



Update “Green Claims”

Nachhaltigkeitswerbung sicher gestalten

Dr. Levke Voß | meyer.rechtsanwalts GmbH

Christina Schröck, LL.M. | meyer.rechtsanwalts GmbH

Was erwartet Sie?

Rückblick / aktuelle Rechtslage:

- Rechtliche Grundlagen
- Rechtsprechung

Neue Regelungen durch EmpCoRL und RegE UWG:

- was ändert sich?
- neue Definitionen?
- neue Verbote?
- Inkrafttreten

Fokus auf für die Lebensmittelwirtschaft relevante Themen

Umweltwerbung bisher

Allgemeines Irreführungsverbot

➤ Rechtliche Grundlagen (EU + national):

- Art. 7 Abs. 1, LIMV 1169/2011: Irreführende Werbung für Lebensmittel
- Art. 6 UGP-RL 2005/29/EG: generelles Verbot irreführender Werbung (EU)
- Deutschland: **§§ 5, 5a UWG**

➤ Leitlinien zur Auslegung und Anwendung der Richtlinie 2005/29/EG (Bekanntmachung [EU KOM C/2021/9320](#))

- Greenwashing
- Überprüfbarkeit und Klarheit von Aussagen
- schon danach kritisch: ökologisch, umweltfreundlich, grün, klimaneutral

➤ Rechtsprechung:

- Vielzahl aktueller Entscheidungen
- Tendenz: strenge Beurteilung

➔ Ausschlaggebend: verständiger Durchschnittsverbraucher

§ 5 UWG - Irreführende geschäftliche Handlungen

- (1) Unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, [...]
- (2) [...]:
 - 1. die **wesentlichen Merkmale** der Ware [...] wie Verfügbarkeit, Art, Ausführung, **Vorteile**, Risiken, **Zusammensetzung**, Zubehör, **Verfahren** oder Zeitpunkt der Herstellung, Lieferung oder Erbringung, Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, Menge, **Beschaffenheit**, [...];

§ 5a UWG – Irreführung durch Unterlassen

- (1) Unlauter handelt auch, wer einen Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer irreführt, indem er ihm eine wesentliche Information vorenthält,
- (2) Als Vorenthalten gilt auch [...]
 - 2. die Bereitstellung wesentlicher Informationen in **unklarer, unverständlicher oder zweideutiger Weise** [...]

Rückblick: bisherige Rechtsprechung

Gleichbleibende Tendenz seit Leitentscheidung BGH

(Urteil vom 20.10.1988, Az.: I ZR 219/87 – Umweltengel)



- Umweltangaben haben **stark emotionalisierende Wirkung**
- Fragen und Zusammenhänge sind **komplex**
- **Unzureichendes Wissen** der angesprochenen Verkehrskreise

Konsequenz:

- hohes Irreführungspotenzial
- gesteigertes Aufklärungsbedürfnis
- hohe Anforderungen an Klarheit bzw. Aufklärungspflichten

➔ **Fehlende Informationen führen zu Irreführung**

aktueller Überblick Rechtsprechung

➤ Beispiele aus jüngerer Rechtsprechung

- OLG Schleswig-Holstein 30.06.2022 ([6 U 46/21](#)) – *klimaneutrale Müllbeutel*
- OLG Frankfurt, 10.11.2022 ([6 U 104/22](#)) – *klimaneutrales Unternehmen*
- OLG Bremen, 23.12.2022 ([2 U 103/22](#)) – *nachhaltiger Kräutertee*
- OLG Düsseldorf, 06.07.2023 ([20 U 72/22](#)) – *Konfitüre*
- LG Karlsruhe, 26.07.2023 ([13 O 46/22](#)) – *Umweltneutrales Produkt*
- LG Duisburg, 08.05.2024 ([Az. 24 O 24/20](#)) –
Erster klimaneutraler Lebensmitteleinzelhändler
- OLG Köln, 13.12.2024 ([6 U 45/24](#)) – *CO2-neutral reisen*
- BGH, 27.06.2024 ([I ZR 98/23](#)) - *klimaneutral*



➤ Fokus auf

- den Begriff “klimaneutral”
- notwendige Nachweise für einen ausgewogenen CO2-Fußabdruck
- wesentliche (zusätzliche) Informationen
- Zusammenhang zwischen Werbeaussagen und detaillierten Informationen



