



flustix
RETHINK PLASTICS

Aktualisierte
Fassung
Stand
März 2024

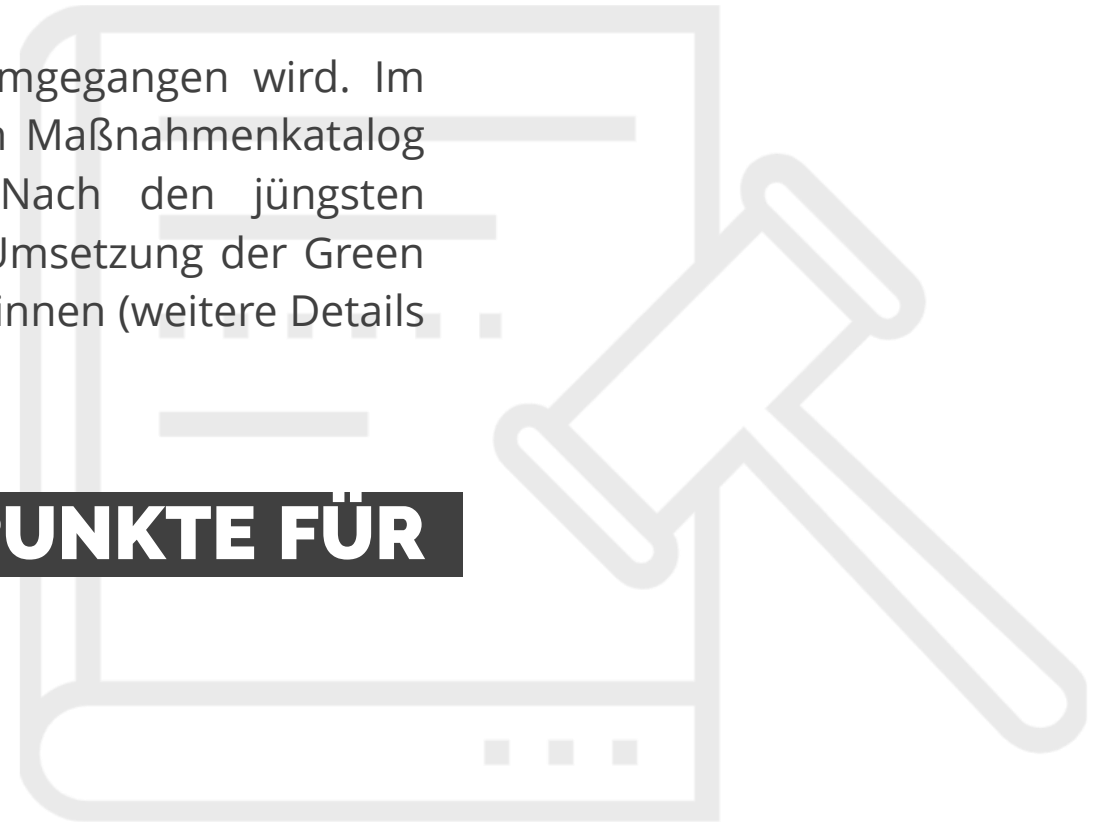
DIE EU GREEN CLAIMS DIRECTIVE

DIRECTIVE OF THE EUROPEAN
PARLIAMENT AND COUNCIL
amending the consumer protection
Regulations 2005/29/EC and 2011/83/EU

Eckdaten zur neuen EU-Direktive

Die neue Verordnung regelt, wie mit Umweltaussagen umgegangen wird. Im Rahmen des EU Green Deal hat die EU-Kommission einen Maßnahmenkatalog mit konkreten Vorschlägen und Verboten vorgelegt. Nach den jüngsten Beschlüssen des EU-Parlaments vom März 2024 wird die Umsetzung der Green Claims Direktive (GCD) bereits im Laufe des Jahres 2024 beginnen (weitere Details siehe Seite 10).

**WIR HABEN DIE WICHTIGSTEN PUNKTE FÜR
SIE ZUSAMMENGEFASST!**



Es dreht sich alles um Aussagen wie diese:

In der **jüngsten Studie der EU-Kommission** zum Thema Greenwashing wurden 150 Umweltaussagen für verschiedene Produkte bewertet.

