



Goodbye Greenwashing @FFI

06.02.2025 - Hand-out



Solution Partner
House of Change
GmbH

Rechtlicher Hinweis

Haftungsausschluss

Die in dieser Präsentation bereitgestellten Informationen stellen keine Rechtsberatung dar und sind nicht dazu bestimmt, rechtliche Fragen oder Probleme zu behandeln, die in Einzelfällen auftreten können. Die Informationen sind allgemeiner Natur und dienen ausschließlich Informationszwecken.

HEUTE

...

ungenau

unbelegt

unverifiziert



<2 years

AB 2026...

spezifisch

nachweisbar

verifiziert

Umweltaussage (Green Claim)



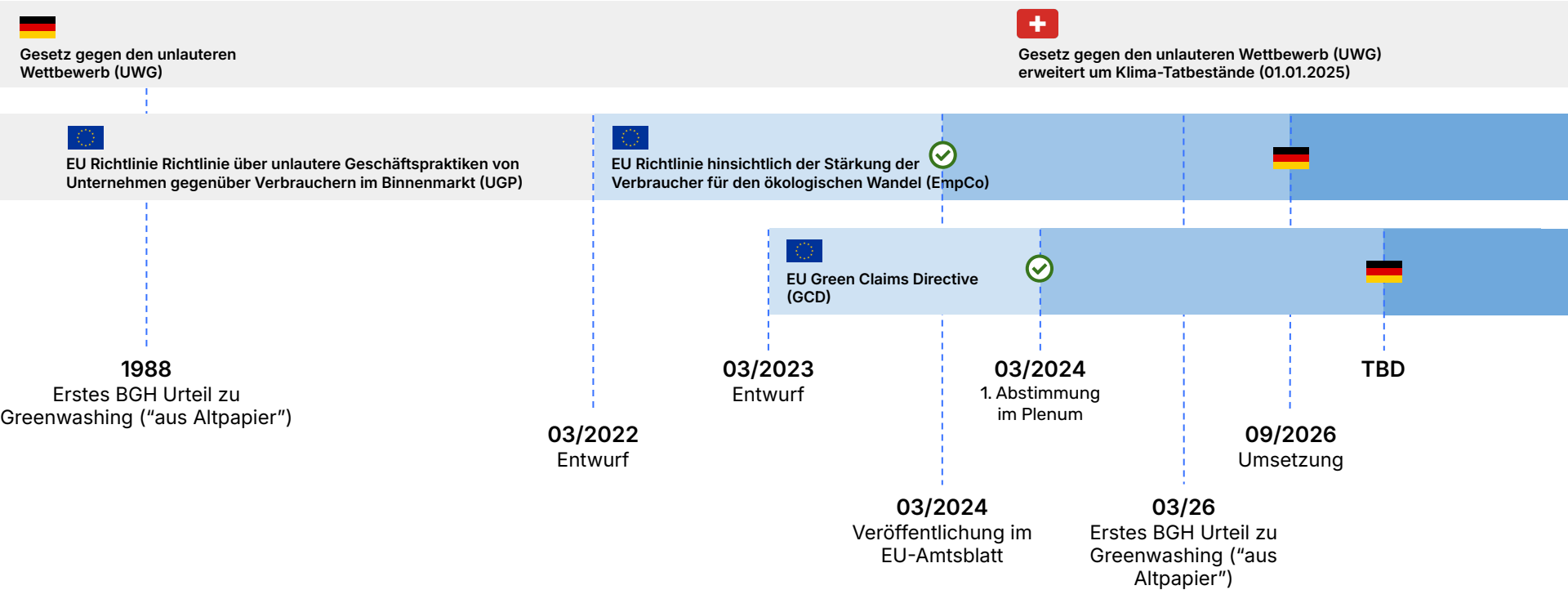
eine Aussage oder Darstellung, [...], einschließlich Darstellungen durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole wie beispielsweise Etiketten, Markennamen, Firmennamen oder Produktbezeichnungen, im Kontext einer kommerziellen Kommunikation, und in der ausdrücklich oder stillschweigend angegeben wird, dass ein Produkt, eine Produktkategorie, eine Marke oder ein Gewerbetreibender eine positive oder keine Auswirkung auf die Umwelt hat oder weniger schädlich für die Umwelt ist als andere Produkte bzw. Gewerbetreibende oder seine bzw. ihre Auswirkung im Laufe der Zeit verbessert wurde.

