



Deutsche Umwelthilfe e.V. | Hackescher Markt 4 | 10178 Berlin

An die  
Mitglieder der  
Europäischen Kommission, des  
Rats der Europäischen Union und des  
Europäischen Parlaments

BUNDESGESCHÄFTSSTELLE  
BERLIN

Hackescher Markt 4  
Eingang: Neue Promenade 3  
10178 Berlin

Tel. +49 7732 9995-0  
Fax +49 7732 9995-77  
info@duh.de  
www.duh.de

14. September 2023

## **Abstimmung des Trilogs zur Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und bessere Informationen (COM(2022)0143 – C9-0128/2022 – 2022/0092(COD) am 19.09.2023**

Sehr geehrte Damen und Herren,

hiermit bitten wir Sie dringend, bei der am 19.09.2023 stattfindenden Befassung mit der Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Geschäftspraktiken und bessere Informationen **für die Abänderungen des Europäischen Parlaments vom 11. Mai 2023 abzustimmen.**

Wir begründen dies wie folgt:

Der [Vorschlag](#) sieht vor, Begriffe wie „klimaneutral“, „CO<sub>2</sub>-neutral“ und ähnliche Begriffe zu verbieten sofern sie auf der Kompensation von Emissionen beruhen. Sie sollen in Annex I der Richtlinie aufgenommen werden (die Vorschläge der [Europäischen Kommission](#) sowie des [Rats der Europäischen Union](#) sehen kein Verbot vor).

Die Zahl der Verbraucherinnen und Verbraucher, die Wert auf Umweltfreundlichkeit und klimaverträglichen Konsum legen, steigt stetig an. Mit großer Sorge beobachten wir, dass sich auch irreführende und falsche Werbung, die den Verbraucherinnen und Verbrauchern verzerrte und unvollständige Informationen über die tatsächlichen Klima- und Umweltauswirkungen von Unternehmen, Produkten und Dienstleistungen liefert, immer weiter zunimmt.

Insbesondere Claims wie „klimaneutral“, „klimapositiv“ oder „CO<sub>2</sub>-neutral“, hält der Deutsche Umwelthilfe e.V. (DUH) dabei für generell irreführend und eine Verbrauchertäuschung zulasten des Klimas. Während die Neutralisierung der Klimaauswirkungen eines Produkts in der Realität nach wie vor praktisch unmöglich ist und ein in diesem Jahr vom NewClimate Institut veröffentlichter [Report](#) zeigt, dass viele Klimapläne von Unternehmen nur eine Fassade sind, suggerieren Claims wie „klimaneutral“ Verbraucherinnen und Verbraucher könnten ohne schädliche Klimaauswirkungen konsumieren, obwohl die Klimaneutralität meist (vollständig oder teilweise) durch Kompensa-

tionsprojekte mit zweifelhafter Wirkung erzielt werden soll. Eine kürzlich durchgeführte [Untersuchung](#) hat beispielsweise ergeben, dass über 90 % der vom weltweit führenden Zertifizierer Verra verkauften Waldschutzkompensationsprojekte wertlos waren und die globale Erwärmung nicht verringern, sondern noch verstärken könnten.

Die erschreckende Zunahme unsubstantiiertes und irreführender Behauptungen zur „Klimaneutralität“ war bereits Gegenstand [zahlreicher juristischer Auseinandersetzungen](#). Umwelt- und Verbraucherverbände sowie nationale Behörden gehen europaweit gerichtlich gegen Unternehmen vor, die mit irreführenden Klimaneutralitätsclaims werben und werden von den Gerichten in ihrer Rechtsauffassung bestätigt. Sogar Unternehmen erkennen dringenden Regelungsbedarf für die Verwendung derartiger Begrifflichkeiten und gehen gegen irreführende Werbung von Mitbewerbern vor, die sich durch die Bewerbung ihrer Produkte als „klimaneutral“ Wettbewerbsvorteile verschaffen.

Auch die DUH konnte in Deutschland am 26.07.2023 ein richtungsweisendes Urteil gegen die Drogeriemarktkette dm-drogerie markt GmbH & Co. KG erwirken, welches die gesamte bisherige Rechtsprechung zu Werbung mit „Klimaneutralität“ in Deutschland berücksichtigt (Az LG Karlsruhe: 13 O 46/22, Az OLG Karlsruhe, Berufung dm). Das Landgericht Karlsruhe führte aus, dass Angaben zu Nachhaltigkeit und Klimaneutralität heute erheblichen Einfluss auf das Kaufverhalten haben und dass Claims wie „klimaneutral“ und „umweltneutral“ einer weiterführenden Erläuterung bedürfen. So muss - laut Urteilsbegründung des Gerichts –

