

Wien, den 19.2.2025

Nachdrücklich kritische Stellungnahme der ÖV als österreichisches Expertengremium zum Entwurf einer Richtlinie über die Begründung ausdrücklicher Umweltaussagen und die diesbezügliche Kommunikation (Richtlinie über Umweltaussagen), COM(2023) 166 bzw 2023/0085(COD) als Veröffentlichung in der wissenschaftlichen Fachzeitschrift ÖBl 3/2025

Sehr geehrte Damen und Herren,

die 1958 gegründete *Österreichische Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht* (ÖV) ist eine gemeinnützige und anerkannte wissenschaftliche Vereinigung auf dem Gebiet des gewerblichen Rechtsschutzes und des Urheberrechts. Ihre Mitglieder sind einschlägige Expert:innen wie Rechts- und Patentanwält:innen, Richter:innen, Beamt:innen, Universitätsprofessor:innen sowie Vertreter:innen von Verbänden und Unternehmen.

Der Entwurf einer Richtlinie über Umweltaussagen ist Teil des Programms „Green Deal“ und hat das Ziel Verbraucher:innen durch verlässliche, vergleichbare und überprüfbare Informationen in die Lage zu versetzen, nachhaltigere Entscheidungen zu treffen und das Risiko von „Greenwashing“ zu verringern.

Die ÖV bekennt sich zu fairem Wettbewerb und begrüßt grundsätzlich das Anliegen, Verbraucher:innen vor irreführenden Umweltaussagen zu schützen. **Sie hält aber den gewählten Ansatz des gegenständlichen Entwurfs einer Richtlinie über Umweltaussagen aus fachlicher Sicht in mehrfacher Hinsicht für keinesfalls zielführend.** Um die Ausführungen bündig zu halten, werden diese auf einige grundlegende Punkte beschränkt.

Verfehltter Ansatz

Der Entwurf soll die Rolle der Verbraucher:innen bei der Beschleunigung des ökologischen Wandels stärken und geht von der Annahme aus, Verbraucher:innen seien vor einem „Greenwashing“ durch Werbeaussagen nach derzeit geltendem Recht nicht oder nur unzureichend geschützt.

Dabei wird nicht berücksichtigt, dass bereits die „Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt (...) (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken“ einen flexiblen und umfassenden Schutz vor Irreführungen gewährt. Zahlreiche erfolgreiche Verfahren in Österreich und auch in vielen anderen Mitgliedstaaten beweisen, dass auf deren Basis eine erfolgreiche Bekämpfung von Greenwashing möglich ist. Diese Rechtslage wurde durch die „Richtlinie (EU) 2024/825 zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und durch bessere Informationen“ noch zusätzlich um spezifische Tatbestände insbesondere durch zahlreiche einschlägige Verbote im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit erweitert.

Demnach sind die notwendigen rechtlichen Normen bereits ausreichend vorhanden, um Greenwashing zu verfolgen. Soweit dies in der Praxis teilweise nicht ausreichend erfolgen sollte, würde dies vielmehr ein Thema des mangelnden Vollzugs, nicht jedoch der Gesetzgebung

darstellen. Ein solches - uns auch nicht bekanntes - Durchsetzungsdefizit kann damit generell nicht „durch ein Mehr an Vorschriften“ bekämpft werden. Daher ist der Ansatz des Entwurfs nach unserer fachlichen Einschätzung dem Grunde nach verfehlt.

„Better Regulation“ und „Kompass für Wettbewerbsfähigkeit“

Für die verbleibenden speziellen Umweltaussagen sieht der gegenständliche Entwurf ein langwieriges, überaus bürokratisches und komplexes Zertifizierungsverfahren für umweltbezogene Werbung vor. Solche enormen Hürden sowohl für Unternehmen als auch die Werbewirtschaft würden diametral den Prinzipien der von der Europäischen Union verfolgten „Better Regulation“ und dem zu Jahresbeginn ausgerufen „Kompass für Wettbewerbsfähigkeit“ widersprechen.

Grundrechtliche Eingriffe

Die vorgeschlagene „Ex-ante-Zertifizierung“ greift außerdem massiv in wirtschaftliche Abläufe und die Außenkommunikation europäischer Unternehmen ein.

Durch die erwähnte Richtlinie (EU) 2024/825 wurden bereits allgemeine Umweltaussagen – mit wenigen, stark regulierten Ausnahmen – verboten. Es bleiben in der Regel somit nur mehr spezifische Umweltaussagen zulässig, für welche der vorliegende Entwurf ein rigides Regelwerk aufsetzt. Dies gilt ohne Ausnahme sogar für solche Umweltaussagen, die keiner Begründung bedürfen, da sie für den Durchschnittsverbraucher mit dem üblichen Wissen zu verstehen sind (zB dass ein Fahrradbotendienst grundsätzlich eine umweltfreundliche Art des Transports darstellt). Dabei ist zu beachten, dass Werbung die wichtigste Kommunikationsform zwischen Unternehmen und Verbraucher:innen darstellt.

