

Köln, den 21.04.2023

## STELLUNGNAHME

### **Stellungnahme des Herstellerverband Haus & Garten e.V. zum Vorschlag der Europäischen Kommission für Vorschriften zur Kommunikation und Belegbarkeit von umweltbezogener Werbung (Green Claims Directive)**

Der Herstellerverband Haus & Garten e.V. unterstützt das Vorhaben der Kommission, gemeinsame Kriterien gegen Grünfärberei und irreführende Umweltaussagen einzuführen. Umweltaussagen spielen eine immer wichtigere Rolle für die Meinungsbildung und Kaufentscheidungen der Konsumenten. Der Anspruch, „grün“ und nachhaltig zu sein, ist zu einem Wettbewerbsfaktor geworden, wobei grüne Produkte ein größeres Wachstum verzeichnen als Standardprodukte. Wenn auf dem Binnenmarkt angebotene und gekaufte Waren und Dienstleistungen nicht so umweltfreundlich sind wie dargestellt, stellt es eine Irreführung der Verbraucher dar, behindert den grünen Übergang und verhindert die Verringerung negativer Umweltauswirkungen. Innerhalb der EU gibt es zudem rund 230 freiwillige Umweltzeichen, die verwendet werden und sehr unterschiedliche Funktionsweisen haben.

Europaweite, einheitliche Standards zu Inhalt und Belegbarkeit umweltbezogener Werbeaussagen sind zu begrüßen.

Wenn Umweltaussagen nicht zuverlässig und überprüfbar sind, können Verbraucher und andere Marktakteure ihre Kaufentscheidungen nicht voll ausschöpfen, um eine bessere Umweltleistung zu belohnen. Ebenso verhindert der Mangel an zuverlässigen, vergleichbaren und überprüfbaren Informationen Anreize zur Optimierung der Umweltleistung, die typischerweise auch für Unternehmen entlang der Lieferkette mit Effizienzgewinnen und Kosteneinsparungen einhergehen würden. Diese Folgen werden durch das Fehlen einer gemeinsamen Referenz im gesamten Binnenmarkt und die daraus resultierende Verwirrung noch verstärkt. Einheitliche Regeln für die umweltbezogene Werbung sind daher für Unternehmen und Konsumenten von Vorteil. Zuverlässige, vergleichbare und überprüfbare Informationen helfen Konsumenten bessere Kaufentscheidungen treffen zu können. Die mit dieser Richtlinie verbundenen Änderungen an der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (2005/29/EG) können dazu dienen, die Risiken des „Greenwashings“ und damit Wettbewerbsverstöße zu dämmen. Auch aus Konsumentensicht sind Klarheit und größere Sicherheit, dass Produkte, die als umweltfreundlich angepriesen werden, auch tatsächlich die Kriterien erfüllen, begrüßenswert.

Aus Sicht des Herstellerverbandes Haus & Garten e.V. sollte der aktuelle Entwurf der EU-Kommission zu „Green Claims“ allerdings an folgenden Stellen angepasst werden:

- **Art. 5**

Entsprechend Artikel 5 Abs. 3 sollen umweltbezogene Angaben zu Endprodukten, bei denen die Nutzungsphase zu den wichtigsten Lebenszyklusstadien gehört, ergänzt werden durch Informationen darüber, wie der Nutzer zur Verringerung der Umweltauswirkungen des Produkts beitragen kann. Dieser Passus sollte gestrichen werden. Bei einfachen Konsumgütern mag es möglich sein, eine generelle Empfehlung zur Verringerung der Umweltauswirkungen zu geben. Bei individuelleren Produkten und solchen, die auf Energie

angewiesen sind, sind Aussagen zu Umweltauswirkungen von sehr unterschiedlichen Faktoren abhängig. Beratung und Hinweise durch Hersteller sind hier nur eingeschränkt möglich. Sollte es bei der Hinweispflicht bleiben, könnten solche Hinweise aufgrund des Platzfordernisses nur durch Dreingabe in der Verpackung oder als QR-Code auf der Produktverpackung angebracht werden.

Die in Art. 5 Abs. 6 a-g des Entwurfs vorgesehene Informationen zu den mit Umweltaussage beworbenen Produkten sollten nicht in physischer Form zugänglich gemacht werden müssen, sondern digital mittels QR-Codes auf der Verpackung. Die kommende Verpackungsverordnung wird dazu führen, dass das Volumen der Verpackungen abnimmt. Die Kennzeichnungspflichten steigen hingegen durch eine Vielzahl von Verordnungen und Maßgaben. Aus diesem Grund sollte es den Herstellern ermöglicht werden, zukünftig so viele Informationen wie möglich mittels QR-Codes weitergeben zu können.

