

EXIT PLASTIK

Vorschlag der EU-Kommission einer Green Claims Directive: Kommentierung des Bündnisses Exit Plastik

Diese Kommentierung wird von folgenden Bündnis-Mitgliedern mitgetragen:

a tip: tap e.V., Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V., Forum Umwelt und Entwicklung, Heinrich-Böll-Stiftung, HEJSupport e.V., Küste gegen Plastik e.V., Women Engage for a Common Future e.V. (WECF), Zero Waste Germany e.V. und Zero Waste Kiel e.V.

1. Begrüßenswerter Ansatz, jedoch nicht ausreichend für eine Konsumwende¹

Wir begrüßen grundsätzlich den Ansatz der Green Claims Directive der Europäischen Kommission, Unternehmen dazu zu verpflichten, transparenter mit positiven Umweltaussagen über ihre Produkte umzugehen. Die bisherige Praxis hat gezeigt, dass es einen erheblichen Bedarf dafür gibt. Denn Verbraucher*innen können sich nicht darauf verlassen, dass Umweltaussagen und Siegel eine vertrauenswürdige Zertifizierung sind und werden in ihren Bewertungen der Umweltverträglichkeit von Produkten häufig systematisch fehlgeleitet.² Das verletzt nicht nur ihr „right-to-know“, sondern verhindert auch einen Wandel zu nachhaltigeren Konsummustern. Dennoch gibt es im Hinblick auf den Ansatz der Green Claims Directive aus unserer Sicht Raum für grundsätzliche Fragen und Bedenken, die ermöglichen sollen, den notwendigen Rahmen für eine umfassende sozial-ökologische Transformation genauer in den Blick zu nehmen.

¹ Ergänzend in diesem Kapitel genutzte Literatur: Schneidewind, U. (2019), Die große Transformation: eine Einführung in die Kunst gesellschaftlichen Wandels, Fischer 70259, 4. Auflage, Fischer Taschenbuch, Frankfurt am Main.

² Eine Untersuchung im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverband hat bspw. ergeben, dass auch völlig unregulierte Aussagen über einzelne, als umweltfreundlich beworbene Eigenschaften zu einer positiveren Gesamteinschätzung der Umweltverträglichkeit bei Verbraucher*innen führt. (vgl. Zühlsdorf et al. (2023): Grüne Marketingclaims auf Lebensmitteln – Verbraucherstudie zum Verständnis von umwelt- und klimabezogenen Werbeaussagen; <https://www.vzbv.de/greenwashing>)

1.1 Weniger schlecht ist nicht gut

Eine Regulierung positiver Umweltaussagen ist zweifellos ein notwendiger Schritt, aber allein **nicht hinreichend, um die dringend benötigten gesellschaftlichen Veränderungen in Richtung einer Konsumwende** und einer konsequenten Reduktion des Gesamtressourcenbedarfs zu erreichen. Es besteht die Gefahr, dass selbst eine zahlenbasierte Fundierung von Unternehmen für ihre Claims dazu führen kann, dass eine Praxis, die weniger schlecht ist, als gut interpretiert wird und somit die Minderung von Schadfolgen als positiver Einfluss wahrgenommen wird.

Positive Umweltaussagen können von Politik, Unternehmen und Verbraucher*innen als Legitimation verstanden werden und so zu einer Verfestigung von Routinen führen, die gefährlich sind, wenn sie zu Impulsen für einen wachsenden Konsum werden. Insbesondere wenn sie institutionell legitimiert sind, könnten sie zu der Annahme verleiten, dass wir den **Status quo mit ein paar selbstrechtfertigenden Detailveränderungen aufrechterhalten** können und dass der darüberhinausgehende dringend benötigte Wandel des ökonomischen Systems nicht notwendig ist. *„Nachhaltigkeitskompetenzen betreffen eben gerade nicht (nur) eine möglicherweise ceteris paribus Besserstellung im Wettbewerb, sondern die nachweisliche Fähigkeit des Unternehmens, effektive Beiträge zum Abbau von Nicht-Nachhaltigkeit zu leisten“* (Pfriem 2021, S. 234)³.

