

Analytik » Forschung » Technik » Recht

» Extraktionstechniken

Wie Analyten bei der nicht-zielgerichteten Analyse mit hoher Kapazität über einen großen Flüchtigkeits- und Polaritätsbereich zu erfassen sind (Deußing)



» Ein grüner Schlussstrich

Auswirkungen der Richtlinie hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel auf die (Bio-)Lebensmittel-Werbung (Scharl/Gärtner)

» Nachhaltigkeit

Authentizität, Werbeaussagen und Analytik von nachhaltigen Lebensmittelkontaktmaterialien (Goldbeck)

» Vergleichsstudie

Analyse der RASFF-Meldungen bezüglich der sechs wichtigsten Schwermetalle in den Jahren 2000 bis 2022 (Eugster)

Ein grüner Schlussstrich

Auswirkungen der Richtlinie hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel auf die (Bio-)Lebensmittel-Werbung

Lucia Scharl und Simone Gärtner

Um das Werben mit irreführenden umweltbezogenen Angaben zu verhindern und so umweltfreundliche Kaufentscheidungen zu unterstützen, wurde am 28. Februar 2024 die Richtlinie (EU) 2024/825 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 durch bessere Informationen [1] (im Folgenden **Änderungsrichtlinie** genannt) verabschiedet.

Zusammenfassung

Die Änderungsrichtlinie schafft neue Rechtsbegriffe samt entsprechender Definitionen, Irreführungstatbestände rund um Umweltkommunikation und erweitert die Auflistung an unlauteren Handelspraktiken im Anhang I der UGP-Richtlinie um weitere Irreführungstatbestände. Zu den neu entwi-

ckelten Begriffen zählen die „Umweltaussage“, die „allgemeine Umweltaussage“, „Nachhaltigkeitssiegel“, „Zertifizierungssystem“, „Nachhaltigkeitsinformationssystem“ und die „anerkannte hervorragende Umweltleistung“.

Künftig wird das Aufbringen von nicht staatlichen festgesetzten und unabhängig zertifizierten Nachhaltigkeitssiegeln, das Treffen einer allgemeinen Umweltaussage, wenn keine anerkannte, hervorragende Umweltleistung vorliegt, oder das Treffen von pars pro toto-Aussagen als eine stets unlautere irreführende Geschäftspraktik anzusehen sein.

Zwischen der Änderungsrichtlinie und der EU-Öko-Verordnung bestehen zu berücksichtigende Wechselwirkungen, da durch die Kennzeichnung eines Lebensmittels als biologisch gleichzeitig damit eine Umweltaussage kommuniziert wird. Bio-Lebensmittel, die mit dem EU-Bio-Siegel ausgezeichnet werden müssen, gelten als Produkt mit einer anerkannten, hervorragenden Umweltleistung im Sinne der Änderungsricht-



Lucia Scharl

Zur Person: Rechtsanwältin Lucia Scharl berät und vertritt Mandanten aus der Lebensmittel-, Futtermittel und der Kosmetikindustrie zu produktspezifischen, wettbewerbs- und verwaltungsrechtlichen Fragestellungen. Sie ist schwerpunktmäßig auf den Gebieten des Lebensmittel- und Futtermittelrechts tätig, da von der bloßen Produktidee über dessen konkrete Zusammensetzung und Entwicklung, dann Vertrieb und Vermarktung, bis hin zur Verteidigung des Produkts gegenüber Mitbewerbern, Wirtschaftsverbänden, Behörden sowie vor Gericht.

linie. Allerdings hat die Auszeichnungspflicht für ein ökologisches Produkt die Folge, dass in der Bio-Deklaration keine Umweltaussage im Sinne der Änderungsrichtlinie mehr vorliegt, da sich diese ausschließlich auf freiwillige Umweltaussagen bezieht.

