

Forum Nachhaltiger Konsum: Klarheit statt Greenwashing

Donnerstag, 27. Februar 2025 | Online-Veranstaltung

Hinweise der Teilnehmenden aus dem Chat

2. Keynote: Valide Umweltaussage oder Greenwashing? (Florian Antony, Öko-Institut)

- Die Pressemitteilung zur Veröffentlichung der Studie finden Sie hier <https://www.umweltbundesamt.de/presse/pressemitteilungen/greenwashing-erkennen-transparenz-schaffen>
- Die Studie selbst finden Sie hier: [Valide Umweltaussage oder Greenwashing? | Umweltbundesamt](#)

Breakout-Sessions:

- Problematik Lebensmittelkontaktmaterialien aus pflanzlichen Rohstoffen: KÜCHENUTENSILIEN AUS NACHWACHSENDEN ROHSTOFFEN – KLARHEIT FÜR EINE SICHERE VERWENDUNG? Ein Marktcheck der Verbraucherzentralen: https://www.verbraucherzentrale.de/sites/default/files/2024-11/lebensmittel_kontaktmaterialien_10_low.pdf

Attitude/Mind – Behavior Gap

- Die Keynote von Dr. Sonja Geiger vom Forum Nachhaltiger Konsum 2022 ist anschaulich unter [Forum Nachhaltiger Konsum: Wieso tun wir es nicht einfach? | Kompetenzzentrum Nachhaltiger Konsum](#)
- Johanna Gollnhofer, Jan Pechmann (2024): Das 60%-Potenzial. Mit Marketing die breite Masse für grünen Konsum begeistern. Campus-Verlag.
- Katherine White, Rishad Habib, David J. Hardisty (2019): How to SHIFT Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework. Journal of Marketing. Volume 83, Issue 3. Link: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0022242919825649>

Verbraucherperspektive

- Studie aus Österreich zur Verbrauchererwartung bei bestimmten Begriffen - u.a. regional oder tierwohl, pur oder klimaneutral <https://wien.arbeiterkammer.at/tierwohl>
- Gerade der Begriff "Regionalität" wurde in der Umweltbewusstseinsstudie völlig falsch eingeschätzt. Hier scheint es eine Diskrepanz zu geben, wie verständlich ein Claim eingeschätzt wird und was er wirklich bedeutet. Nur 26% der Befragten konnten die Regional-Aussage richtig

interpretieren ([ab Seite 95 Einstellungen und Engagement von Verbraucher*innen in der Nachhaltigkeitstransformation](#))

- Hier noch Studie des UBA von 2019 in der Kaufkriterien in 4 Produktgruppen untersucht wurden: <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/oekodesign-als-kaufkriterium-bei-verbraucherinnen>
- Zum Thema "Wichtigkeit von Glaubwürdigkeit und Haltung für Marken" gibt es eine interessante neue Studie. <https://www.linkedin.com/pulse/haltungskompass-2025-die-macht-der-mutigen-marken-matthias-meusel-kzxxf/>

Perspektive des Handels

- Falls Interesse besteht, wir bei Loveco haben vor kurzem einen recht persönlichen Blogbeitrag zu den Green Claims und der Fair Fashion Branche veröffentlicht, bei dem es auch darum geht, was uns als 10jährigen Einzelhändler dazu beschäftigt: <https://lovecoshop.de/magazin/green-claims-directive/>

Rechtliche Aspekte

- Das UWG gibt auch Mitbewerbern die Möglichkeit, gegen falsche oder irreführende Green Claims eines Konkurrenten vorzugehen. So war das zum Beispiel bei einem der zahlreichen Klimaneutral-Verfahren vor dem Oberlandesgericht Frankfurt zu einem Putzmittel (OLG Frankfurt a. M., Urt. v. 10.11.2022 – 6 U 104/22)
- Eine lesenswerte Entscheidung des BGH aus 2024 zur Unzulässigkeit des Begriffs "Klimaneutral", da dieser mehrdeutig ist: <https://www.wettbewerbszentrale.de/bgh-untersagt-werbung-mit-klimaneutral-wettbewerbszentrale-setzt-sich-mit-forderung-nach-erlaeuterung-von-green-claims-durch/>

Greenwashing melden

- Greenwashing im Lebensmittelbereich melden: <https://www.lebensmittelklarheit.de/>
- DUH: <https://www.duh.de/mitmachen/greenwashing-melden/>
- Verein für Konsumenteninformation (VKI), Österreich: <https://vki.at/greenwashing-check>
- Unter Marktbeobachtung auf <https://www.verbraucherzentrale.de/marktbeobachtung/marktbeobachtung-gemeinsam-verbraucherrechte-staerken-78157>

Klimaneutralitäts-Claims und die Klimaziele von Paris

- Eine Studie zur Sinnhaftigkeit von Klimaneutralitäts-Claims in Bezug auf die Erreichung der Klimaziele von Paris als Science Slam (10 Min): [Klimaneutral Aussterben? - Deutsche Science Slam Meisterschaft 2023 - Silke Oppermann - YouTube](#)

KNK und UBA:

- Immer auf dem neuesten Stand zu nachhaltigem Konsum: [Newsletter | Kompetenzzentrum Nachhaltiger Konsum](#)
- Klimaschutz braucht gute Klimakommunikation: [Aktionsmaterialien | Kompetenzzentrum Nachhaltiger Konsum](#)
- Die Klimawaage: ein Mitmach-Tool für mehr Nachhaltigkeit im Alltag: [Die Klimawaage: ein Mitmach-Tool für mehr Nachhaltigkeit im Alltag | Kompetenzzentrum Nachhaltiger Konsum](#)
- Umwelttipps: www.uba-umwelttipps.de
- [CO2-Rechner des Umweltbundesamtes](#)
- [Denkwerkstatt Konsum: Nachhaltigen Konsum besser verstehen | Denkwerkstatt](#)