Downloaded from Blogs on 02.11.2026 05:16h

By PwC Deutschland | 19. Februar 2026

Werbung mit Green Claims und Social Claims in Deutschland 2026

Update #2 (Kein generelles Verbot allgemeiner Umweltaussagen): Mit der Umsetzung der Empowering Consumers for the Green Transition Directive (EmpCo) durch das Drittes Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) in deutsches Recht stehen Unternehmen vor neuen Herausforderungen – insbesondere bei allgemeinen Umweltaussagen. In diesem Update geben wir einen vertieften Überblick über weitere wesentliche Neuerungen zu allgemeinen Umweltaussagen durch die Umsetzung der EmpCo in deutsches Recht und zeigen auf, worauf Unternehmen bei ihrer Werbekommunikation ab dem Inkrafttreten des geänderten UWG am 27. September 2026 – besser schon davor – besonders achten müssen.

Downloaded from Blogs on 02.11.2026 05:16h

Content

Allgemeine Umweltaussage 3

Was ist nicht verboten? 3

Fazit 3

Downloaded from Blogs on 02.11.2026 05:16h

Allgemeine Umweltaussage

Durch die EmpCo und das Drittes Gesetz zur Änderung des UWG sollen allgemeine Umweltaussagen beschränkt, aber nicht generell verboten werden. Beispiele allgemeiner Umweltaussagen sind etwa *„umweltfreundlich", „umweltschonend", „grün", „naturfreundlich", „ökologisch", „umweltgerecht", „klimafreundlich", „umweltverträglich", „CO2-freundlich", „energieeffizient", „biologisch abbaubar"* oder *„biobasiert"*.

Was ist nicht verboten?

Eine allgemeine Umweltaussage ist nicht verboten, wenn es sich bei ihr um eine nach dem Unionsrecht oder nationalem Recht verpflichtende Aussage handelt. Verpflichtende

Handelt es sich um eine freiwillige, nicht verpflichtende Aussage, greift ein Verbot nicht, wenn die Aussage hinreichend erläutert bzw. spezifiziert wird. Zum Beispiel wäre die Aussage *„klimafreundliche Verpackungen“* eine verbotene allgemeine Aussage, während die Aussage *„100 % der für die Herstellung dieser Verpackungen verwendeten Energie stammen aus erneuerbaren Quellen“* eine hinreichend spezifische Aussage wäre, die nicht unter das Verbot fallen würde. Die Spezifizierung darf gegenüber der Umweltaussage nicht untergehen oder in den Hintergrund treten und sie muss klar und in hervorgehobener Weise auf demselben Medium erläutert werden.

Liegt auch eine hinreichende Spezifizierung nicht vor, ist ein Verbot einer allgemeinen Umweltaussage nicht zwingend. Ein Verbot greift nicht wenn der Werbende nachweisende kann, dass die Umweltaussage eine anerkannte hervorragende Umweltleistung betrifft. Dies sind neben Umwelthöchstleistungen nach geltendem Unionsrecht (wie dem EU-Umweltzeichen) auch nationale oder regionale Umweltkennzeichenregelungen nach DIN EN ISO 14024 Typ I (wie beispielsweise der Blaue Engel).

Fazit

Die Umsetzung der EmpCo bringt erhebliche Verschärfungen für die Werbekommunikation mit sich. Bei Werbemaßnahmen mit **allgemeinen Umweltaussagen** sollten Unternehmen ihre Werbematerialien auf pauschale Begriffe wie „umweltfreundlich" oder „klimafreundlich" überprüfen und diese entweder durch spezifische Aussagen ergänzen oder durch anerkannte Zertifizierungen untermauern.

Kontaktieren Sie uns

Dr. Anna-Kristine Wipper

Partner Berlin
Tel.: +49 151 72407243
E-Mail:**anna-kristine.wipper@pwc.com**

Downloaded from Blogs on 02.11.2026 05:16h

Hendrik Schödder, LL.M.

Senior Manager Düsseldorf
Tel.: +49 151 44915036
E-Mail:**hendrik.schoedder@pwc.com**

Schlagwörter

Gesetzgebung