Einleitung

Zielsetzung der Änderungsrichtlinie

Der heutige Verbraucher will sich in seinem Alltag umweltbewusst ausrichten und durch sein Verhalten zu einer grüneren und stärker kreislauforientierten Wirtschaft beitragen, weshalb die Nachhaltigkeits- und Umweltleistungen von Produkten wichtige Kaufargumente darstellen [2]. Allerdings werden Verbraucher in Bezug auf die Umweltleistung häufig mit irreführenden Geschäftspraktiken konfrontiert, die sie davon abhalten, tatsächlich nachhaltige Kaufentscheidungen treffen zu können. Zu diesen zählen das Aufbringen von unklaren oder nicht (ausreichend) belegten Umweltaussagen (sog. „Greenwashing“) sowie das Nutzen von intransparenten und nicht glaubwürdigen Nachhaltigkeitsiegeln und -informationsinstrumenten [3]. Ergebnisse einer Studie der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2020 zeigen, dass mit 53,3 Prozent ein erheblicher Anteil der 150 untersuchten umweltbezogenen Aussagen als vage, irreführend oder unfundiert eingestuft wurde [4].

Um diesen Problemen auf europäischer Ebene zu begegnen, wurde am 31. März 2022 ein Richtlinienvorschlag zur Änderung der Richtlinie 2005/29/EG (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken) und der Richtlinie 2011/83/EU (Verbraucherrechte-Richtlinie) veröffentlicht [5]. Der Zweck dieser Richtlinie soll unter anderem sein, die Verbraucher beim Treffen umweltfreundlicher Kaufentscheidungen dadurch

zu unterstützen, dass dem Anbringen von irreführenden Umweltaussagen und intransparenten Umwelt- und Nachhaltigkeitsiegeln ein Riegel vorgeschoben wird. Da die Änderungen, die im Hinblick auf die Verbraucherrechterichtlinie vorgeschlagen wurden (wie zum Beispiel die Haltbarkeit und Reparierbarkeit oder die vorsätzliche Verkürzung der Lebensdauer von Produkten), keinen Bezug zur Lebensmittelwirtschaft haben, wird im Folgenden ausschließlich auf die Änderungen an der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken eingegangen (im Folgenden **UGP-Richtlinie** genannt).

Gesetzgebungsverfahren

Nachdem das Europäische Parlament am 17. Januar 2024 [6] und der Europäische Rat am 20. Februar 2024 [7] die finale Fassung der Änderungsrichtlinie positiv beschieden haben, ist der Rechtsakt nunmehr angenommen worden. Nach der Unterzeich-

» **Greenwashing-Verbot durch eine neue Richtlinie (Änderungsrichtlinie), die einen Rechtsrahmen für Umweltaussagen setzt.** «



Simone Gärtner

Zur Person: Simone Gärtner betreut bei der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller e. V. (AöL) die Bereiche Bio-Recht und internationale Korrespondenzen. Sie koordiniert u. a. die AöL-Arbeitskreise Recht und Richtlinien und Brot, Backwaren und Getreideerzeugnisse. Außerdem vertritt sie die AöL im Fachausschuss Verarbeitung der International Federation of Organic Agriculture

Movements Europe (IFOAM EU). Ihren B.Sc. und M.Sc. im Fach Ökotoxikologie hat Simone Gärtner an der Justus-Liebig-Universität Gießen (JLU) abgeschlossen. Aktuell promoviert sie dort zur Thematik der Umsetzung des Präventionsgesetzes für den Bereich Ernährung. Zudem ist sie Absolventin der Lebensmittelrechtsakademie der Philipps-Universität Marburg.

Kontakt: Simone.Gaertner@aoel.org

nung durch die Präsidentin des Europäischen Parlaments und den Präsidenten des Europäischen Rates am 28. Februar 2024 wurde die Richtlinie am 6. März 2024 im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht und tritt am zwanzigsten Tag nach ihrer Veröffentlichung in Kraft [8]. Anschließend haben die Mitgliedstaaten der Europäischen Union 24 Monate Zeit, sie in nationales Recht umzusetzen.

