



MARKENVERBAND



**Green Claims: Risiken & Chancen
Webinar am 18.10.2024**

Ihre Ansprechpartnerinnen:

Carola Wandrey, Leiterin Umwelt & Nachhaltigkeit

Julia Hentsch, Leiterin Rechts- & Verbraucherpolitik

Unsere Agenda für das heutige Webinar

- | | |
|---|---------------|
| 1. Einführung und Begrüßung (5 Min) | 11:00 – 11:05 |
| 2. Wichtige EU Rechtsvorschriften (20 Min) | 11:05 – 11:25 |
| 3. Beispiele zu Green Claims (30 Min) | 11:25 – 11:55 |
| 4. Auswirkungen auf Unternehmen (30 Min) | 11:55 – 12:25 |
| 5. Wichtigste Erkenntnisse (5 Min) | 12:25 – 12:30 |

“

**Einführung &
Begrüßung**

1



Herzlich Willkommen bei dem heutigen Webinar zum Thema Green Claims!

Emanuel
Chibesakunda
Partner, PwC



„Ich bin Partner bei PwC und Ihre Ansprechpartner für alle Fragen zur Kreislaufwirtschaft und Dekarbonisierung. Zu damit einhergehenden Strategien und Regulierungen beraten mein Team und ich Kunden im europäischen In- und Ausland.“

Julia
Schmidt
Managerin, PwC



„Ich bin seit 2019 als Rechtsanwältin bei PwC Legal tätig und berate insbesondere energieintensive Unternehmen, aber auch Energieversorger umfassend zu sämtlichen energie- und klimarechtlichen Fragestellungen.“

Aurelie
Jamard
Managerin, PwC



„Ich arbeite vorrangig an Themen rund um ‚Sustainable Innovation‘ und helfe damit Unternehmen, Produkte und Services zu kreieren, die ökologisch und sozial nachhaltig sind. Dabei ist die Umsetzung der Regulatorik in die Praxis eine der spannendsten Herausforderungen.“

Was wollen wir in unserem heutigen Webinar ansprechen?

1 Überblick über die **aktuellen** regulatorischen Anforderungen

2 Überblick über die **bevorstehenden** regulatorische Anforderungen

**Richtlinie (EU) 2024/825
(Empowering Consumers Directive)**
Stärkung der Verbraucher für den grünen Wandel durch besseren Schutz vor unfairen Praktiken und durch bessere Informationen

**Richtlinienentwurf (EU) 2023/0085
(Green Claims Directive)**
Festlegung von Mindestanforderungen an die Nachweisbarkeit und Kommunikation von freiwilligen Umweltangaben & Umweltlabels

In der Praxis:

- Interaktive Impulse während des Webinars und anonymisierte Fallbeispiele machen das Thema leichter verständlich
- Eine Fragerunde (Q&A) am Ende ermöglicht es den Teilnehmern, Punkte zu klären und offene Fragen zu stellen

