
Wettbewerbszentrale

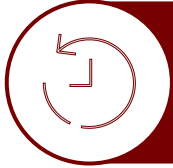
EmpCo-Umsetzung im Handwerk

Online Seminar ZDH x WBZ

14. September 2026



Wettbewerbszentrale



Gründung 1912 von
Unternehmern und Kaufleuten

Branchenübergreifend tätig



Bad Homburg (Hauptsitz), Berlin

1.900 Mitglieder aus der gewerblichen Wirtschaft
1.100 Unternehmen, 800 Kammern & Verbände



Ca. 40 Mitarbeiter, davon 18 Juristen und
Rechtsanwälte



ZIEL: FÖRDERUNG EINES FAIREN & LAUTEREN WETTBEWERBS



Rechtsdurchsetzung

Abmahnungen &
Gerichtsverfahren



Info-Dienstleistungen

Seminare, Vorträge &
Publikationen



Mitgliederberatung

„Prävention“



Beratung der Politik

Stellungnahmen zu
Gesetzgebungsverfahren

UMWELTWERBUNG IM HANDWERK

**Die wichtigsten Änderungen für das
Handwerk durch die EmpCo-Richtlinie**



WERBUNG MIT UMWELTAUSSAGEN – WETTBEWERBSRECHTLICHE BEURTEILUNGSGRUNDSÄTZE

Irreführung durch Täuschung

§ 5 UWG

„Green Claims“ dürfen nicht unrichtig sein bzw. keinen falschen Eindruck erwecken

→ Kein falscher Eindruck



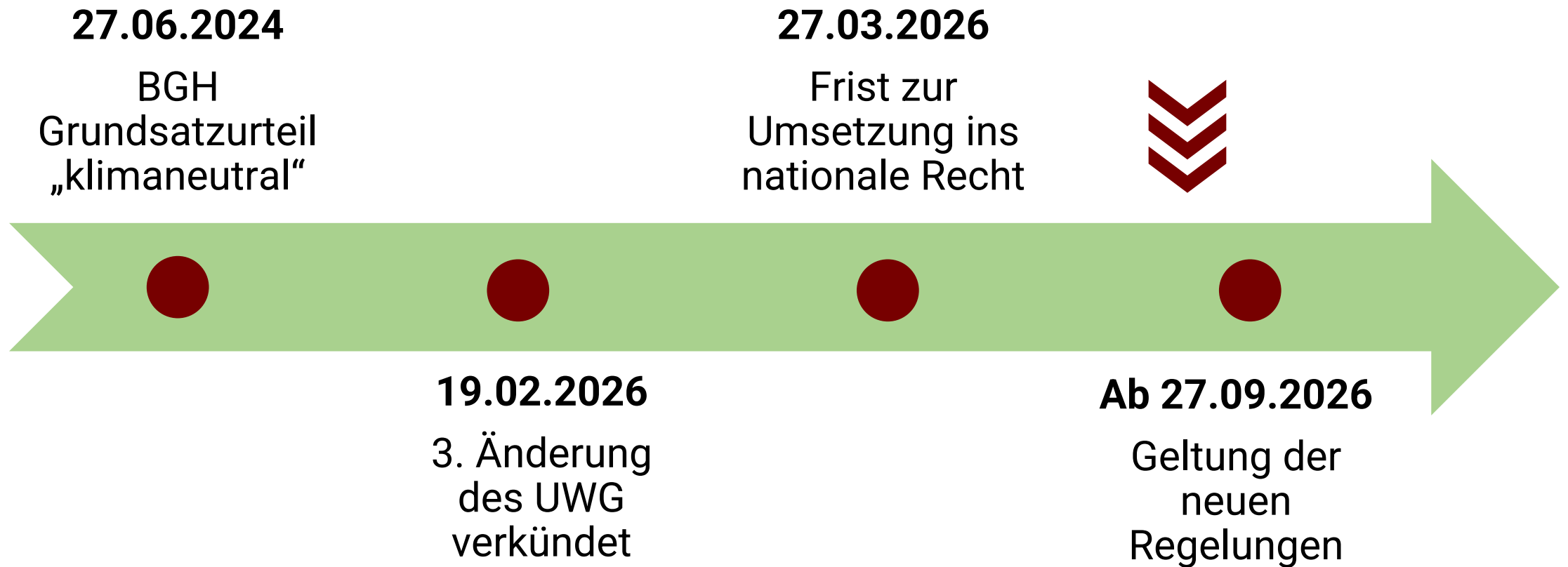
Irreführung durch Vorenthalten wesentlicher Informationen