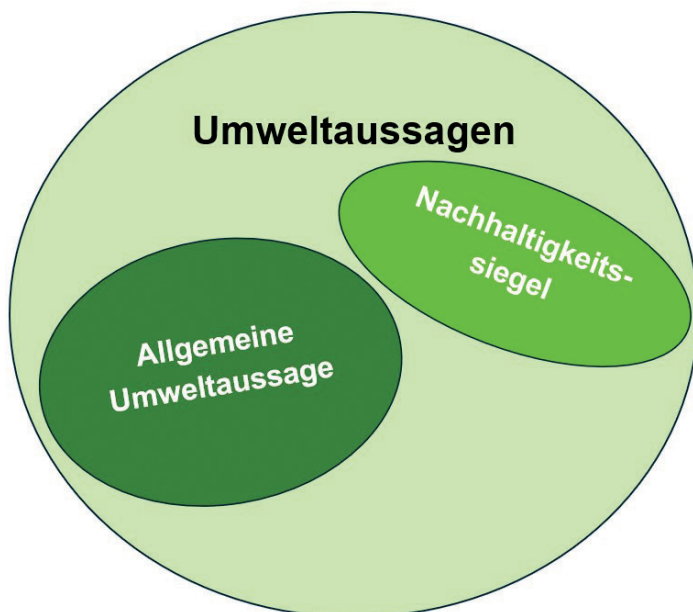
» Die „Umweltaussage“ als neuer Rechtsbegriff mit verschiedenen Abstufungen im Unlauterkeitsrecht. «

Regelungsgehalt der Richtlinie

Durch die Änderungsrichtlinie sollen Vorschriften, primär die Art. 2, 6 und 7 der UGP-Richtlinie, mittels neu geschaffener Rechtsbegriffe und entsprechender Definitionen Ergänzungen erfahren und um weitere Irreführungstatbestände ausgebaut werden. Zudem soll der Anhang I der UGP-Richtlinie geändert und im Hinblick auf stets irreführende Fallgestaltungen rund um Umweltaussagen erweitert werden.

Neuer Begriffskatalog und Definitionen

Doch was genau regelt die Änderungsrichtlinie nun in Bezug auf Green Claims genau und welche Werbeaussagen werden zukünftig nicht mehr möglich sein?



Zum einen finden sich in Art. 1 Nr. 1 der Änderungsrichtlinie zwei verschiedene Arten und Abstufungen der sogenannten Umweltaussage, ein Rechtsbegriff, der den Dreh- und Angelpunkt der Richtlinie bildet: die „**Umweltaussage**“ und die „**allgemeine Umweltaussage**“. Nach Art. 1 Nr. 1 lit. o) der Änderungsrichtlinie ist eine „**Umweltaussage**“ eine kommerzielle „*Aussage oder Darstellung, die [...] nicht verpflichtend ist, einschließlich Darstellungen durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole in jeder Form, einschließlich Etiketten, Markennamen, Firmennamen oder Produktbezeichnungen, [...] in der ausdrücklich oder stillschweigend angegeben wird, dass ein Produkt, eine Produktkategorie, Marke oder Gewerbetreibender eine positive oder keine Auswirkung auf die Umwelt hat oder weniger schädlich für die Umwelt ist als andere Produkte, Marken oder Gewerbetreibende oder dass deren Auswirkung im Laufe der Zeit verbessert wurde*“.

Der europäische Gesetzgeber definiert die Umweltaussage als eine gewerblich genutzte Kommunikation, die sich auf ein Produkt, die Marke oder ein Unternehmen bezieht und eine positive oder gar nicht vorhandene Auswirkung auf die Umwelt vermittelt. Dieser doch sehr weite Begriff der Umweltaussage findet durch die „**allgemeine Umweltaussage**“ eine Konkretisierung. Der Unterschied zu dem weiten Begriff der Umweltaussage liegt darin, dass die „allgemeine Umweltaussage“ visuell, audiovisuell oder auditiv wahrnehmbar sein muss, nicht mittels eines Nachhaltigkeitssiegels kommuniziert werden kann und zugleich auch keine Erläuterung des allgemeinen Claims auf demselben Medium auffindbar ist.

