibungspunkte konkretisiert:

- **Definition:**

Der überwiegende Anteil der in diesem Leitfaden aufgeführten Nachhaltigkeits-Claims ist weder einheitlich definiert noch begrifflich geschützt. Als Grundlage dienen (häufig sehr umfangreiche) Definitionen verschiedener internationaler Organisationen, z. B. der International Standards Organization (ISO) oder des Deutschen Instituts für Normung (DIN). Diese werden einfach und klar formuliert, aber auch fundiert und aussagekräftig zusammengefasst.

- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:**

Im Rahmen einer juristischen Einordnung werden anschließend die wichtigsten aus Sicht der EmpCo bzw. des UWG zu beachtenden Empfehlungen, worauf bei der Verwendung zu achten ist, zusammengefasst. Eine bedingte Empfehlung meint hier, dass die Umweltaussage nicht ohne weitere Erläuterungen (das ist die Bedingung), getätigt werden sollte.

#### ■ **Anwendungsbeispiel:**

Die Anwendungsbeispiele zeigen exemplarisch, wie ein Begriff entsprechend der empfohlenen Nutzung konkret formuliert werden kann. Sie orientieren sich an realistischen Kommunikationssituationen wie im Handel, auf Verpackungen oder Produktwebseiten und dienen ausschließlich als praktische Hilfestellung. Durch die Ergänzung eines Claims um ein solches Beispiel wird deutlich, welches Maß an Erklärung erforderlich ist, um die Aussage transparent und rechtssicher einsetzen zu können.

#### ■ **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**

Produktspezifische Aussagen können durch Kriterien, Kontrollsysteme oder andere anerkannte Nachweise untermauert werden. Solche möglichen Belegdokumente sind aufgeführt, ohne eine Bewertung der jeweiligen Zertifizierungen oder Labels vorzunehmen. Besonders bei nicht gesetzlich geschützten oder definierten Begriffen ist die Nutzung etablierter Standards oder Labels empfehlenswert, um die Umweltaussage im Falle einer (außer-)gerichtlichen Auseinandersetzung und im Sinne der Transparenz gegenüber Verbraucher:innen glaubhaft belegen zu können. Jedes Positivbeispiel wird daher um potenzielle Belegdokumente ergänzt, die zur besseren Nachvollziehbarkeit und Plausibilisierung des Claims herangezogen werden können. Die Liste der Nachweise erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Gegenstand dieses Leitfadens sind nur die Claims an sich, nicht die Verwendung von Siegeln.

Der Verweis auf bestimmte Siegel oder Zertifikate bedeutet NICHT, dass dieser Leitfaden damit implizit deren EmpCo-Konformität bestätigt. Die Überprüfung der genannten Siegel war nicht Gegenstand der Arbeiten für diesen Leitfaden und würde in Anbetracht der notwendigen Prüfungstiefe den Rahmen überschreiten. Voraussetzung für die Nutzung der genannten wie aller sonstigen Siegel sind sowohl die EmpCo-Konformität des – notwendigerweise – hinter dem Siegel stehenden Zertifizierungssystems als auch die Einhaltung der Lizenzbedingungen des jeweiligen Siegelgebers, einschließlich der Zertifizierungsvoraussetzungen. Zu beachten ist weiter, dass auch ein konformes Siegel in nicht-konformer – also wettbewerbsrechtlich problematischer – Art und Weise genutzt werden kann. Deshalb ist zu unterscheiden zwischen der Konformität (1) des Siegels/Zertifizierungssystems, (2) der konkreten Nutzung, (3) der Begleitkommunikation und (4) der konkreten Siegelnutzung, Begleitkommunikation und weiterer Claims auf demselben Medium in der Gesamtschau. Die wettbewerbsrechtliche Betrachtung ist immer eine Gesamtbewertung im konkreten Einzelfall.

### 5.3 Ausgewählte Positivbeispiele (Übersicht, nach Themen geclustert)

- **Nachhaltigkeit allgemein:** ökologisch (bei food); bio(-logisch)/ aus kontrolliert biologischem Anbau (bei food und für die Verwendung bestimmter Rohstoffe); öko/eco (außerhalb des Anwendungsbereichs der EU-Öko-Verordnung); öko/eco (bei food bzw. innerhalb des Anwendungsbereichs der EU-Öko-Verordnung); regionales Produkt; natürlich; naturbelassen; umweltschonende Produktionsbedingungen
- **Klima:** CO<sub>2</sub>-Fußabdruck; Energieeffizienz (unter Berücksichtigung der EEK); Wasser-Fußabdruck
- **Biologische Vielfalt:** Artenvielfalt; nachhaltige Forstwirtschaft
- **Recycling & Verwertung:** zerlegbar/modular konstruiert; Recyclinganteil/ Rezyklatgehalt; (aus) 100 % rPET, rPET; Post-Consumer Recycled Material (PCR); recycelbar/ recyclingfähig; refurbished/ wiederaufbereitet
- **Materialien & Verpackung:** Mehrweg; nachfüllbar; wiederverwendbar; biobasierter Kunststoff; biologisch abbaubar
- **Inhaltsstoffe:** vegetarisch; vegan/ plant-based (bei food)
- **Tierwohl:** Haltungsform
- **Soziale Aspekte:** fairer Handel

## 5.4 Ausgewählte Positivbeispiele, im Einzelnen

### 5.4.1 Nachhaltigkeit allgemein

#### 5.4.1.1 Ökologisch (bei food)

- **Definition:** „Ökologisch“ beschreibt Produkte, die umweltverträglich in Produktion, Nutzung und Entsorgung sind. Bei Lebensmitteln sind gesetzliche Mindestanforderungen einzuhalten, die folgende Prinzipien umfassen: umweltschonende Praktiken, ein hohes Maß der Artenvielfalt, den Schutz der natürlichen Ressourcen, die Anwendung hoher Tierschutzstandards.<sup>18</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich für die Produktkommunikation bei Lebensmitteln unter Beachtung von gesetzlichen Vorgaben. Lebensmittel dürfen in der EU nur dann als „öko“, „ökologisch“ bezeichnet werden, wenn sie den verbindlichen Mindeststandards für die Erzeugung von Bio-Produkten der EU-Öko-Verordnung 2018/848 entsprechen und zertifiziert sind. (Nur) Dann darf der Begriff auch ohne jegliche Erläuterung verwendet werden. Gemäß der EU-Öko-Verordnung können "ökologisch" und "biologisch" im Anwendungsbereich dieser Verordnung synonym verwendet werden. Die entsprechenden Hinweise sind also ebenfalls zu beachten.
- **Anwendungsbeispiel:**

„Unser Getreide wird nach den Grundsätzen des ökologischen Landbaus erzeugt, u. a.:

  - Verzicht auf den Einsatz von chemischen Düngern/Pflanzenschutzmitteln
  - Förderung nachhaltiger Bodenfruchtbarkeit
  - Verzicht auf Methoden der Gentechnik.“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Zertifizierungsdokumente/-nachweis
  - Nachweise gem. EU-Öko-Verordnung
  - Beispiele: Bioland | Demeter | Deutsches Bio-Siegel | EU-Bio-Siegel | Naturland

#### 5.4.1.2 Bio(-logisch)/ aus kontrolliert biologischem Anbau (bei food und für die Verwendung bestimmter Rohstoffe)

- **Definition:** „Biologisch“ erzeugte landwirtschaftliche (Vor-)Produkte begrenzen die Auswirkungen menschlicher Tätigkeiten auf die Umwelt auf ein Minimum. Dabei sind u. a. folgende Grundsätze entscheidend (Mindestanforderungen; abhängig vom Siegel):
  - Chemische Pestizide, synthetische Dünger, Antibiotika und ähnliche Substanzen sind streng eingeschränkt. Genetisch veränderte Organismen (GVO) sind verboten.
  - Ressourcen vor Ort werden sinnvoll weiterverwendet, z. B. Wirtschaftsdünger (Mist) als Düngemittel.<sup>19</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich für die Produktkommunikation unter Beachtung von gesetzlichen Vorgaben. Lebensmittel dürfen in der EU dann - und nur dann - als „bio“ oder „biologisch“ bezeichnet werden, wenn sie den verbindlichen Mindeststandards für die Erzeugung von Bio-Produkten der EU-Ökoverordnung entsprechen und zertifiziert sind. Um ein Non-Food-Produkt als „bio“ zu bezeichnen, müssen u. a. folgende Anforderungen des Standards erfüllt sein:
  - Nur landwirtschaftliche Rohstoffe können als „bio“ bezeichnet werden, z. B. nicht das T-Shirt, sondern nur die Baumwolle.
  - Biologisch erzeugte Inhaltsstoffe müssen klar erkennbar und mit ihrem Anteil am Gesamtprodukt ausgewiesen sein.
  - Ein bedeutender Anteil des Produktes muss aus bio-zertifizierter Erzeugung stammen.

- Es dürfen keine oder nur sehr geringe Mengen synthetischer Chemikalien enthalten sein.
- **Achtung:** Im Falle von Textilien, Kosmetik- und Körperpflegeprodukten handelt es sich nicht um einen geschützten Begriff. Hier gelten ergänzende regulatorische Anforderungen. Gemäß der EU-Öko-Verordnung können "ökologisch" und "biologisch" im Anwendungsbereich dieser Verordnung synonym verwendet werden. Die entsprechenden Hinweise sind also ebenfalls zu beachten.
- **Anwendungsbeispiel:**  
„Feuchtigkeitscreme aus Bio-Orangenblüten und Bio-Mandel\*“  
\* biologisch erzeugte Inhaltsstoffe machen X % des fertigen Produktes aus.“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Zertifizierungsdokumente/ -nachweis
  - Nachweise gem. EU-Öko-Verordnung
  - Beispiele: Bioland | Demeter | Deutsches Bio-Siegel | EU-Bio-Siegel | Naturland | GOTS | OCS

#### 5.4.1.3 Öko/ eco (außerhalb des Anwendungsbereichs der EU-Öko-Verordnung)

- **Definition:** Die Vorsilben „eco“ und „öko“ können für ökologisch, ökonomisch oder für beides (Öko-Effizienz) stehen. Während „eco“ häufig in einem technischeren Sinne als Synonym für „sparsam“ oder „öko-effizient“ verwendet wird, betont „öko“ fast immer eine vergleichsweise geringe Umweltbelastung. Historisch gewachsen ist der Begriff "eco" in Bezug auf "weiße Ware" (z. B. Waschmaschinen) überwiegend als Hinweis auf preislich günstige Geräte. Dieses Verständnis wandelt sich langsam. Je nach Kontext handelt es sich also bei Non-Food-Artikeln außerhalb des Anwendungsbereichs der EU-Öko-Verordnung um eine Umweltaussage.<sup>20</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich nur unter der Bedingung für die Produktkommunikation, dass er erläutert wird (allgemeine Umweltaussage). Es muss die jeweils beabsichtigte Bedeutung (ökologisch, ökonomisch, beides) klar erkennbar sein. Wenn die Aussage auf ökologische Vorteile abzielt, sollten die Art und Größenordnung der Umweltentlastung spezifiziert werden. In diesem Fall sollte das beworbene Produkt eine deutliche Umweltentlastung gegenüber einem vergleichbaren Produkt mit gleicher Funktion bieten. Sofern es gesetzliche Vorgaben für die Einordnung als Eco/Öko-Produkt oder -Modus gibt, sind diese Voraussetzung für die Verwendung. Dann - und nur dann - darf der Begriff auch in Alleinstellung genutzt werden.
- **Anwendungsbeispiel:**  
„Die Spülmaschine spült im ECO-Waschprogramm bei niedrigerer Temperatur und spart dabei X % Energie gegenüber ihrem Vorgängermodell.“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Zertifizierungsdokumente/ -nachweis
  - technische Dokumentation & Prüfergebnisse
  - Beispiele: EU Ecolabel

#### 5.4.1.4 Öko/ eco (bei food bzw. innerhalb des Anwendungsbereichs der EU-Öko-Verordnung)

- **Definition:** Die Vorsilben „eco“ und „öko“ können für ökologisch, ökonomisch oder für beides (Öko-Effizienz) stehen. Während „eco“ häufig in einem technischeren Sinne als Synonym für „sparsam“ oder „öko-effizient“ verwendet wird, betont „öko“ fast immer eine vergleichsweise geringe Umweltbelastung. Bei Food-Artikeln werden beide Begriffe im Sinne einer geringeren Umweltbelastung verstanden.<sup>21</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich für die Produktkommunikation bei Lebensmitteln unter Beachtung von gesetzlichen Vorgaben. Lebensmittel und ähnliche Rohstoffe dürfen in der EU nur dann als „öko“, „ökologisch“ bezeichnet werden, wenn sie den verbindlichen Mindeststandards für die Erzeugung von Bio-Produkten der

EU-Öko-Verordnung entsprechen und zertifiziert sind. (Nur) Dann darf der Begriff auch ohne jegliche Erläuterung verwendet werden. Gemäß der EU-Öko-Verordnung können "ökologisch" und "biologisch" im Anwendungsbereich dieser Verordnung synonym verwendet werden. Die entsprechenden Hinweise sind also ebenfalls zu beachten.