§ 5a UWG

Es darf keine wesentliche Information vorenthalten werden, die der Verbraucher oder sonstige Marktteilnehmer für eine informierte Entscheidung benötigt

→ Transparenz

ENTWICKLUNG DER RECHTLICHEN VORGABEN



„KLIMANEUTRAL“-ENTSCHEIDUNG DES BGH

Urteil v. 27.06.2024 – I ZR 98/23



- › Wie bei gesundheitsbezogener Werbung ist die **Irreführungsgefahr** bei **umweltbezogener Werbung** **besonders groß** (Strengprinzip)
 - › Begriffe wie „umweltfreundlich“, „umweltverträglich“, „klimaneutral“ etc. sind oft unklar; i.d.R. geringer Wissensstand des breiten Publikums über naturwissenschaftliche Zusammenhänge und Wechselwirkungen
 - › Werbende müssen bei **Mehrdeutigkeit** verschiedene Bedeutungen gegen sich gelten lassen
 - › „klimaneutral“ ist **mehrdeutig**, weil darunter **sowohl** die Reduktion von THG im Produktionsprozess **als auch** eine bloße Kompensation von Emissionen verstanden werden kann
- **Wer mit „klimaneutral“ wirbt, muss die gemeinte Bedeutung bereits in der Werbung selbst erläutern**
- › Erläuterungsbedarf insbesondere wegen fehlender Gleichwertigkeit von Reduktion und Kompensation – **Vorrang der Reduktion vor der Kompensation**
 - › **Erhebliche Bedeutung** für Kaufentscheidung der Verbraucher
 - › Weiterhin Einzelfragen offen

WORUM ES HEUTE GEHT

- **Welche Änderungen ergeben sich durch die EmpCo?**
- **Für wen gelten die neuen Regeln?**
- **Was darf ab dem 27. September noch gesagt werden?** Welche Begriffe tragen nicht mehr allein, und wie sieht eine tragfähige Formulierung aus
- **Was wird aus Zeichen, Siegeln und vorhandenen Werbemitteln?**
- **Was ist bis zum Stichtag zu erledigen?**

ZENTRALE ÄNDERUNGEN IM ÜBERBLICK

**Verbot allgemeiner
Umweltaussagen**

**Verbot produktbezogener
Kompensationsaussagen**

vsl. **KEINE**
Übergangs-
Fristen !

Neue Regulierung der
Verwendung von
Nachhaltigkeitssiegeln

Neue Anforderungen für die
Werbung mit

**Zukünftigen
Umweltzielen**

DIE VIER ÄNDERUNGEN IN KLARTEXT

Kurzer Überblick

- **1. Schlagwörter allein reichen nicht mehr**
 - Wer mit „umweltfreundlich“, „grün“, „klimafreundlich“ oder „energieeffizient“ wirbt, muss im selben Medium erläutern, worin der Vorteil besteht
 - Und: keine Aussage über das Ganze, wenn nur ein Teilbereich gemeint ist
- **2. Siegel nur noch mit geprüftem System dahinter**
 - Selbst geschaffene Zeichen ohne unabhängige Kontrolle sind unzulässig – unabhängig davon, ob die Aussage inhaltlich zutrifft
- **3. Werbung mit eingekauftem Klimaausgleich ist beendet**
 - „klimaneutral“, „CO₂-neutral“, „mit Klimaausgleich“ – hier hilft auch eine Erläuterung nicht mehr
- **4. Zukunftsversprechen brauchen einen geprüften Plan**
 - „Klimaneutral bis 2035“ nur mit öffentlichem Umsetzungsplan, messbaren Zwischenzielen und externer Prüfung

WAS IST EINE GESCHÄFTLICHE HANDLUNG?

