

# WHITEPAPER

## Schluss mit leeren Versprechen - Was Ihr Unternehmen jetzt zur EmpCo wissen muss

Ab September 2026 gelten neue Spielregeln für Nachhaltigkeitswerbung.  
Wer umweltbezogene Aussagen trifft, braucht künftig handfeste Belege.

### Inhalt

Der Wandel hat begonnen	02
EmpCo kompakt - das Wichtigste auf einen Blick	02
Was steckt hinter der EmpCo?	03
Was regelt die EmpCo im Detail?	03
Wen betrifft die EmpCo?	05
Nachhaltigkeitssiegel: Was künftig gilt	05
Was will die EU mit der EmpCo erreichen?	06
So bereiten Sie Ihr Unternehmen vor	08
Was Sie bei Nichtbeachtung riskieren	08
Wie humanistic transformations Sie begleitet	09
Quellen und weiterführende Informationen	10

Stand: April 2026

## Der Wandel hat begonnen

Begriffe wie „klimaneutral“, „nachhaltig“ oder „umweltfreundlich hergestellt“ gehören heute zum festen Repertoire vieler Marketingabteilungen. Doch ab dem 27. September 2026 reichen solche Formulierungen nicht mehr aus. Dann müssen Unternehmen nachweisen können, was hinter ihren Umweltversprechen steckt - mit konkreten Zahlen, unabhängigen Prüfungen und öffentlich zugänglichen Belegen.

Den rechtlichen Rahmen dafür setzt die EU-Richtlinie (EU) 2024/825, besser bekannt als EmpCo - „Empowering Consumers for the Green Transition“. Sie wurde am 28. Februar 2024 verabschiedet und trat am 26. März 2024 in Kraft. Deutschland hat die Vorgaben mit dem Dritten Gesetz zur Änderung des UWG umgesetzt, veröffentlicht am 19. Februar 2026 im Bundesgesetzblatt. In Österreich ist eine Überführung in nationales Recht noch ausständig (Stand: April 2026).

Für Ihr Unternehmen bedeutet das: Nachhaltigkeitskommunikation wird vom Freitext zur Prüfaufgabe. Wer jetzt vorausschauend handelt, vermeidet nicht nur rechtliche Risiken, sondern positioniert sich als vertrauenswürdiger Akteur in einem Markt, der Transparenz zunehmend belohnt.

## EmpCo kompakt - das Wichtigste auf einen Blick

### Was sich ab dem 27. September 2026 ändert

- Pauschale Begriffe wie „öko“, „nachhaltig“, „umweltfreundlich“ oder „fair“ dürfen nur noch verwendet werden, wenn sie durch anerkannte Umweltleistungen belegt sind.
- Produkte dürfen nicht mehr als klimaneutral beworben werden, wenn die Behauptung allein auf CO<sub>2</sub>-Kompensation beruht.
- Siegel zur ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit sind nur noch mit unabhängiger Zertifizierung oder staatlicher Grundlage erlaubt.
- Wer Klimaziele kommuniziert, muss einen öffentlich einsehbaren Umsetzungsplan mit messbaren Zwischenzielen vorweisen.
- Verstöße können sofort verfolgt werden - es gibt keine Übergangsfrist.

## Was steckt hinter der EmpCo?

Die Abkürzung EmpCo steht für „Empowering Consumers for the Green Transition“. Dahinter verbirgt sich das Ziel, Verbraucher:innen in die Lage zu versetzen, zwischen tatsächlicher Nachhaltigkeitsleistung und bloßem Marketing unterscheiden zu können. Die Richtlinie ergänzt und verschärft zwei bestehende EU-Regelwerke: die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken und die Verbraucherrechte-Richtlinie. Sie reagiert damit auf zahlreiche Untersuchungen, die gezeigt haben, dass ein großer Teil umweltbezogener Werbeaussagen nicht ausreichend belegt oder schlicht irreführend war.

### Zeitplan und Meilensteine:

Datum	Meilenstein
28. Februar 2024	Verabschiedung der Richtlinie durch das EU-Parlament
26. März 2024	Inkrafttreten der Richtlinie (EU) 2024/825
19. Dezember 2025	Beschluss des Deutschen Bundestags
19. Februar 2026	Veröffentlichung im Bundesgesetzblatt
27. September 2026	Verbindlicher Anwendungsbeginn - Ihr Stichtag!