■ **Anwendungsbeispiel:**

„Unser Getreide wird nach den Grundsätzen des ökologischen Landbaus erzeugt, u. a.:

- Verzicht auf den Einsatz von chemischem Dünger/ Pflanzenschutzmitteln
- Förderung nachhaltiger Bodenfruchtbarkeit
- Verzicht auf gentechnologische Verfahren.“

■ **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**

- Zertifizierungsdokumente/ -nachweis
- Nachweise gem. EU-Öko-Verordnung
- Beispiele: Bioland | Demeter | Deutsches Bio-Siegel | EU-Bio-Siegel | Naturland

#### 5.4.1.5 Regionales Produkt

- **Definition:** „Regionale Produkte“ sind Waren, deren Herkunft geographisch verortet und eingegrenzt werden kann und die in dieser Region verarbeitet, veredelt und vermarktet werden. Intention des Claims ist u. a. die Kennzeichnung geringer Transportwege und Unterstützung der regionalen Wirtschaft – es existieren allerdings aktuell keine einheitlichen Definitionen bzgl. des notwendigen Anteils an der Produktion (Anbau, Erzeugung etc.) in der Region und Größe der Region.<sup>22</sup>

- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf ergänzender Erläuterungen. Die Wertschöpfungskette setzt einen regionalen Wirtschaftskreis voraus (z. B. besonders oft bei Monoprodukten wie Obst und Gemüse sowie bei Produkten mit wenigen verschiedenen Inhaltsstoffen). Je mehr Zusatzstoffe für Produkte benötigt werden, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, ein komplett regionales Produkt zu erhalten. Die Produktkommunikation sollte am Point of Sale erfolgen, da der Ort des Verkaufs in der gleichen Region der Erzeugung relevant ist. Eine Spezifizierung ist empfehlenswert (z. B. „Bodenseeapfel“, Postleitzahl). Wird das Produkt in derselben Region so oft verschoben, dass trotz regionaler Erzeugung und Verarbeitung der Transportweg genauso lang ist, wie bei einem vergleichbaren Produkt, darf die Aussage nicht ohne weitere Erläuterungen getätigt werden. Zu einer Umweltaussage wird "regionales Produkt" erst durch ein implizites oder ausdrückliches Hervorheben umweltrelevanter Aspekte (hier z. B. die kurzen Transportwege). Im Regelfall wird aber durch die konkrete Kommunikation deutlich, ob die Regionalität der Produkte die regionale Wirtschaft fördern soll (z. B. "Kartoffeln aus Deutschland" - keine Umweltaussage) oder wie im Anwendungsbeispiel Umweltaspekte betonen soll.

■ **Anwendungsbeispiel:**

"Dieses Produkt kommt aus der Region und hat deshalb kürzere Transportwege: Zwischen Erzeugerbetrieb und der Verkaufsstelle liegen weniger als 100 km."\*

\* Die Angabe "100km" ist nur ein Beispiel. Im Einzelfall muss die tatsächliche Distanz bedingen, dass man tatsächlich von einem regionalen Produkt mit ggf. besserer Umweltwirkung sprechen kann.

■ **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**

- Dokumentation der Ursprungsnachweise in der Lieferkette
- ggf. Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
- Beispiele: Regionalfenster | PEFC-Regional-Label | Biokreis regional & fair | Bergisch Pur | Bioregion Niederrhein | Siegel auf Bundeslandebene, z. B. QZB

#### 5.4.1.6 Natürlich

- **Definition:** „Natürlich“ bezeichnet in der Natur vorkommende kaum verarbeitete Rohmaterialien bzw. Produkte, die überwiegend aus solchen Materialien bestehen. Natürliche Rohstoffe sind in ihrer chemischen Struktur unverändert, auch wenn sie einem chemischen Verfahren oder einer chemischen Behandlung oder einer physikalischen mineralogischen Umwandlung unterzogen wurden, zum Beispiel zur Beseitigung von Verunreinigungen.<sup>23</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf ergänzender Erläuterungen. Es muss deutlich werden, welche Bestandteile natürlichen Ursprungs sind (ggf. in Prozent des Gesamtgewichts) und was "natürlich" in diesem Zusammenhang bedeutet. Zusätzlich kann darüber informiert werden, ob diese über andere wichtige Eigenschaften verfügen (z. B. nachwachsend/ erneuerbar). Außerdem muss erläutert werden, was "natürlich" heißt, denn aus Verbraucherperspektive sind "natürlich" und "naturbelassen" oft nicht ausreichend nachvollziehbar. Hier ist also je nach Produkt eine hohe Erklärungstiefe geboten (s. auch "naturbelassen").
- **Anwendungsbeispiel:**  
„Diese Repair Gesichtsmaske ist Natrue zertifiziert: 91 % der Inhaltsstoffe sind natürlichen Ursprungs. Das heißt, diese Inhaltsstoffe sind unverändert so in der Natur zu finden oder direkt aus Pflanzen oder Mineralien gewonnen.“  
oder  
„Dieses Getränk besteht aus 100 % natürlichen Zutaten. Das heißt, diese Zutaten sind unverändert so in der Natur zu finden oder direkt aus Pflanzen oder von Tieren gewonnen.“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Dokumentation des Ursprungs der "natürlichen" Zutaten und des Verarbeitungsprozesses
  - Zutatenverzeichnis
  - Zertifizierungsdokumente/ -nachweis
  - Beispiele: COSMOS Standard | Natrue Siegel

#### 5.4.1.7 Naturbelassen

- **Definition:** „Naturbelassen“ bezeichnet Materialien und Stoffe, deren natürliche Substanz nicht verändert ist und keine fremden Zusatzstoffe beinhaltet.<sup>24</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf ergänzender Erläuterungen. Es muss deutlich werden, auf welche Komponenten des Produkts (oder das gesamte Produkt) sich der Begriff bezieht und was er bedeutet, denn aus Verbraucherperspektive sind "natürlich" und "naturbelassen" oft nicht ausreichend nachvollziehbar. Hier ist also je nach Produkt eine hohe Erklärungstiefe geboten (s. auch "naturbelassen").  
  
Für Produkte bzw. Produktkategorien gibt es vereinzelt regulatorische Anforderungen, in denen geregelt wird, wann die Naturbelassenheit für den spezifischen Anwendungsfall vorliegt (z. B. pflanzliches Speiseöl). (Nur) In diesem Fall darf bei Erfüllung der gesetzlichen Vorgaben der Begriff in Alleinstellung benutzt werden. Bei Verwendung des Begriffs sollte außerdem sichergestellt sein, dass keinerlei (bspw. chemische) Behandlung entlang der gesamten Lieferkette erfolgt ist, auch wenn dies mit Nachweisschwierigkeiten verbunden ist.  
  
**Beispiel:** Bei Olivenöl folgt die Zulässigkeit des Zusatzes "nativ" aus Art. 78 i.V.m. Anhang VII der Verordnung (EU) Nr. 1308/2018. Selbstverständlich müssen die gesetzlichen Vorgaben für das Olivenöl vorliegen, um den Zusatz tragen zu dürfen.
- **Anwendungsbeispiel:**  
„Unser Himalaya-Salz ist naturbelassen. Das heißt, es findet sich so auch in der Natur wieder.“  
oder  
"natives Olivenöl"

- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Dokumentation des Ursprungs der "natürlichen" Zutaten
  - Zutatenverzeichnis
  - Zertifizierungsdokumente/ -nachweis
  - Beispiele: COSMOS Standard | NATRUE-Label

#### 5.4.1.8 Umweltschonende Produktionsbedingungen

- **Definition:** Umweltschonende Produktionsbedingungen zielen darauf ab, die Umwelt nicht übermäßig zu belasten, sondern sie durch ressourceneffiziente Prozesse, den Einsatz von u. a. erneuerbarer Energien, Abfallvermeidung und schadstoffarmer Fertigung zu schonen. Dabei wird der gesamte Produktlebenszyklus – von der Materialbeschaffung bis zum Recycling – berücksichtigt, um den ökologischen Fußabdruck zu minimieren.<sup>25</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf umfassender ergänzender Erläuterungen. Der Begriff "umweltschonend" kann unzählige Bedeutungen haben (z. B. ressourcenschonend). Wichtig ist deshalb, zu erläutern, aus welchen Gründen die Umwelt "geschont" wird. Dazu müssen an Ort und Stelle konkrete Maßnahmen und ihre Umweltwirkung verständlich und im Detail dargestellt werden. Insgesamt dürfen die negativen Umweltwirkungen nicht die positiven Maßnahmen derart überwiegen, dass das Produkt im Vergleich zu anderen Produkten tatsächlich nicht oder nicht überdurchschnittlich die Umwelt "schont".
- **Anwendungsbeispiel:**

"Dieses Produkt wurde unter umweltschonenden Produktionsbedingungen hergestellt. Das bedeutet [...]"\*

\* Hier müssen umfassende Erläuterungen folgen, welche Maßnahmen unternommen werden und welche positiven Umweltwirkungen diese haben.
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
  - Beispiele: Blauer Engel | EU Ecolabel

### 5.4.2 Klima

#### 5.4.2.1 CO<sub>2</sub>-Fußabdruck

- **Definition:** Der „CO<sub>2</sub>-Fußabdruck“ beschreibt die Gesamtauswirkung aller Treibhausgase auf die Erderwärmung - ausgedrückt in Kohlendioxidäquivalenten (CO<sub>2</sub>e) - die über einen bestimmten Zeitraum hinweg entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Unternehmen) bzw. über den gesamten Lebenszyklus (Produkt) oder Teilen davon ausgestoßen werden (von den Rohstoffen und der Herstellung über den Vertrieb bis hin zur Nutzung durch Endverbraucher:innen und zur Wiederherstellung und Entsorgung hinweg).<sup>26</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf ergänzender Erläuterungen. Die Verwendung eines CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks wird nur empfohlen, wenn die Produktaussage um eine Einordnung für Endkonsument:innen ergänzt ist (Was sagt dieser Wert aus?). Berechnungsnorm und Bilanzierungsgrenzen sind anzugeben. Vergleichende Aussagen können einen relevanten Informationsmehrwert darstellen, sind jedoch nur zulässig, wenn die Werte im Rahmen der gleichen Lebenszyklusanalyse/ Ökobilanz oder auf der Basis der gleichen Kategorieregeln (PCR – Product Category Rules) mit identischen Grundannahmen ermittelt und die Analysen veröffentlicht wurden. Die Aussage sollte sich auf den gesamten Lebenszyklus beziehen oder den Hinweis enthalten, auf welchen Teil des Zyklus sich die Aussage bezieht. Ein Vergleich des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks verschiedener Produkte (z. B. vegane "Schnitzel" gegenüber Fleischalternativen) ist dann möglich, wenn die jeweils ermittelten Werte repräsentativ und wissenschaftlich fundiert sind und die Werte auf einen weit

überwiegenden Teil der jeweiligen Produktkategorie zutreffen. Dazu können weitere Anforderungen kommen. Um eine Irreführungsgefahr zu vermeiden, muss ein solcher Vergleich immer im konkreten Einzelfall geprüft werden.

