

Keine Chance für GREENWASHING

Für Betriebe bringt die EmpCo-Richtlinie der EU strengere Anforderungen an „Green Claims“ – vor allem aber Nachweispflichten mit sich. **Rüdiger Wollmann**, Hauptgeschäftsführer von RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e. V., erläutert, wie sich die Regeln auf grüne Siegel und Gütezeichen auswirken.

Interview **Ulla Farnschlaeder** Fotograf **Markus J. Feger**

handwerk magazin: Wie werden sich, resultierend aus der EU-EmpCo-Richtlinie, Umweltclaims und Marketingaussagen der Betriebe verändern – speziell die Nutzung von Gütezeichen und Siegeln?

Rüdiger Wollmann: Mit der Richtlinie werden Nachhaltigkeitsaussagen in Werbematerialien verboten, mit einigen wenigen Ausnahmen. Der Gesetzgeber – in diesem Fall die EU – will unterbinden, dass Unternehmen mit grünen Siegeln werben, die die Umweltfreundlichkeit eines Produkts oder einer Dienstleistung suggerieren, obwohl keine Kriterien dahinterstehen. Pauschalaussagen wie „umweltfreundlich“, „öko“, „grün“, „nachhaltig“, „klimaneutral“, „klimakompensiert“ oder „gut fürs Klima“ sollen damit verschwinden.

Und wie will die Europäische Union das genau in die Umsetzung bringen?

Künftig werden Unternehmen mit staatlichen Kennzeichnungen und Kennzeichnungssystemen wie dem deutschen Um-

weltzeichen Blauer Engel oder in der Europäischen Union dem EU Ecolabel arbeiten. Zudem rücken Kennzeichen in den Vordergrund, hinter denen ein anerkanntes Zertifizierungssystem steht, etwa das der RAL-Gütesicherung, das die Anforderungen der EmpCo-Richtlinie bereits erfüllt. Über diese Zeichen können Betriebe auch künftig Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen treffen, ohne dass Wettbewerbshüter oder die Konkurrenz etwas zu beanstanden haben.

Der Interviewpartner

Rüdiger Wollmann ist Hauptgeschäftsführer von RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e. V. sowie Vorsitzender der Geschäftsführung der RAL gGmbH, Vergabestelle des Blauen Engel. Der Volljurist steht seit Januar 2016 an der Spitze von RAL und verantwortet die strategische Weiterentwicklung des Instituts sowie der Geschäftsbereiche Gütezeichen, Umwelt und Farben.

Welche Vorteile haben solche Zeichen?

Nun, man kann mit dem Einsatz eines solchen Gütezeichens, dem ein Zertifizierungsprozess vorausging, auch künftig die passenden Werbeaussagen zu Umwelt oder Nachhaltigkeit treffen. Diese dürfen sogar allgemeinerer Natur sein, wenn sie sich auf das Siegel beziehen und vom Inhalt des jeweiligen Kennzeichens abgedeckt sind.

Wie steht es um Werbeaussagen, die mit Kompensation zu tun haben?

Allgemeine Kompensationsaussagen, zum Beispiel, dass der Klimaabdruck des Unternehmens ausgeglichen wurde, sind künftig verboten. Außer der Betrieb kann nachweisen, dass er über ein Zertifikat tatsächlich einen Ausgleich vorgenommen hat. Man muss wissen, dass das eine massive Einschränkung dessen ist, was bisher gängige Praxis war. Also müssen sich alle Betriebe jetzt Gedanken machen, wie sie ihre Werbung ab September rechtskonform gestalten. ➤

A man with grey hair, wearing a white long-sleeved button-down shirt, blue trousers, and brown leather shoes, stands in a modern office hallway. He has his arms crossed and is leaning against a glass wall. His reflection is visible in the glass. The hallway has a grey carpet and large glass windows on the left side, looking out onto a bright outdoor area.

»Alle Betriebe
müssen sich
jetzt Gedanken
machen, wie sie
ihre Werbung
rechtskonform
aufsetzen.«

Rüdiger Wollmann, Hauptgeschäftsführer
von RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und
Kennzeichnung e. V. in Bonn.

Welche Auswirkungen erwarten Sie durch die EmpCo-Richtlinie?

Für Unternehmer wird es offensichtlich komplexer, dafür können sich Verbraucher, aber auch Geschäftspartner, die Produkte oder Dienstleistungen beziehen, wieder auf getroffene Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen verlassen, wovon man bisher nicht ausgehen kann. Künftig steht hinter jeder dieser Aussagen ein verlässlicher nachprüfbarer Prozess.

Wie werden Verstöße geahndet?