Vor diesem Hintergrund ist es von großer Bedeutung, dass **strukturpolitische Ansätze priorisiert** werden. Denn nur durch eine umfassende Veränderung der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen können wir eine nachhaltige Transformation erreichen. Es ist daher wichtig, dass die Green Claims Directive nicht isoliert betrachtet wird, sondern im Kontext einer umfassenderen politischen Agenda, die die Grundlagen unseres Wirtschaftssystems und unseres Konsumverhaltens in Frage stellt und reflektiert. Die von 20 Mitgliedern des EU-Parlaments initiierte und von relevanten Partnern getragene [„Beyond Growth 2023 Conference“](#) kam ebenso zu dem Ergebnis, dass ein systemischer und transformativer Ansatz für wirtschaftliche, soziale und ökologische Nachhaltigkeit notwendig ist und dazu passende Governance-Rahmen geschaffen werden sollen.⁴

1.2. Gaben der Erde sind nicht berechenbar

Berechnungen, die positive Umweltaussagen legitimieren sollen, sind punktuell sowie abstrakt und können dazu führen, dass qualitative Aspekte ausgeblendet werden. Dies schafft ein verzerrtes Bild, in dem wir fälschlicherweise annehmen könnten, dass unser Planet uns sogenannte Ökosystemleistungen berechenbar und stabil zur Verfügung stellt. In Wirklichkeit wird jedoch gerade durch unsere derzeitige Art des Wirtschaftens, gekennzeichnet durch Überausbeutung, die **Verfügbarkeit dieser Ressourcen zunehmend unberechenbar** (vgl. Göpel/v. Redecker, 2022, 30-31). *„Die Natur bildet keine feststehenden Größen, die man*

³ Pfriem, R. (2021), Die Neuerfindung des Unternehmertums: solidarische Ökonomie, radikale Demokratie und kulturelle Evolution, Theorie der Unternehmung, Band 73, Metropolis-Verlag, Marburg.

⁴ <https://www.beyond-growth-2023.eu/>

einrechnen kann, sondern umfassende planetar verwobene Wechselwirkungen. Wir produzieren in umgreifenden Stoffwechseln.“ (Göpel/v. Redecker 2022, S. 31)⁵

Darüber hinaus führen zahlenbasierte Problemlösungsansätze zwangsläufig dazu, dass Aspekte, die (noch) nicht ausreichend gemessen werden können, ausgeblendet werden. **Was nicht gezählt wird, zählt nicht.** Dies birgt die Gefahr, dass erhebliche Unsicherheiten in Bezug auf die menschliche Gesundheit und das planetare Wohlergehen außer Acht gelassen werden und positive Aussagen zu problematischen Praktiken gemacht werden können, solange Informationen zu möglichen Schadwirkungen und Störungen in planetaren Zusammenhängen noch nicht ausreichend vorhanden sind.

Es ist wichtig, dass die Green Claims Directive diese inhärenten Probleme berücksichtigt und Maßnahmen ergreift, um qualitative Aspekte angemessen zu berücksichtigen.

Wir schätzen die Absicht des Proposals, nicht fundierte Umweltaussagen einzuhegen und die Hürden für Greenwashing zu erhöhen, um den Wettbewerb mit derartigen Aussagen zu regulieren. Darüber hinaus möchten wir betonen, dass aus unserer Sicht **politische Maßnahmen erforderlich sind, die über die Wettbewerbsregulierung hinaus gehen: Kooperationsgebote und die Förderung kooperativer Strategien, die das Zusammenwirken von Unternehmen unterstützen, sind dafür zentral.** Kooperative Ansätze spielen beispielsweise beim Aufbau von gemeinwohlorientierten poolbasierten Mehrwegstrukturen eine zentrale Rolle.

„Es geht um größere Fragen, um die Wiedereinbettung der Ökonomie in Natur und Gesellschaft, ein neues Verständnis von (nicht nur wirtschaftlicher) Freiheit und Verantwortung im Angesicht harter planetarer Grenzen [...].“ (Loske in Hauser/Merz 2021, S. 61-62)⁶

2. Gefahren & Schwächen der Green Claims Directive ausräumen

2.1. Holistische Perspektive einnehmen

Weniger schlecht ist nicht gut: Positive Umweltaussagen zu Produkten und ihre Berechnung sind punktuell, abstrakt und begrenzt. Die Green Claims Directive muss eine ganzheitliche Perspektive einnehmen und weitere (qualitative) Aspekte in Bezug auf die menschliche Gesundheit und das planetare Wohlergehen berücksichtigen. Andernfalls besteht die Gefahr, dass Verbraucher*innen irreführende Informationen erhalten.

2.2. Klare Definitionen und Formulierungen

Es ist wichtig, dass die Green Claims Directive klare Kriterien und Definitionen festlegt, um Missbrauch und Schlupflöcher zu verhindern. Einheitliche Standards müssen ein einheitliches

⁵ Göpel, M. und E. von Redecker (2022), Schöpfen und Erschöpfen, hg. von M. Haas und M. Tsomou, Fröhliche Wissenschaft 198, Erste Auflage, Matthes & Seitz Berlin, Berlin.

⁶ Hauser, T und Merz, P. (Hrsg.) (2021), Vom Bürger zum Konsumenten: wie die Ökonomisierung unser Leben verändert, Perspektiven auf Gesellschaft und Politik, 1. Auflag, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart.