■ **Anwendungsbeispiel:**

„Dieses Produkt hat gegenüber seinem Vorgänger einen um X % geringeren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck.“\*

\* Berechnet nach dem X Standard und zertifiziert durch Y.“

■ **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**

- Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
- Diverse Anbieter zertifizieren nach diesen Standards: Greenhouse Gas Protocol | DIN EN ISO 14064-1:2019-06 Treibhausgasbilanzierung und Verifizierung.

#### 5.4.2.2 Energieeffizienz (unter Berücksichtigung der EEK)

■ **Definition:** „Energieeffizienz“ bezeichnet das Verhältnis eines bestimmten Nutzens (Heizung, Beleuchtung usw.) zu dessen Energieaufwand. Je weniger Energie für das Erlangen des Nutzens notwendig ist, desto höher ist die Energieeffizienz.<sup>27</sup>

■ **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich für die Produktkommunikation unter Einhaltung der gesetzlich vorgeschriebenen Vorgaben zur Kommunikation (z. B. Energieeffizienz-Label). Für Produktaussagen wird empfohlen, etablierte produktspezifische Kennzahlen als Beleg für Energieeffizienz heranzuziehen. Eine produkt-bezogene Kommunikation sollte immer nur auf Grundlage von Belegdokumenten und konkreten Mess- oder Rechnungswerten erfolgen. Die Einordnung als "energieeffizient" ist eine allgemeine Umweltaussage und sollte nur in Übereinstimmung mit den entsprechenden Energieeffizienz-Höchstkategorien der entsprechenden EU-Verordnung getätigt werden.

■ **Anwendungsbeispiel:**

„Unsere aktuellen energieeffizienten Kühlschranksmodelle verbrauchen durchschnittlich 40 % weniger Strom als unsere Produktlinie aus 2017 (Verwendung Energieeffizienz-Label).“

■ **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**

- Dokumentation der Übereinstimmung mit gesetzlichen Vorgaben oder sonstiger Messungen
- Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
- Beispiele: neues EU-Energielabel (ab 09/2021) | Blauer Engel | Energy Star | EU Ecolabel | TCO Certified

#### 5.4.2.3 Wasser-Fußabdruck

■ **Definition:** Der „Wasser-Fußabdruck“ eines Produktes umfasst die Menge an Süßwasser, die über die gesamte Produktionskette zur Herstellung und den Transport verbraucht, verdunstet oder verschmutzt wurde. Er umfasst dabei nicht nur die mengenmäßige, sondern auch die räumliche und zeitliche Dimension der Wasserentnahme.<sup>28</sup>

■ **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf ergänzender Erläuterungen. Er wird aktuell selten im Marketing verwendet, sondern vorwiegend in der Verbraucherbildung eingesetzt. Die Verwendung eines Wasser-Fußabdrucks bedarf weiterer Informationen über:

- die zugrundeliegende Norm bzw. anerkannte Berechnungsmethode und
- eine Einordnung der Produktaussage für Endkonsument:innen, z. B. „der Wasser-Fußabdruck von 560 l entspricht etwa vier vollen Badewannen“

Der Vergleich mit anderen Produkten abstrakter Produktgruppen bietet sich nicht an, weil der Vergleich zahlreiche Unwägbarkeiten und individuelle Produkteigenschaften nicht abdecken kann. Siehe dazu auch "CO<sub>2</sub>-Fußabdruck".

■ **Anwendungsbeispiel:**

„Für die Herstellung dieses veganen Schnitzels (150 Gramm) wurden X Liter Wasser benötigt. Der Wasser-Fußabdruck dieses Produkts wurde gemäß der ISO 14046 ermittelt.“

oder

„Für die Herstellung dieses veganen Schnitzels (150 Gramm) wurden X Liter Wasser weniger benötigt als für das Vorgängerprodukt. Das entspricht einer Einsparung von etwa Y vollen Badewannen. Der Wasser-Fußabdruck dieses Produkts wurde gemäß der ISO 14046 ermittelt.“

■ **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**

- Dokumentation des Wasserverbrauchs in der gesamten Wertschöpfungs- und Lieferkette
- Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
- Beispiele: Alliance for Water Stewardship | Blauer Engel

## 5.4.3 Biologische Vielfalt

### 5.4.3.1 Artenvielfalt

- **Definition:** „Artenvielfalt“ ist ein Teilaspekt der Biodiversität (biologischen Vielfalt). „Biodiversität“ beschreibt die biologische Vielfalt und umfasst neben der Vielfalt der Tier- und Pflanzenarten auch die Vielfalt der Ökosysteme sowie die genetische Vielfalt, während sich der Begriff "Artenvielfalt" spezifisch auf die Vielfalt der Tier- und Pflanzenarten bezieht. Zur Artenvielfalt zählen auch die Vielfalt an Funktionen, die Arten innerhalb der Ökosysteme füreinander erfüllen und über die sie in Wechselwirkung stehen.<sup>29</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf ergänzender Erläuterungen. Die konkrete Maßnahme, mit der zur Artenvielfalt beigetragen wird, sollte explizit benannt und – wenn möglich – auch der Effekt beschrieben werden.
- **Anwendungsbeispiel:** „Die Erzeugerbetriebe umranden ihre Äcker mit Blühstreifen auf X % der Anbaufläche und leisten so einen Beitrag zum Erhalt der Artenvielfalt. Blühstreifen dienen zum Beispiel vielen Insekten und Wildtieren als wertvolle Nahrungsquelle und Lebensraum und können wichtige Lebensräume wie Brachflächen und Hecken miteinander vernetzen.“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Dokumentation der Unterstützung der Artenvielfalt
  - Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
  - Beispiele: Bioland | Demeter | Deutsches Bio-Siegel | EU-Bio-Siegel | Naturland | Rainforest Alliance

### 5.4.3.2 Nachhaltige Forstwirtschaft

- **Definition:** Im Rahmen einer „nachhaltigen Forstwirtschaft“ und Waldbewirtschaftung werden Wälder und Waldflächen in einem Umfang und auf eine Art und Weise betreut und genutzt, die ihre Produktivität, biologische Vielfalt, Fähigkeit zur Erneuerung sowie Lebenskraft bewahrt. Zugleich bleibt ihre Fähigkeit erhalten, aktuell sowie zukünftig wichtige ökologische, ökonomische und soziale Anforderungen zu befriedigen, ohne hierdurch die Beeinträchtigung anderer Ökosysteme zu verursachen.<sup>30</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und sollte nur in Verbindung mit einem Nachweis und einer konkreten Erläuterung genutzt werden. Im Rahmen der Kommunikation empfiehlt es sich, die entsprechenden Rohstoffe aus nachhaltigerer Forstwirtschaft (beinhaltet soziale und ökologische Aspekte!) unter Verwendung von Zertifizierungen/ Siegel zu benennen (z. B. Zertifikate wie FSC).

- **Anwendungsbeispiel:** „Das in diesem Produkt verwendete Holz stammt aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern. Das heißt, dass die Wälder ihre ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Funktionen dauerhaft erfüllen können, ohne zerstört zu werden.“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Dokumentation der Waldwirtschaft in der Lieferkette
  - Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
  - Beispiele: Blauer Engel | FSC – Forest Stewardship Council | Naturland | PEFC – Programme for the Endorsement of Forest Certification | RSB – Roundtable on Sustainable Biomaterials

## 5.4.4 Recycling & Verwertung

### 5.4.4.1 Zerlegbar/ modular konstruiert

- **Definition:** „Zerlegbar konstruiert“ beschreibt die Möglichkeit, ein Produkt für Reparatur, Erneuerung, Update oder am Ende der Nutzungsdauer so zu zerlegen, dass die einzelnen Teile auf verschiedene Weise entsorgt werden können, wie z. B. Wiederverwendung oder Recycling, um die im Produkt enthaltenen Materialien den passenden Stoffströmen für eine Wiederverwendung/ Recycling zuzuführen.<sup>31</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich als Produktaussage. Produktaussagen oder ergänzende Informationen sollten, soweit benötigt, ergänzende Hinweise zum fachgerechten Recycling je Komponente beinhalten, siehe auch „recyclbar/ recyclingfähig“. Zusätzlich können mit dem kostenlosen Verpackungslogo der dualen Systeme zu Trennhinweisen Konsument:innen bei der korrekten Trennung und Entsorgung unterstützt werden. Zerlegbarkeit und Modularität können auch einen Einfluss auf die Reparierbarkeit haben, die nach den neuen Vorgaben des "zweiten Teiles" von EmpCo, der nicht Gegenstand dieses Projektes ist, Teil der Mangelgewährleistung wird. Die Begriffe können werbend auch im Kontext der Reparierbarkeit genutzt werden. Aussagen über die Reparierbarkeit dürfen aber für sich nicht irreführend sein und müssen zutreffen.
- **Anwendungsbeispiel:**

„Unser Produkt ist zerlegbar konstruiert. Die Bestandteile des Produktes können einzeln entsorgt bzw. recycelt werden. Bitte trennen Sie (Komponenten X und Y) und entsorgen Sie diese über die häusliche Wertstoffsammlung. (Komponente Z) kann über die Altpapiersammlung entsorgt werden.“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - technische Produktdokumentation
  - Beispiele: Circular Design Standard (für Textilien)

### 5.4.4.2 Recyclinganteil/ Rezyklatgehalt

- **Definition:** Der „Recyclinganteil“ gibt den prozentualen Anteil an recyceltem Material im Produkt oder der Produktverpackung an.<sup>32</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf ergänzender Erläuterungen. Produktaussagen sollten die Komponenten aus recycelten Materialien benennen bzw. den Anteil an Recyclingmaterial in Prozent beziffern. Die Daten für die Verpackung und das Produkt dürfen nicht aufsummiert werden. Ergänzend kann auf weitere (Umwelt-)Vorteile des Recyclingmaterials hingewiesen werden (z. B. geringerer Energieverbrauch oder klimarelevante Emissionen). Wird das Recyclingsymbol, bestehend aus drei Pfeilen, zur Darstellung des Rezyklatgehalts herangezogen, ist im Gegensatz zum Begriff „recyclbar/ recyclingfähig“ der Prozentwert anzugeben. Es sollte angegeben werden, ob es sich um Post-Consumer Rezyklat (PCR) oder Post-Industrial Rezyklat (PIR) handelt, wobei zumindest der Begriff PIR weiter erläutert werden muss. Auch der Begriff PCR muss - derzeit noch - in vielen Fällen erläutert werden (s. 5.4.4.4 "PCR"), obwohl die Verbrauchererwartung sein dürfte, dass es sich bei "Rezyklat" immer um PCR handelt. Wenn Rezyklat tatsächlich PIR oder

eine Mischung aus PCR und PIR meint, muss dies ausreichend erläutert werden. Das Beispiel zeigt, dass der notwendige Umfang der Erläuterung immer vom konkreten Produkt und der jeweiligen Zielgruppe abhängt und daher im Einzelfall festgelegt werden muss.