... und viele weitere Vorschriften

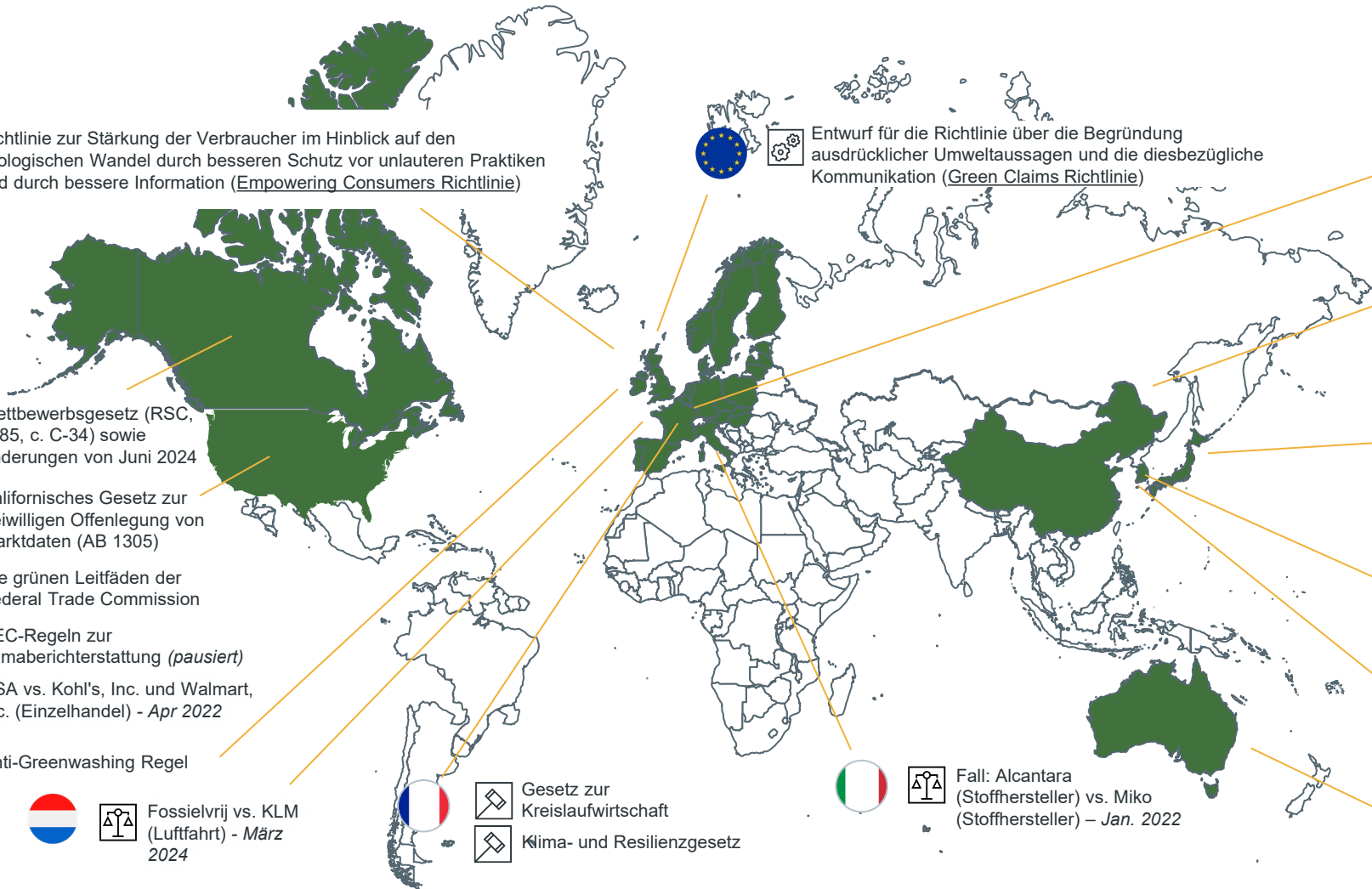


Wichtige EU Rechtsvorschriften

2

Green Claims als globales Thema: Standards, Regularien und Fälle falschlautender Werbung gibt es weltweit

Exemplarisch (Oktober 2024)



Europa:

- Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher im Hinblick auf den ökologischen Wandel durch besseren Schutz vor unlauteren Praktiken und durch bessere Information (Empowering Consumers Richtlinie)
- Entwurf für die Richtlinie über die Begründung ausdrücklicher Umweltaussagen und die diesbezügliche Kommunikation (Green Claims Richtlinie)
- Fall: Deutsche Umwelthilfe vs. dm (Drogeriemarktkette) – Dez. 2023

Asien:

- Die Marketingaktivitäten des Greenwashing sind im Rahmen des Verbraucherschutzrechts, des Markenrechts und des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb geregelt.
- Unverbindliches Recht: Leitlinien zur Umweltkennzeichnung für selbsterklärte Umweltaussagen
- Entwurf für ein Greenwashing-Gesetz
- Fall: Solutions For Our Climate vs. SK (Konglomerat) und Posco (Stahlhersteller) - *laufend*

Australien:

- Fall: Australian Securities and Investments Commission vs. Vanguard Investment (Fonds) - März 2024

USA:

