

Pressemitteilung vom 24. September 2026

EmpCo: Schluss mit Greenwashing

Verbraucherzentrale Hamburg begrüßt strengere Vorgaben für Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen von Unternehmen

„Ökologisch“, „umweltfreundlich“, „biologisch abbaubar“ oder „recyclebar“ – mit solchen Aussagen werben Unternehmen häufig für ihre Produkte. Künftig reicht ein grünes Versprechen allein nicht mehr aus: Ab 27. September 2026 gelten auf Grundlage der europäischen EmpCo-Richtlinie strengere Vorgaben für Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen. Die Verbraucherzentrale Hamburg begrüßt die neuen Regelungen.

„Umweltaspekte spielen beim Einkauf für viele Menschen eine wichtige Rolle. Umso wichtiger ist es, dass entsprechende Werbeaussagen nachvollziehbar und verlässlich sind. Wer mit Umweltvorteilen wirbt, muss nun genauer darlegen, was dahintersteckt – und es auch belegen können“, erklärt Susanne Langsdorf von der Verbraucherzentrale Hamburg.

Konkrete Aussagen statt grüner Allgemeinplätze

Statt eine Verpackung pauschal als „klimafreundlich“ zu bezeichnen, kann es künftig beispielsweise heißen: „100 Prozent der für die Herstellung dieser Verpackung verwendeten Energie stammen aus erneuerbaren Quellen.“ Vergleichbar konkret müssen Unternehmen bei weiteren Umweltversprechen werden. Bei der Aussage „biologisch abbaubar“ etwa wäre anzugeben, unter welchen Bedingungen und in welchem Zeitraum sich die Stoffe im Produkt abbauen. Bei einem Hinweis wie „recyclebar“ muss klar sein, worauf sich das Versprechen bezieht – auf die Verpackung, einzelne Bestandteile oder das gesamte Produkt.

Keine Klimaneutralität durch Kompensation

Besonders streng sind die Regeln für Begriffe wie „klimaneutral“, „CO -neutral“ oder „klimapositiv“. Unternehmen dürfen künftig bei einem Produkt nicht mehr den Eindruck erwecken, es habe keine oder sogar positive Auswirkungen auf das Klima, wenn diese Aussage lediglich darauf beruht, dass entstandene Treibhausgasemissionen über Kompensationsprojekte ausgeglichen werden. Maßgeblich sind die tatsächlichen Auswirkungen des Produkts – nicht Ausgleichsmaßnahmen außerhalb seiner Wertschöpfungskette.

Strengere Vorgaben für Nachhaltigkeitssiegel

Auch bei Nachhaltigkeitssiegeln wird nachgeschärft. Eigene grüne Logos oder Siegel, die Unternehmen ohne unabhängige Kontrolle selbst auf Verpackungen drucken, sind künftig nicht mehr zulässig. Die Siegel müssen auf einem Zertifizierungssystem beruhen oder von staatlichen Stellen festgelegt worden sein. „Für Verbraucherinnen und Verbraucher ist das besonders wichtig. Sie müssen sich darauf verlassen können, dass ein Siegel mehr ist als ein werbewirksames Symbol“, so Langsdorf.

Teilvorteile dürfen nicht fürs Ganze stehen

Außerdem kann ein einzelner Umweltvorteil künftig nicht mehr auf das gesamte Produkt oder Unternehmen übertragen werden. Besteht etwa nur die Verpackung aus recyceltem Material, muss die Werbung deutlich machen, dass sich diese nicht auf das komplette Produkt bezieht. „Die EmpCo zieht Unternehmen klare Grenzen. Ein einzelner Umweltvorteil darf nicht alles grüner erscheinen lassen, als es tatsächlich ist“, sagt Langsdorf.

Auch gesetzliche Mindeststandards dürfen nicht als besondere Umweltleistung verkauft werden. Ist beispielsweise ein bestimmter chemischer Stoff für eine Produktkategorie ohnehin gesetzlich verboten, kann ein Anbieter nicht damit werben, sein Produkt komme „ohne“ diesen Stoff aus.

Mehr Klarheit beim Einkauf

Aus Sicht der Verbraucherzentrale Hamburg waren die strengeren Vorgaben der EmpCo-Richtlinie überfällig. Die neuen Vorschriften betreffen dabei nicht nur die Umwelt- und Klimawerbung, sondern sie umfassen auch bestimmte Aussagen zu sozialen Eigenschaften und anderen Nachhaltigkeitsmerkmalen. „Unternehmen hatten bei Nachhaltigkeitsversprechen viel zu lange zu viel Spielraum. Die neuen Regeln setzen

den Anbietern endlich klare Grenzen“, meint Verbraucherschützerin Langsdorf.

Die Verbraucherzentrale Hamburg wird genau verfolgen, wie Unternehmen die neuen Vorgaben in der Praxis anwenden. Verbraucherinnen und Verbraucher, denen zweifelhafte Umweltversprechen, unklare Nachhaltigkeitsaussagen oder fragwürdige Siegel begegnen, können entsprechende Fälle über die Internetseite der Hamburger Verbraucherschützer melden: www.vzhh.de/misstand-melden.

Die Umweltberatung der Verbraucherzentrale Hamburg wird gefördert aus Mitteln der Freien und Hansestadt Hamburg, Behörde für Umwelt, Klima, Energie und Agrarwirtschaft.

Bitte beachten Sie, dass die Meldung den Stand der Dinge zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung wiedergibt.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/presse/empco-schluss-greenwashing>