

EmpCo: Die Klimainitiative zeigt, wie es geht

Die EmpCo-Anforderungen müssen jetzt angewendet werden. Doch glaubwürdige Nachhaltigkeitskommunikation bleibt möglich – die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände macht sie vor.

Zum 27. September 2026 werden die neuen Vorschriften der EmpCo-Richtlinie zur Umweltwerbung verbindlich. Ihr Ziel: Verbraucherinnen und Verbraucher sollen sich auf Umweltaussagen verlassen und fundierte nachhaltige Kaufentscheidungen treffen können. Genau hier setzt die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände an: Sie stellt ihren Teilnehmern rechtlich geprüfte Umweltaussagen zur Verfügung, die auf den im CO₂-Rechner erstellten CO₂-Bilanzen und der Investition in hochwertige Klimaschutzprojekte basieren. Diese neuen Kommunikationsbausteine stehen seit dem zweiten Quartal 2026 zur Verfügung und werden bereits von zahlreichen Unternehmen erfolgreich eingesetzt.

Was sich ändert: strengere Regeln für Umweltaussagen und Siegel

Pauschale, allgemeine Umweltaussagen wie „umweltfreundlich“, „grün“ oder „nachhaltig“ sind künftig unzulässig, wenn die Umweltleistung nicht konkret nachgewiesen und auf demselben Medium erläutert wird. Nachhaltigkeitssiegel wiederum dürfen gegenüber Verbrauchern grundsätzlich nur noch verwendet werden, wenn ihnen ein anerkanntes Zertifizierungssystem mit unabhängiger Drittüberwachung zugrunde liegt. Davon sind auch etablierte Branchensiegel betroffen – wie das der Klimainitiative selbst.

Kompensationsaussagen: „klimaneutral“ ist künftig nicht mehr zulässig

Besonders folgenreich für die Branche ist das neue Verbot kompensationsbasierter Aussagen. Produktbezogene Claims wie „klimaneutral“, „CO₂-kompensiert“, „mit Klimaausgleich“ oder „klimaschonend“ sind künftig grundsätzlich unzulässig, wenn sie sich allein auf die Kompensation von Treibhausgasemissionen außerhalb der Wertschöpfungskette stützen. Der Gesetzgeber wertet dies als irreführend, weil solche Aussagen den Eindruck erwecken können, das Produkt selbst habe keine oder nur geringe Umweltauswirkungen.



Was Unternehmen jetzt tun sollten

Für Unternehmen gilt: Bestehende Siegel und Umweltaussagen sollten jetzt überprüft werden – gerade für Druckprodukte, die auch nach dem 27. September 2026 noch in Verkehr gebracht werden. Teilnehmer der Klimainitiative können dabei auf rechtlich geprüfte Kommunikationsbausteine zurückgreifen und ihr Klimaschutzengagement glaubwürdig kommunizieren. Da häufig die Kunden von Druckereien eine Aussage auf ihren Druckprodukten wünschen, können so Druckereien gleichzeitig aktiv bei der EmpCo-konformen Gestaltung von Umweltwerbung unterstützen.



Entscheidend ist die feine, aber tragende Unterscheidung: Verboten ist die produktbezogene Neutralitätsaussage. Zulässig bleibt die transparente Information über tatsächliches Engagement – also darüber, dass ein Unternehmen in konkrete Klimaschutzprojekte investiert, solange dies konkret, überprüfbar und ohne Suggestion einer Produkt-Klimaneutralität geschieht.

Was die Klimainitiative konkret liefert

Die Klimainitiative hat sich schon frühzeitig auf die neuen Begebenheiten vorbereitet. Daher stehen schon seit einiger Zeit anstelle der ursprünglichen Siegel-Claims für die Teilnehmer und deren Kunden spezifische, rechtlich geprüfte Aussagen zur Verfügung, die wie gewohnt unmittelbar aus dem CO₂-Rechner erzeugt werden. Damit können Druckereien sachlich und nachvollziehbar kommunizieren, dass sie gemeinsam mit ihren Kunden über die Klimainitiative einen Beitrag zu anerkannten Klimaschutzprojekten leisten – ohne in das verbotene Terrain der Produkt-Klimaneutralität zu geraten.

Im Rahmen der Herstellung dieses Druckproduktes wurde ein Beitrag von 64 € an das Klimaschutzprojekt „Kochöfen, Uganda“ zertifiziert nach GoldStandard geleistet.



Fundierte Berechnung – wie gewohnt

An der Funktionsweise ändert sich nichts. Die CO₂-Berechnung erfolgt weiterhin auf belastbarer, extern durch den TÜV Austria zertifizierter Grundlage: die Produkt-CO₂-Berechnung nach ISO 14067, die Unternehmensbilanzen nach den Anforderungen des Greenhouse Gas Protocol. So bietet die Klimainitiative – wie schon in der Vergangenheit – vertrauenswürdige, fundierte Aussagen, auf die sich Unternehmen und ihre Kunden verlassen können.

Das Siegel: Übergang und Ausblick

Für das bisherige Branchenlabel bedeutet EmpCo eine Zäsur. Da derzeit noch kein Zertifizierungssystem mit unabhängiger Drittüberwachung verfügbar ist, wird das Siegel in seiner bisherigen Form – als Produktlabel und als Unternehmenssiegel gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern – bis auf Weiteres nicht mehr verwendet. Der BVDM prüft derzeit, wie sich ein EmpCo-konformes Zertifizierungssystem mit unabhängiger Drittüberwachung, anerkannter Prüfgrundlage und wirtschaftlich attraktiven Konditionen für die Mitglieder etablieren lässt.

Der BVDM setzt sich ein und bietet Mitgliedern Hilfestellungen

Der Verband hat sich im Gesetzgebungsverfahren früh für eine praxistaugliche Umsetzung eingesetzt – so konnte unter anderem eine Ausweitung der strengen Vorgaben auf den reinen Geschäftskundenverkehr abgewendet werden. Zur Unterstützung hat der BVDM bereits zwei Informationsveranstaltungen für Mitglieder durchgeführt und einen kürzlich aktualisierten FAQ-Leitfaden bereitgestellt, der unter anderem Fragen zur Haftung, zu Papierbezeichnungen sowie zu Firmennamen, Werbeclaims und Logos behandelt. Mitglieder erhalten ihn über ihren zuständigen Landesverband. ■