- Wettbewerbsgesetz (RSC, 1985, c. C-34) sowie Änderungen von Juni 2024
- Kalifornisches Gesetz zur freiwilligen Offenlegung von Marktdaten (AB 1305)
- Die grünen Leitfäden der Federal Trade Commission
- SEC-Regeln zur Klimaberichterstattung (*pausiert*)
- USA vs. Kohl's, Inc. und Walmart, Inc. (Einzelhandel) - Apr 2022

UK:

- Anti-Greenwashing Regel

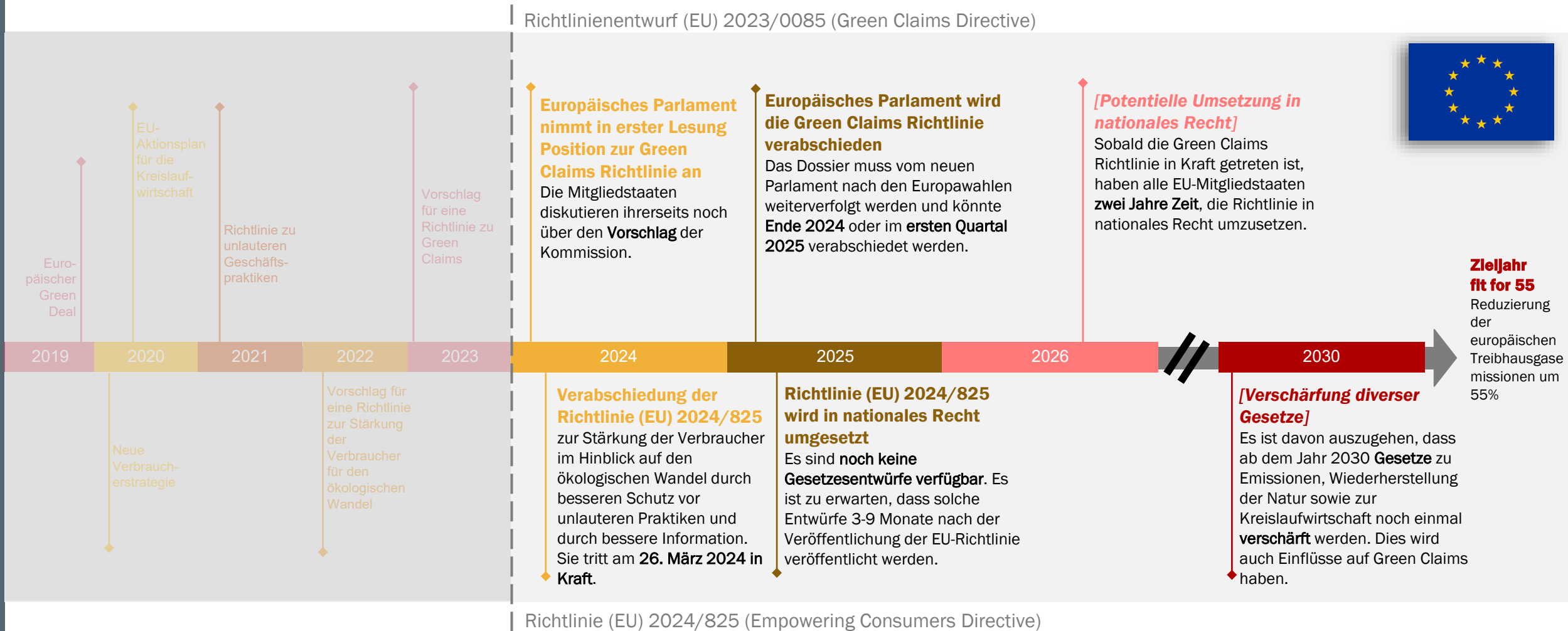
Andere Länder:

- Fossielvrij vs. KLM (Luftfahrt) - März 2024
- Gesetz zur Kreislaufwirtschaft
- Klima- und Resilienzgesetz
- Fall: Alcantara (Stoffhersteller) vs. Miko (Stoffhersteller) – Jan. 2022

Legende:

- geltende Rechtsvorschriften
- Rechtsvorschriften im Entwurfsstadium
- Rechtsfall
- Unverbindliches Recht

Unternehmen werden ab 2026 in den EU-Mitgliedsstaaten Green-Claims-Regeln einhalten müssen