In Deutschland sind die Regelungen im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb festgeschrieben. Bußgelder sind zwar nur in den seltenen Fällen unionsweiter Verstöße denkbar, sehr wahrscheinlich ist aber, dass Wettbewerber oder Verbände im Marktgeschehen aufmerksam bleiben und eine Abmahnung vornehmen. Die endet entweder vor Gericht oder schon vorher durch die Abgabe einer Unterlassungserklärung. Der Unternehmer versichert darin, künftig auf solche Werbung zu verzichten. Er hat die Kosten der Abmahnung zu tragen. Unterliegt er vor Gericht, zahlt er die Gerichtskosten.

Wer wird neben den Wettbewerbern auf Verstöße aufmerksam?

Neben dem Wettbewerber gibt es Verbände, etwa die Deutsche Umwelthilfe, um gegen entsprechende Werbung vorzugehen. Nicht zu vergessen die Wettbewerbszentrale, die aus wettbewerbsrechtlichen Gründen ein Interesse daran hat, gegen Verstöße vorzugehen. Auch die Verbrau-



cherzentralen und deren Bundesverband werden aktiv werden. Im Übrigen gibt es keine Übergangsfristen – die Regelungen gelten ab dem 27. September 2026.

Und wie stellt sich der Gesetzgeber die Umsetzung der Vorgaben bei Produkten vor, die bereits mit Labeln versehen und im Umlauf sind?

In der Tat müssten Produkte im Handel, die nicht mehr zulässige Siegel tragen oder nicht mehr zulässige Werbeaussagen treffen, überklebt oder überarbeitet werden. Das können aber auch Produktinformationsbroschüren mit Preislisten sein, die Website oder Social-Media-Beiträge. Die sind besonders kritisch, weil in der Vergangenheit getroffene Aussagen im Netz stehen bleiben. Veraltete Posts sollten Unternehmer korrigieren oder löschen.

So mancher Betriebschef wird sich aufgrund gestiegenen Aufwands sagen,

dann werbe ich eben nicht mit Nachhaltigkeit. Was kontern Sie?

Natürlich kann ich als Unternehmer nachhaltig handeln, ohne ein Siegel vorzuhalten. Andererseits zwingen einen die Rahmenbedingungen, die der Staat oder Europa einem auferlegen, flexibel zu bleiben. Denken Sie etwa an die Anforderungen, die die CO₂-Reduktion mit sich bringt – hier sind Unternehmer gefordert, die steigende Bepreisung aufzufangen. Wer aktiv bleibt, stärkt etwa seine Wettbewerbsfähigkeit und hält seine Preise stabil. Zudem legen viele Kunden großen Wert auf Nachhaltigkeit. Es wäre nicht klug, das eigene Engagement nicht mehr zu kommunizieren, nur weil es kompliziert geworden ist.

Kann man also verallgemeinernd sagen, dass die EmpCo-Richtlinie positiv ins Unternehmen eingreift?

Ja, durchaus. Denn Unternehmer, die die neuen Vorgaben mittragen, verändern

Dafür steht **RAL**

Als Dachverband vergibt und entwickelt RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e. V. heute RAL-Gütezeichen und hält die dazugehörigen Regelwerke vor. Die Vergabe und Überwachung der RAL-Gütezeichen übernehmen eigenständige Gütegemeinschaften, in denen die teilnehmenden Unternehmen organisiert sind. RAL kontrolliert wiederum, ob die Gütegemeinschaften die festgelegten Standards, Prüfungen und Sanktionen regelkonform umsetzen. RAL unterliegt keiner staatlichen Rechtsaufsicht, ein Kuratorium mit Vertretern aus Handwerk, Industrie, Handel, Verbraucherorganisationen sowie mehreren Bundesministerien wacht über die Arbeit des Instituts. RAL arbeitet gemeinnützig ohne Gewinnerzielungsabsicht; die Finanzierung erfolgt über Mitgliedsbeiträge und kostendeckende Gebühren für Prüf- und Regelsetzungsverfahren.



»Wir entwickeln auch neue RAL-Gütezeichen, wenn es in einem Gewerk oder einer Branche Bedarf für verlässliche Standards gibt.«

Rüdiger Wollmann, Hauptgeschäftsführer von RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e. V. in Bonn.

mit einer Zertifizierung die Prozesse in ihrem Betrieb in Richtung echter Nachhaltigkeit. Sie bereiten alles für die Prüfer vor, die sich den Betrieb intensiv ansehen und bewerten. Mit der Zertifizierung entwickelt sich ein Unternehmen weiter in eine Richtung, die es sich selbst vorgibt. Es handelt sich quasi um eine Anschubhilfe für Visionen und nachhaltige Geschäftsprozesse.

Wie zeitaufwendig muss man sich solche Zertifizierungen vorstellen?