Greenwashing

=

Umweltaussagen, die
ungenau,
unbelegt
(oder unverifiziert)
sind

Bestehende Gesetze und Richtlinien nicht ausreichend



Warum gibt es zwei EU Richtlinien zu Green Claims?



Lex generalis:

Lex specialis:

Richtlinie



EU Richtlinie hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel (EmpCo)



EU Green Claims Richtlinie (GCD)

Ursprung

Verbraucherschutz

Umwelt

Anwendungsbereich

Verbot irreführender umweltbezogener Angaben

Festlegung von Mindestkriterien & unabhängige Vorabüberprüfung

Umfang der Strafen

Vergleichbar mit irreführender Werbung

Vergleichbar mit DSGVO

Neue Per-se Verbote der EU EmpCo Richtlinie

Allgemeine Umweltaussagen

Generische Aussagen wie „umweltfreundlich“, „öko“, „klimafreundlich“ oder „naturfreundlich“ müssen klar spezifiziert und belegt sein.

Irreführender Gesamtanspruch

Eine Umweltbehauptung für ein gesamtes Produkt oder Unternehmen ist irreführend, wenn sie nur einen bestimmten Aspekt betrifft.

Vergleiche ohne Bezug

Das Auslassen von Informationen über die verwendete Methodik beim Vergleich von Produkten ist irreführend.

Selbstverständlichkeiten

Eine Aussage, die eine gesetzlich auferlegte Anforderungen als besonderes Merkmal darstellt oder die Allgemeinpraxis ist, ist irreführend.



Eigenlabel ohne Zertifizierungssystem

Es ist verboten, ein Nachhaltigkeitssiegel anzubringen, das nicht staatlich anerkannt ist oder nicht auf einem offiziellen Zertifizierungssystem basiert:

- Verfügbar für alle Gewerbetreibende
- Anforderungen, die vom Systeminhaber mit Experten entwickelt wurden
- Verfahren für den Umgang mit Verstößen sind festgelegt (einschließlich des Entzugs des Siegels)
- Die Überwachung erfolgt durch ein objektives Verfahren und durch eine dritte Partei

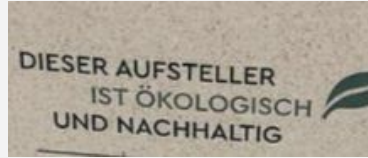
'Klimaneutral' dank Offsetting

Klimabezogene Aussagen, die ausschließlich auf Ausgleichsmaßnahmen beruhen, sind irreführend; echte CO₂-Reduktionen sind notwendig

Neue Per-se Verbote der EU EmpCo Richtlinie

Allgemeine Umweltaussagen

Generische Aussagen wie „umweltfreundlich“, „öko“, „klimafreundlich“ oder „naturfreundlich“ müssen klar spezifiziert und belegt sein.



Irreführender Gesamtanspruch

Eine Umweltbehauptung für ein gesamtes Produkt oder Unternehmen ist irreführend, wenn sie nur einen bestimmten Aspekt betrifft.



Vergleiche ohne Bezug

Das Auslassen von Informationen über die verwendete Methodik beim Vergleich von Produkten ist irreführend.



Selbstverständlichkeiten

Eine Aussage, die eine gesetzlich auferlegte Anforderungen als besonderes Merkmal darstellt oder die Allgemeinpraxis ist, ist irreführend.



oder dass Papierblätter keinen Kunststoff enthalten.

Eigenlabel ohne Zertifizierungssystem








Es ist verboten, ein Nachhaltigkeitsiegel anzubringen, das nicht staatlich anerkannt ist oder nicht auf einem offiziellen Zertifizierungssystem basiert:

- Verfügbar für alle Gewerbetreibende
- Anforderungen, die vom Systeminhaber mit Experten entwickelt wurden
- Verfahren für den Umgang mit Verstößen sind festgelegt (einschließlich des Entzugs des Siegels)
- Die Überwachung erfolgt durch ein objektives Verfahren und durch eine dritte Partei