Richtlinie (EU) 2024/825 stärkt Verbraucher und schützt sie vor unlauteren Praktiken durch das Verbot irreführender Angaben

Das wichtigste auf einen Blick

Konkrete Umsetzung

1 Empowering Consumers Directive

4 vorrangige Ziele:



Soziale Nachhaltigkeit



Produkt CO₂-Neutralität



Produktkennzeichnung



Verbraucherschutz




Was? Seit dem 26. März 2024 zielt die neue Richtlinie (EU) 2024/825 darauf ab, unlautere Geschäftspraktiken zu bekämpfen, die Verbraucher in die Irre führen und sie daran hindern, nachhaltige Konsumententscheidungen zu treffen. Sie ist eine Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83EU zur Stärkung des Verbraucherschutzes.


Wie? Verpflichtung der Gewerbetreibenden zur Bereitstellung klarer, relevanter und zuverlässiger Informationen durch Änderung von Artikel 2 Absatz 1, Artikel 6 und 7 der Richtlinie **2005/29/EG** und **2011/83EU** (Verhinderung potenziell irreführender Geschäftspraktiken).

Wann?

- **Verabschiedung:** 28. Februar 2024
- **Inkrafttreten:** 26. März 2024
- Die Mitgliedsstaaten haben 2 Jahre Zeit, die EU-Richtlinie in nationales Recht umzusetzen
- **Anwendung:** Ab 27. September 2026

2005/29/EG:

- Artikel 2 (1) Definition von Begriffen
- Artikel 6 Wesentliche Änderungen in Bezug auf umweltbezogene Angaben und Werbung
- Artikel 7 Wesentliche Änderungen in Bezug auf Vergleiche
- Anhang I Vervollständigung



2011/83EU enthält Änderungen in (Auszug):

- Artikel 2 (14 a.-e.): Definition von Begriffen
- Artikel 5 (1):
 - Gewährleistungsrecht
 - Wert der Reparierbarkeit
- Artikel 6 (1)
 - Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen
 - Gewährleistungsrecht
 - Haltbarkeitsgarantie
 - Waren mit digitalen Elementen
 - Reparierbarkeit
- Artikel 8 (2) zur Informationspflicht

Richtlinienentwurf (EU) 2023/0085 regelt die Begründung ausdrücklicher Green Claims und die diesbezügliche Kommunikation

Das wichtigste auf einen Blick

Konkrete Umsetzung

2 Green Claims Directive

4 vorrangige Ziele:



Schaffen von Standards



Striktere Kontrolle



Nachhaltigen Konsum fördern



Verbraucherschutz



Was?

Der Richtlinienentwurf zielt darauf ab, **Verbraucher** vor Greenwashing zu **schützen**, indem umweltbezogene Angaben **zuverlässig, vergleichbar** und **überprüfbar** gemacht werden. Sie soll in Verbindung mit der neuen Richtlinie (EU) 2024/825 (Empowering Consumers Directive) angewendet werden, die darauf abzielt, unbegründete Green Claims zu verbieten.

Wie?

Festlegung von **Mindestanforderungen** an die Nachweisbarkeit und Kommunikation von freiwilligen Umweltangaben & Umweltlabels im B2B-Geschäft, wie z.B.:

- **Begründung expliziter Umweltangaben** auf der Grundlage einer Bewertung, die sich auf **anerkannte wissenschaftliche Erkenntnisse** und den aktuellen Stand der Technik stützt;
- Aufzeigen der Bedeutung von Auswirkungen, Aspekten und Leistungen aus einer **Lebenszyklus-Perspektive**;
- Berücksichtigung **aller Aspekte und Auswirkungen**;
- Aufzeigen, inwiefern die **Angabe für das gesamte Produkt** oder nur für **Teile** davon zutrifft;
- Darlegen von Informationen darüber, ob das Produkt in Bezug auf die Umwelt **deutlich besser abschneidet als die gängige Praxis**