Der Anknüpfungspunkt für alles Weitere

- **Gemeint ist jedes Verhalten, das den Absatz von Waren oder Dienstleistungen fördern soll –** vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss
- **Zwei Punkte, die in der Praxis unterschätzt werden**
 - Es muss nicht der eigene Absatz sein. Es genügt, den Absatz eines fremden Unternehmens zu fördern – auch den einer ganzen Gruppe von Betrieben
 - Es muss keine klassische Werbung sein. Auch Beratungsgespräch, Angebot, Newsletter und Website sind erfasst
- **Nicht erfasst ist, was mit dem Absatz nichts zu tun hat:** interne Organisation, Gremienarbeit, reine Sachinformation ohne Leistungsbezug
- **Die Prüffrage:** Soll oder kann die Äußerung dazu führen, dass ein Kunde am Ende einen Betrieb beauftragt?

WANN IST EINE AUSSAGE IRREFÜHREND?

Der zweite Grundbegriff – und der Unterschied zur Verbotsliste

- **Das Irreführungsverbot: keine Angabe, die einen unzutreffenden Eindruck erweckt**
 - Maßstab ist nicht die Absicht des Werbenden, sondern das Verständnis eines durchschnittlich informierten Verbrauchers
 - Auch eine sachlich zutreffende Angabe kann irreführen, wenn sie mehr suggeriert, als sie trägt
 - Erfasst ist auch das Verschweigen: Wer wesentliche Informationen vorenthält, führt ebenfalls irre
- **Daneben steht die sog. Schwarze Liste – dort wird nicht mehr abgewogen**
 - Ob die Aussage zutrifft oder ob jemand tatsächlich getäuscht wurde, spielt keine Rolle mehr

FÜR WEN GELTEN DIE NEUEN REGELUNGEN?

Betrieb, Kammer, Innung, Verband

- **Für den einzelnen Betrieb** in Werbung, Angebot, Website, Social Media und im Verkaufsgespräch
- **Für Kammern, Innungen, Fachverbände und Marketinggesellschaften**, sobald sie die eigene Leistung oder die Leistungen Ihrer Betriebe nach außen darstellen und fördern
- **Nicht erfasst sind folgende Bereiche**
 - Die reine Selbstdarstellung der Organisation: Aufbau, Mitgliedschaft, Gremien, Jahresbericht
 - Bei Kammern zusätzlich hoheitliche Handlungen zur Erfüllung einer öffentlichen Aufgabe: Handwerksrolle, Lehrlingsrolle, Prüfungs- und Meisterprüfungswesen
- **Wie gewöhnliche Werbung behandelt wird alles Übrige:** Imagekampagnen mit Leistungsbezug, Betriebs- und Handwerkersuche, Kundenbroschüre, Messestand, Verbraucherratgeber

WAS WEITERHIN GESAGT WERDEN DARF

Kein Absatzbezug – kein UWG, keine EmpCo

- **Politische Arbeit**
Stellungnahmen zu Gesetzentwürfen, Forderungen an die Politik, Positionspapiere
- **Die eigene Organisation**
Aufbau, Mitgliedschaft, Gremien, Jahresbericht
- **Hoheitliche Aufgaben von Innung und Kammer**
Handwerksrolle, Lehrlingsrolle, Prüfungs- und Meisterprüfungswesen
- **Sachinformation ohne Leistungsbezug**
Erklärstücke zur Gesetzeslage, zu Förderprogrammen, zu technischen Anforderungen
- **Nachwuchswerbung**, die sich ausschließlich an Auszubildende und Berufseinsteiger richtet
- **Nachhaltigkeitsbericht** solange er beschreibt und einordnet
- **Merksatz:** Beschreiben, was getan wird, nicht bewerten, wie gut das für die Umwelt ist

1

Allgemeine Umweltaussagen

Schlagwörter reichen nicht mehr

Begriffe wie „umweltfreundlich“, „grün“ oder „klimafreundlich“ nur noch mit Nachweis hervorragender Umweltleistung oder klarer Spezifizierung zulässig.

