

Green Claim Directive

Stand: Oktober 2024



Green Claims Directive

*Achtung: noch nicht final beschlossen
und nicht rechtssicher*

Geplanter Rechtsvorschlag der EU mit dem Ziel Unternehmen klare und transparente Vorgaben für die Verwendung von Umweltangaben bei Produkten und Dienstleistungen zu geben.

Warum Green Claims Directive?

- rechtlichen Vorgaben zur Nutzung von Umweltaussagen sind an vielen Stellen bisher noch unklar
- verbindliche Standards für **zuverlässige, vergleichbare und überprüfbare** Umweltaussagen schaffen und Greenwashing vorbeugen

Wenn betrifft die Green Claims Directive?

- Unternehmen ab 10 Beschäftigten und Jahresumsatz und/oder Jahresbilanzsumme über 2 Mio. €

Wann kommt das Gesetz?

- Verabschiedung des Gesetzes vorrausichtlich **dieses Jahr**
- Nach der Verabschiedung haben die Mitgliedsstaaten der EU **24 Monate Zeit** die Richtlinie in nationales Gesetz zu überführen

Maßnahmen und Anforderungen

- Alle Umweltinformationen sollten sich auf **unabhängige, von Fachleuten überprüfte, allgemein anerkannte, solide und überprüfbare wissenschaftliche Erkenntnisse** stützen, genaue Informationen verwenden und die einschlägigen europäischen oder internationalen Normen berücksichtigen
- Ex-ante-Überprüfung: Externe Sachverständige überprüfen die Aussagen, **bevor** diese veröffentlicht werden
- Unterscheidung zwischen „ausdrücklichen Umweltaussagen“ und „Umweltzeichen“

Mögliche Vorteile für Unternehmen:

- langfristige Nachhaltigkeit
- erhöhte Glaubwürdigkeit
- positive öffentliche Wahrnehmung
- Wettbewerbsvorteil
- Risikominderung
- Mitarbeiterengagement

Was bedeutet das für unsere Kommunikation?

- **Bleiben Sie informiert:** Verfolgen Sie regelmäßig die neuesten Entwicklungen im Bereich des europäischen Rechts. Abonnieren Sie den Newsletter des TMN, um keine wichtigen Informationen zur *Green Claim Directive* zu verpassen.
- **Überprüfen Sie Ihre Kommunikation:** Um mögliche rechtliche Risiken zu minimieren, sollten Sie Ihre Kommunikationsstrategien jetzt schon auf den Prüfstand stellen. Achten Sie darauf, dass Ihre Umweltaussagen zuverlässig, vergleichbar und überprüfbar sind und auf fundierten wissenschaftlichen Ergebnissen basieren.
- **Teilen Sie Informationen:** Halten Sie Ihre Partner und Dienstleister stets über den aktuellen Stand der Entwicklungen auf dem Laufenden. Organisieren Sie gezielte Schulungen und stellen Sie relevante Informationen auf Ihrer Website bereit. Versuchen Sie, Ängste abzubauen, und betonen Sie die positiven Aspekte des Gesetzes, wie etwa den Verbraucherschutz. Mittelfristig wäre es sinnvoll, Ihren Partnern entsprechende Leitfäden und Hilfsmittel anzubieten.

Marktsituation: Umweltzeichen

Booking.com stoppt eigenes Nachhaltigkeits-Label

Booking hat mit sofortiger Wirkung sein weltweites Travel-Sustainable-Programm gestoppt. Durch das Programm konnten Unterkünfte mit grünen Blättern auf der Buchungswebsite für sich werben bzw. den Kunden zeigen, wie nachhaltig sie bereits handeln. Die niederländische Verbraucherschutzbehörde (ACM) hat das Programm jedoch als irreführend eingestuft. Für Booking.com ist das vorläufige Aus des Programms ein herber Imageschaden: Bis Ende 2023 waren weltweit bereits mehr als 500.000 Unterkünfte für ihre Nachhaltigkeitsbemühungen mit dem Travel-Sustainable-Symbol gekennzeichnet worden. Auch unterhält Booking eine eigene Abteilung, in der die Vergabe des Siegels und das Marketing organisiert wird. [Reise vor9](#)

Quelle: TN Deutschland

Umweltzeichen können alle **freiwilligen, öffentlichen und privaten Vertrauens- und Qualitätszeichen** sein.

Anforderungen an Siegelanbieter

*Achtung: noch nicht final beschlossen
und nicht rechtssicher*

- Anforderungen an Transparenz und Zugänglichkeit von Informationen zu Eigentumsverhältnissen, Entscheidungsgremium und Zielen
- Die Kriterien für die Vergabe von Labels werden von Expert:innen regelmäßig weiterentwickelt und von Stakeholder:innen überprüft
- Prüfung durch unabhängige Dritte (amtlich akkreditierte Stelle)
- Das Vorhandensein von Beschwerde- und Lösungsmechanismen
- Verfahren für den Umgang mit Nichteinhaltung und die Möglichkeit des Entzugs oder der Aussetzung der Kennzeichnung im Falle anhaltender und eklatanter Nichteinhaltung
- Bei Abstufungen muss bereits erste Stufe die Mindestanforderungen erfüllen

Zusätzliche Informationen

*Achtung: noch nicht final beschlossen
und nicht rechtssicher*

- Klare Indikatoren und Nachweise werden noch wichtiger
- Siegel, die auf aggregierten Indikatoren basieren, werden verboten, ausgenommen solche, die von der EU selbst entwickelt oder akkreditiert wurden
- Keine neuen nationalen und regionalen Siegel werden zugelassen, existierende müssen akkreditiert und von der EU aufgelistet werden (mögliche Akkreditierungsstelle: GSTC → im Austausch mit der EU)

Was bedeutet das für unsere Projekte (Siegel, Auszeichnungen)?

- **Empfehlen Sie glaubwürdige Siegel:** Empfehlen Sie Ihren Leistungsträgern Zertifizierungen, die auch nach Einführung der *Green Claim Directive* ihre Gültigkeit behalten. Eine Liste geeigneter Siegel finden Sie hier: <https://nachhaltigkeitskompass-niedersachsen.de/?p=457>
- **Eigene Programme überdenken:** Wenn Sie bereits eigene Zertifizierungs- oder Auszeichnungsprogramme betreiben, sollten Sie strategisch überlegen, wann diese entweder eingestellt oder an die Anforderungen der *Green Claim Directive* angepasst werden müssen.
- **Ändern Sie Ihre Perspektive:** Anstatt sich zu fragen „Wie können wir nachhaltige Angebote erfolgreich verkaufen?“, fragen Sie sich: „Wie können wir bereits erfolgreiche Angebote nachhaltig gestalten?“

Vielen Dank!

*Dieses Dokument ist Teil der
Präsentation und ohne die mündliche
Erläuterung unvollständig*

