

EmpCo-Richtlinie

Zusammenfassung für Unternehmen und Managementsysteme

Richtlinie (EU) 2024/825 – „Empowering Consumers for the Green Transition“

Stand: 27. September 2026 | Anwendung der deutschen Umsetzungsregelungen ab 27.09.2026

1. Ziel und Hintergrund

Die EmpCo-Richtlinie stärkt Verbraucherinnen und Verbraucher beim ökologischen Wandel und verschärft die Anforderungen an umwelt- und nachhaltigkeitsbezogene Werbung. Im Mittelpunkt stehen der Schutz vor Greenwashing, transparentere Umweltinformationen sowie belastbare Aussagen über Haltbarkeit, Reparierbarkeit und Umweltleistung von Produkten.

Die EU-Richtlinie trat am 26. März 2024 in Kraft. Die Mitgliedstaaten mussten sie in nationales Recht umsetzen; die entsprechenden Vorschriften sind ab dem 27. September 2026 anzuwenden. In Deutschland betrifft die Umsetzung insbesondere das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG).

2. Wesentliche Anforderungen

- **Allgemeine Umweltaussagen:** Pauschale Begriffe wie „umweltfreundlich“, „grün“, „ökologisch“, „klimafreundlich“ oder ähnliche allgemeine Umweltaussagen sind nur noch unter engen Voraussetzungen zulässig. Die behauptete hervorragende Umweltleistung muss nachweisbar sein bzw. die Aussage muss ausreichend konkretisiert werden.
- **Klimaneutralität und Kompensation:** Besonders kritisch sind produktbezogene Aussagen, die den Eindruck einer neutralen, verringerten oder positiven Auswirkung auf Treibhausgasemissionen erwecken, wenn diese Wirkung lediglich auf der Kompensation von Treibhausgasemissionen beruht.
- **Zukünftige Umweltleistungen:** Aussagen wie „klimaneutral bis 2030“ benötigen klare, objektive, öffentlich zugängliche und überprüfbare Verpflichtungen und Ziele sowie einen realistischen Umsetzungsplan. Die Fortschritte müssen regelmäßig überprüft werden.
- **Nachhaltigkeitssiegel:** Nachhaltigkeitssiegel dürfen nicht beliebig selbst geschaffen oder verwendet werden. Sie müssen grundsätzlich auf einem Zertifizierungssystem beruhen oder von staatlichen Stellen festgesetzt worden sein.
- **Gesamtwirkung statt Teilaspekt:** Eine Umweltbehauptung darf nicht auf das gesamte Produkt, die gesamte Dienstleistung oder das gesamte Unternehmen bezogen werden, wenn sie tatsächlich nur einen bestimmten Teil oder Aspekt betrifft.
- **Haltbarkeit und Reparierbarkeit:** Auch irreführende Angaben zur Lebensdauer, Reparierbarkeit, notwendigen Verbrauchsmaterialien und Software-Updates werden stärker erfasst.

3. Typische Aussagen mit Prüfbedarf

Beispiel	Prüffrage
„Unser Produkt ist umweltfreundlich.“	Welche konkrete und nachweisbare Umweltleistung rechtfertigt diese Aussage?
„100 % klimaneutral.“	Bezieht sich die Aussage auf tatsächliche Emissionsminderung oder lediglich auf Kompensation?
„Wir werden bis 2030 klimaneutral.“	Existieren überprüfbare Ziele, ein konkreter Umsetzungsplan und eine unabhängige regelmäßige Überprüfung?
Eigenes „Green“- oder Nachhaltigkeitssiegel	Beruht das Siegel auf einem zulässigen Zertifizierungssystem oder einer staatlichen Festsetzung?
„Nachhaltiges Unternehmen“	Ist die Aussage für das gesamte Unternehmen belastbar oder betrifft sie nur einzelne Maßnahmen bzw. Bereiche?

4. Bedeutung für ISO 14001 und EMAS

Für Unternehmen mit Umweltmanagementsystemen entsteht ein enger Zusammenhang zwischen nachgewiesener Umweltleistung und externer Kommunikation. Eine Zertifizierung nach ISO 14001 oder eine EMAS-Teilnahme ist ein wichtiger Nachweis für ein systematisches Umweltmanagement, erlaubt aber nicht automatisch pauschale Werbeaussagen über die Umweltfreundlichkeit eines Produktes oder des gesamten Unternehmens.

Für die Praxis empfiehlt sich daher eine dokumentierte Prüfung insbesondere von:

- Website und Online-Shop
- Produktbeschreibungen, Datenblättern und Verpackungen
- Angeboten, Broschüren und Präsentationen
- Social-Media- und Marketingaussagen
- Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichten
- Umweltzielen und öffentlich kommunizierten Zukunftsversprechen
- Umwelt-, Klima- und Nachhaltigkeitssiegeln

5. Empfohlener betrieblicher Handlungsbedarf

1. Bestandsaufnahme aller umwelt- und nachhaltigkeitsbezogenen Aussagen.
2. Prüfung jeder Aussage auf konkrete Aussagegrundlage, Reichweite und Nachweis.
3. Besondere Prüfung der Begriffe „klimaneutral“, „CO₂-neutral“, „nachhaltig“, „grün“ und „umweltfreundlich“.
4. Prüfung verwendeter Nachhaltigkeitssiegel und Zertifizierungszeichen.
5. Abgleich von Marketingaussagen mit Umweltzielen, Umweltkennzahlen und tatsächlich erreichten Umweltleistungen.
6. Festlegung eines Freigabeprozesses für neue Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen.
7. Einbindung der Anforderungen in Compliancebewertung, internes Audit und Managementbewertung des Umweltmanagementsystems.

6. Kurzfazit

Seit dem 27. September 2026 müssen Unternehmen ihre Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation deutlich strenger prüfen. Entscheidend ist nicht, ob eine Aussage werblich plausibel klingt, sondern ob sie konkret, nachvollziehbar und rechtlich belastbar belegt werden kann.

Rechtsgrundlage und weiterführende Quellen

- Richtlinie (EU) 2024/825 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2024.
- Bundesministerium für Umwelt: Informationen zu den neuen Regeln gegen Greenwashing.
- IHK-Informationen zur Umsetzung der EmpCo-Richtlinie und zu Green Claims.
- Bayerischer Umweltpakt: Fachinformationen zur EmpCo-Richtlinie.

Hinweis: Diese Zusammenfassung dient der betrieblichen Orientierung und ersetzt keine rechtliche Einzelfallprüfung. Bei konkreten Werbeaussagen sollten Wortlaut, Kontext, Nachweise und verwendete Siegel im Einzelfall geprüft werden.

Kontakt

SMCT Management

Stefan Stroessenreuther
Reuthweg 11
95100 Selb

E-Mail: info@smct-management.de

Webseite: www.smct-management.de