WAS ALS UMWELTAUSSAGE ZÄHLT

Definition

- **Jede Aussage oder Darstellung, die einem Produkt, einer Dienstleistung, einer Marke oder einem Unternehmen einen Umweltvorteil zuschreibt** – eine positive Wirkung, keine Wirkung oder eine geringere Schädlichkeit als andere
- **Es geht nicht nur um Text**
 - Bilder, Farben und Gestaltungselemente
 - Symbole und Logos
 - Marken-, Firmen- und Produktbezeichnungen mit Umweltbezug. P: der Begriff „Klimahandwerke“
- **Maßgeblich ist der Gesamteindruck**, nicht der einzelne Satz. Eine Broschüre voller grüner Bildwelt trifft eine Umweltaussage, auch ohne ein einziges Wort dazu
- **Ebenso erfasst: die Behauptung einer Verbesserung im Zeitverlauf** – „heute deutlich umweltschonender als früher“

WAS ALS ALLGEMEINE UMWELTAUSSAGE ZÄHLT

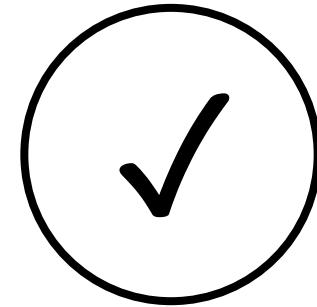
Konkretes Beispiel



**PAUSCHAL –
ALLGEMEIN**

„Klimafreundliche Verpackung“

Ohne Erklärung. Ohne Beleg.



**KONKRET –
SPEZIFIZIERT**

„100 % Recyclingpapier“

Auf demselben Medium erklärt und belegbar.

DIESE BEGRIFFE TRAGEN NICHT MEHR ALLEIN

Die Beispiele aus der Richtlinie

- umweltfreundlich · umweltschonend · grün · naturfreundlich · ökologisch · umweltgerecht · klimafreundlich · umweltverträglich · CO₂-freundlich · energieeffizient · biologisch abbaubar · biobasiert

→ Diese Begriffe sind nicht verboten. Sie dürfen nur nicht mehr **isoliert und ohne Erläuterung** verwendet werden
- **Ein Sonderfall ist „nachhaltig“**
 - Der Begriff erfasst nicht nur ökologische, sondern auch soziale Aspekte. Er lässt sich deshalb auch über ein Umweltzeichen nicht absichern
- **Typische Claims, die künftig entfallen**
 - „Umweltfreundlich. Ihr Handwerk.“ · „Wir arbeiten nachhaltig.“ · „Grüne Technik vom Fachbetrieb.“

NEGATIVBEISPIELE AUS DER BRANCHENWERBUNG

- **Die Branche insgesamt bewerten** – „Unsere Branche ist nachhaltig und innovativ.“
 - Pauschal, bezogen auf die gesamte Tätigkeit – und für „nachhaltig“ existiert kein tragfähiger Nachweis
- **Über das Ganze reden, nur einen Teil belegen** – „Unser Betrieb arbeitet umweltschonend“, obwohl nur die Verpackung von Materialien recycelt wird
- **Ein Ergebnis für das Ganze versprechen** – „Wir machen Ihr Zuhause klimafreundlich“
 - Bezugsgröße fehlt. Und das Erfolgsversprechen muss vom eigenen Leistungsumfang gedeckt sein
 - Tragfähig wäre bspw.: „Wir ersetzen Ihre Ölheizung durch eine Wärmepumpe.“
- **Der Superlativ:** „Wir finden für Sie die energieeffizienteste Lösung.“
 - · Bleibt vage statt konkret: effizienteste wovon, verglichen womit? Ohne Bezugsgröße greift das Verbot
 - Alternative: „Wir vergleichen die Energieeffizienzklassen der infrage kommenden Geräte und weisen den zu erwartenden Jahresverbrauch aus.“

! Beschreiben, was getan wird - nicht bewerten, wie gut das für die Umwelt ist.

WAS ZU TUN IST, WENN ÜBER UMWELT GEWORBEN WIRD

Anerkanntes Umweltzeichen oder Spezifizierung

PER-SE-VERBOT

Anhang Nr. 4a (zu § 3 Abs. 3) UWG

Unzulässig ohne weitere Irreführungsprüfung – ein Verstoß genügt für Abmahnung und einstweilige Verfügung.

ZULÄSSIG NUR DANN, WENN

- eine anerkannte hervorragende Umweltleistung nachgewiesen wird, oder
- die Aussage klar und in hervorgehobener Weise auf demselben Medium spezifiziert wird

Beispiel zur Spezifizierung:

✗ UNZULÄSSIG – allgemeine Umweltaussage

„Wir streichen umweltfreundlich“

Keine Spezifizierung auf demselben Medium

✓ ZULÄSSIG – spezifizierte Umweltaussage

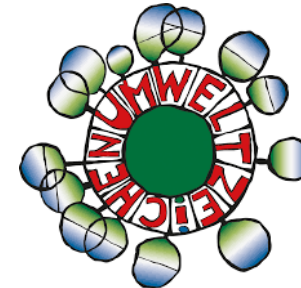
„Wir verwenden Wandfarben mit dem blauen Engel – lösemittel- und weichmacherfrei“

ANERKANNTE HERVORRAGENDE UMWELTLEISTUNG

Was ist gemeint?