Weitere neue Begriffe, die in Art. 1 der Änderungsrichtlinie vorgegeben und definiert werden, sind die bereits erwähnten „Nachhaltigkeitssiegel“, die sowohl freiwillige öffentliche als auch private Siegel umfassen, das „Zertifizierungssystem“, „Nachhaltigkeitsinformationsinstrument“ und die „anerkannte hervorragende Umweltleistung“. Eine solche anerkannte hervorragende Umwelt-

leistung wird dann anzunehmen sein, wenn die betreffende Leistung die Voraussetzungen der Verordnung (EG) Nr. 66/2010 über das EU-Umweltzeichen erfüllt oder mit nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach EN ISO 14024 Typ I, die in den Mitgliedstaaten offiziell anerkannt sind, im Einklang steht (z. B. der Blaue Engel in Deutschland, der Nordische Schwan in Skandinavien oder das Österreichische Umweltzeichen [9]) oder aber eine Umwelthöchstleistung nach anderem geltenden Unionsrecht darstellt.

Erweiterung des Anhangs der UGP-Richtlinie

Neben den Artikeln der UGP-Richtlinie erfährt auch dessen Anhang I dahingehend grüne Ergänzungen, dass vier zentrale neue Irreführungstatbestände aufgenommen werden. Irreführend ist nach dem Anhang Abs. 1 und 2 der Änderungsrichtlinie zukünftig:

- *das Anbringen eines Nachhaltigkeits Siegels, das nicht auf einem Zertifizierungssystem beruht oder von staatlichen Stellen festgesetzt wurde*
- *das Treffen einer allgemeinen Umweltaussage, bei der der Gewerbetreibende für die anerkannte hervorragende Umweltleistung, auf die sich die Aussage bezieht, keine Nachweise erbringen kann*
- *das Treffen einer Umweltaussage zum gesamten Produkt oder das gesamte Geschäft des Händlers, wenn sie sich tatsächlich nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts oder eine bestimmte Tätigkeit des Gewerbetreibenden bezieht*
- *das Treffen 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 [10]*

Erwägungsgründe der Änderungsrichtlinie

Die Änderungsrichtlinie gliedert sich als Rechtsakt allgemein in zwei Bestandteile auf: die Erwägungsgründe der Richtlinie und die konkreten Regelungen der Artikel 1 bis 6 und den anschließenden Anhang. Auch wenn die Musik in den neu geschaffenen Rechtsnormen spielt, darf der erste Teil der Richtlinie nicht außer Acht gelassen werden. Erwägungsgründe, bei der Änderungsrichtlinie 42 an der Zahl, geben dem Leser und Rechtsanwender Aufschluss über die Zielrichtung und Hintergründe des Rechtssetzungsvorhabens [11].

Diese Motive und Beweggründe des Europäischen Gesetzgebers bei der Konzeption und dem Entwurf der Änderungsrichtlinie sind bei der Auslegung der Richtlinie stets heranzuziehen und besonders der Erwägungsgrund Nr. 9 bietet eine nützliche Hilfestellung bei der Frage, welche Aussagen mit dem Begriff „allgemeine Umweltaussage“ gemeint sein können.

Wird aber eine solche allgemeine Umweltaussage klar und deutlich auf demselben Medium, also innerhalb desselben Werbespots, auf der Produktverpackung oder im Online-Angebot und anderen näher spezifiziert und erklärt, so soll diese Spezifizierung aus der „allgemeinen Umweltaussage“ eine Umweltaussage im Sinne des Art. 1 Nr. 1 lit. o) der Änderungsrichtlinie werden lassen.