BGH „Klimaneutral“

- Seit Jahrzehnten verstärktes Umweltbewusstsein der Verbraucher, emotionale Wirkung entsprechender Werbemaßnahmen, gepaart mit häufig unklar verwendeten Begriffen führt zu:
 - strengen Anforderungen an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit bei der Werbung mit Umweltschutzbegriffen (hier: "klimaneutral") und – zeichen.
 - Aus gesteigertem Aufklärungsbedürfnis folgt, dass bei einem mehrdeutigen umweltbezogenen Begriff die Anforderungen regelmäßig nur dann erfüllt werden, wenn **dessen Bedeutung bereits in der Werbung selbst eindeutig und klar erläutert** wird.
 - „klimaneutral“ ist ein mehrdeutiger Begriff
 - Reduktion und Kompensation von CO₂-Emissionen sind keine gleichwertigen Maßnahmen zur Herstellung von Klimaneutralität
- = Werbung irreführend gem. § 5 UWG**
Rechtsprechung 1988 weiter gültig



Zusammenfassung Rechtsprechung

1. Umweltangaben müssen auf **wissenschaftlicher Methodologie** basieren, die ausreichend fundiert und umfassend ist, um die Behauptung zu stützen, und genaue und wiederholbare Ergebnisse liefern kann
 2. Umweltangaben müssen
 - **präzise**
 - **überprüfbar**
 - **relevant**
 - **nachweisbar**
 - **dürfen nicht irreführend sein**
 3. Informationen zu Prozessen, Methoden und Prüfkriterien, auf denen die Angaben basieren müssen **Interessierten auf Anfrage zugänglich** gemacht werden
 4. **Klarstellungen** mit klarem visuellem Bezug & inhaltlicher Untermauerung möglich, ggf. Verweis auf Webseite
-  **schon heute gilt:**
- beworbene Aspekte so konkret wie möglich darstellen
 - Bewertung immer anhand des Gesamtkontextes (BGH, Urteil vom 2.6.2022 – I ZR 93/21 – „7 X mehr“)

Richtlinie 2024/825 (Änderung der UGP-Richtlinie 2005/29)

zur (...) Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und bessere Informationen (englisch: Empowering consumers for the green transition, kurz: **EmpCo-RL**)

Umsetzung in deutsches Recht:

Entwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb

- Regierungsentwurf vom 3. September 2025 (**RegE**)
- quasi 1:1 Umsetzung der EU-Richtlinie

Art. 2 UWG-E

Inkrafttreten

- (1) Dieses Gesetz tritt vorbehaltlich des Absatzes 2 am **27.September 2026** in Kraft.
- (2) Artikel 1 Nummer 4, 5, 6 und 7 Buchstabe e bis g tritt am 19. Juni 2026 in Kraft.

ACHTUNG!

- **keine Übergangsfristen**
ggf. Umstellungs-/Aufbrauchfristen, wenn Unterlassungsgebot andernfalls unverhältnismäßig → (wie bisher) im Einzelfall zu belegen
- **keine Privilegien für Marken**

Überblick gesetzliche Neuerungen

Neue Definitionen und konkretere Vorgaben im Hinblick auf:

- ⌞ Irreführende geschäftliche Handlungen
- ⌞ Umweltangaben
- ⌞ Soziale Merkmale
- ⌞ *Haltbarkeit / Reparatur von Produkten*
- ⌞ *Softwareaktualisierungen*

Ergänzung der „Schwarzen Liste“ (immer unzulässig):

- ⌞ Nachhaltigkeitssiegel ohne Zertifizierungssystem
- ⌞ Allgemeine Umweltaussagen ohne nachweisbare hervorragende Umweltleistung
- ⌞ Unzutreffende Reichweite der Umweltangabe
- ⌞ Aussagen zu Umweltauswirkungen bei Kompensation von Treibhausgasemissionen

§ 3 Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen

(1) Unlautere geschäftliche Handlungen sind unzulässig.

→ § 5, 5a UWG (Irreführende geschäftliche Handlungen, Irreführung durch Unterlassen)

(2) Geschäftliche Handlungen, die sich an Verbraucher richten oder diese erreichen, sind unlauter, wenn sie nicht der unternehmerischen Sorgfalt entsprechen und dazu geeignet sind, das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich zu beeinflussen.

