

ESG

Mandanteninformation 15/2026

Umsetzung der EmpCo-Richtlinie in deutsches Recht – hier: Neue Verbote von Aussagen zu Umweltauswirkungen bei Kompensation von Treibhausgasemissionen

Die Richtlinie (EU) 2024/825 (sog. EmpCo-Richtlinie) soll – neben weiteren Zielen – insbesondere den Schutz von Verbraucherinnen und Verbrauchern vor irreführenden Umweltaussagen verbessern. Der deutsche Gesetzgeber hat die EmpCo-Richtlinie durch das Dritte Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb umgesetzt, das in seinen wesentlichen Teilen am 27.09.2026 in Kraft treten wird. Ab dem 27.09.2026 werden unter anderem neue Verbote gelten, was Aussagen zu Umweltauswirkungen bei Kompensation von Treibhausgasemissionen anbelangt. Eine Übergangsfrist gibt es nicht. Ab dem 27.09.2026 werden daher von einem Tag auf den anderen erheblich strengere Regelungen gelten.

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs gelten die für die gesundheitsbezogene Werbung maßgeblichen strengen Anforderungen an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit der Werbeaussage regelmäßig auch für die Werbung mit Umweltschutzbegriffen und -zeichen. Der Bundesgerichtshof geht davon aus, dass sich infolge der allgemeinen Anerkennung der Umwelt als eines wertvollen und schutzbedürftigen Guts zunehmend ein verstärktes Umweltbewusstsein entwickelt hat und infolgedessen der Verkehr vielfach Waren und Leistungen bevorzugt, auf deren besondere Umweltverträglichkeit hingewiesen wird. Gefördert wird ein solches Kaufverhalten nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs auch durch den Umstand, dass sich Werbemaßnahmen, die an den Umweltschutz anknüpfen, als besonders geeignet erweisen, emotionale Bereiche im Menschen anzusprechen, die von der Besorgnis um die eigene Gesundheit bis zum Verantwortungsgefühl für spätere Generationen reichen. Außerdem weist der Bundesgerichtshof darauf hin, dass die beworbenen Produkte regelmäßig nicht in jeder Beziehung, sondern meist nur in Teilbereichen mehr oder weniger umweltschonend sind. Neben den vorgenannten Gründen ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs auch der meist nur geringe sachliche Wissensstand des breiten Publikums über die naturwissenschaftlichen Zusammenhänge und Wechselwirkungen in den Blick zu nehmen. Aus diesen Umständen folgt nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs, dass im Bereich der umweltbezogenen Werbung eine Irreführungsgefahr besonders groß ist und ein gesteigertes Aufklärungsbedürfnis der angesprochenen Verkehrskreise über Bedeutung und Inhalt der verwendeten Begriffe und Zeichen besteht. Deshalb sind nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs an die zur Vermeidung einer Irreführung erforderlichen aufklärenden Hinweise grundsätzlich

strenge Anforderungen zu stellen. Fehlen die danach gebotenen aufklärenden Hinweise in der Werbung oder sind sie nicht deutlich sichtbar herausgestellt, besteht nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs in besonders hohem Maße die Gefahr, dass bei den angesprochenen Verkehrskreisen irrige Vorstellungen über die Beschaffenheit der angebotenen Ware hervorgerufen werden und sie dadurch in ihrer Kaufentscheidung beeinflusst werden (BGH, Urteil vom 27.06.2024, I ZR 98/23, Rdnr. 24 ff.).