Die Auflistung im Erwägungsgrund Nr. 9 ist aber nicht abschließend formuliert und der europäische Gesetzgeber betont, dass ähnlich gestrickte Werbeaussagen ebenfalls unter den Begriff der allgemeinen Umweltaussagen zu fassen sind. Sogar weniger greifbare Claims sollen, sofern ein Bezug – sei es auch nur unterschwellig – zu hervorragenden Umweltleistungen kommuniziert wird, darunterfallen:

Beispiele für allgemeine Umweltaussagen

„umweltfreundlich“,
 „umweltschonend“,
 „grün“, „naturfreundlich“,
 „ökologisch“, „umweltgerecht“, „klimafreundlich“, „umweltverträglich“,
 „CO₂-freundlich“,
 „energieeffizient“,
 „biologisch abbaubar“,
 „biobasiert“



» Auswirkungen der Änderungsrichtlinie auf das Unlauterkeitsrecht und die konkrete Umweltkommunikation. «

Der europäische Gesetzgeber betont im Erwägungsgrund Nr. 12 außerdem, dass es ihm ein wichtiges Anliegen ist, Umweltaussagen, die sich lediglich auf Kompensationsleistungen in Bezug auf Treibhausemissionen stützen und dadurch Verbraucher irreführen, zu verbieten. Ins Visier sind vor allem Aussagen wie „klimaneutral“, „CO₂-neutral zertifiziert“, „kohlenstoffpositiv“, „klimaneutral“, „klimakompensiert“, „reduzierte Klimaauswirkungen“, „begrenzter CO₂-Fußabdruck“ geraten, die in vielen Fällen nur mit Kompensationszahlungen begründet werden. Solche Umweltaussagen sind zukünftig nur dann zulässig, wenn sie sich auf die nachweisbaren tatsächlichen Auswirkungen des betreffenden Produkts während seines Lebenszyklus gründen.

Auswirkungen der Änderungsrichtlinie auf nationales Recht

Da die Änderungsrichtlinie nicht auf konkrete Produktkategorien beschränkt formuliert wurde, betreffen ihre Regelungen sämtliche Bereiche des Wettbewerbs. Die Änderungsrichtlinie wird über die UGP-Richtlinie als Mittelsmann in nationale Gesetze umzusetzen sein. Die UGP-Richtlinie, die bereits eine Reihe von unlauteren Geschäftspraktiken definiert, wurde durch das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) in deutsches Recht umgesetzt und eingegliedert. Die Irreführungstatbestände der §§ 5, 5a UWG werden durch die Änderungsrichtlinie erweitert und auch die sogenannte „Schwarze Liste“, der Anhang zu

§ 3 Abs. 3 UWG, wird um weitere stets unzulässige Handlungen ergänzt.

Die zukünftigen Änderungen der UGP-Richtlinie und des UWG durch die Änderungsrichtlinie dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass bereits jetzt Greenwashing mit den Waffen des UWG, wie beispielsweise dem Rechtsbruchtatbestand nach § 3a UWG oder den Irreführungsverboten gemäß §§ 5, 5a UWG, angegriffen werden kann. Aktuell bewegen sich Unternehmen, die mit grünen Werbe- und Umweltaussagen werben, nicht in einem rechtsfreien Raum, wie an einer Reihe von Gerichtsentscheidungen zu sehen ist. So urteilte das Oberlandesgericht Düsseldorf, dass bei der Bewerbung eines Lebensmittels mit dessen Klimaneutralität darüber aufgeklärt werden muss, ob die behauptete Klimaneutralität ganz oder teilweise durch Einsparungen beziehungsweise durch Kompensationsmaßnahmen erreicht wird [12]. Der Bundesgerichtshof befasst sich gegenwärtig ebenfalls mit dem Thema der Umweltaussagen und wird am 18.04.2024 in Sachen I ZR 98/23 darüber verhandeln, unter welchen Voraussetzungen die Werbung mit dem Begriff „klimaneutral“ zulässig ist [13].

Welche grünen Werbeaussagen sind künftig zulässig?

Grundsätzlich empfiehlt es sich, unschwellige Umweltaussagen sowie lediglich mit Kompensationszahlungen begründete Werbeclaims aus der eigenen Werbekommunikation zu entfernen.