## Was regelt die EmpCo im Detail?

Die EmpCo geht deutlich über klassisches Marketingrecht hinaus. Sie definiert erstmals präzise, welche Formen der Nachhaltigkeitskommunikation künftig als irreführend gelten, und erweitert die Liste der ausnahmslos verbotenen Geschäftspraktiken im UWG.

### Zentrale Begriffe, die Sie kennen sollten:

- **Umweltaussage:** Jede Behauptung über ökologische Eigenschaften eines Produkts/ Unternehmens - auch wenn sie nur durch Bilder, Farben oder Symbole vermittelt wird.
- **Allgemeine Umweltaussage:** Unspezifische Formulierungen wie „grün“, „öko“ oder „nachhaltig“, die keinen konkreten, belegbaren Bezug aufweisen.
- **Nachhaltigkeitssiegel:** Freiwillige Kennzeichnungen (Logos, Gütezeichen), die Umwelt- oder Sozialeigenschaften signalisieren sollen.

- **Zertifizierungssystem:** Ein Verfahren der unabhängigen Drittparteien-Prüfung mit öffentlich zugänglichen Kriterien.
- **Anerkannte Umweltleistung:** Eine nachweislich überdurchschnittliche Leistung, die auf objektiven und nachvollziehbaren Maßstäben basiert.

### So machen Sie es richtig - konkrete Beispiele:

Bisher oft verwendet	Künftig EmpCo-konform	Warum?
„Nachhaltig verpackt“	„Verpackung aus 85 % Recyclingpapier, FSC-zertifiziert“	Konkrete Angaben statt allgemeiner Behauptungen
„Klimaneutral produziert“	„CO <sub>2</sub> -Fußabdruck: 82 g CO <sub>2</sub> e (Scope 1-3), Restmenge von 23 g kompensiert über ...“	Reduktion und Kompensation transparent getrennt
„Umweltfreundlich hergestellt“	„Produktion mit 100 % Ökostrom, zertifiziert nach ISO 14001“	Nachprüfbare Standards angeben
„Enthält Rezyklat“	„50 % PET-Rezyklat, zertifiziert nach DIN EN 15343“	Exakte Mengenangabe mit Norm-Referenz

### Ab dem 27. September 2026 ausnahmslos unzulässig:

Die folgenden Praktiken sind ausnahmslos unzulässig und können ohne weitere Einzelfallprüfung abgemahnt werden:

#### Schwarze Liste - Per-se-Verbote

- Pauschale Umweltbegriffe ohne nachgewiesene, anerkannte Umweltleistung
- Nachhaltigkeitssiegel ohne anerkannte Drittzertifizierung oder staatliche Festsetzung
- Klimaneutralitätsaussagen auf Produktebene, die sich ausschließlich auf Kompensationsmaßnahmen stützen
- Werbung mit Emissionsminderungen, die einzig durch Kompensation erzielt werden
- Allgemeine Recycling-Versprechen, wenn das Produkt faktisch nicht vollständig recycelt werden kann

## Wen betrifft die EmpCo?

Im Grundsatz gilt: Jedes Unternehmen, das in der EU-Produkte oder Dienstleistungen an Verbraucher:innen anbietet und dabei mit Umwelt- oder Nachhaltigkeitsaussagen wirbt, fällt unter die neuen Regeln - unabhängig von Größe oder Branche.

### Besonders im Fokus stehen:

- Konsumgüter- und Lebensmittelindustrie
- Mode- und Textilbranche
- Energie- und Mobilitätssektor
- Elektronik und digitale Produkte
- Alle Unternehmen, die ESG-Labels, Umweltclaims oder Nachhaltigkeitssiegel einsetzen

*Wichtig: Die EmpCo zielt primär auf B2C-Kommunikation. Aber auch ohne direkten B2C-Kontakt sind B2B-Unternehmen betroffen, wenn ihre Zulieferdaten für die Endkundenwerbung genutzt werden.*

## Nachhaltigkeitssiegel: Was künftig gilt

Ein Nachhaltigkeitssiegel darf ab September 2026 nur noch verwendet werden, wenn es auf einer staatlichen Grundlage beruht oder auf Basis eines Zertifizierungssystems beruhen, welches von einer akkreditierten Zertifizierungsstelle geprüft bzw. überwacht wird. Eigenentwickelte/private Siegel ohne externe Prüfung durch eine akkreditierte Zertifizierungsstelle sind unzulässig.