Wenn ein Produkt hinsichtlich CO₂-Emissionen (nur) aufgrund von Kompensationsmaßnahmen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat, kann eine Werbung, mit der solche neutralen, verringerten oder positiven Auswirkungen des Produkts auf die Umwelt beworben werden, nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs wettbewerbsrechtlich dennoch grundsätzlich zulässig sein, sofern die vorgenannten strengen Anforderungen erfüllt werden, insbesondere durch aufklärende Hinweise, die den für umweltbezogene Werbung geltenden strengen Maßstäben an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit von Werbeaussagen genügen. Ab dem 27.09.2026 wird das jedoch nicht mehr der Fall sein:

Anhang I der Richtlinie 2005/29/EG listet Geschäftspraktiken auf, die unter allen Umständen als unlauter anzusehen sind; diese Geschäftspraktiken sind damit ausnahmslos verboten. Durch die EmpCo-Richtlinie wird dieser Anhang I um neue Geschäftspraktiken erweitert. Neu eingefügt wurde darin (in Abs. 2 Nr. 4.c) u.a. das Verbot des *„Treffen[s] einer Aussage, die sich auf der Kompensation von Treibhausgasemissionen begründet und wonach ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat.“*

In Erwägungsgrund Nr. 12 der EmpCo-Richtlinie wird zu dem vorgenannten Verbot ausgeführt:

„Es ist besonders wichtig, Aussagen zu verbieten, die sich auf der Kompensation von Treibhausgasemissionen begründen und wonach ein Produkt, also entweder eine Ware oder eine Dienstleistung, hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat. Solche Aussagen sollten unter allen Umständen verboten und in die Liste in Anhang I der Richtlinie 2005/29/EG aufgenommen werden, da Verbraucher in die Irre geführt werden, indem ihnen suggeriert wird, dass sich diese Aussagen auf das Produkt selbst oder auf die Bereitstellung und Herstellung dieses Produkts beziehen, oder indem bei Verbrauchern der falsche Eindruck erweckt wird, dass der Verbrauch dieses Produkts keine Auswirkungen auf die Umwelt habe. Beispiele solcher Aussagen sind „klimaneutral“, „zertifiziert“, „CO₂-neutral“, „CO₂-positiv“, „mit Klimaausgleich“, „klimaschonend“ und „mit reduziertem CO₂-Fußabdruck“. Solche Aussagen sollten nur zulässig sein, wenn sie auf den tatsächlichen Auswirkungen auf den Lebenszyklus des betreffenden Produkts beruhen und sich nicht auf die Kompensation von Treibhausgasemissionen außerhalb der Wertschöpfungskette des Produkts beziehen, da Ersteres und Letzteres nicht gleichwertig ist.“

Der deutsche Gesetzgeber hat die vorgenannte Richtlinienbestimmung im Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG (dort in Nr. 4c.) wie folgt umgesetzt:

„Folgende geschäftliche Handlungen sind gegenüber Verbrauchern stets unzulässig:

[...]

4c. *Aussagen zu Umweltauswirkungen bei Kompensation von Treibhausgasemissionen*

das Treffen einer Aussage, die sich auf die Kompensation von Treibhausgasemissionen gründet und nach der ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat““

Ab dem 27.09.2026 sind solche Aussagen ausnahmslos verboten. Weiterhin zulässig sein soll gemäß Erwägungsgrund Nr. 12 der EmpCo-Richtlinie jedoch Werbung, die folgende Voraussetzungen erfüllt:

„Ein solches Verbot sollte Unternehmen nicht daran hindern, für ihre Investitionen in Umweltinitiativen, etwa in Projekte für Emissionsgutschriften, zu werben, sofern sie diese Informationen in einer Weise bereitstellen, die nicht irreführend ist und den Anforderungen des Unionsrechts genügt.“

Da die neuen umweltwerberechtlichen Regelungen ab dem 27.09.2026 gelten und es keine Übergangsfrist gibt, ist zu empfehlen, in der verbleibenden Zeit zu prüfen, ob es rechtlichen Handlungsbedarf gibt.

17.08.2026

okl & partner
Rechtsanwälte PartG mbB

Büro Köln
Von-Werth-Straße 2 | 50670 Köln
T: +49 (0) 221 | 42 07-0
koeln@oklp.de

Büro Berlin
Jägerstraße 54-55 | 10117 Berlin
T: +49 (0) 30 | 2577112-0
berlin@oklp.de

www.oklp.de