- **Anwendungsbeispiel:**  
„Karton mit mindestens 65 % Rezyklatanteil (Post-Consumer)“, „Flasche mit mindestens 90 % Recyclinganteil (ohne Verschluss; Post-Industrial)“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Dokumentation der Quellen des entsprechenden Rohmaterials
  - Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
  - Beispiele: Blauer Engel | FSC Recycled | RAL Gütezeichen „Produkte aus Recyclingkunststoffen“ | Global Recycled Standard (GRS für Textil) | EuCertPlast

#### 5.4.4.3 (Aus) 100 % rPET, rPET

- **Definition:** „rPET“ steht für recyceltes Polyethylenterephthalat (PET). Wie sich aus der Bezeichnung rPET ableiten lässt, wird dieser Terminus verwendet, wenn der Kunststoff/ das verwendete Material zu einem gewissen prozentualen Anteil oder vollständig aus recyceltem PET besteht. Er kann als Unterbegriff von Recyclinganteil genutzt werden.<sup>33</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf ergänzender Erläuterungen. Produktaussagen sollten die Komponenten aus rPET benennen bzw. den Anteil rPET in Prozent beziffern. Ergänzend kann auf weitere (Umwelt-) Vorteile des Recyclingmaterials hingewiesen werden (z. B. geringerer Energieverbrauch oder klimarelevante Emissionen). Der Claim sollte nur dann genutzt werden, wenn das Material in einem hochwertigen Recycling gehalten wird.
- **Anwendungsbeispiel:**  
„Verpackung aus mindestens 65 % recyceltem PET (rPET)“, „Flasche aus mindestens 90 % recyceltem PET (ohne Verschluss; rPET)“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Dokumentation des Ursprungs der Rohstoffe
  - Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
  - Beispiele: Blauer Engel | RAL Gütezeichen „Produkte aus Recyclingkunststoffen“ | Global Recycled Standard (GRS für Textil)

#### 5.4.4.4 Post-Consumer Rezyklat (PCR)

- **Definition:** „Post-Consumer Recycled Material (PCR)“ beschreibt Material, das nach Beendigung der Nutzenphase in Haushalten, gewerblichen, industriellen oder öffentlichen Einrichtungen für die stoffliche Wiederverwendung aufbereitet wurde. Charakteristisch für PCR ist somit, dass das Material bereits eine Gebrauchsphase durchlaufen hat.<sup>34</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Der Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf ergänzender Erläuterungen. Produktaussagen sollten die Komponenten aus PCR-Material benennen bzw. in Prozent beziffern. Die Daten für die Verpackung und das Produkt dürfen nicht aufsummiert werden. Da PCR als Begriff noch nicht in der Konsumentenkommunikation geläufig ist, bedarf er zusätzlicher Erklärungen zum besseren Verständnis.
- **Anwendungsbeispiel:**  
„Tube mit einem Mindestanteil von 75 % Post-Consumer Rezyklat (PCR). Das verwendete Recyclingmaterial wurde bereits als Verpackung genutzt. Diese Tube hilft, Material im Stoffkreislauf zu halten.“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Dokumentation des Ursprungs der Rohstoffe
  - Zertifizierungsdokumente/ -nachweise

- Beispiele: RAL Gütezeichen Recycling Kunststoff | Blauer Engel | EU Ecolabel

#### 5.4.4.5 Recyclen/ recyclingfähig

- **Definition:** „Recyclen“ und „recyclingfähig“ beschreiben die Möglichkeit, die Materialien, die in einem Produkt oder einer Verpackung verarbeitet wurden, wieder in den Materialkreislauf zurückzuführen, um neue Produkte zu fertigen. Voraussetzung hierfür ist die Verfügbarkeit geeigneter Recyclingprogramme, die Wertstoffströme sammeln, sortieren und für die stoffliche Wiederverwendung aufbereiten. Außerdem müssen bei mehreren Komponenten mit unterschiedlichen Materialien die Stoffe für das Recycling getrennt werden können (theoretische vs. praktische Recyclingfähigkeit). Eine energetische Verwertung ist ausgeschlossen.<sup>35</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf ergänzender Erläuterungen. Produktaussagen sollten die recycelbaren Materialien/ Komponenten und die Voraussetzungen, um sie tatsächlich zu recyceln, beinhalten/ konkret benennen (entsprechend öffentlichem Bewertungssystem, DIN EN 13430). Eine ergänzende Kennzeichnung, z. B. mit Recyclingsymbol (bestehend aus drei Pfeilen) oder einem Trenn- und Sortierhinweis kann hier unterstützen. Zusätzlich können mit dem kostenlosen Verpackungslogo der dualen Systeme zu Trennhinweisen Konsument:innen bei der korrekten Trennung und Entsorgung unterstützt werden. Bei Aussagen wie „100 % recycelbar“ oder „vollständig recycelbar/ recyclingfähig“ ist Vorsicht geboten und diese sollten nur dann verwendet werden, wenn die eingesetzten Materialien auch tatsächlich zu 100 % recyclingfähig sind (z. B. bei Monomaterialien). Für Verpackungen ist der Mindeststandard für die Bemessung der Recyclingfähigkeit von systembeteiligungspflichtigen Verpackungen gem. § 21 Verpackungsgesetz zu beachten.
- **Anwendungsbeispiel:**  
„100 % der Materialien dieser Verpackung sind vollständig recyclingfähig. Bitte trennen Sie (Komponenten X und Y) und entsorgen Sie diese über die häusliche Wertstoffsammlung. (Komponente Z) kann über die Altpapiersammlung entsorgt werden.“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Nachweise über die Inhaltsstoffe
  - wissenschaftlich fundierte Belege für die Recyclingfähigkeit
  - Beispiele: Recyclingsymbol (bestehend aus drei Pfeilen) | Label „Recyclingfähig“ von DerGrünePunkt

#### 5.4.4.6 Refurbished/ wiederaufbereitet

- **Definition:** Unter dem Begriff „Refurbishment“ wird ein Prozess verstanden, der gebrauchten Produkten durch Wiederaufbereitung ermöglicht, einen neuen Lebenszyklus zu durchlaufen. Im Gegensatz zum Recycling, wo das Produkt stofflich verwertet wird, z. B. durch Schreddern oder Zerteilen, um die einzelnen Rohstoffe zurückzugewinnen, wird das Produkt beim Refurbishment als solches weiterverwendet. Beispielsweise in der Elektronik-Branche (Smartphones, Tablets) findet dieser Vorgang Anwendung.<sup>36</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf ergänzender Erläuterungen. Bei der Verwendung des Begriffs für die Produktkommunikation sollten alle wiederaufbereiteten Komponenten und Materialien sowie die Art der Wiederaufbereitung angegeben und exakt benannt werden.
- **Anwendungsbeispiel:**  
„Dieser Drucker wurde mithilfe eines strengen Verfahrens und moderner Technologie getestet und wiederaufbereitet. Im Einzelnen wurden die Düsen (Aufzählung der wiederaufbereiteten Komponenten) erneuert, sodass es sich wieder um ein neuwertiges Gerät handelt.“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Dokumentation der Bezugsquelle und des Aufbereitungsprozesses
  - Zertifizierungsdokumente/ -nachweise

- Beispiel: Blauer Engel

## 5.4.5 Materialien & Verpackung

### 5.4.5.1 Mehrweg

- **Definition:** „Mehrweg“ bezeichnet die Möglichkeit zur mehrmaligen Nutzung in erster Linie von Verpackungen, vereinzelt auch von Produkten. Viele Mehrwegverpackungen lassen sich mehrfach reinigen, aufbereiten, reparieren, nachfüllen und/ oder wiederverwenden. Im Idealfall erleben Mehrwegverpackungen auf diese Weise zahlreiche Umläufe.<sup>37</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich für die Produktkommunikation. Die Produktaussage kann mit Informationen zum positiven Umweltbeitrag (reduziert Materialverbrauch, Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen im Lebenszyklus bei x Befüllungen (ist durch fundierte Ökobilanz zu belegen) und mit Erklärungen zum Mehrwegsystem (z. B. Pfand-, Leihsystem) ergänzt werden. Wenn es keines der gesetzlichen Pfandsysteme ist, sollte über die Tausch- und Rückgabemöglichkeiten aufgeklärt werden. Die Vorgaben des jeweils aktuellen Verpackungsgesetzes zu Mehrwegsystemen sind zu beachten.
- **Anwendungsbeispiel:**  
„Dies ist eine Mehrwegverpackung. Annahmestellen für leere Verpackungen und zum Nachfüllen finden Sie hier: [URL].“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Nachweise für ein überprüfbares Mehrwegsystem
  - Nachweise für eine Teilnahme an einem Mehrwegsystem
  - Beispiele: Blauer Engel | Mehrweg Siegel | PETCYCLE

### 5.4.5.2 Nachfüllbar

- **Definition:** „Nachfüllbar“ bezeichnet die Möglichkeit, ein Produkt, einen Bestandteil oder eine Verpackung nach der ersten Verwendung zur Wiederverwendung mit demselben oder im Einzelfall mit einem ähnlichen Produkt mehrmals nachzufüllen. Dabei ist keine zusätzliche Bearbeitung notwendig, z. T. mit Ausnahme von bestimmten Anforderungen wie Reinigen und Waschen.<sup>38</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich für die Produktkommunikation. Nachfüllbare Produkte, Verpackungen etc. können auch als solche gekennzeichnet werden. Ggf. sollte angegeben werden, dass vor dem Nachfüllen eine notwendige Aufbereitung vorgenommen werden sollte (z. B. Reinigung der Verpackung/ des Spenders). Weitere Umweltaussagen, wie z. B. die Bewerbung von Ressourcenschonung, müssen zutreffend und nachweisbar sein. **Achtung:** Es sollte sichergestellt werden, dass ein konkretes Angebot für die Wiederverwendung existiert: Abfüllstation, Nachfüllbeutel, Tab, etc. Auf Nachfüllstellen sollte hingewiesen werden.
- **Anwendungsbeispiel:**  
„Diese Druckerpatrone ist nachfüllbar und spart im Vergleich zu einer neuen Patrone Umweltressourcen und schont Ihr Portemonnaie. Nachfüllstellen finden Sie hier: [URL].“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Dokumentation der Nachfüllmöglichkeiten
  - Nachweise der Teilnahme an einem System
  - Wissenschaftlich fundierte Nachweise, dahingehend, dass eine neue Patrone tatsächlich mehr Ressourcen verbraucht.

### 5.4.5.3 Wiederverwendbar

- **Definition:** „Wiederverwendbar“ sind Produkte, Komponenten oder Verpackungen, die dafür entwickelt wurden, während der Nutzungsphase eine Mindestanzahl an Umläufen in ihrem vorgesehenen Anwendungsbereich zu durchlaufen. Anders als Mehrwegverpackungen findet die Reinigung und erneute Verwendung beim/ bei der Verbraucher:in statt.“<sup>39</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf ergänzender Erläuterungen. Die Produktaussage sollte explizit einen wiederverwendbaren Produktteil aufweisen (z. B. die Verpackung oder das Gehäuse) und wenn relevant auf Voraussetzungen für die erneute Nutzung (z. B. Reinigung, Kontrolle, Wartung, ...) hinweisen.

**Achtung:** Es sollte sichergestellt werden, dass ein konkretes Angebot für die Wiederverwendung existiert: Abfüllstation, Nachfüllbeutel, Tab, etc.
- **Anwendungsbeispiel:**

„Der Behälter kann zu seinem ursprünglichen Zweck wiederverwendet/ nachgefüllt werden, ohne dass er dafür neu bearbeitet werden muss – eine normale Reinigung ist ausreichend.“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Nachweise über die Unbedenklichkeit der Wiederverwendung & Reinigung
  - ggf. Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
  - Beispiele: Blauer Engel | EU Ecolabel

### 5.4.5.4 Biobasierter Kunststoff

- **Definition:** „Biobasierte Kunststoffe“ bestehen zum Teil aus Kunststoff, der aus Biomasse erzeugt wurde (z. B. aus Zuckerrohr oder Mais). Das Ausgangsmaterial lässt nicht auf die biologische Abbaubarkeit schließen; meistens sind sie über die herkömmlichen Wertstoffströme zu entsorgen, können in diesen aber die Rezyklatqualität senken.“<sup>40</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf ergänzender Erläuterungen. Die Nachhaltigkeitswirkung von biobasiertem Kunststoff hängt von dem Ursprung des Materials ab (positiv: biogene Reststoffe; negativ: Monokultur, Flächenkonkurrenz mit Nahrungsmittelproduktion) und ist hoch umstritten. Die oft zugrunde gelegte Massenbilanzierung (ISCC+) ist eine technische Übergangslösung auf dem Weg zu weiteren CO<sub>2</sub>-Einsparungen. Es bleibt aktuell ein Einsatz im Promillebereich. Der Einsatz zur Nutzung von chemischem Recycling ist ebenfalls sehr umstritten, vor allem hinsichtlich der richtigen Bilanzierungsmethode. Weniger kritisch ist der Einsatz von „biobasiertem“ Material bzw. biologischem Ausgangsmaterial (s. vorstehende Beispiele). Eine Alternative zu ISCC+ ist die Zertifizierung für biobasierte Produkte des TÜV Rheinland (dincertco.de).