(3) Die im Anhang dieses Gesetzes aufgeführten *geschäftlichen Handlungen gegenüber Verbrauchern sind stets unzulässig.*

→ = Schwarze Liste, absolutes Verbot

Irreführende geschäftliche Handlung

Art. 6 Abs. 1 lit. b) EmpCo = § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG-E

Eine Geschäftspraxis gilt als irreführend, wenn sie falsche Angaben enthält und somit unwahr ist [...]

die wesentlichen Merkmale des Produkts wie Verfügbarkeit, Vorteile, Risiken, Ausführung, Zusammensetzung, **ökologische und soziale Merkmale**, Zubehör, **Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit**, Kundendienst und Beschwerdeverfahren, Verfahren und Zeitpunkt der Herstellung oder Erbringung, Lieferung, Zwecktauglichkeit, Verwendung, Menge, Beschaffenheit, geografische oder kommerzielle Herkunft oder die von der Verwendung zu erwartenden Ergebnisse oder die Ergebnisse und wesentlichen Merkmale von Tests oder Untersuchungen, denen das Produkt unterzogen wurde.“

➔ **bloße Klarstellung, auch bisher schon als wesentliche Merkmale erfasst!**

Erwägungsgrund 3 EmpCo-RL

„Art. 6 [...] sollte daher geändert werden, indem ökologische und soziale Merkmale sowie Zirkularitätsaspekte in die Liste [...] aufgenommen werden, in Bezug auf die die Praktiken eines Gewerbetreibenden **auf der Grundlage einer Einzelfallprüfung** als irreführend angesehen werden könnten.

Die von Gewerbetreibenden bereitgestellten Informationen über die **sozialen Merkmale** eines Produkts entlang der gesamten Wertschöpfungskette können sich beispielsweise auf die Qualität und Gerechtigkeit der Arbeitsbedingungen der beteiligten Arbeitskräfte [...] beziehen.

Diese Informationen können sich auch auf die Achtung der Menschenrechte, die Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle [...] sowie auf Beiträge zu sozialen Initiativen oder auf ethische Verpflichtungen wie den Tierschutz beziehen.

Die **ökologischen und sozialen Merkmale** eines Produkts können **in einem weiten Sinne** verstanden werden und umfassen die ökologischen und sozialen Aspekte, Auswirkungen und Leistungen eines Produkts.“

Anhang UWG nach RegE (Schwarze Liste)

Folgende geschäftliche Handlungen sind gegenüber Verbrauchern stets unzulässig:

- Nr. 2a unzulässiges Anbringen eines Nachhaltigkeitssiegels
- Nr. 4a nicht nachweisbare allgemeine Umweltaussagen
- Nr. 4b unwahre Angabe zur Reichweite einer Umweltangabe
- Nr. 4c Aussagen zu Umweltauswirkungen bei Kompensation von Treibhausgasemissionen

Allgemeine Umweltangaben

Umweltaussage nach Art. 2 Abs. 1 lit. o EmpCo-RL / § 2 Abs. 2 Nr. 5 UWG-E:

„**unabhängig von ihrer Form**, eine **Aussage oder Darstellung**, die nach Unionsrecht oder nationalem Recht nicht verpflichtend ist, **einschließlich** Darstellungen durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole wie beispielsweise Etiketten, **Markennamen**, Firmennamen oder Produktbezeichnungen, im Kontext einer kommerziellen Kommunikation, und in der ausdrücklich oder stillschweigend angegeben wird, dass ein Produkt, eine Produktkategorie, eine Marke oder ein Gewerbetreibender **eine positive oder keine Auswirkung auf die Umwelt hat oder weniger schädlich für die Umwelt ist als andere Produkte**, Produktkategorien, Marken bzw. Gewerbetreibende oder seine bzw. ihre Auswirkung im Laufe der Zeit verbessert wurde“

Allgemeine Umweltaussage, Art. 2 Abs. 1 lit. p / § 2 Abs. 2 Nr. 1 UWG-E:

„eine schriftlich oder mündlich getätigte Umweltaussage, einschließlich über audiovisuelle Medien, die nicht auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten ist und bei der die Spezifizierung der Aussage **nicht auf demselben Medium** klar und in hervorgehobener Weise angegeben ist“

Plakativ und ohne objektiv überprüfbaren
Aussagegehalt (RegE S. 28)

„Umweltaussage“?