- angegeben werden, auf welche Schritte des Lebenszyklus eines Produktes sich der Claim bezieht, also ob bestimmte Emissionen von der Bilanzierung ausgenommen werden,
- angegeben werden, ob die Klimaneutralität durch Kompensation der Treibhausgase oder durch Emissionsreduktion (oder eine Kombination) erreicht werden soll. Das sei insbesondere relevant, da die Emissionsreduktion nur in geringem, die Emissionskompensation aber in hohem Maße „Greenwashing“- Potential besitze.
- offengelegt werden, anhand welcher Kriterien die Prüfung für das Label des jeweiligen Zertifizierungspartners erfolgt ist

In Bezug auf die Kompensation der Emissionen mit Waldschutzprojekten kommt das Landgericht zu dem Schluss, dass diese bei Verbraucherinnen und Verbrauchern ein Verständnis weckt, welches nicht der Realität entspricht, da der vollständige und dauerhafte Ausgleich der Emissionen nicht bewirkt werden kann. CO<sub>2</sub> besitzt in der Atmosphäre eine sehr lange Verweildauer, welche weit über die Laufzeit der Waldschutzprojekte die zur Kompensation genutzt werden hinausgeht. Außerdem müssen bei absoluten Aussagen wie „umweltneutral“ alle Umweltauswirkungen des Produktes erfasst und vollständig ausgeglichen (oder reduziert) werden. Kompensation kann genau das jedoch häufig nicht leisten.

Das erstinstanzliche Urteil zeigt, dass Kompensationsprojekte, insbesondere die häufig zur Kompensation genutzten Waldprojekte ihre Absolutheitsaussagen eines vollständigen und dauerhaften THG-Ausgleichs zumeist nicht halten können. Ein Verbot von Werbung, die auf der Kompensation von Emissionen beruht, fördert somit nicht nur die Rechtssicherheit für Unternehmen, sondern auch den Klimaschutz, da es Unternehmen, die tatsächlich Emissionseinsparungen vornehmen, bevorteilt. Mit der derzeitigen Verwendung der Begriffe ist es Verbraucherinnen und Verbrauchern fast unmöglich, Unternehmen, die ehrliche Anstrengungen für den Klimaschutz betreiben und Emissionen reduzieren, von denen zu unterscheiden, die lediglich Greenwashing mit zweifelhaften Kompensationsprojekten betreiben.

Am 19.09.2023 werden sich die Europäische Kommission, das Parlament und die nationalen Regierungen auf den Text der neuen Rechtsvorschrift „Empowering Consumers for the Green Transition“ („ECGT“) einigen, der zum besseren Schutz von Verbraucherinnen und Verbrauchern vor solchen Greenwashing-Praktiken beitragen und sie für eine grüne Wirtschaft rüsten soll. Bereits im Frühjahr dieses Jahres stimmte das Europäische Parlament für ein Verbot von Werbung mit Begriffen wie „klimaneutral“ die auf der Kompensation von Emissionen beruht.

**Die EU hat also jetzt die große Chance, gegen klimaschädliche Werbung und Label vorzugehen.**

**Die DUH fordert daher alle Verantwortlichen dringend dazu auf, sich für ein Verbot von Claims wie „klimaneutral“ auszusprechen, wenn sie auf der Kompensation von Emissionen beruhen** und dadurch Greenwashing und Verbrauchertäuschung zu unterbinden sowie Unternehmen zu fördern, die nicht auf Kompensation setzen, sondern auf ein nachhaltiges Geschäftsmodell umgestellt haben.

Mit freundlichen Grüßen



Jürgen Resch  
Bundesgeschäftsführer



Agnes Sauter  
Leiterin ökologische Marktüberwachung

#### Weiterführende Informationen:

- Vorschlag des Europäischen Parlamentes: [https://europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2023-0201\\_EN.pdf](https://europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2023-0201_EN.pdf)
- Vorschlag der Europäischen Kommission: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52022PC0143&qid=1649327162410>
- Vorschlag des Rates der Europäischen Union: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-8652-2023-INIT/en/pdf>
- Report des NewClimate Instituts: [https://newclimate.org/sites/default/files/2023-04/NewClimate\\_CorporateClimateResponsibilityMonitor2023\\_Feb23.pdf](https://newclimate.org/sites/default/files/2023-04/NewClimate_CorporateClimateResponsibilityMonitor2023_Feb23.pdf)
- Guardian Artikel zu Waldschutzprojekten von Verra: <https://www.theguardian.com/environment/2023/jan/18/revealed-forest-carbon-offsets-biggest-provider-worthless-verra-aoe>
- Übersicht von Clean Energy Wire zu ausgewählten juristischen Auseinandersetzungen über Klimaneutralitätsclaims: <https://www.cleanenergywire.org/factsheets/company-climate-claims-court-pending-cases-will-shape-future-net-zero-pledges>