### Anforderungen an ein Zertifizierungssystem

- Diskriminierungsfreier Zugang für alle Gewerbetreibenden
- Entwicklung der Anforderungen unter Einbindung unabhängiger Sachverständiger
- Vollständige öffentliche Verfügbarkeit der Kriterien und Bedingungen
- Unabhängige Drittparteiüberwachung nach nachvollziehbaren Verfahren
- Klare Konsequenzen bei Verstößen, einschließlich der Möglichkeit zum Siegelentzug

## Orientierung - Diese Siegel sind sicher bzw. unzulässig:

Siegel	Einschätzung
EU Ecolabel (Euroblume)	Sicher - staatlich, basiert auf EU-Verordnung
Blauer Engel	Sicher - staatlich, vergeben durch Bundesumweltministerium
EU-Bio-Siegel	Sicher - staatlich, EU-Verordnung
EMAS	Sicher - EU-Verordnung, Umweltmanagementsystem
FSC/PEFC	Voraussichtlich konform - unabhängige Drittprüfung vorhanden
Eigene Unternehmenssiegel	Unzulässig - keine externe Zertifizierung

*Die Verantwortung liegt bei Ihnen: Auch wenn ein Drittanbieter ein Siegel vergibt, das die Anforderungen nicht erfüllt, haften Sie als verwendendes Unternehmen für den Verstoß.*

## Was will die EU mit der EmpCo erreichen?

Die EmpCo ist mehr als eine juristische Verschärfung. Sie ist Ausdruck des politischen Willens, Vertrauen in nachhaltige Kommunikation wiederherzustellen und einen Markt zu fördern, in dem tatsächliche Umweltleistungen sichtbar werden.

Ziel	Was das für Ihr Unternehmen heißt
Verbraucherschutz stärken	Kund:innen erhalten verlässliche Informationen - und erwarten das auch von Ihnen.
Greenwashing unterbinden	Nur belegbare Umweltleistungen dürfen kommuniziert werden.
Fairen Wettbewerb fördern	Unternehmen mit echtem Engagement werden nicht mehr von pauschalen Versprechen der Konkurrenz übertönt.
Transparenz schaffen	CO <sub>2</sub> -Bilanzen, Lieferkettendaten und Zertifizierungen müssen offen zugänglich sein.
Einheitliche Standards setzen	Die EmpCo schafft eine gemeinsame Grundlage, die künftig durch die Green Claims Directive ergänzt werden soll.

## Exkurs: Die Green Claims Directive

Die EmpCo war ursprünglich als Ergänzung zur Green Claims Directive (GCD) konzipiert. Ob und wann die GCD in Kraft tritt, ist derzeit offen - sie liegt aktuell auf Eis.

Aspekt	EmpCo	Green Claims Directive
Status	Verbindlich ab 27.09.2026	Ausgesetzt, Zeitpunkt offen
Ansatz	Verschärfung bestehender Regeln	Eigenständiges neues Regelwerk
Vorabprüfung	Keine	Vorab-Zertifizierung geplant
Handlungsbedarf	Sofort!	Entwicklung beobachten

Unabhängig davon, ob die Green Claims Directive kommt: Die EmpCo allein setzt bereits umfassende Anforderungen an Ihre Nachhaltigkeitskommunikation.

## So bereiten Sie Ihr Unternehmen vor

Der Stichtag rückt näher - aber mit einem strukturierten Vorgehen lässt sich die Umstellung gut bewältigen.

### Schritt 1: Bestandsaufnahme aller Umweltaussagen

Wo macht Ihr Unternehmen überall Umwelt- oder Nachhaltigkeitsaussagen? Gehen Sie systematisch durch: Website, Verpackungen, Broschüren, Social-Media-Kanäle, Werbemittel, Produktbeschreibungen. Jede einzelne Aussage braucht künftig einen belastbaren Beleg - ob CO<sub>2</sub>-Bilanz, Zertifikat oder unabhängiger Prüfbericht.

### Schritt 2: Siegel und Labels auf den Prüfstand stellen

Nicht jedes grüne Logo wird ab September 2026 Bestand haben. Klären Sie für jedes verwendete Siegel: Basiert es auf einer staatlichen Grundlage oder einem anerkannten Zertifizierungssystem? Falls nicht, muss es ersetzt oder entfernt werden.

### Schritt 3: Teams befähigen

Marketing, Vertrieb, PR und Kommunikation müssen verstehen, welche Begriffe künftig heikel sind und worauf bei Formulierungen zu achten ist. Gezielte Schulungen schaffen Sicherheit und verhindern kostspielige Fehler.