Verbot Anhang Nr. 4a EmpCo-RL / UWG-E

„positive oder keine Auswirkung auf die Umwelt hat oder weniger schädlich für die Umwelt“

- „Natur“ = Umwelt?

- ⇒ Einzelfallentscheidung / Gesamtaufmachung

- „Gut für die Natur“ / „Naturschutz“ etc. (+)

- „natürliche Zutaten“ (-)

- Tierschutz?

- Tierwohl kann auch dem Umweltschutz dienen (vgl. Umweltbundesamt 2019)

- aber: **Ergr. 4 EmpCo-RL fasst Tierschutz eher unter „soziales“**

- „[...] Informationen über die sozialen Merkmale [...]. Diese Informationen können sich auch [...] auf ethische Verpflichtungen wie den Tierschutz beziehen.“

- „ohne Gentechnik“?

- Verbindliche Regelungen für die Verwendung der Angabe (§ 3a EGGenTDurchfG)
Aussage selbst aber freiwillig?

Allgemeine Umweltaussagen

Beispiele (Erwgr. 9 EmpCo-RL)

= Plakativ und ohne objektiv überprüfbaren Aussagegehalt (RegE S. 28)

umweltfreundlich / umweltschonend / grün / naturfreundlich / ökologisch / umweltgerecht / klimafreundlich / umweltverträglich / CO2-freundlich / energieeffizient / biologisch abbaubar / biobasiert

Keine allgemeine Umweltaussage, wenn

- **Spezifizierung auf gleichem Medium**
 - Umfang unklar (ausdrückliche Umweltaussage?)
 - zumindest wesentliche Punkte umrissen
- **auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten**
 - sofern dieses wiederum gesetzlichen Vorgaben entspricht (gleich mehr)

Als allgemeine Umweltaussage zulässig, wenn

- **Nachweisbare hervorragende Umweltleistung**

Spezifizierung auf dem gleichen Medium

„ausdrückliche Umweltaussage“?

Richtlinienentwurf über Umweltaussagen – [COM\(2023\) 166 final](#) (= Green-Claims-RL)

„die in Textform oder auf einem Umweltzeichen enthalten ist“

- tiefgehende Bewertung genauer Aspekte, Daten und Fakten
- klarer Bezugsrahmen

➔ in jedem Fall: Aussagen müssen Grundsätzen der Irreführungsregeln entsprechen

Beispiel Ergr. 9 EmpCo-RL

allgemein ⇨ *„klimafreundliche Verpackungen“*

spezifisch ⇨ *„100 % der für die Herstellung dieser Verpackungen verwendeten Energie stammen aus erneuerbaren Quellen“*

auf demselben Medium

- derselbe Fernseh- oder Radiowerbespot
- Produktverpackung
- Online-Verkaufsoberfläche

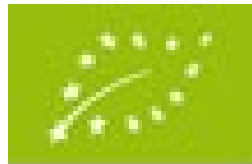
Anerkannte Umweltleistung

Art. 2 Abs. 1 lit. s EmpCo-RL / § 2 Abs. 2 Nr. 2 UWG-E

- **Umweltleistung** im Einklang mit
- Verordnung (EG) Nr. 66/2010 über das EU-Umweltzeichen
- mit nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach EN ISO 14024 Typ I, die in Mitgliedstaaten offiziell anerkannt sind, oder
- mit Umwelthöchstleistungen nach sonstigem geltenden Unionsrecht
 - nur, wenn konkrete Regelung besteht! z.B. „*energieeffizient bei Energieklasse A*“



- ➔ **Bio-Siegel?**



- RegE S. 21: „*staatlich reguliertes Umweltzeichen wie [...]Bio-Siegel (Lebensmitteln)*“ ?
ABER: „*Umweltleistung sollte sich auf die gesamte Aussage beziehen*“
- OLG Bremen, 23.12.2022 (2 U 103/22): nachhaltig / ressourcenschonend = unscharf

Nachhaltigkeitssiegel

Regelungssystem:

➤ **Definition**, Art. 2 Abs. 1 lit. o EmpCo-RL / § 2 Abs. 2 Nr. 4 UWG-E

„ein freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauenssiegel, Gütezeichen oder Ähnliches, mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit in Bezug auf ihre ökologischen oder sozialen Merkmale oder beides hervorzuheben oder zu fördern, ausgenommen alle verpflichtenden Kennzeichnungen gemäß Unionsrecht oder nationalem Recht;“

