EmpCo kompakt: die Empowering Consumers Directive

IZU Infozentrum UmweltWirtschaft

STECKBRIEF

Rechtsakt

Richtlinie (EU) 2024/825
(Empowering Consumers Directive)

Gilt ab

27. September 2026
ohne Umstellungsfristen

Umsetzung in Deutschland

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

Adressaten

Unternehmen, die extern zu Umwelt und Nachhaltigkeit kommunizieren

Bei Verstoß

Abmahnung, Bußgeld 50 Tsd € oder für Unternehmen Umsatz >1,25 Mio € bis 4 % des Jahresumsatzes, Reputationsschäden

Warum gibt es die EmpCo?

Einheitliche EU-Standards gegen irreführende Umweltwerbung.

Verbraucher sollen Umweltaussagen erkennen, vergleichen und ihnen vertrauen können.

Greenwashing wird als unlautere Geschäftspraktik ausdrücklich verboten.

Für wen gilt die EmpCo?

Im Fokus: Kommunikation an Verbraucher (B2C).

Das UWG unterscheidet teils nicht zwischen B2C und B2B und Claims können an Endkunden weitergereicht werden.

Praxisfolge: auch B2B-Unternehmen sollten die Anforderungen anwenden.

Was fällt unter die EmpCo?

Green Claims: Umweltaussagen in Text, Bild, Grafik, Symbol, Farbe, Etikett, Marken- und Produktname – ausdrücklich oder stillschweigend.

Alle externen Touchpoints: Website, Social Media, Newsletter, Sales- und Messematerial, Präsentationen, Verpackung.

Nicht erfasst: das gesetzlich verpflichtende Reporting (z. B. CSRD).
Achtung: Freiwillige Nachhaltigkeitsberichte und jede werbliche Weiterverwendung dieser Zahlen fallen dagegen unter die EmpCo.

Checkliste für die Nachhaltigkeitskommunikation

Meiden Sie vage, mehrdeutige oder unklare Aussagen wie „nachhaltig“, „umweltfreundlich“ etc.!	Spezifizieren Sie den Umweltbezug so konkret wie möglich. Differenzieren Sie klar zwischen Produkt- und Unternehmensbezug.
Kreieren/designen Sie keine eigenen Umwelt-Label bzw. –Siegel!	Nutzen Sie staatliche Siegel und lassen Sie sich für zusätzlich genutzte Dritt-Siegel die EmpCo-Konformität vom Anbieter bestätigen.
Machen Sie keine Aussagen zu CO_2-Neutralität oder Emissionsreduktionen in Bezug auf Produkte, wenn dies teilweise oder vollständig auf CO_2-Kompensation basiert.	Emissionszertifikate können im Rahmen eines freiwilligen Beitrags (außerhalb der Wertschöpfungskette) kommuniziert werden. Aussagen zu eigener Reduktion sind weiterhin erlaubt.
Machen Sie keine Versprechungen für die Zukunft, die nicht belegt sind oder nicht eingehalten werden können!	Erläutern Sie gesetzte Ziele („zukünftige Umweltleistung“) und wie diese erreicht werden mit einem extern validierten Umsetzungsplan.
Nutzen Sie keine grafischen Natur- und Pflanzenmotive, die Umweltverträglichkeit suggerieren – sofern kein spezifischer und belegbarer Bezug zu Nachhaltigkeitsleistungen vorhanden ist!	Nutzen Sie grafische Umweltelemente nur um eine bereits EmpCo-konforme Aussage zu untermalen. Die Gestaltung sollte spezifisch zur Aussage passen.