Zudem führt der Begriff bei Konsument:innen oft zu Verwirrung bzgl. der Entsorgung. Diese laufen Gefahr, den biobasierten Kunststoff mit biologisch abbaubaren Kunststoffen (Biokunststoff, Bioplastik) zu verwechseln. Um Fehlwürfe zu vermeiden, sollte der prozentuale Anteil des biobasierten Kunststoffes angegeben werden und zusätzlich ein Entsorgungshinweis (z. B. recycelbar, kompostierbar, „Bitte im gelben Sack entsorgen“) kommuniziert werden. Zusätzlich können mit dem kostenlosen Verpackungslogo der dualen Systeme zu Trennhinweisen Konsument:innen bei der korrekten Trennung und Entsorgung unterstützt werden.
- **Anwendungsbeispiel:**

„Besteht zu X % aus biobasiertem Kunststoff (biogener Ursprung: Mais, Zuckerrohr).“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Nachweise über die Herkunft und Zusammensetzung der Rohstoffe
  - ggf. Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
  - Beispiele: TÜV Rheinland

#### 5.4.5.5 Biologisch abbaubar

- **Definition:** „Biologisch abbaubar“ bezeichnet die Eigenschaft eines Materials, durch Organismen vollständig zersetzt zu werden, sodass innerhalb eines definierten Zeitraums in Boden und Wasser nur Bestandteile zurückbleiben, die auch in der Natur vorkommen und die Qualität der Umweltmedien nicht beeinträchtigen. Dies ist abzugrenzen von dem Zerfall von Plastik durch Licht und mechanische Beanspruchung in Mikropartikel, bei der kein biologischer Abbau geschieht (Oxoabbaubarer Kunststoff).<sup>41</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation bei Stoffen in biologischen Kreisläufen (z. B. Waschmittel) und bedarf ergänzender Erläuterungen. Produktaussagen sollten neben dem Hinweis auf die biologische Abbaubarkeit auf die dieser Aussage zugrundeliegenden Prüfnormen verweisen. Dieser Begriff eignet sich grundsätzlich nicht für die Produktkommunikation, wenn er sich auf Materialien in technischen Kreisläufen, also Wiederverwendung, Reparatur und/ oder Recycling, (z. B. Verpackungen) bezieht.
- **Anwendungsbeispiel:**  
„Biologisch abbaubar nach (Prüfnorm). Entsorgungshinweis (kommunal unterschiedlich): NICHT für die Entsorgung in der Natur geeignet.“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Dokumentation der Rohstoffe
  - wissenschaftlich fundierte Nachweise über die Abbaubarkeit
  - ggf. Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
  - Beispiele: Blauer Engel | EU Ecolabel

#### 5.4.6 Inhaltsstoffe

##### 5.4.6.1 Vegetarisch

- **Definition:** Produkte sind „vegetarisch“, sofern sie keine Bestandteile enthalten, die von toten Tieren stammen, wie Fisch, Fleisch, Gelatine oder Lab, bei deren Herstellung jedoch andere Produkte tierischen Ursprungs, bspw. Milch, Bienenhonig, Eier bzw. daraus erhaltene Erzeugnisse, hinzugefügt oder genutzt worden sein können.<sup>42</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Der Begriff eignet sich als Produktaussage für Lebensmittel und Non-Food-Artikel. Bei Lebensmitteln, bei denen bereits Inhaltsstoffe kommuniziert werden, bedarf es keiner weiteren Erläuterung. Auch bei Non-Food- Artikeln ist der Begriff aus sich heraus verständlich. Er kann durch ein entsprechendes Siegel ergänzt werden. „Vegetarisch“ muss nicht per se eine Umweltaussage sein, kann aber durch weitere Ergänzungen in der konkreten Gestaltung als solche angesehen werden. In jedem Fall handelt es sich um ein wesentliches Merkmal des Produkts, über das nicht in die Irre geführt werden darf.
- **Anwendungsbeispiel:**  
„vegetarisch“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Dokumentation der verwendeten Rohstoffe und Produktionsstätten
  - Zutatenliste
  - Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
  - Beispiele: Europäisches V-Label – Kategorie vegetarisch

#### 5.4.6.2 Vegan/ plant-based (bei food)

- **Definition:** Produkte sind „vegan“, sofern sie nicht tierischer Herkunft sind oder keine Bestandteile tierischen Ursprungs beinhalten – dies gilt auch für alle Herstellungs- und Verarbeitungsstufen sowie ggf. verwendete Verpackungsmaterialien, z. B. Klebstoffe.<sup>43</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Der Begriff eignet sich als Produktaussage für Lebensmittel und Non-Food-Artikel. Bei Lebensmitteln, bei denen bereits Inhaltsstoffe kommuniziert werden, bedarf es keiner weiteren Erläuterung. Auch bei Non-Food- Artikeln ist der Begriff aus sich heraus verständlich. Es kann durch ein entsprechendes Siegel ergänzt werden. „Vegan“ muss nicht per se eine Umweltaussage darstellen, kann aber durch weitere Ergänzungen in der konkreten Gestaltung als solche angesehen werden. In jedem Fall handelt es sich um ein wesentliches Merkmal des Produkts, über das nicht in die Irre geführt werden darf.
- **Anwendungsbeispiel:**  
„komplett pflanzlich“ oder „veganes Leder aus Pilzen“, Kennzeichnung der Produkte mit einem Siegel des entsprechenden Anbieters/ Organisation, z. B. V-Label der Europäischen Vegetarier Union
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Dokumentation der verwendeten Rohstoffe und Produktionsstätten
  - Zutatenliste
  - Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
  - Beispiele: Europäisches V-Label – Kategorie VEGAN | EcoVeg | The Vegan Trademark | NCP Nature Care Product (vegan) | NCS Natural Cosmetics Standard (vegan)

### 5.4.7 Tierwohl

#### 5.4.7.1 Haltungsform

- **Definition:** „Haltungsformen“ beschreiben die Haltungsbedingungen der Tiere in der Wertschöpfungskette. Die Haltungsformen orientieren sich in der Regel an den gesetzlichen Mindestvorgaben (z. B. für Schweine gem. TierHaltKennzG). Üblich sind z. B. die Bezeichnungen Stall, Stall+Platz, Frischluftstall, Auslauf/ Weide und Bio bei Schweinen und Käfighaltung, Bodenhaltung, Freilandhaltung und Biohaltung bei Legehennen.<sup>44</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und bedarf ergänzender Erläuterungen. Die Kommunikation der Haltungsform kann über ein Siegel und/ oder unter Nennung des Titels der Haltungsform (z. B. Freilandhaltung) erfolgen und sollte in jedem Fall mit einem Nachweis belegt werden können und ggf. den gesetzlichen Anforderungen entsprechen. Wenn es sich nicht um einen gesetzlich definierten Begriff handelt, wobei "Bio" hier die höchste Stufe darstellt, sollte er möglichst genau beschrieben werden. Bei der Verwendung eines Siegels ist in besonderem Maße auf Konformität mit den neuen Anforderungen des UWG zu achten. Sollten die angegebenen Werte (z. B. Stallfläche) aus sich heraus nicht für den Verbraucher einzuordnen sein, bedürfen sie weiterer Erläuterungen.
- **Anwendungsbeispiel:**  
„Freilandhaltung“, „Haltungsform 3: Frischluftstall“ oder „Unsere Kühen stehen X m<sup>2</sup> Weidefläche und X m<sup>2</sup> Stallfläche pro Kuh zur Verfügung“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Nachweise über die Tierhaltung in der Wertschöpfungskette
  - ggf. Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
  - Beispiele: Haltungsform Siegel | Initiative Tierwohl | NEULAND-Siegel | Tierschutzlabel "Für mehr Tierschutz!"

## 5.4.8 Soziale Aspekte

### 5.4.8.1 Fairer Handel

- **Definition:** „Fairer Handel“ steht für Partnerschaften, die verbesserte Handelsbedingungen für alle Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette – einhergehend mit der Sicherung sozialer Rechte für Produzenten sowie Arbeiter:innen und andere Beteiligte – forcieren. Ziel ist es, dies im internationalen Handel durchzusetzen. Das beinhaltet in der Regel eine längerfristige und direkte Zusammenarbeit mit Rohstoffherzeugern sowie garantierte Mindestabnahmemengen und Preise, die sozial und ökologisch in unterschiedlichen Ausprägungen verträgliche Produktions- und Lebensunterhaltskosten decken. (Mindestanforderungen, abhängig vom Siegel).<sup>45</sup>
- **Juristische Einordnung und Empfehlung zur Anwendung:** Dieser Begriff eignet sich bedingt für die Produktkommunikation und sollte nur in Verbindung mit einem Nachweis genutzt werden. Aussagen zu fairem Handel werden in der Regel auf Unternehmensebene getroffen. Bei einzelnen Produkten/ Rohstoffen (z. B. Kakao oder Kaffee) ist jedoch eine Verdeutlichung durch Verwendung eines entsprechenden Siegels möglich. Es sollte eine ergänzende Nennung des genutzten Standards bzw. der umgesetzten konkreten Maßnahmen in der Zusammenarbeit mit benachteiligten Zulieferern/ Produzenten erfolgen. Bei Verweis auf eigene Anbauprojekte muss dies transparent und nachvollziehbar sein. Möglich ist es auch, zusätzlich konkrete Erfolge zu kommunizieren. Während der Fokus dieses Leitfadens auf umweltbezogenen Aussagen liegt, haben durch EmpCo auch „soziale Merkmale“ nun explizit im Zusammenhang mit dem allgemeinen Irreführungsverbot als neues „wesentliches Merkmal“ Eingang in §5 UWG gefunden, über das nicht irreführt werden darf. Der Leitfaden wurde deshalb beispielhaft um das primär soziale Merkmal „Fairer Handel“ ergänzt.
- **Anwendungsbeispiel:**  
„Kakao und Zucker dieser Schokolade werden unter strenger und überprüfter Einhaltung des [...] Standards fair gehandelt. Dabei zahlen wir höhere Preise als im Marktdurchschnitt üblich an die Erzeugerbetriebe und stellen sicher, dass die Arbeiter unserer Erzeuger einen Lohn erhalten, der über dem lokalen Durchschnitt oder Mindestlohn liegt und ein Leben oberhalb der Armutsschwelle ermöglicht. Dadurch unterstützen wir eine gerechtere, menschenwürdige Landwirtschaft.“
- **Nachweise und potenzielle Belegdokumente:**
  - Dokumentation der sozialen Umstände in der Lieferkette
  - Zertifizierungsdokumente/ -nachweise
  - Beispiele: Fairtrade-Siegel | Cotton made in Africa | GEPA – fair-plus | Naturland Fair | Naturtextil IVN zertifiziert BEST | Rainforest Alliance | bluesign® Standard | FairWild | Hand in Hand

## 6 Hintergrund/ Annex:

Basis der vorstehenden Positivbeispiele und der Best-Practice-Checkliste ist die nachstehende umfassende juristische Bewertung.

### 6.1 Offene Fragen, Graubereiche und Unklarheiten

Während in Bezug auf die Frage, was alles Träger einer Umweltaussage sein kann, die Antwort eindeutig mit „alles“ ausfallen dürfte<sup>46</sup>, ist die Auslegung anderer Begriffe und Regelungen deutlich schwieriger.

Besondere Schwierigkeiten bereitet die Frage, was eine allgemeine von einer konkreten Umweltaussage unterscheidet. Insbesondere wird nicht präzisiert, welcher Erklärungsgrad notwendig ist, d. h. wie die EmpCo-Richtlinie die Voraussetzung „klar und in hervorgehobener Weise“ definiert.<sup>47</sup> Während „klimafreundliche Verpackung“ und „umweltfreundlich“ als „allgemeine“ Angaben zu betrachten sind, sollte „100 % der zur Herstellung dieser Verpackung verwendeten Energie stammt aus erneuerbaren Quellen“ als spezifische Angabe angesehen werden.<sup>48</sup>

Besonders schwierig wird es auch dann, wenn eine Umweltaussage mit grafischen Elementen (z. B. Wassertropfen oder Pflanzen) kombiniert wird. Hier wird es noch aufwändiger, den notwendigen Erklärungsgrad einzugrenzen. Gleichzeitig ist das korrespondierende Verbot absolut und muss deshalb unbedingt Beachtung finden.<sup>49</sup>

**Dieser Leitfaden soll Hinweise geben, wie im Sinne eines Best Practice-Ansatzes allgemeine Umweltaussagen weiterhin getätigt werden können und welches Niveau an Erklärung eine allgemeine zu einer konkreten Umweltaussage macht.**

In Bezug auf erlaubte allgemeine Umweltaussagen ist insbesondere der Begriff der „anerkannten hervorragenden Umweltleistung“ relevant. Diese kann nachgewiesen werden, wenn die Umweltleistung mit der Verordnung (EG) Nr. 66/2010, mit nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach EN ISO 14024 Typ I, die in den Mitgliedstaaten offiziell anerkannt sind, oder mit Umwelthöchstleistungen nach sonstigem geltenden Unionsrecht im Einklang steht. Weder die EmpCo noch der UWG-n.F. geben dabei eine genauere Definition des sonstigen geltenden Unionsrechts oder eine Liste der nationalen oder regionalen Umweltkennzeichen.

