

Die EU-**Empowering-Consumers**-Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher

Die **EmpCo-Richtlinie (EU) 2024/825 - zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel** - soll Verbraucherinnen und Verbraucher vor irreführenden Nachhaltigkeitsaussagen schützen. Unternehmen dürfen Aussagen über Umwelt- oder Nachhaltigkeitsaspekte ab dem 27.09.2026 nur noch machen, wenn diese nachvollziehbar belegt sind und klar sowie transparent dargestellt werden. Was das bedeutet, haben wir in diesem Merkblatt für Sie zusammengestellt.

STICHTAG
27.09.2026

In Deutschland wird die EmpCo über das Gesetz zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs (UWG) umgesetzt.

Ist die Kennzeichnung von Produkten mit dem EMICODE® auch künftig zulässig?

Die GEV hat sich gemeinsam mit externen Fachleuten intensiv mit den Anforderungen der EmpCo-Richtlinie und der geplanten Neufassung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) befasst. Auf Grundlage des aktuellen Rechtsstands wurden die EMICODE®-Regularien überarbeitet und weiterentwickelt. Ziel war es, die Objektivität und Zuverlässigkeit der mit dem EMICODE®-Siegel verbundenen Umweltaussagen weiter zu verbessern.

Nach Einschätzung der GEV entspricht das EMICODE®-Siegel in seiner aktualisierten Systematik den Anforderungen des UWG und der EmpCo-Richtlinie, sofern für das jeweilige Produkt eine gültige, auf den aktualisierten Regularien beruhende EMICODE®-Lizenz besteht. Die GEV wird die weitere Entwicklung der Gesetzgebung und Rechtsprechung aufmerksam verfolgen und das System bei Bedarf weiter anpassen.

Das aktuelle ‚Zertifizierungssystem‘ erfüllt nach Meinung der GEV auch die Anforderungen, die gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 6 UWG n.F. gestellt werden.

Dazu gehören insbesondere:

- a) Die Teilnahme steht allen Unternehmen zu transparenten, lauten und diskriminierungsfreien Bedingungen offen.
- b) Die Kriterien werden unter Einbeziehung unabhängiger Sachverständiger und relevanter Interessenträger entwickelt.
- c) Es bestehen klare Verfahren für den Umgang mit Verstößen, einschließlich der Aussetzung oder des Entzugs der Zeichennutzung.
- d) Die Einhaltung der Anforderungen wird durch unabhängige Dritte nach objektiven Verfahren überwacht, die nach internationalen Normen festgelegt sind.

- **Wichtig ist jedoch: Mit dem EMICODE®-Siegel darf geworben werden.**
- Dies umfasst auch die für die Klassen EC 1 und EC 1^{PLUS} vorgesehene Bezeichnung „sehr emissionsarm“.
- Das Siegel berechtigt jedoch nicht zu allgemeinen Umweltaussagen wie „umweltfreundlich“ oder vergleichbaren Aussagen, sofern diese nicht durch die EMICODE®-Prüfung belegt werden.
- Zulässig ist es, zu erläutern, welche Eigenschaften und Prüfungen mit dem EMICODE® verbunden sind.
- Nicht zulässig sind dagegen weitergehende Umweltversprechen, die über den Aussagegehalt des Siegels hinausgehen.

Bestehen im Einzelfall Zweifel an der Zulässigkeit geplanter Werbeaussagen, empfiehlt die GEV, diese vor der Veröffentlichung rechtlich prüfen zu lassen.

Aus Sicht der GEV bestehen daher aktuell keine Bedenken, Produkte mit dem EMICODE®-Siegel zu kennzeichnen, sofern die dafür vorgesehenen Voraussetzungen – insbesondere die erfolgreiche Produktprüfung und eine gültige markenrechtliche Lizenz – erfüllt sind.



FAQ zur EmpCo-Richtlinie

Nachhaltigkeitsaspekte spielen in der Kommunikation von Unternehmen mit Verbrauchern eine wichtige Rolle. Kaufentscheidungen, die Verbraucherinnen und Verbraucher auf Grundlage der von den Unternehmen zur Verfügung gestellten Informationen treffen, tragen dazu bei, dass sich nachhaltige Produkte am Markt durchsetzen.

Informierte und sachgerechte Kaufentscheidungen können aber nur getroffen werden, wenn Umweltaussagen zu Produkten und Nachhaltigkeitssiegel von Unternehmen verlässlich sind.