➤ **Verbot**, Anhang Nr. 2a EmpCo-RL / UWG-E

„das Anbringen eines Nachhaltigkeitssiegels, das weder auf einem Zertifizierungssystem beruht noch von staatlichen Stellen festgesetzt wurde“

➤ **Anforderungen** an das Zertifizierungssystem in Art. 2 Abs. 1 lit. r EmpCo-RL / § 2 Abs. 2 Nr. 6 UWG-E

➤ Siegel?

jedes bildlich dargestellte Logo? (OLG München, 9.12.2021, Az.: 6 U 1973/21)

aber: Auch Definition Umweltaussage erfasst bereits Darstellungen durch Bilder, grafische Elemente, Symbole

➤ Vertrauensiegel / Gütezeichen (vgl. Erwgr. 7 EmpCo-RL)

OLG Frankfurt, Urt. v. 10.11.2022, Az. 6 U 104/22 zum Begriff „Gütesiegel“:

- Prüfung durch neutrale fachkundige Stelle
- objektive Kriterien
- wesentliche Eigenschaften für Güte und Brauchbarkeit

➤ Nicht:

- rechtlich vorgeschriebene Siegel (z.B. EU-Bio Siegel), da nicht freiwillig

Nachhaltigkeitssiegel

Kein Verbot

- ⌈ **staatlich festgesetzt** (z.B. blauer Umweltengel, Energieeffizienzklasse)
- **Zertifizierungssystem?**
 - ein System der Überprüfung durch Dritte, durch das bestätigt wird, dass ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit bestimmte Anforderungen erfüllt, das die Verwendung eines entsprechenden Nachhaltigkeitssiegels ermöglicht und dessen Bedingungen, einschließlich seiner Anforderungen, öffentlich einsehbar sind
 - offen für alle Gewerbetreibende, die die Anforderungen erfüllen
 - Abstimmung mit relevanten Interessengruppen
 - Systeminterne Sanktionsmöglichkeiten
 - Überwachung durch unabhängige Dritte

Achtung: Erwägungsgrund 7 EmpCo-RL:

„Vor dem Anbringen eines Nachhaltigkeitssiegels sollte der Gewerbetreibende sicherstellen, dass es gemäß den öffentlich einsehbaren Bedingungen des Zertifizierungssystems Mindestanforderungen hinsichtlich Transparenz und Glaubwürdigkeit erfüllt [...]“

Unwahre Reichweite der Umweltaussage

Verbot, Anhang Nr. 4b EmpCo-RL / UWG-E

... stets unzulässig:

„das Treffen einer Umweltaussage

- zum gesamten Produkt oder zu der gesamten Geschäftstätigkeit des Unternehmers, wenn
- sich die Umweltaussage nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts oder nur auf eine bestimmte Aktivität der Geschäftstätigkeit des Unternehmers bezieht.“

➔ keine Neuerung für die Praxis. Genannte Aussagen gelten auch schon anhand der aktuellen Regeln des UWG als unlauter.

➤ Beispiele

- „(X%) Recyceltes Plastik“ obwohl Etikett und Verschluss ausgenommen (vgl. BEUC)
- Aussage nur für Verpackung zutreffend („FOOT PRINT REDUZIERT DEINEN CO₂ FUSSABDRUCK“)
(= [OLG Nürnberg, 15.11.2023](#), Az.: 3 U 1722/23)



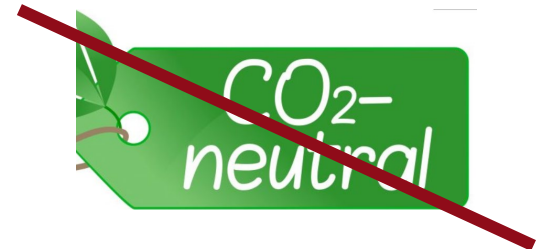
Klimaneutral / Kompensation

Verbot, Anhang Nr. 4c EmpCo-RL / UWG-E

... stets unzulässig:

„das Treffen einer Aussage, die sich auf die Kompensation von Treibhausgasemissionen gründet und nach der ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat

- **unzulässig:** Klimaneutral / CO₂-neutral / etc.
bei bloßer Kompensation



- nur auf **Produktwerbung** bezogen

- weiterhin **zulässig:**

Produktwerbung mit **konkreten Kompensationsmaßnahmen**

Maßstab: allgemeine Grundsätze des UWG, Rechtsprechung beachten!