„nationale oder regionale Umweltkennzeichenregelungen nach DIN EN ISO 14024 Typ I, Ausgabe Juni 2018, die in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union offiziell anerkannt sind“



FAZIT ALLGEMEINE UMWELTAUSSAGEN

Pauschale Umweltaussagen sind in aller Regel **unzulässig**

- Nur in gesetzlich zugelassenen Ausnahmefällen bleibt ein kleines Fenster (anerkannte Umwelthöchstleistungen)
- Spezifizierung regelmäßig der einzig verbleibende Weg – weitere Voraussetzungen des UWG bleiben bestehen
- Aussagen auf „Nachhaltigkeitssiegeln“ sind ausgenommen

2

Nachhaltigkeitssiegel

Nur noch mit geprüftem System

Eigene Zeichen sind nur zulässig, wenn sie staatlich anerkannt sind oder ein Zertifizierungssystem mit unabhängiger Prüfung dahintersteht.

NACHHALTIGKEITSSIEGEL

DEFINITION § 2 Abs. 2 Nr. 4 UWG n.F.

- **freiwilliges** öffentliches oder privates Vertrauenssiegel, Gütezeichen oder Ähnliches mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit
- in Bezug auf ihre **ökologischen** oder **sozialen Merkmale** oder **beides** hervorzuheben oder zu fördern,
- ausgenommen alle verpflichtenden Kennzeichnungen gemäß dem Recht der Europäischen Union oder dem Recht eines Mitgliedstaats der Europäischen Union;

NACHHALTIGKEITSSIEGEL



NEUE ANFORDERUNGEN AN NACHHALTIGKEITSSIEGEL

Anforderungen an das Zertifizierungssystem

- Verbot der Selbstzertifizierung!
- Stattdessen: ein System der **Überprüfung durch Dritte**,

durch das bestätigt wird,

dass ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit bestimmte Anforderungen erfüllt, das die Verwendung eines entsprechenden Nachhaltigkeitssiegels ermöglicht und dessen Bedingungen, einschließlich seiner Anforderungen, öffentlich einsehbar sind

Transparenz

Öffentlich zugängliche
Kriterien, Methoden und
Verfahrensregeln

Unabhängigkeit

Prüfung durch fachlich
qualifizierte Dritte ohne
wirtschaftliche Bindung

Diskriminierungs- freiheit – offen für alle

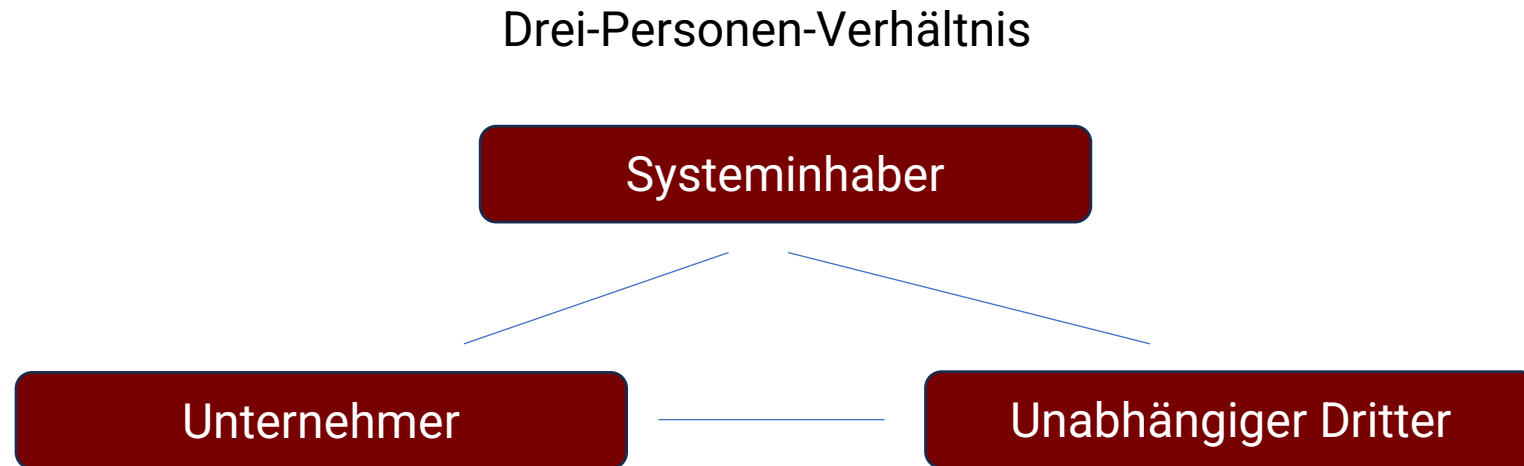
Zugang für alle
Marktteilnehmer unter
gleichen Bedingungen