Dementsprechend ist es Ziel der Richtlinie (EU) 2024/825 „EmpCo-Richtlinie“, **die Verbraucher gegen unlautere Praktiken zu schützen** und durch bessere Informationen zu einem nachhaltigen Konsumverhalten beizutragen.

Die Richtlinie ist durch eine Novelle des UWG in nationales Recht umgesetzt worden. Die EU-Kommission hat einen [FAQ](#) zur EmpCo-Richtlinie, auch als ECGT-Richtlinie bezeichnet, erstellt, die **umfangreiche Hinweise zur Anwendung der neuen Regelungen** enthält.

Zu den neuen Regelungen des UWG gibt es noch keine Rechtsprechung. Die Ausführungen geben daher nur die Meinung des Verfassers bzw. des Verbands wieder. Das Merkblatt dient zur Orientierung und kann eine Rechtsberatung im Einzelfall nicht ersetzen.

(sog. schwarze Liste) aufgeführt sind, generell verboten. Auf den Nachweis einer negativen Auswirkung der betreffenden Handlung kommt es daher nicht an.

Auf der schwarzen Liste sind geschäftliche Handlungen verzeichnet, die gegenüber Verbrauchern per se unzulässig sind und im Folgenden erläutert werden. Das Verbot ist nicht relevant, wenn die betreffenden Produkte nicht an Verbraucher gelangen, d.h., die Produkte nicht für Verbraucher bestimmt sind und diese nicht erreichen können.

Zu beachten ist aber, dass irreführende geschäftliche Handlungen gegenüber sonstigen Marktteilnehmern ebenfalls unlauter sind. Irreführend können insbesondere auch Aussagen über ökologische Merkmale oder Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit sein.

1. Ab wann gelten die neuen Regelungen?

Die neuen Regelungen müssen in Deutschland ab dem 27. September 2026 angewandt werden. Ab diesem Zeitpunkt müssen die relevanten Informationen entsprechend der neuen Regelungen klar und verständlich bereitgestellt werden, irreführende Geschäftspraktiken müssen unterbleiben.

2. Erweiterung der schwarzen Liste

Geschäftliche Handlungen, die sich an Verbraucher richten oder diese erreichen, sind unlauter, wenn sie nicht der unternehmerischen Sorgfalt entsprechen und geeignet sind, das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich zu beeinflussen (§ 3 Abs. 2 UWG). Gemäß § 3 Abs. 3 UWG sind bestimmte Handlungen, die im Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG n.F.

3. Adressat der Verbote – Aufgaben der Unternehmen

Adressat der gesetzlichen Verbote ist grundsätzlich der Verwender einer Aussage oder eines (Umwelt-)Siegels. Bei Verstößen drohen Bußgelder, Abmahnungen sowie Klagen auf Beseitigung und Unterlassung durch Mitbewerber und Verbände (§ 8 UWG).

Es ist daher Aufgabe des Unternehmers, vor einer Umweltaussage oder der Verwendung eines Nachhaltigkeitssiegels gegenüber Verbrauchern

sicherzustellen, dass die verwendete (Umwelt-)Aussage nachprüfbar richtig ist oder dass ein verwendetes Siegel bzw. das dem Siegel zugrundeliegende Zertifizierungssystem den Mindestanforderungen an Transparenz und Glaubwürdigkeit entspricht.

Ob und inwieweit ein Unternehmer dabei auf die Auskünfte Dritter oder des Inhabers eines Siegels vertrauen darf, dürfte auf der Grundlage der konkreten

Umstände im Einzelfall zu entscheiden sein. Der Unternehmer ist aber nicht verpflichtet, im Detail zu überprüfen, ob der (Zertifizierungs-)Systeminhaber tatsächlich die gesetzlichen Voraussetzungen im Einzelnen einhält.

4. Verbote Handlungen und Sorgfaltspflicht

Folgende Handlungen sind in die schwarze Liste aufgenommen worden und daher per se unzulässig, sofern sie die gesetzlichen Anforderungen nicht erfüllen:

- Anbringung von Nachhaltigkeitssiegeln
- Allgemeine Umweltaussagen
- Aussagen zu Umweltauswirkungen bei Kompensation von Treibhausgasen (THG)
- Aussagen zu zukünftigen Umweltleistungen einschließlich zeitgebundener Ziele.