Die Kommunikation zwischen Unternehmen und Verbraucher:innen ist generell schnelllebig. Diese Flexibilität der Werbetreibenden würde durch den Anwendungsbereich der Richtlinie unterbunden, weil die geforderten Verfahren viele Monate dauern würden. Hinzu kommt, dass Kleinst-, Klein- und mittelständische Unternehmen (KKMU) in der Regel nicht über die finanziellen und/oder personellen Ressourcen verfügen, um dieser Ex-ante-Zertifizierung nachzukommen. Die Kommission selbst hat die Höhe der Kosten auf bis zu € 54.000,- geschätzt (COM [223] 166, 17). Der Anteil von KKMU am österreichischen Markt beträgt beispielsweise 99,8% der Unternehmen. Der Entwurf sieht zwar eine Ausnahme für Kleinstunternehmen vor, aber auch diese Ausnahme steht im Gesetzgebungsprozess zur Diskussion und würde außerdem viele Klein- und Mittelbetriebe nicht erfassen.

Dadurch würden nicht nur Werbemaßnahmen, sondern auch umweltrelevante Projekte bzw neue und innovative Produkte behindert oder existenzbedrohend verlangsamt werden. Die hohen Kosten und die Bürokratie des Zertifizierungsverfahrens könnten sich für viele KKMU als nicht tragbar erweisen.

Der Entwurf würde zu einer massiven und unverhältnismäßigen Beschneidung des Grundrechts der Meinungsäußerungsfreiheit im Sinn der Charta der Grundrechte der EU bzw der Europäischen Menschenrechtskonvention führen. Bedenken bestehen auch bezüglich des grundrechtlich geschützten Eigentumsrechts, inklusive des „Geistigen Eigentums“. So wird dieser Entwurf auf alle einschlägigen Unternehmenskennzeichen (zB Marken und Firmen) anzuwenden sein. Da der Entwurf keine Ausnahme für den Altbestand vorsieht, müssten einschlägige

Unternehmenskennzeichen einer Ex-ante-Zertifizierung unterzogen werden und diese bestehen, damit sie auch in Zukunft rechtmäßig verwendet werden dürfen.

Mangels der finanziellen und/oder personellen Ressourcen wären in vielen Fällen diese Verfahren nicht durchzuführen und die Unternehmer würden diese Unternehmenskennzeichen dann nicht mehr nutzen können.

Entstehen von Rechtsunsicherheit

Als weitere entscheidende fachliche Thematik würde das vorgesehene Zertifizierungsverfahren für Unternehmen eine erhebliche Rechtsunsicherheit mit sich bringen. Selbst wenn ein Unternehmen alle Schritte einer solchen Zertifizierung ordnungsgemäß durchlaufen würde, wäre es nicht davor geschützt, wegen einer unlauteren Geschäftspraktik belangt zu werden, nachdem Art 10 Abs 8 des Entwurfs der Green Claims-Richtlinie vorsieht, dass die von der Prüfstelle erteilte Konformitätsbescheinigung der Bewertung der Umweltaussage durch nationale Behörden oder Gerichte gemäß der Richtlinie 2005/29/EG nicht vorgreifen soll. Damit würde eine solche mit großem Aufwand erlangte Konformitätsbescheinigung einer eigenständigen behördlichen oder gerichtlichen Kontrolle der Umweltaussage oder der Verwendung des Umweltzeichens nicht entgegenstehen und eine große Rechtsunsicherheit in sich tragen. Außerdem würde diese fehlende Rechtssicherheit Haftungsfragen bei einer unzureichend geprüften Zertifizierung mit sich bringen.

Erwartbare Auswirkungen

Erwartbare Auswirkungen werden in der Regel im Vorfeld eines Entwurfs geprüft (sogenanntes „Impact Assessments“). In diesem Fall wurde dies bis jetzt nicht für notwendig befunden, was aus unserer Sicht gerade bei so weitreichenden Maßnahmen nicht nachvollziehbar ist.

Aus unserer Expertensicht ergibt sich folgendes Bild: Aufgrund dieser Überbürokratisierung von Umweltaussagen wäre im Fall des Inkrafttretens dieser Richtlinie generell mit einem starken Rückgang des Themas Umwelt in der Werbung zu rechnen (sogenanntes „Greenhushing“), um den erheblichen Kosten und entsprechenden Verfahren zu entgehen. Die Werbung ist eine Kreativwirtschaft und würde sich daher rasch anderen Themen widmen. Eine solche Entwicklung würde der Intention des Green Deal im Sinne einer „*Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch bessere Informationen*“ entgegenwirken bzw diese sogar konterkarieren.

Fazit

Es wäre es daher zielführend und fachlich angebracht, die Kommission würde diesen Entwurf einer Richtlinie zurückziehen oder zumindest sollte die darin vorgesehene Ex-ante-Zertifizierung zur Gänze im Trilog gestrichen werden.

Für Fragen stehen wir gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Michael Meyenburg eh
Präsident

Mag. Hannes Seidelberger eh
Generalsekretär