Regelmäßige Überprüfung

Fortlaufende Kontrolle der
Einhaltung und Aktualisierung
der Standards +
Sanktionsmöglichkeiten

DAS OBJEKTIVE VERFAHREN FÜR NACHHALTIGKEITSSIEGEL

- Überwachung der Einhaltung in objektiven Verfahren durch Dritte (unabhängig vom Systeminhaber und vom Gewerbetreibenden)



RECHTSFOLGE

Per-Se-Verbot der Selbstzertifizierung

Nr. 2a Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG n.F.

Stets unzulässig ist das **Verwenden eines Nachhaltigkeitssiegels, das nicht auf einem Zertifizierungssystem beruht oder nicht von staatlichen Stellen festgesetzt wurde** – ohne weitere Irreführungsprüfung.

• Zulässige Siegel

- ✓ **Staatlich anerkannte Umweltzeichen**
z. B. EU-Ecolabel, Blauer Engel
- ✓ **Siegel mit anerkanntem Zertifizierungssystem**
z. B. nach ISO 14024 mit unabhängiger Drittprüfung

• Unzulässige Siegel

- ✗ **Selbst kreierte Hausgütezeichen**
ohne externe Prüfung oder Standard
- ✗ **Siegel ohne transparente Kriterien**
nicht öffentlich einsehbare Standards oder Prüfverfahren

Praxis: Bestehende Eigen- und Drittsiegel rechtzeitig auf Zertifizierungsgrundlage und unabhängige Drittprüfung überprüfen.

CHECKLISTE FÜR DIE VERWENDUNG VON NACHHALTIGKEITSSIEGELN

Check-Liste

- Ist die Zertifizierungsstelle organisatorisch unabhängig vom Systeminhaber?
- Sind Systembedingungen und -anforderungen öffentlich einsehbar ?
- Steht das Siegel allen Unternehmen offen ?
- Sind die Vergabekriterien mit Sachverständigen / Interessenträgern ausgearbeitet worden?
- Beruhen die Kriterien und Prüfverfahren auf anerkannten Verfahren (z.B. ISO, ISEAL)?
- Gibt es regelmäßige Überwachung und klare Sanktionen?
- Wird per obj. Verfahren überwacht, ob Unternehmer die Systemanforderungen einhalten?
- Wird die Überwachung / Audits durch qualifizierte, vom Systemgeber unabhängige Dritte durchgeführt?

3

Kompensationsaussagen

Werbung mit eingekauftem Ausgleich ist beendet

„Klimaneutral“ und Ähnliches für Produkte und Dienstleistungen ist stets unzulässig, wenn es auf dem Ausgleich von Emissionen beruht.

„KLIMANEUTRAL“ UND ÄHNLICHE AUSSAGEN

Hier hilft auch eine Erläuterung nicht mehr

- **Produkt- und dienstleistungsbezogene Aussagen, die auf eingekauftem Emissionsausgleich beruhen, sind künftig stets unzulässig**
 - Betroffen sind Begriffe wie klimaneutral, CO₂-neutral, CO₂-positiv, klimaschonend, klimapositiv
 - Das gilt auch dann, wenn die Zertifikate einwandfrei sind
- **Was möglich bleibt**
 - Werbung mit Umweltprojekten usw. ist laut EmpCo und Reg-E aber weiterhin zulässig, nur nicht im Zusammenhang mit der CO₂-Bilanz des Produkts
 - Über Projekte berichten, ohne sie dem Produkt zuzurechnen: „Wir unterstützen regionale Aufforstung“
 - Die tatsächliche Eigenreduktion benennen: „Stromverbrauch seit 2020 um 30 % gesenkt“
 - Unternehmensbezogene Aussagen bleiben grundsätzlich möglich – mit Aufklärung über Umfang und Berechnung