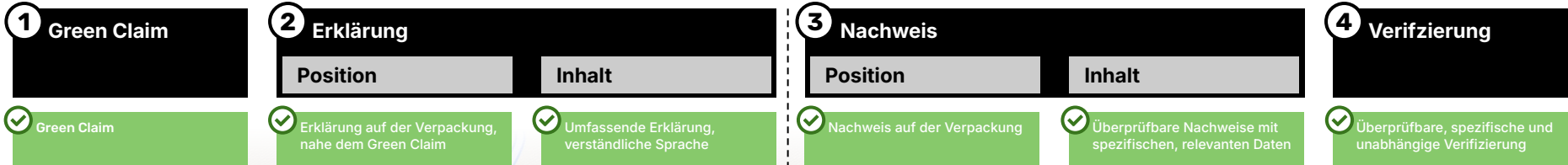
'Klimaneutral' dank Offsetting

Klimabezogene Aussagen, die ausschließlich auf Ausgleichsmaßnahmen beruhen, sind irreführend; echte CO₂-Reduktionen sind notwendig

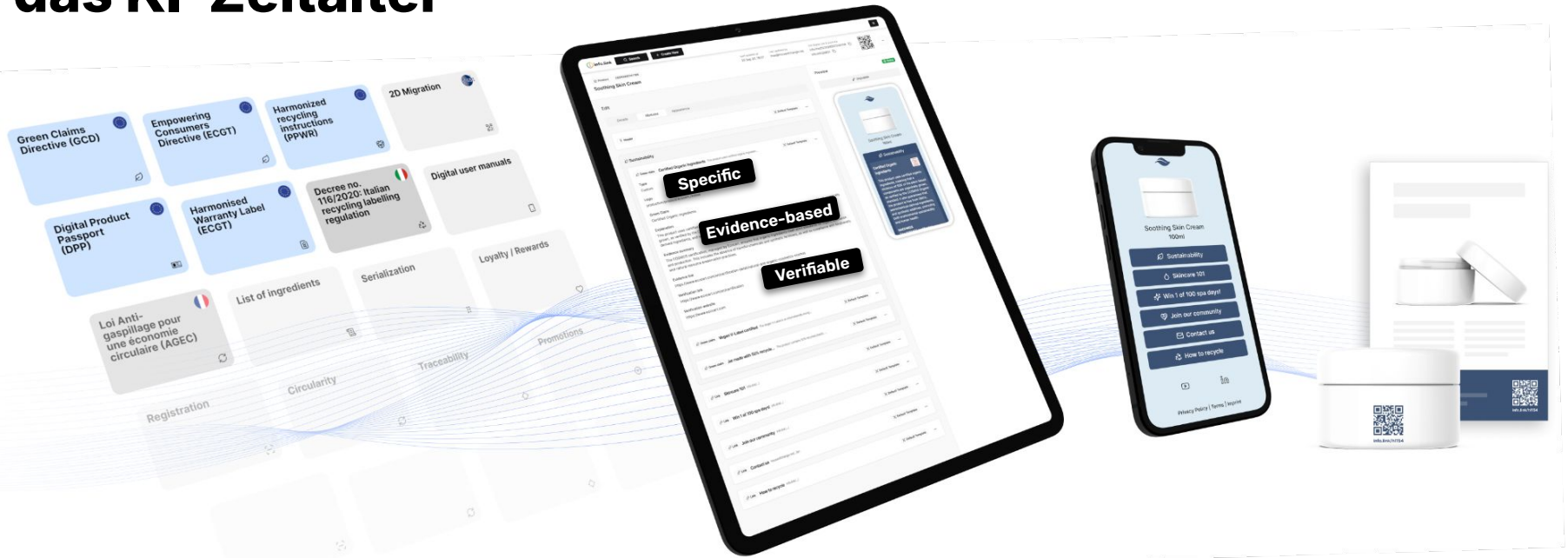
Green Claims Analyse in vier Schritten

1 Green Claim	2 Erklärung		3 Nachweis		4 Verifizierung
	Position	Inhalt	Position	Inhalt	
<p>✓ Green Claim</p>	<p>✓ Erklärung auf der Verpackung, nahe dem Green Claim</p>	<p>✓ Umfassende Erklärung, verständliche Sprache</p>	<p>✓ Nachweis auf der Verpackung</p>	<p>✓ Überprüfbare Nachweise mit spezifischen, relevanten Daten</p>	<p>✓ Überprüfbare, spezifische und unabhängige Verifizierung</p>
<p> Irreführung nach §5 UWG</p> <p>! Verständnis vom durchschnittlichen Adressatenkreis !</p>	<p>✓ Erklärung auf der Verpackung, separat vom Green Claim</p>	<p>✗ Umfassende Erklärung, aber komplexe/technische Sprache</p>	<p>✓ Nachweis über Link oder QR-Code</p>	<p>✗ Unklare Methodik oder keine überprüfbaren Nachweise</p>	<p>✗ Unklare oder nicht überprüfbare Verifizierung</p>
	<p>✗ Erklärung nur via Link</p>	<p>✗ Unzureichende Erklärung</p>	<p>✗ Kein Nachweis</p>	<p>✗ Nur allgemeine Aussagen, keine spezifischen, relevanten Daten</p>	<p>✗ Keine Verifizierung</p>
	<p>✗ Keine Erklärung</p>				
<p> EU Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel</p> <p>! Per-se Verbote !</p>	<p> EU Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel</p> <p>“Spezifizierung der Aussage [...] auf demselben Medium klar und in hervorgehobener Weise”</p>	<p> EU Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel</p> <p>“Spezifizierung der Aussage [...] auf demselben Medium klar und in hervorgehobener Weise”</p>	<p> EU Green Claims Richtlinie</p> <p>“Informationen über das Produkt [...] und über die Begründung sind [...] in physischer Form oder in Form eines Weblinks, eines QR-Codes oder in ähnlicher Form zur Verfügung zu stellen” Art. 5 (6)</p>	<p> EmpCo & GCD Richtlinien</p> <p>EmpCo: wissenschaftliche Belegbarkeit allgemeiner Umweltaussagen; Ergänzung der wesentlichen Merkmale eines Produkts u.a. um ökologische & (neu) soziale Auswirkungen</p> <p>GCD: zusätzlich Lebenszyklus-Betrachtung von Claims</p>	<p> EmpCo & GCD Richtlinien</p> <p>EmpCo: Siegel/siegelartige Claims nur mit “Zertifizierungssystem” konform; Zertifizierung von zukünftigen Umweltleistungen</p> <p>GCD: Vorabprüfung: “Ausgestellte Konformitätsbescheinigung und die Kontaktdaten der Prüfstelle [...]” Art. 5 (6)</p>

To easily share evidence and verification, each product must be digitized with a link & QR code



info.link = 'Nachhaltigkeitsinformationsinstrument' für das KI-Zeitalter



1

Verbinde jede Datenquelle

2

... verwalte diese kollaborativ
in einer Plattform

3

... teile Informationen als
rechtskonforme info.links

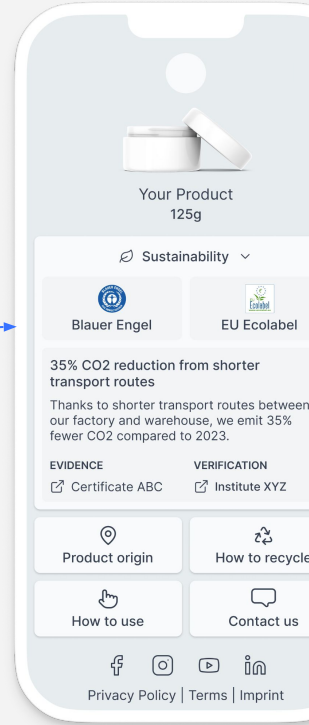
4

... verbinde via GS1
Digital Link

Es wird Hunderte Use Cases für jedes Produkt geben...

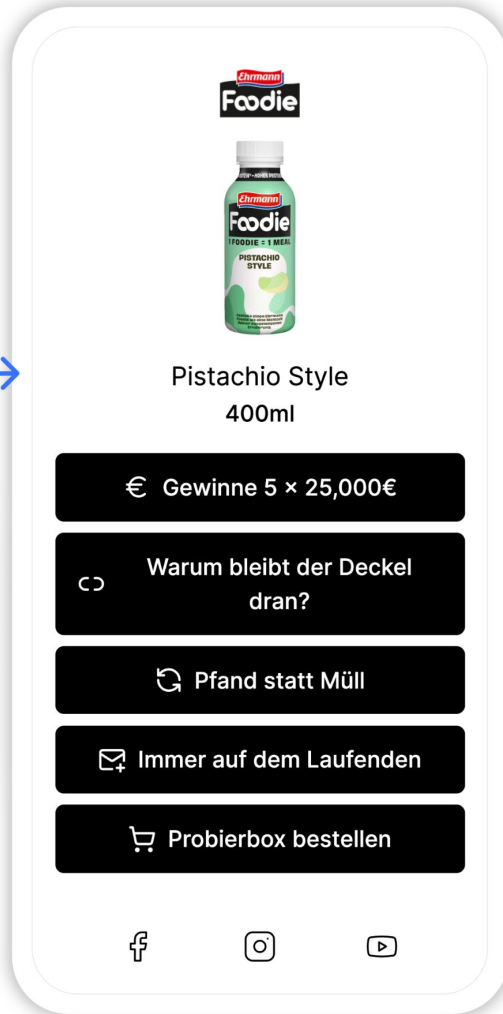
	<p>Basic info</p> <p>Product ingredients</p> <p>Product manual / FAQ</p>	<p>PRODUCT INFO</p>
	<p>Directive on Empowering Consumers for the Green Transition (EmpCo)</p> <p>Green Claims Directive (GCD)</p> <p>Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR)</p> <p>Loi Anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC)</p> <p>Digital Product Passport (DPP)</p>	<p>COMPLIANCE USE CASES</p>
	<p>Registration</p> <p>Traceability</p> <p>Circularity</p> <p>Serialization</p> <p>Promotions</p> <p>Loyalty / Rewards</p>	<p>ADVANCED USE CASES</p>