### Schritt 4: Vorhandene Daten nutzen

Viele der benötigten Informationen liegen bereits in Ihrem Unternehmen vor - in Nachhaltigkeitsberichten, CO<sub>2</sub>-Bilanzen oder Zertifizierungsunterlagen. Sorgen Sie dafür, dass Reporting und Kommunikation künftig Hand in Hand arbeiten.

## Was Sie bei Nichtbeachtung riskieren

Die neuen Regeln haben Konsequenzen - und zwar ab dem ersten Tag. Es gibt keine Schonfrist und keine Übergangsphase. Verstöße können sofort verfolgt werden. Die Risikobandbreite erstreckt sich von Abmahnungen und Unterlassungsklagen bis hin zu Schadensersatzforderungen und sofortigem Anpassungsbedarf. Wer seine Kommunikation nicht rechtzeitig überprüft und EmpCo-konform adaptiert, geht ein erhebliches Risiko ein: rechtliche Auseinandersetzungen, finanzielle Verluste und nachhaltiger Vertrauensverlust. Frühzeitiges Handeln ist die klügere Investition.

## Wie humanistic transformations Sie begleitet

Wir sehen die EmpCo nicht als reine Pflichtübung, sondern als Gelegenheit. Unternehmen, die jetzt auf ehrliche und belegbare Kommunikation setzen, bauen dauerhaftes Vertrauen auf - bei Kund:innen, Investor:innen und Geschäftspartner:innen. Als Gemeinwohl-Unternehmen mit langjähriger Erfahrung in Nachhaltigkeitsberatung, CSRD-Berichterstattung und Organisationsentwicklung unterstützen wir Sie praxisnah, werte-orientiert und auf Augenhöhe.

### Unser Angebot für Sie:

- Wir analysieren Ihre bestehenden Aussagen zur ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit, Labels und Kommunikationsmaterialien und geben Ihnen konkrete Handlungsempfehlungen. Machen Sie sich ein persönliches Bild von unserer Beratung im Rahmen einer kostenlosen und unverbindlichen Testanalyse!
- Wir unterstützen Sie bei der CO<sub>2</sub>-Bilanzierung, der Erhebung relevanter Nachhaltigkeitskennzahlen und bei Fragen rund um anerkannte Zertifizierungen.
- Wir sorgen dafür, dass Ihre Berichtsdaten auch für die EmpCo-konforme Kommunikation nutzbar sind.
- Wir machen Ihre Teams fit für glaubwürdige, belegbare Nachhaltigkeitskommunikation.
- Wir denken über Compliance hinaus und begleiten Sie auf dem Weg zu einem Unternehmen, das wirklich etwas verändert.

**Transformation mit Substanz: *Nachhaltigkeit zeigt sich nicht in Versprechen, sondern in Haltung. Wir helfen Ihnen, diese Haltung sichtbar, belegbar und glaubwürdig zu machen!***

### Sprechen Sie uns an!

- Erster Schritt: Eine kostenlose und unverbindliche Testanalyse für Ihr Unternehmen.
- Kontakt: [www.hut.eco/kontakt](http://www.hut.eco/kontakt)
- Für Österreich: Isabella Klien: [isabella.klien@hut.eco](mailto:isabella.klien@hut.eco); Telefon: +43 (0) 664 3832700
- Für Deutschland: Michael Pelzl: [michael.pelzl@hut.eco](mailto:michael.pelzl@hut.eco); Telefon: +49 (0)162 2303618

## Unser Name und unser Claim

Wir nennen uns *humanistic transformations*, weil die Veränderung/Transformation zu nachhaltiger Wirtschaft von Menschen inspiriert, geleitet und umgesetzt wird.

Unsere Vision ist eine Gesellschaft, in der sich wirtschaftliches Handeln am guten Leben für alle orientiert und anhand der 20 Themen der Gemeinwohl-Matrix bewertet/gemessen wird. Das ist für uns *Wirtschaften mit Sinn*.

## Quellen und weiterführende Informationen

- Richtlinie (EU) 2024/825 - Amtsblatt der Europäischen Union
- Drittes Gesetz zur Änderung des UWG, Bundesgesetzblatt, 19. Februar 2026
- Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJ):  
[www.bundesjustizministerium.de](http://www.bundesjustizministerium.de)
- Umweltbundesamt: Informationen zum Greenwashing-Schutz, [www.umweltbundesamt.de](http://www.umweltbundesamt.de)