KOMPENSATION: BEISPIELE IM HANDWERK

Was entfällt – und was stattdessen geht

- **Nicht mehr zulässig**
 - „Klimaneutrale Heizungssanierung“, „CO₂-neutraler Badumbau“, „klimaneutral geliefert und montiert“
 - „Für jeden Auftrag pflanzen wir einen Baum – damit ist Ihr Auftrag klimaneutral“
 - Auch dann nicht, wenn die Zertifikate einwandfrei sind und „durch Kompensation“ danebensteht
- **Weiterhin möglich**
 - Was tatsächlich eingespart wurde: „Fuhrpark seit 2024 zu 60 % elektrisch“, „Werkstattstrom vollständig aus eigener Photovoltaik“
 - Engagement benennen, ohne es dem Auftrag zuzurechnen: „Wir unterstützen die Aufforstung im Stadtwald“
- **Der Unterschied in einem Satz:** Über die eigene Einsparung dürfen Sie reden, über zugekauften Ausgleich nicht

4

Künftige Umweltleistungen

Nur mit geprüftem Plan

Umweltziele für die Zukunft brauchen einen öffentlichen Umsetzungsplan mit messbaren Zwischenzielen und eine externe Prüfung.

BEISPIELAUSSAGEN ZU KÜNFTIGEN UMWELTLEISTUNGEN



Für 100%
unseres Produktportfolios
streben wir bis 2030 CO₂-
Neutralität an.



ANFORDERUNGEN AN KÜNFTIGE UMWELTAUSSAGEN

§ 5 Abs. 3 Nr. 4 UWG n.F.

Umweltaussagen über die **künftige Umweltleistung** eines Produkts oder Unternehmens sind nur zulässig, wenn alle vier nachfolgenden Voraussetzungen **kumulativ** erfüllt sind:

Kumulative Voraussetzungen

1

Klare Verpflichtungen

Objektiv, öffentlich einsehbar
und überprüfbar

2

Detaillierter Umsetzungs- plan

Mit messbaren,
zeitgebundenen
Zwischenzielen

3

Realistische Grundlage

Tragfähiges wirtschaftliches
und technisches Konzept

4

Externe Prüfung

Regelmäßige Kontrolle durch
unabhängige Dritte
(Sachverständiger)

ANFORDERUNGEN AN DEN UMSETZUNGSPLAN

2

Detaillierter Umsetzungsplan

Mit messbaren,
zeitgebundenen
Zwischenzielen

Umsetzungsplan einschl. Ziel – vom Unternehmen selbst erstellt (keine Dritte erforderlich, sicher aber empfehlenswert)

- ✓ Wie wird das beworbene Umwelt- oder Nachhaltigkeitsziel erreicht? → Messbare und zeitlich festgelegte Ziele
- ✓ Welche technologischen Entwicklungen oder Lösungen werden dabei eingesetzt?
- ✓ Welche finanziellen Mittel für die Umsetzung sind dafür vorgesehen bzw. bereitgestellt?
- ✓ Plan und Umsetzung muss regelmäßig von externem Sachverständigen überprüft werden

hier: keine Zertifizierung / Akkreditierung des SV erforderlich

ANFORDERUNGEN AN DEN SACHVERSTÄNDIGEN

4

Externe Prüfung

Regelmäßige Kontrolle durch unabhängige Dritte (Sachverständiger)

Welche **Anforderungen** werden **an den Sachverständigen** gestellt?

> in **Erw. 4 der RL** eher allgemein:

extern, unabhängig, ohne Interessenkonflikte, kompetent in Umweltfragen

> **Reg-E UWG (Begr. S. 32)** verweist beispielhaft auf Umweltgutachter, die nach dem UmweltauditG zugelassen sind bzw. auf Wirtschafts- und Abschlussprüfer (z.B. bei Zulassung zur Nachhaltigkeitsberichtsprüfung)

Was heißt „regelmäßig“?

