

Empowering Consumers Directive (EmpCo)

Warum Zertifizierungen zum neuen Gütesiegel für Glaubwürdigkeit werden

Die neue Realität ab September 2026: Mit der EU-Richtlinie Empowering Consumers for the Green Transition (EmpCo) werden Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen deutlich strenger reguliert. Allgemeine Begriffe wie „nachhaltig“, „grün“, „umweltfreundlich“ oder „klimaneutral“ dürfen künftig nur noch verwendet werden, wenn sie durch belastbare, überprüfbare Nachweise belegt werden können.



Was regelt die EmpCo konkret?

- **Allgemeine Umweltaussagen:** Begriffe wie „grün“, „umweltfreundlich“ oder „nachhaltig“ müssen entsprechend belegbar sein.
- **Umweltzeichen und Zertifizierungen:** Nicht jedes selbst entwickelte Label oder Nachhaltigkeitssiegel ist automatisch zulässig. Entscheidend sind u.a. zugrunde liegende Anforderungen, Transparenz und unabhängige Überprüfung.
- **Klimabezogene Aussagen:** Aussagen über Klimaneutralität oder positive Klimaeffekte sind besonders erklärungsbedürftig und sollten nicht allein auf Kompensation gestützt werden.
- **Zukunftsversprechen:** Auch Aussagen über zukünftige Umweltleistungen müssen glaubwürdig und nachvollziehbar sein und auf einem entsprechenden Plan beruhen.



Warum Zertifizierungen an Bedeutung gewinnen

Die EmpCo-Richtlinie stärkt die Rolle von unabhängigen Zertifizierungen und Nachhaltigkeitssiegeln erheblich.

Zulässig sind künftig vor allem Kennzeichnungen, die:

- auf klar definierten Standards beruhen,
- transparent gestaltet sind,
- von unabhängigen Dritten überprüft werden,
- nachvollziehbare Umweltleistungen belegen.

Zertifizierungen werden damit ...

- zum Nachweis echter Nachhaltigkeitsleistungen,
- zum Schutz vor Greenwashing-Vorwürfen,
- zum Vertrauensanker für Kund*innen, Investor*innen und Geschäftspartner*innen,
- zu einem klaren Wettbewerbsvorteil gegenüber Unternehmen mit unbelegten Aussagen.

Bedeutung für Unternehmen

Unternehmen sollten ihre Nachhaltigkeitskommunikation künftig systematisch prüfen. **Für jede umweltbezogene Aussage sollte nachvollziehbar sein:**

1. Was genau wird behauptet?
2. Auf welche Daten, Methoden oder Nachweise stützt sich die Aussage?
3. Sind die verwendeten Daten aktuell und belastbar?
4. Ist die Aussage für Verbraucher*innen eindeutig und verständlich?
5. Werden relevante Einschränkungen oder Voraussetzungen transparent gemacht?
6. Kann die Aussage von einer unabhängigen Stelle überprüft bzw. nachvollzogen werden?



Nutzen für Unternehmen

- Höhere Glaubwürdigkeit am Markt
- Stärkeres Vertrauen von Kund*innen und Stakeholdern
- Geringeres Risiko von Abmahnungen, Klagen und Reputationsschäden
- Bessere Vorbereitung auf die neuen EU-Vorgaben
- Differenzierung gegenüber Mitbewerbern

Wer sich frühzeitig anpasst und auf anerkannte Zertifizierungen setzt, signalisiert Glaubwürdigkeit, Transparenz und Zukunftsfähigkeit.

Die EU macht Nachhaltigkeit künftig zur Frage der Nachweisbarkeit. Anerkannte Zertifizierungen werden dadurch zum Gütesiegel für Glaubwürdigkeit. Unternehmen, die ihre Leistungen unabhängig überprüfen lassen, schaffen Vertrauen, reduzieren Risiken und sichern sich einen Wettbewerbsvorteil.

Zukünftige Begriffe: Was ist noch zulässig?

Die EmpCo-Richtlinie (Richtlinie (EU) 2024/825) enthält keine abschließende Verbotsliste einzelner Wörter. Verboten werden generische Umweltaussagen ohne ausreichende Nachweise. Die Europäische Kommission nennt in den Erwägungsgründen jedoch ausdrücklich Beispiele für Begriffe, die künftig besonders kritisch bzw. in vielen Fällen unzulässig sein werden.

Grundsätzlich problematische Begriffe

Ohne Nachweis einer anerkannten hervorragenden Umweltleistung bzw. ohne unmittelbare Konkretisierung nicht mehr zulässig:



Besonders kritisch: Klimaneutralitäts-Claims

Aussagen, die auf CO₂-Kompensation beruhen, werden stark eingeschränkt bzw. verboten. Dazu zählen insbesondere folgende Begriffe:



* wenn daraus eine Neutralität suggeriert wird

Produkte dürfen insbesondere nicht als „klimaneutral“ vermarktet werden, wenn dieses Ergebnis primär auf Kompensationszertifikaten beruht.

Beispiele

Problematisch:

„Unser Produkt ist nachhaltig.“

„Unsere Verpackung ist klimafreundlich.“

„Wir sind ein grünes Unternehmen.“

Eher zulässig:

„Die Verpackung besteht zu 80 % aus recyceltem Kunststoff.“

„100 % des Stroms in der Produktion stammen aus erneuerbaren Energien.“

„Das Produkt trägt das EU-Ecolabel.“



Nachhaltigkeitssiegel und Labels

Ebenfalls problematisch werden:

- selbst erfundene Nachhaltigkeitssiegel
- unternehmenseigene „Green Labels“
- Umweltzeichen ohne anerkanntes Zertifizierungssystem
- Labels ohne unabhängige Prüfung

Künftig werden nur staatliche oder unabhängige Zertifizierungssysteme deutlich leichter rechtssicher verwendbar sein.

Fazit: Die Ära allgemeiner grüner Versprechen endet. Die Zukunft gehört transparenten, belegbaren und unabhängig überprüften Nachhaltigkeitsaussagen – Zertifizierungen werden vom Nice-to-have zum strategischen Erfolgsfaktor.