**In Ergänzung der vorstehenden Frage, soll dieser Leitfaden deshalb im Rahmen der Best-Practice-Beispiele eine Liste für nationale oder regionale Umweltkennzeichenregelungen oder zur Begründung von Umwelthöchstleistungen heranziehbarem sonstigem geltenden Unionsrecht geben.**

Auch der Begriff eines Nachhaltigkeitssiegels ist nicht eindeutig definiert. Grundsätzlich bedarf es keiner Erklärung des Siegelgebers oder des Nutzers, dass eine Gestaltung ein Siegel darstellen soll. Dies wird einzig anhand objektiver Kriterien bestimmt. Es gibt keine formalen Anforderungen, wonach ein Nachhaltigkeitssiegel beispielsweise in einem rechteckigen, quadratischen oder kreisförmigen Rahmen dargestellt werden muss, um es von anderen (Nachhaltigkeits-)Labeln zu unterscheiden. Mit anderen Worten: Wenn keine formalen Anforderungen bestehen, könnte ein Siegel theoretisch nur aus einem Wort, einem Wort in einem Rahmen oder einem aufwändigeren Grafikdesign mit mehreren Elementen bestehen. Wenn die – noch unbekannte – Schwelle erreicht ist und die anderen Anforderungen erfüllt sind, wird ein Zeichen einfach und automatisch zu einem Nachhaltigkeitssiegel. Dies stellt die FMCG-Branche vor Herausforderungen, denn Piktogramme und andere grafische Gestaltungen von Botschaften werden regelmäßig genutzt, um Inhalte in einfacher, verständlicher Art an die Verbraucher:innen zu kommunizieren. Hier könnte in vielen Fällen die Schwelle zu einem Nachhaltigkeitssiegel, anstelle einer grafisch aufbereiteten Umweltaussage, überschritten sein.

**Dieser Leitfaden soll deshalb darstellen, wie weiterhin mit grafisch aufbereiteten Umweltaussagen gegenüber Verbraucher:innen kommuniziert werden kann.**

Eine weitere Herausforderung, die sich im Rahmen des Projektes ergeben hat, war der Umgang mit Zertifizierungssystemen bzw. die Frage, welche Anforderungen ein Zertifizierungssystem erfüllen muss, um den neuen Anforderungen zu genügen.<sup>50</sup> Unklar ist, was offen unter transparenten, lauterer und diskriminierungsfreien Bedingungen bedeutet, welche Non-Compliance Maßnahmen ein System aufweisen muss und wie die Überwachung durch einen unabhängigen Dritten zu erfolgen hat. Mit

anderen Worten ist unklar, welche Zusicherungen die siegelgebenden Organisationen machen müssen.

**Dieser Leitfaden erläutert deshalb im Rahmen der Best-Practice-Beispiele, welche Anforderungen an ein Zertifizierungssystem zu stellen sind und wie weiterhin rechtssicher Siegel verwendet werden können.**

Die Werbung mit einer künftigen Umwelleistung (z. B. „Net-Zero bis 2050“) wird nur noch zulässig sein, wenn sie auf klaren, objektiven, öffentlich einsehbaren und überprüfbaren Verpflichtungen beruht. Diese Verpflichtungen müssen in einem detaillierten und realistischen Umsetzungsplan festgelegt sein, der messbare und zeitgebundene Ziele sowie alle für die Umsetzung erforderlichen Elemente – etwa die Bereitstellung finanzieller oder personeller Ressourcen – enthält. Der Fortschritt muss regelmäßig von einem unabhängigen externen Sachverständigen überprüft werden. Die Ergebnisse dieser Überprüfung müssen Verbraucher:innen zugänglich gemacht werden.

**Dieser Leitfaden stellt dar, wie objektive und überprüfbare Verpflichtungen formuliert werden können und wie der Umsetzungsplan dargestellt werden muss.**

Während Klarheit darüber herrscht, dass mit vermeintlicher „Klimaneutralität“, die durch die „Kompensation“ von CO<sub>2</sub>e erreicht wird, nicht mehr unter Verwendung des Begriffs „klimaneutral“ geworben werden darf, herrscht Unklarheit darüber, ob „Kompensation“ überhaupt noch beworben werden darf und welche Anforderungen daran gelten.

**Dieser Leitfaden soll deshalb darstellen, ob und wie weiterhin mit Kompensationsprojekten geworben werden darf.**

## 6.2 Interpretation der EmpCo & Einordnung durch die FAQs der Kommission

In Bezug auf die vorstehenden Fragestellungen wurde ein gemeinsames Verständnis und ein Umgang im Sinne von Best Practices entwickelt. Dieses Verständnis basiert dabei auf dem Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb, der EmpCo, den FAQs der Kommission sowie der verfügbaren Literatur.

Die Umsetzung der Best Practices kann den weiteren Vertrieb der Produkte über den 27. September 2026 hinaus gewährleisten. Eine Verlängerung dieser Übergangsfrist schließt die Kommission aus.<sup>51</sup>

### 6.2.1 Umgang mit allgemeinen Umweltaussagen

Eine allgemeine Umweltaussage ist, verkürzt gesagt, eine Umweltaussage, die nicht näher erläutert wird.<sup>52</sup> Damit ist unklar, welches Maß an Erläuterung eine konkrete von einer allgemeinen Umweltaussage – mit den entsprechenden gesetzlichen Folgen – unterscheidet.

Der Unterschied zwischen einer allgemeinen und einer konkreten Umweltaussage lässt sich gut anhand des aus dem Wettbewerbsrecht bekannten Konzepts der ‚mehrdeutigen‘ Umweltaussage erklären. Die Rechtsprechung verlangt, dass eine mehrdeutige Aussage durch eine ausreichende Erläuterung präzisiert werden muss. Dieser Grundsatz lässt sich auf allgemeine und konkrete Umweltaussagen übertragen: Eine Umweltaussage gilt dann als ausreichend erläutert, wenn sie nicht mehr mehrdeutig ist und für Verbraucher:innen klar verständlich wird. In diesem Fall handelt es sich in der Regel um eine konkrete und nicht lediglich um eine allgemeine Umweltaussage.

Eine solche Erklärung und Kontextualisierung muss grundsätzlich auf demselben Medium im gleichen Blickfeld geschehen und kann mit oder ohne Sternchen/ Fußnoten erfolgen. Eine Klarstellung mithilfe eines Sternchenhinweises und einem erläuternden Text (z. B. als Fußnote) zu geben, ist allerdings weit verbreitet und üblich. Verbraucher:innen sind an Erläuterungen mit Sternchen gewöhnt. Sie gehen bereits davon aus, dass das Sternchen eine Warnfunktion hat. Um diese Funktion zu erfüllen, muss das Sternchen eindeutig mit der Umweltaussage in Verbindung gebracht werden, an ihr sozusagen „teilnehmen“ und klar erkennbar sein. Der Hinweis selbst muss leicht zu finden und zu lesen sein, und sein Inhalt muss ausreichend und verständlich sein. Dies ist nicht der Fall, wenn sich der Text an einer unerwarteten Stelle befindet, aufgrund seiner Ausrichtung schwer zu sehen oder zu lesen ist oder in einer unleserlich kleinen Schriftart dargestellt wird. In der Regel sollte ein Text mit erläuternden Informationen daher auf derselben Seite stehen wie die Aussage selbst. Das bedeutet entweder auf derselben gedruckten Seite der Werbung oder Verpackung, oder im Internet am Ende der Webseite oder direkt über einem Link neben der Angabe (auf dem Sternchen) zugänglich. Im

Internet ist daher auch ein sogenannter Mouseover-Effekt möglich, bei dem der erläuternde Text sichtbar wird, wenn Verbraucher:innen den Cursor über das Sternchen bewegen.

Eine allgemeine Umweltaussage liegt im Übrigen nur dann vor, wenn sie schriftlich oder mündlich getätigt wird, also Wort und/ oder Sprache enthält.<sup>53</sup> Durch Piktogramme oder Farben allein kann entsprechend keine allgemeine Umweltaussage getätigt werden. Dies bedeutet aber weiterhin, dass jede implizite Umweltaussage durch Hinzufügen eines umwelttypischen Farbcodes zu einer Umweltaussage werden kann (z. B. stellt die Aussage „Das ist gut für dich“ vor einem grün-braunen Hintergrund möglicherweise bereits eine unzulässige allgemeine Umweltaussage dar). Eine Umweltaussage, die nur durch Farben, Bilder oder Piktogramme transportiert wird, muss aber selbstverständlich weiterhin den sonstigen wettbewerbs- und lebensmittelrechtlichen Irreführungsverboten genügen. Dies gilt im Übrigen auch für Marken, deren Eintragung im Zweifel sogar verweigert werden kann, wenn sie den Anforderungen der EmpCo nicht genügen.<sup>54</sup>

Auch eine an sich neutrale oder gesetzlich vorgeschriebene Dokumentation bzw. Aussage, wie ein CSRD-Bericht, kann zur (allgemeinen) Umweltaussage werden, wenn ein Unternehmen diese Informationen, z. B. aus seinem Nachhaltigkeitsbericht, in freiwilligen Werbe- oder Marketingmaßnahmen für Verbraucher:innen verwendet, z. B. um eine Umweltaussage zum Produkt oder zum Unternehmen im Allgemeinen zu machen.<sup>55</sup> Auch in diesem Falle müssen eine Kontextualisierung und Erklärung der übernommenen Aussage erfolgen.

In Bezug auf die Unterscheidung einer allgemeinen von einer konkreten Umweltaussage, kann dies wie folgt zusammengefasst werden:

1. **Aussage tätigen:** Die Aussage definiert den Erläuterungsbedarf; je allgemeiner sie ist, desto mehr Erläuterung ist notwendig.
2. **Erläuterung:** Beseitigt Mehrdeutigkeit, ordnet Aussage ein, lässt keine Fragen offen.
3. **Weiterführende Informationen und Nachweise:** Helfen beim weiteren Verständnis der Aussage, beugen UWG-Klagen vor. Zum Beispiel per QR-Code.

Dabei ist zu betonen, dass das vorstehend Gesagte lediglich für Aspekte eines Produktes gilt, die tatsächlich einen Effekt haben bzw. das beschriebene Produkt von anderen Produkten derselben Art unterscheiden. Generell darf nämlich nur mit Vorteilen für Verbraucher:innen geworben werden, wenn diese nicht irrelevant sind und sich aus einem Merkmal der Ware, der Dienstleistung oder der Geschäftstätigkeit ergeben.<sup>56</sup> Damit soll Werbung mit Selbstverständlichkeiten – wie z. B. „glutenfreies Wasser“ oder „plastikfreies Papier“ – zukünftig nicht mehr erlaubt sein.<sup>57</sup> Selbst eine Erklärung solcher Umweltaussagen kann zukünftig dann nicht zu einer konformen Aussage verhelfen, wenn der entsprechende Aspekt keinen echten Vorteil für die Umwelt darstellt.

### 6.2.2 Wie lässt sich eine anerkannte hervorragende Umweltleistung belegen?

Eine „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ kann nachgewiesen werden, wenn die Umweltleistung mit der Verordnung (EG) Nr. 66/2010, mit nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach EN ISO 14024 Typ I, die in den Mitgliedstaaten offiziell anerkannt sind, oder mit Umwelt-höchstleistungen nach sonstigem geltenden Unionsrecht im Einklang steht.