> in den **FAQs der EU-Komm** heißt es auf S. 15:

Die Richtlinie sieht vor, dass die Überprüfung „regelmäßig“ erfolgen soll, definiert jedoch kein *spezifisches Zeitintervall*. *Es bleibt der Festlegung überlassen, was eine „regelmäßige“ Überprüfung ausmacht, wobei die Art der Verpflichtungen und die jeweiligen Umstände zu berücksichtigen sind. Bewährte Verfahren legen jährliche oder halbjährliche Überprüfungen nahe, oder zusätzliche Überprüfungen bei wesentlichen Änderungen.*

ZUSAMMENFASSUNG KÜNFTIGE UMWELTAUSSAGEN

Verpflichtungen	Umsetzungsplan mit Zielen
✓ klar	✓ detailliert
✓ objektiv	✓ realistisch
✓ öffentlich einsehbar	✓ mit messbaren und zeitgebundenen Zielen
✓ überprüfbar	✓ Infos zur Zuweisung von Ressourcen und weiteren relevanten Elementen
	✓ regelmäßige Überprüfung durch einen Sachverständigen <ul style="list-style-type: none">✓ ◦ unabhängig✓ ◦ extern
	✓ Erkenntnisse des SV sind dem Verbraucher zur Verfügung zu stellen

Rechtsfolge: Abmahnungen, Unterlassungsanspruch, einstweilige Verfügung

RECHTSDURCHSETZUNG

Durchsetzung erfolgt über das UWG – Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb

I

Anspruchsberechtigte

- Mitbewerber, § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG
- Wirtschaftsverbände, qualifizierte Einrichtungen
- Verbraucherverbände
- Industrie- und Handelskammern
- Nach der HwO errichtete Organisationen, § 8 Abs. 3 Nr. 4 UWG

II

Ansprüche

- Beseitigung und Unterlassung (§ 8 UWG)
- Schadensersatz (§ 9 UWG)
- Gewinnabschöpfung (§ 10 UWG)

III

Verfahren

- Abmahnung mit strafbewehrter Unterlassungserklärung
- Einstweilige Verfügung (§ 12 Abs. 2 UWG)
- Klage vor LG – ausschl. Zuständigkeit (§ 13 UWG)
- Kollektive Klagen nach VDuG

• Verschärfte Beweislast für Unternehmen

Die **Darlegungs- und Beweislast für die Richtigkeit der Umweltaussage** liegt beim werbenden Unternehmen.

Nachweise müssen **bereits zum Zeitpunkt der Bewerbung** vorliegen – nachgereichte Begründungen retten den Claim nicht.

COMPLIANCE ROADMAP BIS 27.09.2026

Fünf Schritte zur Vorbereitung auf die neuen UWG-Anforderungen



Auch Altmateriale ist von der EmpCo-RL erfasst: Eine Übergangsfrist gibt es nicht.
→ Ältere Werbematerialien durchgehen, zurückziehen oder anpassen

DIE VIER KERNBOTSCHAFTEN

Was Sie aus der UWG Novelle mitnehmen sollten

1

Greenwashing wird teuer

Per-se-Verbote im Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG:
Abmahnung, Unterlassung und Gewinnabschöpfung
ohne Irreführungsprüfung.

2

Konkret statt allgemein

„**Umweltfreundlich**“ und ähnliche Floskeln sind
unzulässig – Aussagen müssen spezifisch, belegbar
und auf demselben Medium erläutert sein.

3

Kompensation allein ist kein Klimaschutz

„Klimaneutral“ allein auf Basis von **Kompensation ist verboten** (Anhang Nr. 4b) – nur eigene
Emissionsminderung darf so beworben werden.

4

Zukunft braucht Substanz

Klimaversprechen nur mit **Umsetzungsplan, messbaren Zielen und externer Prüfung** (§ 5 Abs. 3 Nr. 4 UWG n.F.).

Stichtag 27.09.2026: Claims prüfen, Nachweise sichern, Prozesse aufsetzen – das vermeidet Abmahnungen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

rompel@wettbewerbszentrale.de

weitere Informationen: wettbewerbszentrale.de

A photograph of a conference room with a large screen displaying the text 'Institution der Wirtschaft für fairen Wettbewerb'. The room features a chandelier, a table with water bottles, and red chairs.

Institution der
Wirtschaft für
fairen Wettbewerb