Das Ergebnis: **53,3 Prozent der Angaben** enthielten vage, irreführende oder unbegründete Angaben zu den Umwelteigenschaften der Produkte – sowohl in der Werbung als auch auf dem Produkt selbst.



Bundesumweltministerin Steffi Lemke zur EU Green Claims Direktive



Bündnis 90/Die Grünen Bundestagsfraktion/Stefan Kaminski



*„Werbung mit ‚klimaneutral‘, ‚klimapositiv‘, ‚grün‘ oder ähnlichen Begriffen ist häufig irreführend und eine Täuschung der Verbraucher*innen. Es ist gut, dass die Europäische Kommission nun eine Regulierung für den Europäischen Binnenmarkt auf den Weg gebracht hat: Mit der so genannten ‚Green Claims Initiative‘ soll es künftig verbindliche methodische Anforderungen für die Verwendung von Aussagen mit Umweltbezug geben. Die heute vorgestellte Initiative ist ein weiterer Baustein, um Klarheit bei den vielen Labels zu schaffen. Wir werden die Interessen von Verbraucher*innen in den Prozess einbringen. Wichtig ist, dass Aussagen verlässlich sind und dass wissenschaftliche Methoden die Grundlage bilden.“*

Der kleine Unterschied ...



GREEN CLAIMING

Umweltaussagen, auch „Green Claims,, bzw. „Grüne Aussagen“ genannt, sind Aussagen von Unternehmen über die umweltfreundlichen Eigenschaften oder Merkmale ihrer Waren und Dienstleistungen. Sie können sich auf die Art und Weise beziehen, wie Produkte hergestellt, verpackt, vertrieben, verwendet, verbraucht und entsorgt werden.



GREENWASHING

Irreführende oder unbegründete Kommunikation von "grünen" Unternehmensaktivitäten, die dazu dienen, die positive Außendarstellung des Unternehmens und/oder der angebotenen Produkte oder Dienstleistungen zu steigern, obwohl hinter diesen Proklamationen kaum konkrete oder messbare Taten stehen.

Was plant die EU als Reaktion?

1.

Unternehmen dürfen künftig nur noch Umweltaussagen treffen, wenn diese klare, objektive und überprüfbare Verpflichtungen und Ziele beinhalten und über ein unabhängiges Überwachungssystem verfügen.

2.

Verbot der Verwendung von Nachhaltigkeitslabels, die nicht auf einem Zertifizierungssystem beruhen oder nicht von staatlichen Stellen vorgegeben wurden.

3.

Verbot allgemeiner umweltbezogener Angaben, die in der Vermarktung an Verbraucher verwendet werden und bei denen die herausragende Umweltleistung des Produkts oder Unternehmens nicht nachgewiesen werden kann.

4.

Verbot von Umweltaussagen über das gesamte Produkt, wenn diese sich tatsächlich nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts beziehen.

Was wird in Zukunft verboten?



flustix
RETHINK PLASTICS

UNLAUTERE EIGENDEKLARATIONEN & FAKE-SIEGEL

Anbringung eines Nachhaltigkeitslabels/-logos, das nicht auf einem unabhängigen Zertifizierungssystem beruht bzw. nicht von öffentlichen Behörden eingeführt wurde.

HALTLOSE UND SCHWAMMIGE BEHAUPTUNGEN:

Kommunikation einer allgemeinen, undefinierten Umweltaussage ohne klare oder messbare Nachweise. Beispiele: "umweltfreundlich", "grün", "ökologisch", "umweltverträglich".

PARS PRO TOTO:

Eine Umweltaussage über das gesamte Produkt tätigen, obwohl sie sich nur auf einen bestimmten Teilaspekt des Produkts bezieht: Eine Shampooflasche wird als "aus recyceltem Material" beworben, obwohl nur der Deckel aus Rezyklaten besteht.





flustix
RETHINK PLASTICS

Was wird in Zukunft verboten?

SELBSTVERSTÄNDLICHKEITEN UND STANDARDS

ALS BESONDERHEIT BEWERBEN:

Darstellung der gesetzlich vorgeschriebenen Anforderungen an alle Produkte der relevanten Produktkategorie auf dem Unionsmarkt als Unterscheidungsmerkmal des Angebots des Händlers oder Herstellers. Beispiel: Gesetzliche Normen, wie der Mindesteinsatz von Rezyklaten, werden als herausragende Umweltleistung beworben und erwecken so den falschen Eindruck von besonders engagiertem Umweltschutz.