... und info.link integriert alle in einen zukunftssicheren QR-Code





info.link

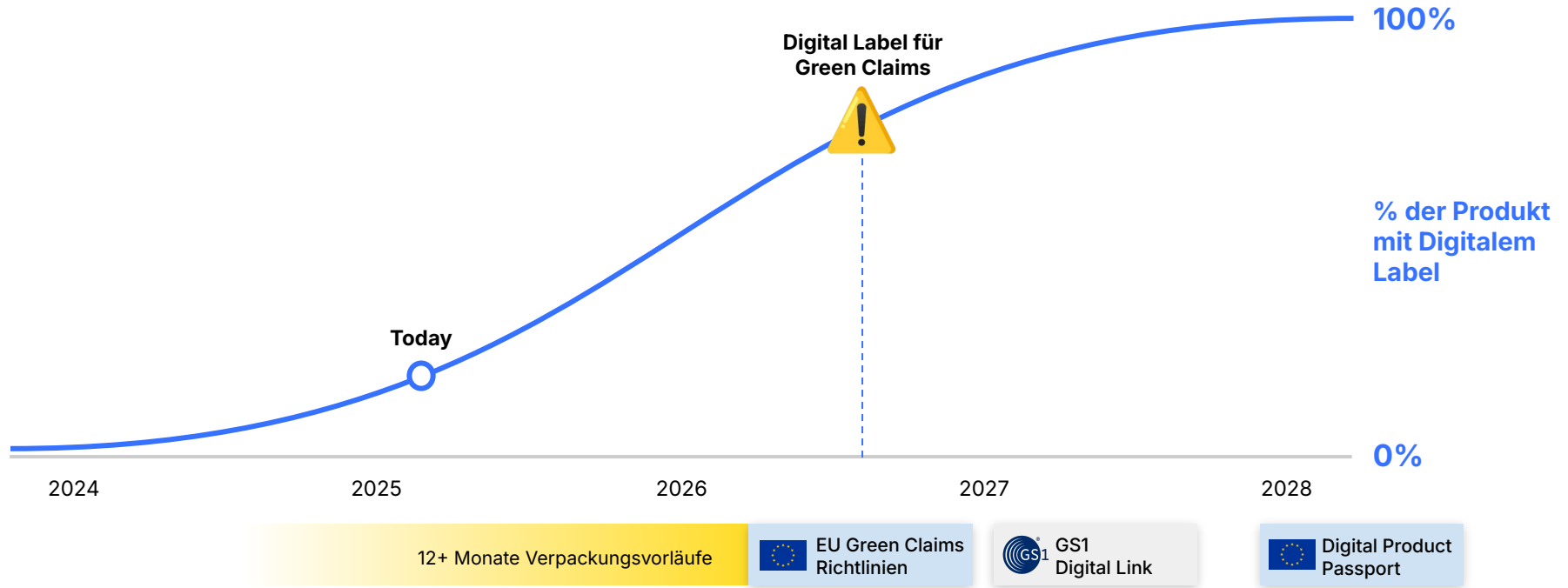


BEISPIEL - EHRMANN

Compliance with positivem ROI

- ✔️ ~1,000 Scan pro GTIN pro Monat
- ✔️ 2% Konvertierung im Online Shop
- ✔️ Vorbereitung der EU Green Claims Richtlinien

~75% müssen angepasst werden: Jeder neue Launch ohne digitales Label ist eine verpasste Chance



Tue Gutes & rede darüber.



Scanne oder Besuche
info.link/all25

- Green Claim Studien
- LinkedIn Kontakt
- Kostenloser Green Claim Check