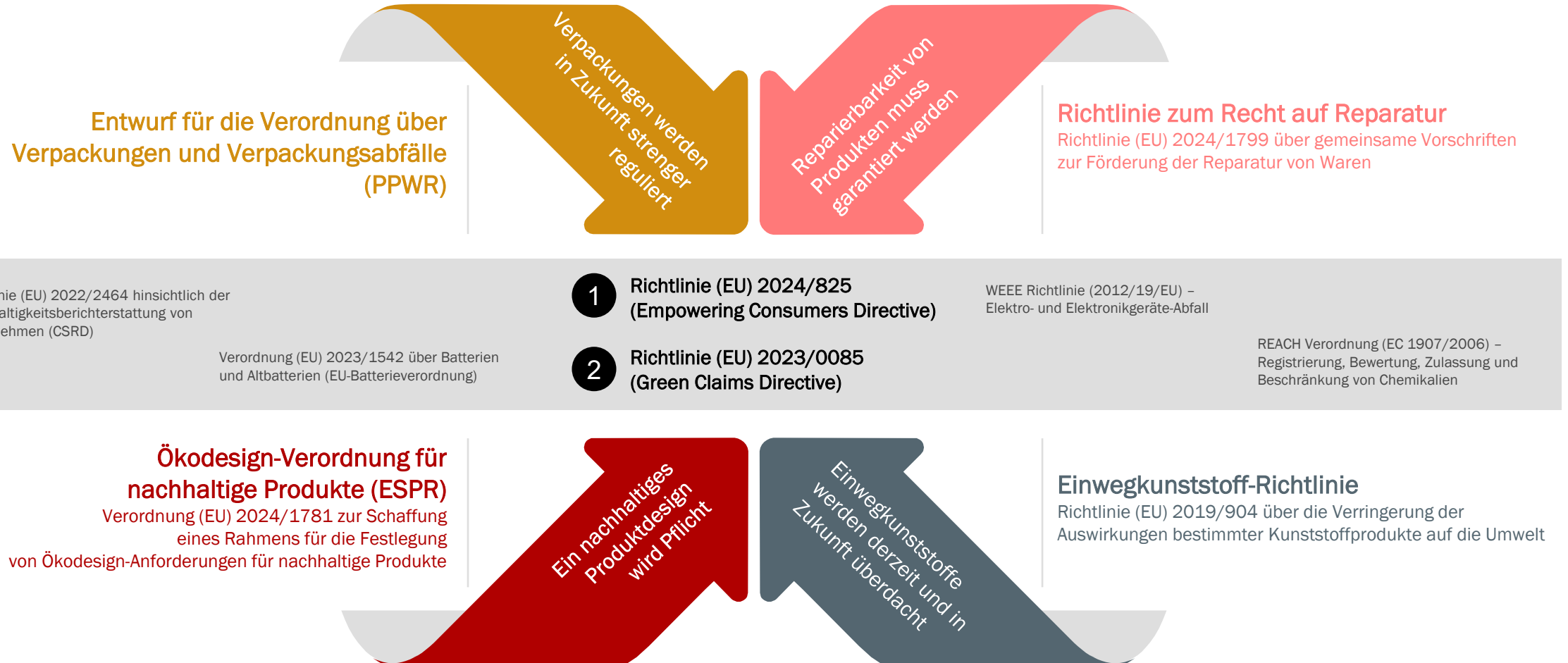
Wann?

- **Verabschiedung:** Ende 2024 oder im ersten Quartal 2025*
- **Inkrafttreten:** n/a
- Die Mitgliedsstaaten haben nach Inkrafttreten 2 Jahre Zeit, die EU-Richtlinie in nationales Recht umzusetzen
- **Anwendung:** n/a

*Sobald das EU-Parlament die Green Claims Richtlinie verabschiedet hat, werden die EU-Mitgliedstaaten entscheiden, ob und wann sie bei der Umsetzung der EU-Richtlinie und ihrer Sanktionsmaßnahmen Sanktionen verhängen.

Auch der Bezug zu anderen Regulatorien sollte beachtet werden

Green Claims beziehen sich auf Produkteigenschaften, Verpackungen und die gesamte Wertschöpfungskette, die auch Gegenstand anderer Vorschriften sind.