- ➔ Aufklärung über Umfang (BGH „klimaneutral“)
- ➔ Art / Wirksamkeit Kompensationsprojekte (LG Karlsruhe)

Art. 6 Abs.2 lit. d) EmpCo-RL = § 5 Abs. 3 Nr. 4 UWG-E

Eine geschäftliche Handlung ist auch irreführend, wenn
[...]

mit ihr gegenüber Verbrauchern eine Umweltaussage über die **künftige Umweltleistung** getroffen wird, ohne klare, objektive, öffentlich einsehbare und überprüfbare Verpflichtungen, die in einem detaillierten und realistischen Umsetzungsplan festgelegt sind, der

- a) messbare und zeitgebundene Ziele sowie weitere relevante Elemente umfasst, die zur Unterstützung seiner Umsetzung erforderlich sind, wie die Zuweisung von Ressourcen, und
- b) regelmäßig von einem unabhängigen externen Sachverständigen überprüft wird, dessen Erkenntnisse Verbrauchern zur Verfügung gestellt werden.“

zukünftige Umweltleistungen

LG Hamburg (9.8. 2024, Az. 315 O 9/24) – *TUI Cruises "dekarbonisierter Kreuzfahrtbetrieb"*

LG Nürnberg-Fürth (25.03.2025, Az. 3 HK O 6524/24) – *klimateutral bis 2050*

➔ Auch schon heute sehr strenge, detaillierte Anforderungen an Werbung mit zukünftigen Umweltleistungen, allein unter Bezugnahme auf Art. 5 UWG.

EmpCo-RL:

⌈ Umsetzungsplan?

➔ erstellt Unternehmen selbst

enthält alle relevanten Aspekte, die für die Erfüllung der Verpflichtungen erforderlich sind, etwa die finanziellen Mittel und technologische Entwicklungen (Erwgrd. 4 EmpCoRL)

Zukünftige Umweltleistungen III

EmpCo-RL:

Überprüfung durch Sachverständigen:

- keine Zertifizierung / Akkreditierung nötig
- Anforderungen / Sachkunde unklar
 - vom Gewerbetreibenden unabhängig und
 - nicht von Interessenkonflikten betroffen,
 - Erfahrungen und Kompetenzen in Umweltfragen
 - jedenfalls erfüllt bei nach dem Umweltauditgesetz zugelassenen Umweltgutachtern; im Einzelfall auch Wirtschafts- und Abschlussprüfer bei Aussagen mit Bezug zu ihrem jeweiligen Kompetenzbereich, wenn eine Zulassung zur Nachhaltigkeitsberichtsprüfung vorliegt (RegE S. 34)

Öffentlich einsehbar?

- selbstgesetzten Verpflichtungen müssen öffentlich einsehbar und im Zusammenhang mit der Umweltaussage dargestellt werden.
- möglich durch Verwendung eines **QR-Codes** auf dem Produkt.

Hopp oder Top? Ausblick Green-Claims-RL

**Richtlinie (Entwurf) über Umweltaussagen - COM(2023) 166 final,
22.03.2023**

- Bewertung / Begründung ausdrücklicher Umweltaussagen (Art. 3, 4)
- Kommunikation ausdrücklicher Umweltaussagen (Art. 5, 6)
- **Überprüfung und (Vorab-)Zertifizierung** der Begründung von Umweltaussagen (Art. 10)
- Sanktionsvorschriften

gescheitert oder nur ausgebremst?

- Kommission erwog Rückzug des Legislativvorschlags (20.06.2025)
- Abschließender Trilog ausgesetzt
- EU-Kommission bestätigt: Vorschlag nicht formell zurückgezogen
- **offen**: Überarbeitung? Aufgabe?



Dr. Levke Voß
Christina Schröck, LL.M.

meyer.rechtsanwalts GmbH
Sophienstr. 5
D-80333 München
Fon +49 (0) 89- 55 06 988 - 0
E-Mail: office@meyerlegal.de
Internet: www.meyerlegal.de