Kurz gesagt: Umweltaussagen müssen in jedem Fall wahr und dürfen nicht irreführend sein und

- **klar und in hervorgehobener Weise auf demselben Medium erläutert** werden,
- auf einer **anerkannten hervorragenden Umweltleistung** beruhen oder
- durch ein **Nachhaltigkeitssiegel** unterlegt werden.

Nachhaltigkeitssiegel dürfen, soweit sie nicht von einer staatlichen Stelle festgesetzt wurden nur angebracht werden, wenn sie auf einem **Zertifizierungssystem** beruhen.

Aussagen zu Umweltauswirkungen bei Kompensation von Treibhausgasen sind praktisch nur noch in Ausnahmefällen zulässig.

Aussagen über zukünftige Umweltleistungen dürfen nur auf Grundlage eines detaillierten und realistischen Umsetzungsplans mit messbaren und zeitgebundenen Zielen sowie mit klaren, objektiven und öffentlich einsehbaren Verpflichtungen getroffen werden. Zudem ist generell zu beachten, dass die **Werbung**

mit „Vorteilen“, die für den Verbraucher irrelevant sind, weil diese Merkmale praktisch für alle vergleichbaren Produkte gelten, ebenfalls als irreführend gilt. Der Unternehmer muss sich vergewissern, ob die gesetzlichen Voraussetzungen jeweils erfüllt sind.

5. Was sind Umweltaussagen?

Eine Umweltaussage ist eine

- Aussage oder Darstellung im Kontext einer kommerziellen Kommunikation, z. B. Werbung oder Verkauf,
- einschließlich Darstellungen durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole wie beispielsweise Etiketten, Markennamen, Firmennamen oder Produktbezeichnungen,
- die rechtlich nicht verpflichtend ist und
- in der ausdrücklich oder stillschweigend angegeben wird, dass
 - a) ein Produkt, eine Produktkategorie, eine Marke oder ein Unternehmer eine positive oder keine Auswirkung auf die Umwelt hat oder weniger schädlich für die Umwelt ist als andere Produkte, Produktkategorien, Marken oder Unternehmer oder
 - b) die Auswirkung eines Produkts, einer Produktkategorie, einer Marke oder eines Unternehmers auf die Umwelt im Laufe der Zeit verbessert wurde.

Beispiel: Die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen oder Offenlegungen, die nach der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) vorgeschrieben sind, fallen typischerweise nicht in den Anwendungsbereich der EmpCo-Richtlinie, da diese Berichte häufig verpflichtend sind und sich (nur) an Investoren richten und nicht an Verbraucher.

6. Was ist eine „Allgemeine Umweltaussage“?

Eine „allgemeine Umweltaussage“ ist

- eine schriftlich oder mündlich, einschließlich über audiovisuelle Medien, getätigte Umweltaussage,
- die nicht auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten ist und
- bei der die **Spezifizierung der Umweltaussage** nicht klar und in hervorgehobener Weise auf demselben Medium angegeben ist.

Beispiele für allgemeine Umweltaussagen sind:

„Umweltfreundlich, grün, gut für die Umwelt, nachhaltig, Öko, ressourcenschonend, energieeffizient, ...“.

Es handelt sich also um kurze, plakative Aussagen, die für sich genommen keinen anhand objektiver Kriterien überprüfbaren Aussagegehalt haben und aus denen nicht unmittelbar hervorgeht,

- welcher Umweltaspekt betroffen ist,
- auf welchen Abschnitt des Lebenszyklus eines Produkts sie sich beziehen oder
- wie die behauptete Wirkung konkret erreicht werden soll.

Auch Marken, Firmennamen oder Firmenlogos können umweltbezogene Begriffe enthalten.

7. Wann sind allgemeine Umweltaussagen zulässig bzw. verboten?

Nicht nachweisbare allgemeine Umweltaussagen gegenüber Verbrauchern sind grundsätzlich unzulässig.² Dabei werden die zugelassenen Nachweise durch das Gesetz praktisch eingeschränkt.