Auf Basis der folgenden Liste an Positivbeispielen lassen sich bestimmte allgemeine Umweltaussagen tätigen:

#### Beispiele:

- Klasse A (energieeffizient) im Sinne der Verordnung (EU) 2017/1369 (Energieverbrauchskennzeichnung)
- Verordnung (EU) 2018/848 (EU-Öko-Basis-VO) zur biologischen Produktion von Lebensmitteln und Vorgaben für nachhaltige Bodenbewirtschaftung und Düngung (diese gilt zwar nicht als EN ISO 14024 Typ 1 Ökolabel, ist aber durch sonstiges EU-Recht reguliert (vgl. FAQ Nr. 14))
- Art. 7 der Verordnung (EU) 2024/1143 (geografische Angaben für Wein, Spirituosen und landwirtschaftliche Erzeugnisse und über garantiert traditionelle Spezialitäten und fakultative Qualitätsangaben für landwirtschaftliche Erzeugnisse) für „nachhaltig“ oder „nachhaltige Praktiken“
- Nordic Swan (<https://www.nordic-swan-ecolabel.org/>)

- Blauer Engel (<https://www.blauer-engel.de/de>)
- Das Österreichische Umweltzeichen (<https://www.umweltzeichen.at/de/ueber-uns/start>)
- Milieukeur (<https://www.milieukeur.nl/>)

Staatliche Siegel aus Drittstaaten bzw. Nicht-EU-Staaten sind hingegen nicht per se erlaubt und dürfen nur dann verwendet werden, wenn sie den übrigen Voraussetzungen der EmpCo bzw. des UWG genügen.<sup>58</sup>

### 6.2.3 Was ist ein Nachhaltigkeitssiegel?

Ein reguläres Zeichen/ eine grafisch aufbereitete (Umwelt-)Aussage wird dann zu einem Nachhaltigkeitssiegel, wenn es (a) zumindest aus einem grafischen Element besteht und eine Ähnlichkeit mit einem physischen Siegel- bzw. Stempelabdruck aufweist und (b) ersichtlich darauf abzielt, ein Produkt, einen Prozess oder ein Unternehmen zu bewerben oder zu bewerten.

Ein bestehendes Zertifizierungssystem ist nicht notwendig, um ein Zeichen zu einem Siegel zu machen; vielmehr kann ein Nachhaltigkeitssiegel definitionsgemäß auch dann vorliegen, wenn ein solches System (noch) fehlt. Freilich ist die Verwendung dann nicht zulässig. Darüber hinaus kann sich ein Nachhaltigkeitssiegel auf viele Merkmale eines Produkts, eines Verfahrens oder eines Unternehmens beziehen, wodurch die Definition erneut einen breiten Anwendungsbereich erhält.<sup>59</sup>

Die Verwendung von Nachhaltigkeitssiegeln wird zukünftig nur dann zulässig sein, wenn die Siegel auf einem konformen Zertifizierungssystem beruhen. Doch selbst dann, wenn das Zertifizierungssystem an sich EmpCo-konform ist, muss die Verwendung des Nachhaltigkeitssiegels weiterhin den allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Anforderungen genügen und darf insbesondere nicht irreführend sein. Auch auf Nachhaltigkeitssiegeln enthaltene (Umwelt-)Aussagen müssen den unverändert geltenden allgemeinen Anforderungen des Wettbewerbsrechts genügen und dürfen nicht als „safe haven“ für ansonsten unzulässige (Umwelt-)Aussagen genutzt werden.<sup>60</sup> Auch dann, wenn ein Nachhaltigkeitssiegel grundsätzlich durch ein entsprechendes Zertifizierungssystem als konform betrachtet werden kann, sollten Unternehmen die darin enthaltenen (Umwelt-)Aussagen und insbesondere die Begleitkommunikation kritisch prüfen und ggf. wie mit einer allgemeinen Umweltaussage verfahren. Darüber hinaus können weitere Informationen helfen, die Verwendung des Siegels rechtssicher zu gestalten. Dies können Informationen wie die Angabe der Zertifizierungsnummer, des zertifizierten Standards sowie, soweit verfügbar, einer Webseite sein, unter der sich die Verbraucher:innen über die Zertifizierung, den Status des konkreten Zertifikats und weitere relevante Aspekte informieren können. All dies dürfte den möglichen Vorwurf einer Irreführung weiter entkräften und der weiteren Kundenbindung durch Transparenz zuträglich sein.

### 6.2.4 Anforderungen an ein EmpCo-konformes Zertifizierungssystem

Ein Zertifizierungssystem muss zur Erfüllung der EmpCo-Anforderungen zunächst ein Mindestmaß an Transparenz erfüllen. Das bedeutet, dass aus der Sicht eines Außenstehenden, der sich am Zertifizierungsprozess als siegelnutzendes Unternehmen beteiligen möchte, dieses System (leicht) verständlich sein muss. Dies erfordert die Veröffentlichung aller erforderlichen Standards und Bedingungen im Voraus und darüber hinaus die Veröffentlichung zumindest einiger erläuternder Dokumente. Dies umfasst u. a. Angaben über das System selbst, die Bewertungsverfahren, Regeln und Verfahren für die Erteilung, Aufrechterhaltung, Erweiterung oder Einschränkung, Aussetzung, Entziehung oder Verweigerung der Zertifizierung.

Die Bedingungen des Systems sollten sicherstellen, dass das Zertifizierungssystem allen Händlern von Produkten/ Dienstleistungen unter denselben Bedingungen offenstehen muss, d. h., dass eine unterschiedliche Behandlung der Händler durch tatsächliche Unterschiede gerechtfertigt sein muss („diskriminierungsfrei“). Fair sind die Bedingungen dann, wenn sie einen ausreichenden Ausgleich zwischen den Interessen aller Beteiligten schaffen. Damit sind hersteller- bzw. händlereigene Systeme nicht per se ausgeschlossen, werden praktisch wohl aber vom Markt verschwinden.

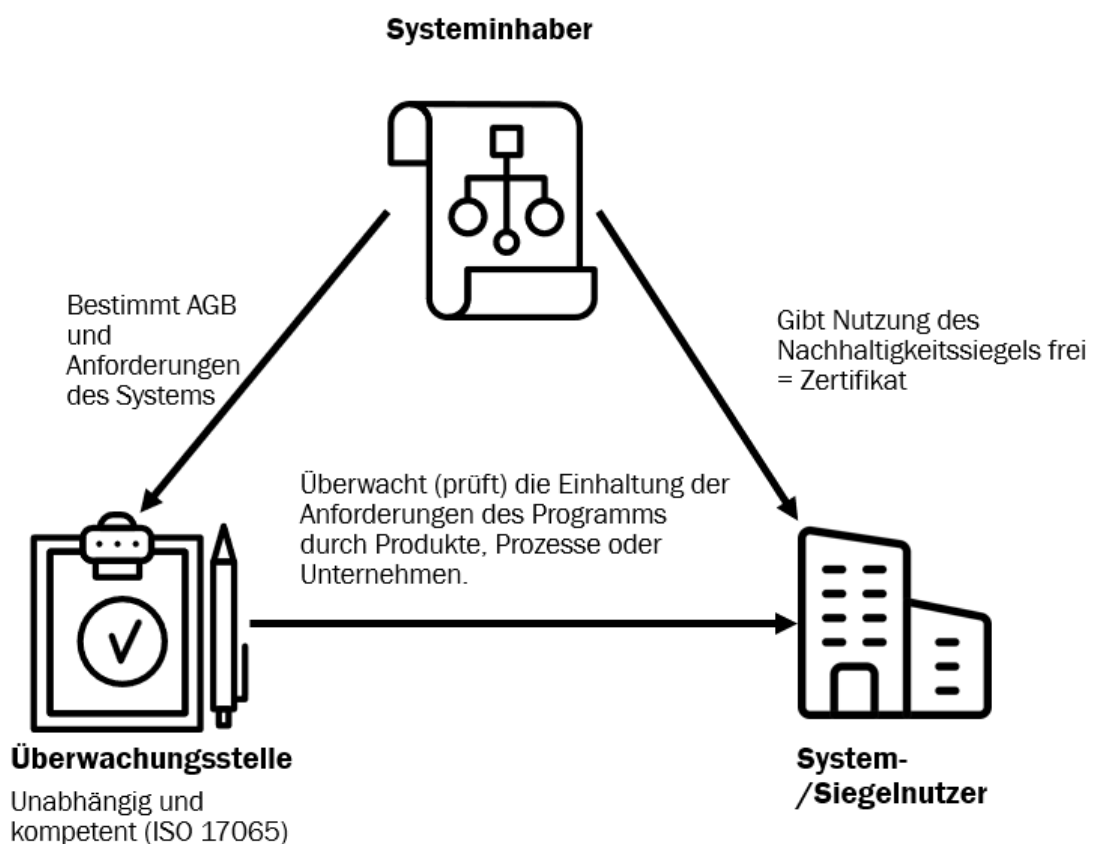
EmpCo enthält keine Angaben dazu, wie die konkreten Mechanismen für Non-Compliance ausgestaltet sein müssen. Grundsätzlich wird den Systeminhabern damit ein gewisses Ermessen eingeräumt. Bereits die bloße Existenz solcher Mechanismen könnte demnach ausreichen. Um Konformität zu erreichen, sollte das System aber bestimmte Mindestanforderungen nicht unterschreiten. Im Falle von Non-Compliance sollten deshalb verschiedene Maßnahmen, wie die Fortsetzung der Zertifizierung

(nur) unter bestimmten Bedingungen, die Reduzierung des Zertifizierungsumfangs/ die Streichung von zertifizierten Produkten, die Aussetzung oder der Entzug der Zertifizierung vom Siegelgeber vorgesehen werden. Darüber hinaus sollte das System Beschwerde- und Einspruchsmöglichkeiten sowie Whistleblowing-Möglichkeiten vorsehen.

Die Überwachungsstelle, die das Zertifizierungssystem überprüft, muss kompetent und unabhängig sein. Dies sollte durch den Nachweis der Einhaltung der DIN EN ISO/IEC 17065 („Konformitätsbewertung – Anforderungen an Stellen, die Produkte, Prozesse und Dienstleistungen zertifizieren“) nachgewiesen werden.<sup>61</sup>

Die Unabhängigkeit der Drittüberwachungsstelle ist nur dann gewährleistet, wenn sie eine von der siegelgebenden Organisation rechtlich unabhängige Stelle, also eine eigenständige rechtliche Person ist.<sup>62</sup>

Zusammengefasst sieht ein konformes Zertifizierungssystem demnach wie folgt aus:



Um zu gewährleisten, dass die Verwendung der lizenzierten Nachhaltigkeitssiegel auch nach Umsetzung der EmpCo im UWG möglich bleibt, müssen Unternehmen sich die Erfüllung der vorstehenden Anforderungen von den siegelgebenden Organisationen zusichern lassen bzw. selbst überprüfen, ob nach den öffentlich zugänglichen Quellen eine Konformität des Systems und der Überwachungsstellen gewährleistet ist.

### 6.2.5 Welche Anforderungen gelten für die Werbung mit einer zukünftigen Umwelleistung?

Werbung mit einer künftigen Umwelleistung wird auch in Zukunft noch zulässig sein, wenn ihr ein klarer, objektiver, öffentlich einsehbarer und überprüfbarer, detaillierter und realistischer Umsetzungsplan zugrunde liegt, der messbare und zeitgebundene Ziele sowie die Zuweisung von Ressourcen (z. B. finanzielle oder personelle Budgets) beinhaltet und regelmäßig überprüft wird.

Dieser Umsetzungsplan sollte im Einklang mit dem Unionsrecht gegebenenfalls alle relevanten Aspekte enthalten, die für die Erfüllung der Verpflichtungen erforderlich sind, etwa die finanziellen Mittel und technologische Entwicklungen.<sup>63</sup> Diese Aussagen sollten auch von einem externen Sachverständigen überprüft werden, der vom Gewerbetreibenden unabhängig und nicht von Interessenkonflikten betroffen ist, über Erfahrungen und Kompetenzen in Umweltfragen verfügt und in der Lage sein sollte, den Fortschritt des Gewerbetreibenden hinsichtlich der Verpflichtungen und Ziele, einschließlich der Etappenziele für deren Erreichung, regelmäßig zu überwachen. Gewerbetreibende sollten sicherstellen, dass die Ergebnisse der regelmäßigen Überprüfungen des externen Sachverständigen den Verbraucher:innen zur Verfügung stehen.