Verboten	Erlaubt
„Wir sind ein CO ₂ -positives Unternehmen.“	„Unsere Milch ist bio.“ (wenn die Voraussetzungen der VO (EU) 2018/848 eingehalten werden)
„Verantwortungsbewusste Verpackung“	„Die Verpackung ist im Falle der Eigenkompostierung innerhalb von drei Monaten biologisch abbaubar.“
„Grüne Schokolade“	„Tierwohl durch ökologische Landwirtschaft“ (wenn die Voraussetzungen der VO (EU) 2018/848 eingehalten werden und der Zusammenhang zwischen dem Tierwohl und der ökologischen Landwirtschaft nachgewiesen werden kann)
„Klimaneutrales Fleisch“ (Claim nur mit Kompensationsleistungen begründet)	„CO ₂ -Emissionen bei der Produktion dieses Fruchtaufstrichs um 20 % reduziert seit 2022“ (dieser Claim muss aber nachweisbar und entsprechend belegt sein)

Wechselwirkung zu der Öko-VO

Produkte mit hervorragender Umweltleistung

Zum Schutz der Verbraucher sind nur noch solche Umweltaussagen erlaubt, die auch transparent und verifizierbar sind. Allgemeine Umweltaussagen wie zum Beispiel „umweltfreundlich“, „ökologisch“ oder „biobasiert“ können zukünftig aber dann weiter von einem Gewerbetreibenden genutzt werden, wenn die Voraussetzungen für eine „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ nach Artikel 1 Nr. 1 lit. s) der Änderungsrichtlinie vorliegen und diese auch nachgewiesen werden können.

Kennzeichnung von biologischen/ökologischen Produkten

Das Ziel der biologischen Produktion von Lebensmitteln ist seit jeher eine ressourcenschonende und umweltfreundliche Form der Landnutzung und Lebensmittelverarbeitung. Im Rahmen der EU-Öko-Verordnung (EU) 2018/848 werden Produktionsregeln für den Pflanzenbau, die Tierhaltung, die Verarbeitung sowie den Import von Erzeugnissen landwirtschaftlichen Ursprungs vorgegeben. Die Einhaltung dieser Produktionsstandards wird über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg mindestens jährlich durch die zugelassenen Öko-Kontrollstellen verifiziert. Produzenten von biologischen Lebensmitteln müssen mindestens diese Produktionsregeln einhalten, damit auf einem Produkt nach Art. 30 Abs. 1 der Öko-Verordnung in Verbindung mit dem Anhang IV eine Kennzeichnung mit Begriffen wie „ökologisch“, „biologisch“ sowie anderen davon abgeleiteten Begriffen erfolgen darf. Zudem dürfen diese Produkte mit dem europäischen Bio-Logo (vgl. nachfolgende Abbildung [14]) ausgezeichnet werden. Für vorverpackte Produkte ist gemäß Art. 32 Abs. 1 lit. b) und Art. 33 in Verbindung mit Anhang V der Verordnung (EU) 2018/848 die Verwendung des EU-Bio-Logos mithin sogar verpflichtend vorgeschrieben [15].



Europäisches Bio-Logo [14]

Zukünftige Umweltkommunikation über Bio-Lebensmittel

Da mit der Kennzeichnung eines Produktes als „ökologisch“ oder „bio“ automatisch auch eine Aussage über die Umweltleistung des Produktes getroffen wird, bestehen unmittelbare Wechselwirkungen zwischen der Änderungsrichtlinie und der EU-Öko-Verordnung und es ist von besonderer Bedeutung, wie sich die Regelungen der Änderungsrichtlinie auf die Kennzeichnung von Bio-Produkten auswirken werden.

Es steht fest, dass, sobald eine Kennzeichnungspflicht für ein biologisches Produkt vorliegt, der Begriff der Umweltaussage im Sinne der Änderungsrichtlinie keine Anwendung mehr findet, da dieser sich nach Art. 1 Nr. 1 lit. o) ausschließlich auf freiwillige Umweltaussagen bezieht. Bio-Lebensmittel, die mit dem EU-Bio-Siegel ausgezeichnet werden, sind auf Grundlage von Artikel 1 Nr. 1 lit. s) der Änderungsrichtlinie, unter Zugrundelegung des Gedankens im Erwägungsgrund Nr. 10 des Richtlinienentwurfes als Produkte mit einer anerkannten, hervorragenden Umweltleistung anzusehen [16].

