

Green Advertising

Green Claims & Green Brands

Umweltschutz und Nachhaltigkeit in Ihrer Unternehmenskommunikation und Werbung



Worum geht's?

Die Information über Nachhaltigkeit von Produkten und Unternehmen ist ein wichtiger Teil der **ESG-Aktivitäten** und des **Marketings** eines jeden Unternehmens. Neben den klassischen „**Green Claims**“ gehört hierzu auch die Schaffung von „**Green Brands**“, die eine immer wichtigere Rolle in der Markenstrategie von Unternehmen spielen.

Doch „Greenwashing“ und „Klimaneutralität“ stehen auch im Fokus der Verbraucherverbände und haben bereits zu zahlreichen Gerichtsentscheidungen geführt – meist zu Lasten der werbenden Unternehmen. Zuletzt hat auch der BGH die Anforderungen an die Werbung mit „klimaneutral“ verschärft. Wir analysieren und bewerten die Rechtsprechung und führen Sie sicher durch diesen „Case Law Dschungel“, um Ihnen die Möglichkeiten einer zulässigen Werbung mit Nachhaltigkeits- und Umweltschutzaussagen aufzuzeigen.

Was kommt auf Sie zu?

„Green Deal“ der EU – Zukünftig (noch) strikere Regeln für Umweltwerbung

Mit gleich zwei neuen Richtlinien schafft die EU im Rahmen ihres „Green Deals“ europaweit strenge, einheitliche Standards zu **Informationspflichten** und zur **Belegbarkeit** umweltbezogener Werbung: Die sog. **EmpCo-Richtlinie** ist bereits in Kraft getreten. Ab September 2026 müssen deren Vorgaben auch in Deutschland beachtet werden. Diese Richtlinie verschärft die ohnehin schon sehr strengen Vorgaben für umweltbezogene Werbung nochmals erheblich. Damit sowie mit der **Green Claims Richtlinie**, deren Entwurf derzeit noch beraten wird, zieht sich die Schlinge nicht nur um den Hals echter „Greenwasher“ weiter zu. Beide Richtlinien werden weitreichende Folgen für alle Unternehmen haben, die sich oder ihre Produkte mit Nachhaltigkeitsaspekten bewerben.

EmpCo-Richtlinie

- nationale Geltung ab 27. September 2026
- betrifft allgemeine Umweltaussagen und Nachhaltigkeitsiegel
- Zertifizierungssystem für Nachhaltigkeitsiegel
- strikte Regelung für Werbung mit Kompensationsmaßnahmen
- Umsetzungsplan für Werbung mit künftigen Umweltleistungen

Green Claims-Richtlinie

- nationale Geltung vorauss. 2027/28
- betrifft ausdrückliche Umweltaussagen und Umweltzeichen
- Vorab-Zertifizierung für Green Claims durch staatliche Stelle
- strikte Vorgaben für Verwendung von Umweltzeichen / Gütesiegeln
- möglich: Bußgeld bei Verstößen

Das bieten wir Ihnen:

Wir helfen Ihnen, rechtssicher im Markt zu kommunizieren und Imageschäden zu vermeiden!