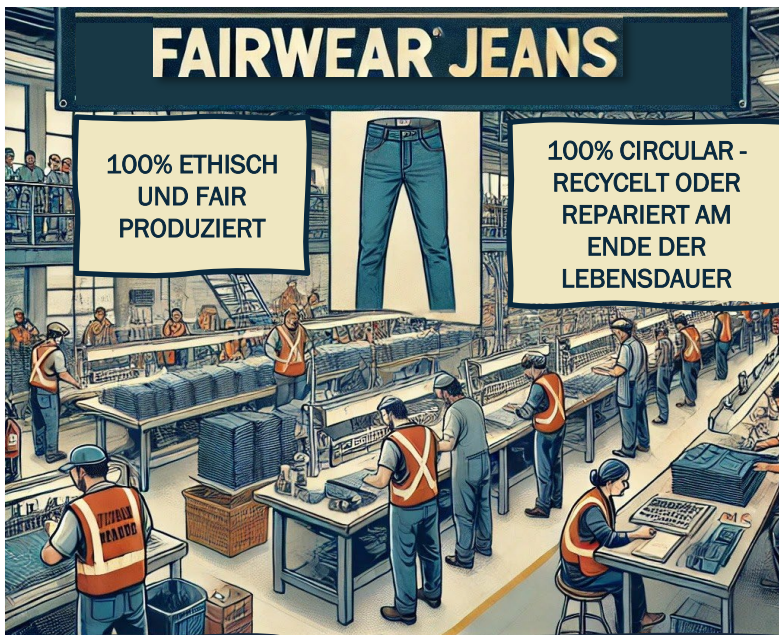
Beispiele zu Green Claims

3

Was Sie im Folgenden erwartet: Erörterung von relevanten Teilaspekten der Richtlinien anhand fiktiver Beispiele

1

Green Claims



Wir bringen die Vision einer nachhaltigen Modezukunft auf den Markt

2

Rechtsgrundlage pro Artikel/Thema



Soziale Aspekte: Achtung der Menschenrechte, die Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle, die Gleichstellung der Geschlechter, Inklusion und Vielfalt, soziale Initiativen, ethische Lieferketten, Tierschutz, etc.



Zirkuläre Aspekte: Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit (auch in §6 enthalten)

1

Wir stellen Ihnen Fragen und konfrontieren Sie mit fiktiven Green Claims. Sie können durch das Scannen eines QR Codes Ihre Meinung darüber mit uns teilen.

2

Wir lösen das Beispiel auf und erläutern, welche Aspekte der Green Claims womöglich bedenklich sein könnten.

3

Im Nachgang können Sie die jeweils referenzierten Artikel der Richtlinie mit einem Klick auf den Screenshot noch einmal nachlesen.

Fallbeispiel #1

Beziehen sich Green Claims nur auf Umweltrisiken und -themen?

Scannen Sie den QR-Code oder
gehen Sie zu [slido.com](https://www.slido.com)
Geben Sie den folgenden Code ein:
#GreenClaims
Und Passwort:
Webinar1810



Fallbeispiel #1



Kaffee/Tee

Rösti Kaffee

KAFFEE-Programm

Unsere Produkte sind 100% ethisch bezogen und unser Unternehmen ist daran 100% engagiert.

Rainforest certified

§3 sowie §6 der Richtlinie 2024/825

Die Richtlinie 2024/825 umfasst sowohl ökologische und **soziale Merkmale** sowie Aspekte der Kreislauffähigkeit als wichtige Merkmale eines Produkts, bei denen die Praktiken eines Händlers als irreführend angesehen werden können.



Soziale Aspekte:

- Achtung der Menschenrechte,
- Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle,
- Gleichstellung der Geschlechter,
- Inklusion und Vielfalt,
- Beiträge zu sozialen Initiativen,
- ethische Verpflichtungen wie z.B. den Tierschutz

Fallbeispiel #2

Es besteht die Gefahr von Greenwashing und Bluewashing, wenn sich die Green Claims auf Aspekte der Wertschöpfungskette beziehen.



Fallbeispiel #2

Hygiene

SCHÖN&GRÜN



Wir verpflichten uns zur Umweltneutralität in fünf Bereichen des gesamten Lebenszyklus unserer Produkte, von der Rohstoffgewinnung über die Material- und Produktherstellung bis hin zu Transport, Nutzung und Entsorgung.

