

EMPCO-RICHTLINIE

Die EmpCo (= Empowering Consumers for the Green Transition) ist eine **EU-Richtlinie gegen Green und Social Washing**, die in Deutschland am **27. September 2026** in Kraft tritt. Sie wird im Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UGW) umgesetzt.

Für wen ist die EmpCo relevant?

Die EmpCo gilt für **alle Unternehmen**, die Produkte oder Dienstleistungen innerhalb **der EU** anbieten – unabhängig von Branche, Größe oder Sitz des Unternehmens.

Welche Vorgaben werden gemacht?

Im Zentrum der EmpCo steht der Verbraucherschutz: Kunden sollen vor irreführenden Umweltaussagen und Nachhaltigkeitssiegeln geschützt werden.

Verbot der Werbung mit CO₂-Kompensation von Produkten	Vorgaben für Werbung mit künftigen Umweltleistungen (z. B. klimaneutral bis 2030)
Regulierung der Verwendung von Nachhaltigkeitssiegeln	Verbot für allgemeine Umweltaussagen (z. B. nachhaltig, umweltfreundlich)

Definition Umweltaussage


Als Umweltaussage gilt eine Darstellung in Form von **Text, Farbe oder Bildsprache**, die ausdrücklich oder implizit behauptet, dass ein Produkt oder eine Dienstleistung positive oder keine Auswirkungen auf die Umwelt hat, weniger schädlich ist als andere oder im Laufe der Zeit verbessert wurde.

Unter den Begriff fallen auch **soziale und ethische Darstellungen**, zum Beispiel in Bezug auf Menschenrechte, Gleichbehandlung und Tierschutz. Bei Produkten kommen noch Aussagen zur **Zirkularität**, wie etwa Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit, hinzu.

Was ändert sich in der Kommunikation?

Umweltaussagen müssen **konkret, nachvollziehbar und belegbar** sein. Allgemeine Aussagen – insbesondere pauschale Begriffe wie „klimaneutral“, „umweltfreundlich“, „grün“ oder „biologisch abbaubar“ – sind nicht mehr erlaubt.

Die Werbung mit CO₂-Kompensation wird verboten. Zukunftsversprechen wie „klimaneutral bis 2030“ brauchen einen konkreten Umsetzungsplan mit externer Überprüfung.

Allgemeine Umweltaussagen inkl. Farb- und Bildsprache	umweltbewusst ressourcenschonend  verantwortungsvoll positiv fürs Klima	klimatefreundlich energieeffizient grün langfristig	Umweltaussagen klar konkretisieren, nachvollziehbar und überprüfbar machen
Umweltaussagen zur Kompensation von Treibhausgasen	klimateutral zertifiziert CO ₂ -neutral mit Klimaausgleich	mit reduziertem CO ₂ -Fußabdruck klimatechonend	Nicht mehr zulässig. Investitionen in Projekte dürfen noch beworben werden
Umweltaussagen über künftige Umwelleistungen	klimateutral bis 2030	2040 wollen wir klimateutral sein	Voraussetzung: Klarer Umsetzungsplan mit externer Überprüfung

Wichtig

Umweltaussagen dürfen künftig **nicht übertreiben oder verallgemeinern**, wenn sie sich zum Beispiel auf nur einen Aspekt oder Teil der Dienstleistung beziehen.

Beispiel: „Als zertifiziertes Hotel setzen wir Maßstäbe im Umweltschutz.“ Erlaubt wäre hingegen: „Unser Hotel ist nach XY zertifiziert. Das bedeutet: Wir nutzen 100 % Ökostrom im Haupthaus und kaufen ausschließlich Handtücher aus Bio-Baumwolle.“

Entscheidend ist immer die Frage: **Welcher Eindruck entsteht beim Verbraucher?**

Erläuterungen zu Umweltaussagen müssen im gleichen Medium sichtbar und lesbar platziert werden. Mehrdeutigkeiten gehen zu Lasten des Werbetreibenden.

Was ändert sich bei Siegeln?

Nachhaltigkeitssiegel sind nur noch dann zulässig, wenn sie auf einem **unabhängigen Zertifizierungssystem** beruhen oder von staatlichen Stellen vergeben wurden.

Siegel, die nicht den Anforderungen entsprechen, müssen aus der kommerziellen Kommunikation entfernt werden.

Was passiert mit Produkten, die schon auf dem Markt sind?

Die Vorgaben gelten auch für Produkte, die bereits vermarktet werden. Unternehmen müssen also rückwirkend prüfen, ob ihre Claims weiterhin zulässig sind.

Eine Übergangsfrist ist seitens der EU aktuell nicht vorgesehen.