Dies lässt den Schluss zu, dass Bio-Lebensmittel, die unter Einhaltung aller ökologischen Produktionsvorschriften gemäß der Bio-Verordnung 2018/848 hergestellt wurden, und die verpflichtet sind, das EU-Bio-Siegel zu tragen, mit Begriffen wie „öko“, „ökologisch“, „biobasiert“ oder „umweltschonend“ gekennzeichnet werden könnten. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass sich die getätigte, allgemeine Umweltaussage, für den Verbraucher deutlich erkennbar, ausschließlich auf den Produktteil be-

» Privilegierung von Bio-Lebensmitteln «

» Die anstehende Green-Claims-Richtlinie soll den Werkzeugkasten zur wissenschaftlichen Verifizierung von Umweltaussagen liefern. Weitere Regelungen folgen durch die anstehende Green-Claims-Richtlinie. «

Meldung

■ Kennzeichnung von pflanzlichen Fleischalternativen in Österreich

Als Bestandteil des Österreichischen Lebensmittelbuches, dem Codex Alimentarius Austriacus, wurde im Dezember 2023 eine Leitlinie über die täuschungsfreie Aufmachung von pflanzlichen, veganen und vegetarischen Fleischalternativen veröffentlicht. Sie wurde als Anhang 11 im Kapitel A 5 des Codex ergänzt und ist entsprechend anderer Codex-Regelungen rechtlich nicht bindend. Neben möglichen Bezeichnungen pflanzlicher Ersatzprodukte sowie damit verbundener Produktcharakteristiken widmet sich die Leitlinie abschließend dem Thema freiwilliger Fantasiebezeichnungen. Danach können Bezeichnungen mit Hinweisen auf ihre alternative Zusammensetzung wie „vegetarischer Lax“, „vegetarischer Thun-Visch“ oder „veganes Wie'n Schnitzel“ zulässig sein.

(Rempe)

zieht, der auch tatsächlich die beworbene hervorragende Umweltleistung im Sinne der EU-Öko-Verordnung erbringt [16].

Fazit

Am Horizont zeichnet sich jedoch schon eine weitere Richtlinie ab: die am 22. März 2023 als Entwurf veröffentlichte Richtlinie (COM (2023) 166 final) zur Substantiierung und Kommunikation umweltbezogener Aussagen (im Folgenden **Green-Claims-Richtlinie** genannt). Durch die Green-Claims-Richtlinie sollen Umweltaussagen und Umweltzeichensysteme zugelassen werden können, wenn deren Umweltleistung anhand festgeschriebener Regeln und Methoden wissenschaftlich substantiiert werden kann [17].

Auch wenn noch nicht genau feststeht, wann mit der Umsetzung der Änderungsrichtlinie in nationales Recht zu rechnen ist und welche Folgen die Green-Claims-Richtlinie auf die Umweltkommunikation haben wird, so ist bereits jetzt die Werbung mit Um-

Kritzmöllers Warenwelt



Dass während der Skisaison statistisch alle zwei Minuten eine Person beim Wintersport verunglückt, bremst die Begeisterung ebenso wenig wie die Tatsache, dass Toblerone Schokolade längst nicht mehr in Helvetien produziert wird (und damit auch nicht mehr das Matterhorn zeigen darf).

Auf den Gipfel treibt Swissmilk die Alpinophilie mit Weidekühen inmitten der schneebedeckten Hochalpen: „Echt stark, unsere Kühe können auch im Winter regelmäßig raus.“ Trotzdem: Die dabei bestehenden Logistikprobleme (Wie kommt das Tier auf den Berg und die Milch wieder herunter?) „schleckt keine Geiß – respektive Kuh – weg“.*

(*dt.: „sind nicht zu leugnen“)

Urban Myths

Wohl jedes Land hat seine innig überhöhten Identitätsinsignien. In der Schweiz zählen hierzu zweifelsohne Kühe und Berge. Während die Autoren um Diener & de Meuron in ihrem „Städtebaulichen Portrait der Schweiz“ rund die Hälfte der Landesfläche als „alpine Brache“ klassifizierten, treibt die Alpenromantik gerade im urbanen Raum umso schillerndere Blüten.