§3 der Richtlinie 2024/825

Art.3 §1(c) sowie Art. 5 §3 der Richtlinie 2023/0085

Die Richtlinien umfassen auch Aussagen zu den Merkmalen eines Produkts **entlang der gesamten Wertschöpfungskette.**



Begründung:

- Zeigen, dass Umweltbelastungen, Umweltaspekte oder Umweltleistungen, auf die sich die Aussage bezieht, aus einer Lebenszyklusperspektive bedeutsam sind



Nutzungsphase:

- Wenn die Green Claims sich auf ein Endprodukt bezieht und die Nutzungsphase zu den relevantesten Lebenszyklusphasen dieses Produkts gehört, soll die Aussage Informationen darüber enthalten, wie der Verbraucher das Produkt nutzen soll, um die erwartete Umweltleistung zu erreichen

Fallbeispiel #3

Für die Richtlinien spielt es eine Rolle, ob sich die Green Claims auf einen Teil des Produkts oder auf das gesamte Produkt beziehen.



Fallbeispiel #3

Getränke

SAFTY



Unser 1-Liter-Sortiment wird in einer speziell geformten, transparenten PET-Flasche geliefert. Sie besteht aus zu 50 % aus recyceltem und zu 100 % wiederverwertbarem Kunststoff. Dies bietet idealen Schutz für unseren Saft.

§11 der Richtlinie **2024/825**

Art.3 §1(a) Richtlinie **2023/0085**

Die Richtlinien verurteilen Aussagen, **die nur einen bestimmten Aspekt des Produkts betreffen**, aber den Eindruck erwecken, dass sie das gesamte Produkt oder die gesamte Geschäftstätigkeit betreffen.



Gilt für Green Claims:

- Im Kontext des gesamten Produkts, eines Teils oder bestimmte Aspektes eines Produkts
- Zu allen Tätigkeiten eines Händlers oder einen bestimmten Teil oder Aspekt dieser Tätigkeiten, soweit dies für die Forderung relevant ist



Beispiele:

- Produkt wird als „mit Recyclingmaterial hergestellt“ vermarktet, obwohl nur die Verpackung aus Recyclingmaterial besteht
- Gewerbetreibender behauptet, ausschließlich erneuerbare Energie zu nutzen, obwohl fossile Brennstoffe verwendet werden

Fallbeispiel #4

Green Claims müssen wissenschaftlich begründet, aktualisiert und den Verbrauchern mitgeteilt werden.



Fallbeispiel #4



Art.3 §1(b) sowie §2 der Richtlinie 2023/0085



Die Richtlinie stellt sicher, dass **wissenschaftliche Erkenntnisse** genutzt werden müssen, um Green Claims zu begründen und deren Korrektheit nachzuweisen.



Anforderungen:

- Green Claims müssen sich auf allgemeine anerkannte wissenschaftliche Erkenntnisse stützen
- Genau Informationen sind zu verwenden; ebenso einschlägige internationale Standards
- Informationen müssen aktualisiert werden, sobald (neue) Erkenntnisse vorliegen

Fallbeispiel #5

Klimabezogene Aussagen müssen begründet werden.



Fallbeispiel #5

Babyartikel

LITTLE FOODY



Wir stellen unsere Produkte klimaneutral her und tragen dadurch aktiv zum Weltklimaschutz bei.

§4 sowie §12 der Richtlinie 2024/825

Art.3 §1(h) sowie Art.5 §6(f) der Richtlinie 2023/0085

Die ‚Empowering Consumers‘ Richtlinie ist strenger und zielt darauf ab, Green Claims zu **verbieten**, die auf dem Ausgleich von **Treibhausgasemissionen** beruhen, und verlangt, dass Klimabezogene Aussagen auf einem realistischen **Umsetzungsplan** beruhen müssen.



Klimaneutralität:

- Solche Aussagen sollten nicht zulässig sein, wenn sie sich auf die Kompensation von Treibhausgasemissionen außerhalb der Wertschöpfungskette des Produkts beziehen
- Gewerbetreibende sollten einen Übergangsplan mit klaren Zielen und Messgrößen vorlegen, um ihre Netto-Null-Ziele zu erreichen
- Wenn Kompensationen erwähnt werden, müssen die Kompensationen von Treibhausgasemissionen von den Treibhausgasemissionen getrennt werden und es muss erklärt werden, ob sie zu Emissionsreduktionen oder -abbau führen



Auswirkungen auf Unternehmen

4

Ihre Perspektive – Was denken Sie?