Tatsächlich ist es schwierig, einen verbindlichen Zeitrahmen zu nennen, weil dies von Fall zu Fall variiert und hochindividuell ist. Man kann aber sicher sagen, dass die Erstzertifizierung aufwendiger ausfällt, weil Prozesse erst einmal identifiziert werden und Strukturen neu entstehen. Mit jeder Wiederholung wird es für Prüfer, Chef und Belegschaft routinierter. Zeit lässt sich auch einsparen, indem man bestimmte Prüfungen nur einmal durchläuft mit dem Ziel, mehrere Kennzeichnungen zu erhalten. Hier gibt es sehr viele Parallelen in den Regelwerken.

Welche Rolle spielen Gütezeichen und Siegel von RAL schon jetzt für das Handwerk?

RAL bietet über 150 Gütezeichen für Produkte, Baustoffe und Dienstleistungen an. Das Spektrum fürs Handwerk reicht etwa von Dämmstoffen, Fenstern, Türen und Abdichtungssystemen über Kanal- und Trockenbau bis hin zu Anti-Graffiti-Beschichtungen von Wänden. Viele RAL-Gütezeichen berücksichtigen bereits heute Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte. Daneben gibt es Kennzeichnungen, die nicht nur ein bloßes Produkt betrachten, sondern ein ganzes Gewerk beziehungsweise die Handwerksleistung oder die Leistung des Unternehmens.

Als Verband bringen Sie auch neue Gütezeichen auf den Weg. Wie genau kann man sich das vorstellen?

Wir entwickeln neue RAL-Gütezeichen, wenn es in einem Gewerk oder einer Branche Bedarf für verlässliche Qualitäts-, Umwelt- oder Nachhaltigkeitsstandards gibt. Die Initiative kann von Verbänden, Unternehmen oder auch mehreren Handwerksbetrieben gemeinsam ausgehen. Zusammen mit Fachleuten der jeweiligen Branche erarbeitet RAL die Anforderungen und Prüfregele für das neue RAL-Gütezeichen.

Welche Versprechen geben Sie kleinen und mittleren Handwerksbetrieben und deren Kunden?

Der Weg zu RAL-Gütezeichen oder dem Blauen Engel ist nicht sehr komplex und auch nicht kostenintensiv. Sie sind ja gerade für kleine und mittlere Unternehmen als Fördermaßnahme entwickelt worden. Einerseits, um den Absatz über Kommunikation zu fördern, andererseits, um die Pro-

Was die **EmpCo-Richtlinie** aussagt

Die EU-EmpCo-Richtlinie, die ab 27. September 2026 in Deutschland greift, soll irreführende Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen zu Eigenschaften eines Produkts, einer Marke oder eines Unternehmens in der Werbung eindämmen und mehr Transparenz für Verbraucher schaffen. EmpCo steht für Empowering Consumers for the Green Transition und heißt übersetzt Stärkung der Verbraucherinnen und Verbraucher für den ökologischen Wandel. Auch Handwerksbetriebe sind gefordert, gegenüber Kunden, Wettbewerbern und generell in ihren Geschäftsprozessen transparenter aufzutreten. Begriffe wie „nachhaltig“ oder „klimaneutral“, die Chefs etwa in Werbematerialien oder auf der Website nutzen, müssen sie belegen können. Dies hat einen deutlich höheren Zertifizierungsaufwand sowie Informationspflichten zur Folge.

zesse in den Unternehmen weiterzuentwickeln. Mit dem Gütezeichen erhalte ich als Chef gewissermaßen ein Qualitätsrezept für bevorstehende Aufgaben, was im Unternehmen zu positiven Effekten führt. Und: Ich kann als Unternehmer von den positiven Erfahrungen anderer profitieren.

Wie gehen Handwerksbetriebe auf der Suche nach dem passenden Gütezeichen strukturiert vor?

Als Unternehmer müssen Sie sich zunächst fragen, welche Nachhaltigkeitsziele Sie verfolgen und welche davon Sie in Ihrer Werbung herausstellen möchten. Vielleicht geht es um ein konkretes Produkt oder es geht um eine spezielle Leistung. Im nächsten Schritt sucht der Unternehmer konkret nach Gütezeichen für dieses Produkt, die Leistung oder das Gewerk. Hier lohnt der Blick auf die Websites ral.de/guetezeichen-uebersicht/ und blauer-engel.de, oder auf die des Europäischen Umweltzeichens eu-ecolabel.de. Wenn man das erledigt, hat man im Handwerk schon eine ganze Menge erreicht.

hm
ulla.farnschlaeder@handwerk-magazin.de



Umwelt-Engagement offen zeigen

Wie ein Unternehmen aus Oberfranken mit einem Nachhaltigkeitszertifikat seinen Einsatz für die Umwelt demonstriert: handwerk-magazin.de/nachhaltigkeitszertifikat