Unzulässig sind allgemeine Umweltaussagen, wenn

- a) der Unternehmer keine ihr zugrundeliegende **anerkannte hervorragende Umweltleistung** nachweisen kann oder
- b) der Unternehmer eine **unwahre Angabe zur Reichweite einer Umweltaussage** trifft. Das ist der Fall, wenn eine Umweltaussage zum gesamten Produkt getroffen wird oder auch zur gesamten Geschäftstätigkeit des Unternehmers, sich die Umweltaussage tatsächlich aber nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts oder nur auf eine bestimmte Aktivität der Geschäftstätigkeit des Gewerbetreibenden bezieht oder
- c) **Aussagen zu Umweltauswirkungen bei Kompensation von Treibhausgasemissionen** getroffen werden, nach der ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat.

Zu beachten: Allgemeine Umweltaussagen auf einem Nachhaltigkeitssiegel sind grundsätzlich zulässig, wenn sie mit einem konkreten ökologischen Merkmal verbunden sind. Die Abgrenzung kann im Einzelfall aber schwierig sein, so dass im Zweifel eine rechtliche Beratung erfolgen sollte.

8. Was ist eine „anerkannte hervorragende Umweltleistung“?

Das ist eine Umweltleistung, die im Einklang steht mit

- a) Verordnung (EG) Nr. 66/2010, die Anforderungen an EU-Umweltzeichen enthält oder mit
- b) nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach DIN EN ISO 14024 Typ I, Ausgabe Juni 2018, die in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union offiziell anerkannt sind, oder
- c) der Forderung, dass das Produkt Umwelthöchstleistungen nach sonstigem geltenden Unionsrecht erbringt (z. B. entsprechend der RL 2018/2001, Erneuerbare-Energien-Richtlinie)

Spezifizierte ausdrückliche Umweltleistungen wie z. B. *„die für die Herstellung der Verpackung verwendete Energie stammt zu 100 % aus sog. erneuerbaren Energiequellen“*, sind zulässig, wenn sie nicht irreführend und (nachweislich) zutreffend sind.

9. Was sind Nachhaltigkeitssiegel?

Nachhaltigkeitssiegel sind

- freiwillige öffentliche oder private Vertrauenssiegel, Gütezeichen oder Ähnliches
- mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit gegenüber Verbrauchern in Bezug auf ihre ökologischen oder sozialen Merkmale oder beides hervorzuheben oder zu fördern (das können auch Bilder oder Symbole sein),
- ausgenommen alle verpflichtenden Kennzeichnungen gemäß dem Recht der Europäischen Union oder dem Recht eines Mitgliedstaats der Europäischen Union.

In dem Siegel sind grundsätzlich konkrete „ökologische oder soziale Merkmale“ hervorzuheben, was die Aussage von einer allgemeinen Umweltaussage abgrenzt. Die Aussage kann sich auch auf die Geschäftstätigkeit beziehen.

Nachhaltigkeitssiegel dürfen nur angebracht werden, wenn sie bestimmte Voraussetzungen erfüllen. Sie müssen entweder

- von staatlichen Stellen festgesetzt sein (z. B. offizielle EU-Umweltzeichen) oder
- auf einem Zertifizierungssystem beruhen.

² Gleiches gilt grundsätzlich für irreführende Umweltaussagen (§§ 5, 5a UWG).

10. Was ist ein Zertifizierungssystem i. S. d. UWG?

Ein Zertifizierungssystem ist

- 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
- und folgende Kriterien erfüllt:
 - a) das System steht allen Unternehmen unter **transparenten, lauten und diskriminierungsfreien Bedingungen** offen,
 - b) die **Anforderungen** des Systems werden vom Systeminhaber **in Absprache mit geeigneten Sachverständigen und Interessenträgern ausgearbeitet**,
 - c) in dem System sind **Verfahren für den Umgang mit Verstößen** gegen die Anforderungen des Systems festgelegt und es ist der Entzug oder die Aussetzung der Verwendung des Nachhaltigkeitssiegels durch den Unternehmer im Fall von Verstößen gegen die Anforderungen des Systems vorgesehen und
 - d) die **Überwachung der Einhaltung der Anforderungen** des Systems durch einen Unternehmer unterliegt einem **objektiven Verfahren** und wird **von einem Dritten** durchgeführt, dessen Kompetenz und dessen Unabhängigkeit sowohl vom Systeminhaber als auch vom Unternehmer auf internationalen oder unionsweiten Normen und Verfahren oder auf Normen und Verfahren eines Mitgliedstaats der Europäischen Union beruht („Dreipersonenverhältnis“).