Lassen Sie uns über die Auswirkungen auf Ihr Unternehmen sprechen, bevor wir die Perspektive auf andere Branchen und Märkte ausweiten



Welche **Risiken** im Zusammenhang mit Green Claims werden Ihrer Meinung nach im **nächsten Jahr** in Ihrer **Branche** und/oder Ihrem Unternehmen an **Bedeutung gewinnen?**

- a) Reputationsrisiken
- b) Regulatorische Risiken
- c) Finanzielle Risiken
- d) Rechtliche Risiken
- e) Wettbewerbsdruck Innovationsrisiken
- f) Interne Risiken

Scannen Sie den QR-Code oder gehen Sie zu [slido.com](https://www.slido.com)

Geben Sie den folgenden Code ein:

#GreenClaims

Und Passwort:

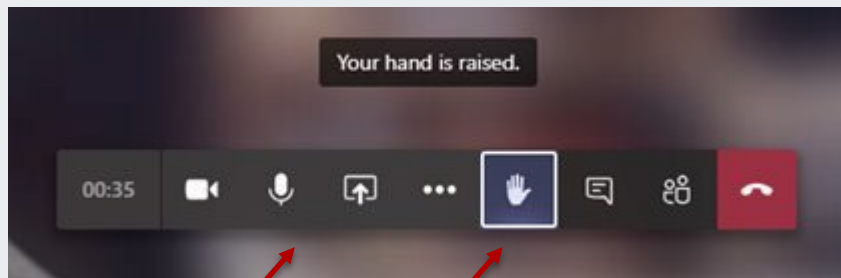
Webinar1810



Q&A– Haben Sie noch Fragen?

Stellen Sie gerne Fragen zu Themen, die unklar geblieben sind.

Schreiben Sie Ihre **Fragen in den Chat** oder **heben Sie die Hand**.
Wir rufen Sie der Reihenfolge nach auf.
Beenden Sie die Stummschaltung und teilen Sie Ihre Frage mit uns.







Wichtigste Erkenntnisse

5

Relevante Erkenntnisse auf die wir Sie abschließend noch einmal aufmerksam machen wollen

Zusammenfassung der Schlüsselerkenntnisse

-  Greenwashing ist ein **globales Thema**, welches derzeit durch den „**Dschungel der Umweltzeichen**“ begünstigt wird
-  Um diesem Trend entgegenzuwirken wurden **Richtlinienentwurf (EU) 2023/0085 „Green Claims Directive“** sowie **Richtlinie (EU) 2024/825 „Empowering Consumers Directive“** erarbeitet, um Verbraucher von Greenwashing zu schützen
-  Die EU-Richtlinie und der EU-Richtlinienentwurf adressieren **ökologische** Aspekte sowohl **soziale** Aspekte als solche zum Thema **Produktkennzeichnung**, die in Green Claims enthalten sind
-  Die EU-Richtlinie und der EU-Richtlinienentwurf beeinflussen auch Green Claims im Kontext der **gesamten Wertschöpfungskette**
-  Es bedarf zwingend **wissenschaftlicher Grundlagen** zur **Begründung** getroffener Green Claims
-  **Wechselwirkungen** und **Verbindungen zu anderen EU-Richtlinien** und **EU-Verordnungen** sind in jedem Fall zu beachten!
-  Verstöße gegen die EU-Richtlinie und den EU-Richtlinienentwurf haben **empfindliche Geldstrafen** sowie **Reputationsverluste** zur Folge
-  **Bitte beachten Sie:** Dieses Webinar fokussierte sich **lediglich auf ausgewählte Aspekte** und bildet die EU-Richtlinie und den EU-Richtlinienentwurf nicht umfassend ab



MARKENVERBAND



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Markenverband e.V.
Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin

Carola Wandrey
Leiterin Umwelt & Nachhaltigkeit
Telefon +49 (0)30 206 168 15
Telefax +49 (0)30 206 168 715
c.wandrey@markenverband.de
<http://www.markenverband.de>