ÄNDERUNG DES VERPACKUNGSMATERIALS:

Beispiel: Anstelle des bisherigen Kunststoff-Monomaterials kommen Glasverpackungen zum Einsatz. Allerdings erhöht der Transport die CO₂-Bilanz massiv. Das macht das Produkt nicht nachhaltiger.

FAULE KOMPROMISSE:

Der Claim bezieht sich auf eine positive Auswirkung eines Produkts, verschweigt aber die Tatsache, dass dies zu negativen Auswirkungen an anderer Stelle führt.



CO₂



flustix
RETHINK PLASTICS

Was wird in Zukunft verboten?

VERWENDUNG SUGGESTIVER BILDER:

Die Bildsprache und die Gesamtdarstellung des Produkts, einschließlich des Layouts, der Wahl der Farben, der Grafikelemente, Fotos, Stimmungen, Symbole oder Etiketten, die in der Umweltaussage enthalten sind, sollten das Ausmaß der erzielten Umweltvorteile wahrheitsgemäß, realistisch und genau wiedergeben und die erzielten Umweltvorteile nicht überbewerten.

BEISPIEL MILCHPACKUNG:

Die Verpackung zeigt eine Kuh auf einer saftig-grünen Wiese unter strahlend blauem Himmel. Die Sonne scheint, die Kuh ist glücklich. Realität: Dauerhafte Stallhaltung.





flustix
RETHINK PLASTICS

Aktueller Stand – Wie geht es weiter?

Am 12. März 2024 verabschiedete das EU-Parlament in Straßburg die **Green Claims Directive (GCD)**, nachdem am 17. Januar 2024 bereits ihr zivil-/wettbewerbsrechtliches Pendant, die

Empowering Consumers for the Green Transition Directive (ECGT), durch das EU-Parlament gegangen war. Beide Direktiven arbeiten Hand in Hand und sind Teil eines umfassenderen Maßnahmenpakets der EU, das darauf abzielt, Transparenz und sichere Umweltaussagen zu fördern, um wohlinformierte Verbraucherentscheidungen zu ermöglichen, indem Umweltaussagen auf Produkten und Verpackungen durch anerkannte Zertifizierungen Dritter oder staatliche Vorgaben belegt sein müssen.

Nach der Genehmigung durch den Rat, die als reine Formsache gilt und noch vor den EU-Wahlen im Juni abgeschlossen sein soll, haben die EU-Mitgliedstaaten **maximal zwei Jahre Zeit**, um zu reagieren und die Direktive in nationales Recht umzusetzen. Vorreiterstaaten wie Deutschland und die Niederlande haben bereits angekündigt, **deutlich schneller** zu reagieren.

Bis dahin bleiben bestehende Regelungen, wie das deutsche Gesetz gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG), das irreführende Werbung verbietet, in Kraft. Hersteller, Händler und Marken werden aufgefordert, ihr Umweltmarketing umgehend an die neuen Regeln anzupassen, da Greenwashing von Watchdogs, NGOs und den Medien zunehmend unter die Lupe genommen wird.

STELLEN SIE SICH JETZT SICHER AUF!



flustix zertifiziert unabhängig, sicher und transparent



Über flustix | Rethink Plastics:

Zusammen mit unseren Partnern DIN CERTCO (TÜV Rheinland), Intertek (Schweiz) AG und akkreditierten Partnerlaboren zertifiziert die flustix-Initiative kunststoffnachhaltige Produkte und Verpackungen, mikroplastikfreie Produktinhalte sowie die Verwendung von recycelten Materialien und die Recyclingfähigkeit von Verpackungen. Die sechs einzigartigen und einprägsamen flustix-Produktsiegel sind weltweit gültig und anerkannt.

INFORMIEREN SIE SICH JETZT!



KONTAKT

Team flustix

flustix GmbH
Kronprinzendamm 20
10711 Berlin

contact@flustix.com
+49 (0) 30 398206962

**WIR BERATEN SIE GERNE &
BEGLEITEN DURCH DEN PROZESS.**