Unser Beratungsportfolio

Beratung bei
der Konzeption
von Umwelt- und
Nachhaltigkeitswerbung

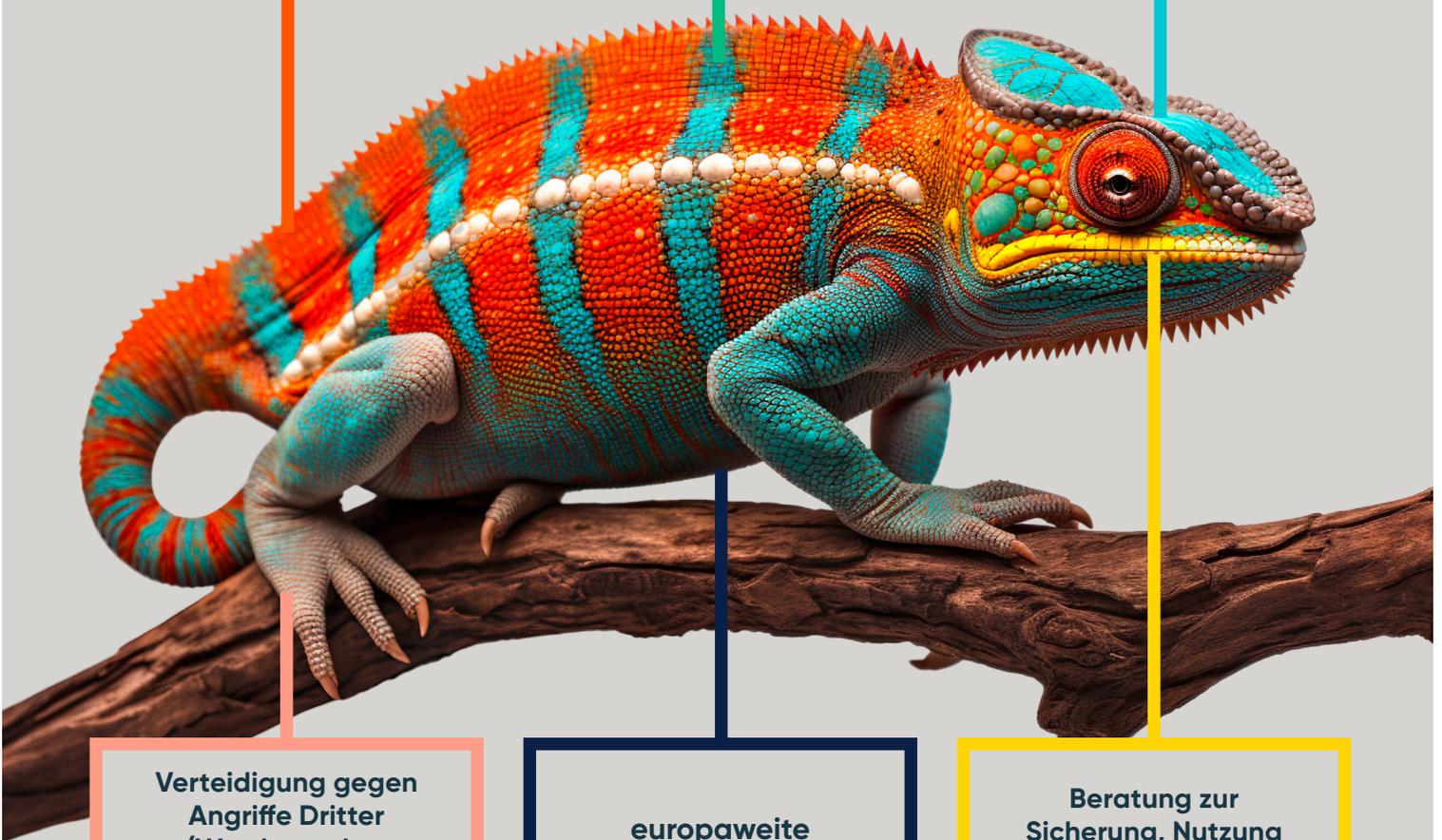
Prüfung einzelner
„Green Claims“

Durchführung von
„Green Claims & Green
Brands“ Audits sowie
von Quick Checks

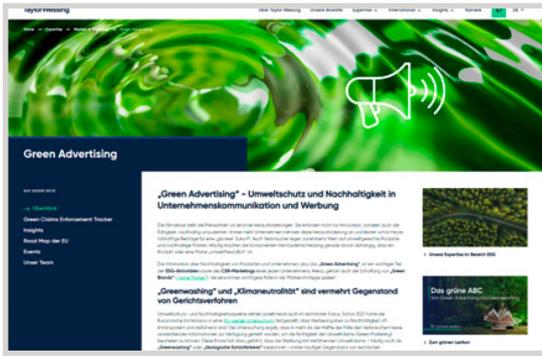
Verteidigung gegen
Angriffe Dritter
(Wettbewerber
oder Verbraucher-/
Umweltverbände)

europaweite
Kampagnenberatung

Beratung zur
Sicherung, Nutzung
und Durchsetzung von
„Green Brands“

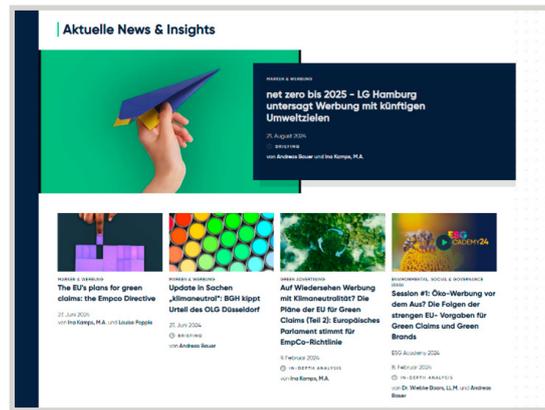
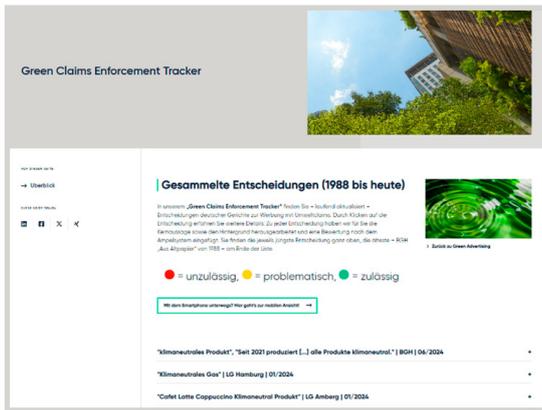


Unser Green Advertising Info-Hub: www.green-advertising.com



Highlights:

- Green Claims Enforcement Tracker: Zusammenfassung und Bewertung relevanter Entscheidungen deutscher Gerichte zu Green Claims seit 1988
- Road Map EU-Gesetzgebung
- Insights zu aktuellen Themen und Entscheidungen



Unsere Green Advertising-Expertinnen und -Experten



Dr. Wiebke Baars, LL.M.
+49 40 36803-145
w.baars@taylorwessing.com



Andreas Bauer
+49 89 21038-160
a.bauer@taylorwessing.com



Dr. Verena Ahmann
+49 89 21038-213
v.ahmann@taylorwessing.com



Katharina H. Reuer, M. Jur.
+49 40 36803-366
k.reuer@taylorwessing.com



Daniel Wiemann, LL.M.
+49 40 36803-422
d.wiemann@taylorwessing.com