Um das Erfordernis der „Regelmäßigkeit“ zu gewährleisten, muss eine Überprüfung halbjährlich oder jährlich erfolgen.<sup>64</sup> Es dürfte möglich sein, den Umsetzungsplan und die weiteren Informationen z. B. mittels QR-Code an einem anderen Ort zur Verfügung zu stellen.<sup>65</sup> Dies dürfte aber nicht von der Verpflichtung befreien, die Umweltaussage zumindest in groben Zügen noch an Ort und Stelle zu erläutern.

## 6.2.6 Ist Werbung mit Kompensationsmaßnahmen weiterhin möglich?

Das Werbeverbot für Treibhausgaskompensationsmaßnahmen ist ein zentraler Punkt der EmpCo. Wichtig ist, dass mit Kompensationen dann nicht geworben werden soll, wenn die Umweltaussage suggeriert, dass ein Produkt, also entweder eine Ware oder eine Dienstleistung, hinsichtlich der Treibhausgasemissionen durch die Kompensation neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat.<sup>66</sup> Dazu zählen vor allem Aussagen, dass ein Produkt „klimaneutral“, „zertifiziert CO<sub>2</sub>-neutral“, „CO<sub>2</sub>-positiv“, „mit Klimaausgleich“, „klimaschonend“ und „mit reduziertem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck“ sei.

Dabei ist zu beachten, dass die Verwendung dieser Begriffe nicht per se verboten sein wird, sondern nur deren Begründung mit Kompensationsmaßnahmen. Wenn sich solche Aussagen auf die tatsächlichen Auswirkungen auf den gesamten Lebenszyklus des betreffenden Produkts beziehen, dürfen sie weiter getroffen werden. Praktisch wird das aber selten möglich sein, weil echte und umfassende Lebenszyklus-Analysen auf Produktebene tatsächlich sehr schwer bis gar nicht umsetzbar sind.

Auch die Werbung mit Kompensationsmaßnahmen an sich ist nicht per se verboten. Das Verbot soll Unternehmen nämlich nicht daran hindern, für ihre Investitionen in Umweltinitiativen, etwa in Projekte für Emissionsgutschriften, zu werben, sofern sie diese Informationen in einer Weise bereitstellen, die nicht irreführend ist und den Anforderungen des Unionsrechts genügt.<sup>67</sup>

Konkret dürfte die Bewerbung von bisher als „Kompensationsmaßnahmen“ beschriebener Umweltleistungen dann zulässig sein, wenn die Umweltleistung nicht den Eindruck erweckt, sie würde sich auf das konkrete Produkt, die Ware oder Dienstleistung, beziehen – diese(s) also nicht „verbessern“ –, sondern für sich selbst steht. Ein möglicher Weg dürfte demnach sein, statt von „Kompensation“ von „Investition“ zu sprechen (z. B. „Wir investieren in Klimaschutz!“ statt „Wir kompensieren!“).<sup>68</sup> Dabei dürfte es zulässig sein, darauf hinzuweisen, dass diese „Investition“ deshalb erfolgt, weil man sich des (negativen) Umwelteinflusses der eigenen Produkte bewusst ist (z. B. „Wir sind uns des Einflusses unserer Produkte auf die Umwelt bewusst. Um diesem entgegenzuwirken, investieren wir in Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsprojekte.“). Eine solche Darstellung muss selbstverständlich weiterhin allgemeinen Irreführungsverboten genügen und im Einzelfall geprüft werden.

---

<sup>1</sup> **Disclaimer:** Bitte beachten Sie, dass die Bewertung der Sach- und Rechtslage auf Basis des Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb, BGBl. 2026 I Nr. 43 vom 19.02.2026, sowie der Richtlinie (EU) 2024/825 (EmpCo) und der bislang verfügbaren Literatur beruht. Rechtsprechung zum neuen UWG gibt es noch nicht. Damit kann dieser Leitfaden nur den derzeitigen Diskussionsstand und eine vorläufige Rechtsauffassung darstellen und muss nach Inkrafttreten des neuen UWG am 27.09.2026 im Lichte der späteren Rechtsprechung ggf. neu evaluiert werden.

<sup>2</sup> Richtlinie (EU) 2024/825 des Europäischen Parlamentes und des Rates vom 28. Februar 2024 zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und durch bessere Informationen

<sup>3</sup> Drittes Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb, Veröffentlichungsdatum vom 19. Februar 2026.

<sup>4</sup> § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG-n.F.

<sup>5</sup> § 5 Abs. 2 Nr. 4 UWG-n.F.

<sup>6</sup> Nr. 2a Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG-n.F.

<sup>7</sup> § 2 Abs. 2 Nr. 4 UWG-n.F.

<sup>8</sup> § 2 Abs. 2 Nr. 2 UWG-n.F.

<sup>9</sup> Nr. 4a Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG-n.F.

<sup>10</sup> § 2 Abs. 2 Nr. 5 UWG-n.F.

<sup>11</sup> § 2 Abs. 2 Nr. 1 UWG-n.F.

<sup>12</sup> FAQ Nr. 2, European Commission, „Questions & Answers“, 27. November 2025, Ref. Ares(2025)10410238 („**FAQ**“).

<sup>13</sup> § 2 Abs. 2 Nr. 2 UWG-n.F.

<sup>14</sup> Nr. 4b Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG-n.F.

<sup>15</sup> Nr. 4c Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG-n.F.

<sup>16</sup> Vgl. FAQ, Nr. 4.

<sup>17</sup> Vgl. FAQ, Nr. 8.

<sup>18</sup> Vgl. EG-Öko-Basisverordnung EG-VO 834/2007

<sup>19</sup> Vgl. EG-Öko-Basisverordnung EG-VO 834/2007

<sup>20</sup> Vgl. French Consumer Council (2012) „A practical guide to environmental claims for traders and consumers“

<sup>21</sup> Vgl. French Consumer Council (2012) „A practical guide to environmental claims for traders and consumers“

<sup>22</sup> Quellen: Vgl. Dorandt, S. (2005) „Analyse des Konsumenten- und Anbieterverhaltens im Hinblick auf eine verbesserte Kommunikation zwischen Konsumenten und Anbietern am Beispiel von regionalen Lebensmitteln“; Gerschau et al. (2002) „Ansatzpunkte für eine regionale Nahrungsmittelversorgung“

<sup>23</sup> Vgl. REACH 1907/2006

<sup>24</sup> Vgl. Duden „naturbelassen“

<sup>25</sup> Vgl. Duden, <https://www.duden.de/rechtschreibung/umweltschonend>

<sup>26</sup> Vgl. The Consumer Goods Forum (2017) „Consumer Communications Glossary“

<sup>27</sup> Vgl. Bundesumweltministerium – „Was bedeutet „Energieeffizienz?““; vgl. The Consumer Goods Forum (2017) „Consumer Communications Glossary“

<sup>28</sup> Vgl. Water Footprint Network „What is a water footprint?“; vgl. Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) (2013) „Virtuelles Wasser und der Wasserfußabdruck“

<sup>29</sup> Vgl. WWF „Natur und Artenvielfalt schützen!“

<sup>30</sup> Vgl. Umweltbundesamt „Nachhaltige Waldwirtschaft“

<sup>31</sup> Vgl. DIN EN ISO 14021:2021-10 „Umweltkennzeichnungen und -deklarationen – Umweltbezogene Anbietererklärungen“

<sup>32</sup> Vgl. Forum Rezyklat (2022) „Leitfaden Rezyklat“

<sup>33</sup> Vgl. efsa, European Food Safety Authority „Kunststoffe und Kunststoffrecycling“

<sup>34</sup> Vgl. DIN EN ISO 14021:2021-10 „Umweltkennzeichnungen und -deklarationen – Umweltbezogene Anbietererklärungen“

<sup>35</sup> Vgl. DIN EN ISO 14021:2021-10 „Umweltkennzeichnungen und -deklarationen – Umweltbezogene Anbietererklärungen“; Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister „Mindeststandard für die Bemessung der Recyclingfähigkeit von systembeteiligungspflichtigen Verpackungen gemäß § 21 Abs. 3 VerpackG“

<sup>36</sup> Vgl. Becker, J. et al. 2019 „Umwidmung und Weiterverwendung von Traktionsbatterien – Szenarien, Dienstleistungen und Entscheidungsunterstützung“, Wiesbaden, S.26; technocycle „Professionelles Refurbishment und Wiederaufbereitung – Ein zweites Leben für gebrauchte IT“

- 
- <sup>37</sup> Vgl. DE-PACK GmbH & Co. KG „Was sind Mehrwegverpackungen?“
- <sup>38</sup> Vgl. The Consumer Goods Forum (2017) „Consumer Communications Glossary“; DIN EN ISO 14021:2021-10 „Umweltkennzeichnungen und -deklarationen – Umweltbezogene Anbietererklärungen“
- <sup>39</sup> Vgl. DIN EN ISO 14021:2021-10 „Umweltkennzeichnungen und -deklarationen – Umweltbezogene Anbietererklärungen“
- <sup>40</sup> Vgl. Umweltbundesamt „Biobasierte und biologisch abbaubare Kunststoffe“
- <sup>41</sup> Vgl. The Consumer Goods Forum (2017) „Consumer Communications Glossary“; European Environment Agency „Biodegradable and compostable plastics – challenges and opportunities“
- <sup>42</sup> Vgl. Lebensmittelverband Deutschland „Was bedeuten „vegan“ und „vegetarisch“?“
- <sup>43</sup> Vgl. Lebensmittelverband Deutschland „Was bedeuten „vegan“ und „vegetarisch“?“
- <sup>44</sup> Vgl. Gesellschaft zur Förderung des Tierwohls in der Nutztierhaltung mbH „Haltungsform“
- <sup>45</sup> Vgl. Forum Fairer Handel e.V. „Was ist fairer Handel?“
- <sup>46</sup> Vgl. FAQ Nr. 2.
- <sup>47</sup> Vgl. § 2 Abs. 2 Nr. 1 UWG-n.F.
- <sup>48</sup> Vgl. Erwägungsgrund (9) der EmpCo.
- <sup>49</sup> Vgl. Nr. 4a Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG-n.F.
- <sup>50</sup> Vgl. § 2 Abs. 2 Nr. 2 UWG-n.F. u. Nr. 2a Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG-n.F.
- <sup>51</sup> Vgl. FAQ Nr. 8.
- <sup>52</sup> Vgl. § 2 Abs. 2 Nr. 1 UWG-n.F.
- <sup>53</sup> Vgl. FAQ Nr. 2.
- <sup>54</sup> Vgl. FAQ Nr. 3.
- <sup>55</sup> Vgl. FAQ Nr. 1.
- <sup>56</sup> § 5 Abs. 2 Nr. 3 UWG-n.F.
- <sup>57</sup> Vgl. Erwägungsgrund 5 der EmpCo.
- <sup>58</sup> Vgl. FAQ Nr. 17.
- <sup>59</sup> Gemäß Erwägungsgrund (7) Absatz 1 EmpCo.
- <sup>60</sup> Vgl. FAQ Nr. 4.
- <sup>61</sup> Vgl. Erwägungsgrund (7) der EmpCo.
- <sup>62</sup> Vgl. FAQ Nr. 8.
- <sup>63</sup> Vgl. Erwägungsgrund (4) der EmpCo.
- <sup>64</sup> Vgl. FAQ Nr. 12.
- <sup>65</sup> Vgl. FAQ Nr. 12.
- <sup>66</sup> Vgl. Erwägungsgrund (12) der EmpCo.
- <sup>67</sup> Vgl. Erwägungsgrund (12) der EmpCo u. Nr. 4c Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG-n.F.
- <sup>68</sup> Vgl. FAQ Nr. 10.

## Was können wir für Sie tun?

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Erfordert ein konkreter Bedarf schnelles Handeln – oder möchten Sie sich einfach unverbindlich über Themen aus unserem Portfolio informieren? Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir freuen uns auf ein persönliches Gespräch mit Ihnen.

### **GS1 Germany GmbH**

Stolberger Straße 108a  
50933 Köln

**T** +49 221 94714-0

**F** +49 221 94714-990

**E** [info@gs1.de](mailto:info@gs1.de)

[www.gs1.de](http://www.gs1.de)