- **Art. 9**

Die Richtigkeit der mit den Werbeaussagen getroffenen Umweltangaben muss nach Art. 9 spätestens 5 Jahren nach Datum, an dem die zugrundeliegenden Studien oder Berechnungen durchgeführt wurden, überprüft und aktualisiert werden. Hier ist auf die wiederkehrenden Kosten und den administrativen Aufwand hinzuweisen, die mit einer solchen Überprüfung und Aktualisierung einhergehen. Es ist nicht klar, wofür etwa Aktualisierungen erfolgen müssen. Ggf. wird hier eine Anpassungsnotwendigkeit bereits durch geringfügige Materialänderung herbeigerufen. Dies gilt es zu verhindern. Aus diesem Grund sollten hierzu klare Aussagen getroffen werden. Auch ist im Rahmen des weiteren Verfahrens darauf zu achten, dass der Zeitraum von 5 Jahre nicht verringert wird, um Mehrkosten zu dämmen.

- **Art 10**

Art. 10 Nr. 1 und Nr. 2 geben den Mitgliedsstaaten auf, Prüfsysteme für die umweltbezogenen Werbeaussagen und Umweltsiegel zu entwickeln. Die Voraussetzungen der Prüfung werden im weiteren Artikel 10 genannt. Hierdurch werden Unternehmen in die Pflicht genommen, die umweltbezogene Aussagen machen o. Umweltkennzeichnungssysteme verwenden wollen, diese Angaben durch eine Bewertung durch externe Prüfstellen (Art. 11) überprüfen zu lassen. Diese Bestimmungen werden zu Verwaltungskosten und einem erheblichen administrativen Aufwand führen. Diese Kosten sind gerade im Verhältnis der KMU zu großen Konzernen nicht verhältnismäßig und stellen einen Wettbewerbsnachteil dar. Es gilt daher darauf zu achten, dass nicht nur Kleinstunternehmen, sondern auch die KMU entsprechende Unterstützung und Vereinfachungen erhalten. Der Aufwand sollte so gering wie möglich gehalten werden.

**Art. 15**

Art. 15 Abs. 1 verpflichtet die zuständigen Behörden der Mitgliedsstaaten zur regelmäßigen Überprüfung der auf dem EU-Markt verwendeten Umweltangaben und der Veröffentlichung des Ergebnisses gegenüber der Öffentlichkeit. Für den Fall, dass umweltbezogene Werbeaussage oder Kennzeichnung im Widerspruch zur Verordnung, stehen sollen die Unternehmen gem. Art. 15 Abs.3 binnen 30 Tagen nach einem Hinweis durch die Behörden angemessene Korrekturmaßnahmen vornehmen. Es bleibt hierbei völlig offen, was angemessene Korrekturmaßnahmen sein sollen. Auch ist der Zeitraum für die Durchführung der Korrekturmaßnahmen viel zu gering angesetzt. Rückruf, Umetikettierung oder die Entwicklung neuer Verpackungen benötigen Zeit. Die Frist von 30 Tagen muss daher dringend verlängert werden. Ebenso sollte klargestellt werden, was angemessene Maßnahmen sind.

- **Art. 17**

Art. 17 legt fest, dass die Sanktionsregeln von Mitgliedsstaaten festgelegt werden sollen. Das gefährdet die Gleichbehandlung von Unternehmen in den Mitgliedsstaaten. Für ein „level-playing-field“ ist die Festlegung gleicher Sanktionsregeln innerhalb der Mitgliedsstaaten der EU notwendig, sonst werden die Länder voneinander abweichende Bußgeldtatbestände schaffen. In Deutschland würde es hingegen wahrscheinlich bei den bisherigen Rechtsschutzmöglichkeiten aus dem Lauterkeitsrecht bleiben. Die Zusammenarbeit von Behörden und Mitgliedsstaaten scheint hier sinnvoll. Die Sanktionsregeln müssen verhältnismäßig sein und ausreichend abschreckend, um die Einhaltung der Vorgaben herbeizuführen. Es sollte hierbei zwischen vorsätzlichen und fahrlässigen Verstößen differenziert werden. Die in Art. 17 Abs. 3 konkret genannten Maßnahmen sind zu hart.