Es ist zu empfehlen, sich vom Systeminhaber eines Nachhaltigkeitssiegels bestätigen zu lassen, dass das zugrundeliegende Zertifizierungssystem alle ab dem 27. September 2026 geltenden gesetzlichen Anforderungen erfüllt.

11. Dürfen Aussagen über die Kompensation von Treibhausgasemissionen getroffen werden?

Aussagen zur Klimaneutralität sind hinsichtlich ihres Umfangs und ihrer Reichweite meist unklar. Die Aus-

sage kann sich sowohl auf die Reduktion von THG im Produktionsprozess beziehen oder auch als eine bloße Kompensation von Emissionen verstanden werden. Solche Aussagen sind daher oft irreführend und wurden schon in der Vergangenheit von Gerichten als irreführend angesehen. Nunmehr sind derartige Aussagen wie „klimaneutral, zertifiziert CO₂ neutral, CO₂ positiv, klimaschonend, reduzierter CO₂ Abdruck“ etc. grundsätzlich unzulässig.

Damit ist eine Produktwerbung untersagt, mit der eine Aussage getroffen wird, 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.

Sonstige Aussagen sind nur zulässig, wenn sie

- auf einer tatsächlichen Auswirkung einer Maßnahme (Verbesserung) auf den Lebenszyklus des Produkts beruhen und
- sich nicht auf die Kompensation von THG-Emissionen außerhalb der Wertschöpfungskette beziehen
- und klar und eindeutig auf dem verwendeten Medium beschrieben sind, so dass im Prinzip eine spezifische Umweltaussage getroffen wird. „Bewertung über den Lebenszyklus“ bedeutet die Einbeziehung der Produktion, der Nutzung und der Entsorgung. Die positive Wirkung (z. B. „mehr Speicherung von CO₂ als das Produkt im Lebenszyklus verursacht“) muss durch geeignete Lebenszyklusanalysen belegt werden können.

Ausnahmen sind Kompensationsaussagen, die auf einem Rechtsakt der EU beruhen und insoweit eine „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ nachweisen.

Die bisherige Rechtsprechung sollte beachtet werden (BGH „Katjes-Urteil“ – Urt. v. 27.6.2024, I ZR 98/23).

12. Sind Aussagen über künftige Umweltleistungen zulässig?

Bei **zukunftsbezogenen Aussagen** handelt es sich um Ankündigungen, wonach ein bestimmtes Umweltziel (z. B. „Klimaneutralität“) zu einem bestimmten Zeitpunkt erreicht wird.

Voraussetzung für eine solche Aussage ist, dass

- es sich um klare, objektive, öffentlich einsehbare und überprüfbare Verpflichtungen handelt, die in einem detaillierten und realistischen Umsetzungsplan festgelegt sind, der

- messbare und zeitgebundene Ziele sowie weitere relevante Elemente umfasst, die zur Unterstützung seiner Umsetzung erforderlich sind, wie die Zuweisung von Ressourcen, und
- regelmäßig von einem unabhängigen externen Sachverständigen überprüft wird, dessen Erkenntnisse Verbrauchern zur Verfügung gestellt werden.
- Der Sachverständige muss zwar nicht notifiziert oder akkreditiert sein, jedoch in Bezug auf den Sachverhalt (Umweltaudit) kompetent sowie ohne Interessenkonflikte sein. Die Regelmäßigkeit dürfte sich auf 1–2 Jahreszeiträume beziehen. Die Ergebnisse können Verbrauchern auch per QR-Code zur Verfügung gestellt werden.

Zusammengefasst muss die Ankündigung klar, eindeutig und überprüfbar sein, was einen detaillierten und realistischen Umsetzungsplan mit messbaren und zeitgebundenen Zielen, Informationen zur Zuweisung von Ressourcen und ein regelmäßiges Audit durch einen unabhängigen und kompetenten Sachverständigen voraussetzt, dessen Ergebnisse dem Verbraucher zur Verfügung zu stellen sind.

Herausgeber: _____



**Gemeinschaft Emissionskontrollierte
Verlegewerkstoffe, Klebstoffe und Bauprodukte e.V.**

Fischerstraße 2, 40477 Düsseldorf

Telefon: +49 (0) 211 843 449-01

info@emicode.com

www.emicode.com

Verfasser: _____

Rechtsanwalt Michael Halstenberg

FRANSSEN NUSSE Rechtsanwälte PartGmbH,
Düsseldorf

Stand: 08.2026