PD Dr. Monika Kritzmöller
Forschungs- und Beratungsinstitut
Trends + Positionen
www.kritzmoller.ch
mail@kritzmoller.ch

weltaussagen nicht uneingeschränkt zulässig. Um Abmahnungen durch Mitbewerber oder Wirtschaftsverbände zuvorzukommen, empfiehlt es sich, als Unternehmen eine Green-Claims-Inventur vorzunehmen, jeden Claim genau unter die Lupe zu nehmen und die Begründung der Werbeaussagen nachzuprüfen. Umweltaussagen, die unspezifisch formuliert oder gestaltet sind oder keine nachweisbare Grundlage aufweisen, sollten aus der eigenen Werbung entfernt werden. Der Europäische Gesetzgeber gibt eine klare Richtung vor und die Zeit der grünen Verpackungen neigt sich dem Ende.

Referenzen

- [1] Amtsblatt der Europäischen Union: Änderungsrichtlinie (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202400825)
- [2] European Commission (2018): Behavioural Study on Consumers' engagement in the circular economy, S. 10 (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/0779f275-f9d6-11e8-a96d-01aa75ed71a1/language-en>)
- [3] European Commission (2022): Commission staff working document – Impact assessment report Accompanying the document (COM(2022) 143 final) from 30.03 2022, S. 8 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52022SC0085>)
- [4] European Commission (2021): Impact Assessment supporting study: 'Study on Empowering Consumers Towards the Green Transition' (https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/qanda_23_1693)
- [5] Amtsblatt der Europäischen Union: Gesetzgebungsprozess 2022/0092/COD (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A52022PC0143>)
- [6] Europäisches Parlament: finale Abstimmung der Änderungsrichtlinie vom 17.01.2024 (https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2024-0018_EN.html)
- [7] Europäischer Rat: finale Abstimmung der Änderungsrichtlinie vom 20.02.2024 (Consumer rights: final approval for the directive to empower consumers for the green transition – Consilium (europa.eu))
- [8] Amtsblatt der Europäischen Union: Richtlinie (EU) 2024/825 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:32024L0825>)
- [9] Umweltbundesamt zu Umweltzeichen (<https://www.umweltbundesamt.de/themen/chemikalien/waschreinigungsmittel/umweltzeichen#branchenspezifische-umweltzeichen>)
- [10] <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:32024L0825>
- [11] Wegener in Calliess/Ruffert/Wegener, 6. Aufl. 2022, EU-Vertrag (Lissabon) Art. 19 Rn. 32
- [12] OLG Düsseldorf, Urteil vom 06.07.2023 – 20 U 152/22, Rn. 51
- [13] Bundesgerichtshof Pressestelle (Der Bundesgerichtshof – Presse : Terminhinweise – Verhandlungstermin am 18. April 2024 um 10:00 Uhr in Sachen I ZR 98/23 (Zulässigkeit der Werbung mit dem Begriff „klimaneutral“))
- [14] Europäische Kommission: EU-Bio-Logo (https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-logo_de)
- [15] Europäische Kommission: Wann ist das Bio-Logo zu verwenden (https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-logo_de#wann-ist-das-bio-logo-zu-verwenden)
- [16] Scharl L et al. (2024): Kurzdarstellung des Rechtsgutachtens zum „Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über die Begründung ausdrücklicher Umweltaussagen und die diesbezügliche Kommunikation“ (Richtlinie über Umweltaussagen) und zum „Vorschlag für eine 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“ (<https://www.aeel.org/wp-content/uploads/2024/01/Kurzdarstellung-Rechtsgutachten-zum-Entwurf-der-Green-Claims-Directive.pdf>)
- [17] Erwägungsgrund Nr. (8) und (20) des Entwurfs der Green-Claims-Richtlinie (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:52023PC0166>)