Verständnis und Anwendung der Richtlinie gewährleisten. Bleiben Definitionen und Formulierungen vage, erhöht dies die Gefahr des Greenwashings und der Irreführung von Konsument*innen. Es besteht zusätzlich die Gefahr, dass die Zustimmung von irreführten Konsument*innen nachgelagert als Legitimierung nicht nachhaltiger Praktiken interpretiert wird.

Die im Folgenden aufgeführten Beispiele weisen eine klare Definitions- und Formulierungsschwäche des vorgelegten Entwurfs auf, die Unternehmen viele interpretative Freiräume und rechtliche Grauzonen ermöglichen, die unbedingt vermieden werden müssen:

- **Artikel 3 Abs 1,b:** „... stützt sich auf allgemein anerkannte wissenschaftliche Erkenntnisse ...“
 - Hier fehlt die Definition für „allgemein anerkannte“.
- **Art 3, Abs 1,c:** „... enthält Nachweise darüber, dass die Umweltauswirkungen, die Umweltaspekte oder die Umweltleistung, die Gegenstand der Aussage sind, im Hinblick auf den Lebenszyklus von Bedeutung sind ...“
 - Hier fehlt die Definition „von Bedeutung“
- **Art 4, Abs 2:** „... Relevante Umweltaussagen ...“
 - Hier fehlt die Definition von „relevante“
- **Art 8, Abs 2 c:** „... die Bedingungen für die Teilnahme an einem Umweltzeichensystem stehen in einem angemessenen Verhältnis zur Größe und zum Umsatz der Unternehmen, um kleine und mittlere Unternehmen nicht auszuschließen ...“
 - Hier fehlt die Definition „angemessenes Verhältnis“

2.3. Grünfärben von schädlichen und nicht-nachhaltigen Produkten und Praktiken verhindern

Die vorrangige oder gar alleinige Berücksichtigung von auf Ökobilanzen (Life cycle assessment: LCA) -basierten Informationen zur Bewertung von Umweltaussagen ist zu reduziert, lässt noch nicht zur Gänze erforschte Gefahren außer Acht, wird auch dem Vorsorgeprinzip nicht gerecht und sollte mindestens durch weitere Informationen ergänzt, wenn nicht ersetzt werden. Ohne zusätzliche Informationen zum Beispiel über soziale Aspekte, die Gesundheit und die Deklaration von Chemikalien in Produkten, werden wichtige Informationsbedarfe der Verbraucher*innen außer Acht gelassen. Eine kürzlich durchgeführte Studie (BEUC 2022) zeigt beispielsweise, dass 9 von 10 Verbraucher*innen die EU-Vorschriften zur Verringerung der Verwendung gefährlicher Chemikalien in Lebensmittelverpackungen unterstützen und dass 9 von 10 Verbraucher*innen der Ansicht sind, dass Green Claims streng geregelt werden sollten. Entsprechend des Vorsorgeprinzips sollten zudem bei der Bewertung von Umweltaussagen auch Unsicherheiten hinsichtlich noch nicht ausreichend erforschter oder auch erforschbarer Gefahren berücksichtigt und klar benannt werden. Unsicherheiten unterscheiden sich zu Risiken dahingehen, dass bei ersteren keinerlei Informationen zu Eintrittswahrscheinlichkeiten vorliegen.

Es müssen klare Grenzen gesetzt werden, um sicherzustellen, dass **Green Claims nicht für Produkte und Praktiken verwendet werden können, die erhebliche Umwelt- oder**

Gesundheitsauswirkungen haben, menschenrechtsverletzende Produktionsweisen aufweisen oder Scheinlösungen⁷ darstellen.

Beispiele für Produkte und Praktiken, die in der Gesamtbetrachtung nicht nachhaltig sind und grundsätzlich keine positiven Umwelteigenschaften für sich reklamieren können sollten, sind Folgende:

2.3.1. Ausschlusskriterium schädliche Chemikalien

Green Claims für Produkte, die schädliche Chemikalien enthalten, sollten grundsätzlich ausgeschlossen und durch die vorgeschlagene Richtlinie untersagt sein. Dies ist notwendig, um Verbraucher*innen und Umwelt besser vor Schadstoffen in Produkten zu schützen. Die **positive Bewerbung einzelner Umwelteigenschaften von Produkten, die schädliche Chemikalien enthalten sollte grundsätzlich als Verbraucher*innen-Täuschung gewertet werden**. In Anbetracht der EU-Strategie für nachhaltige Chemikalien ist es inakzeptabel, diese Anforderung auf eine mögliche spätere Überarbeitung der Richtlinie in fünf Jahren zu verschieben und würde auch dem Vertrauen der Verbraucher*innen in dieser Richtlinie schaden. Verbraucher*innen sollten nicht in die Irre geführt werden, wenn es um Schadstoffe geht, die ihrer Gesundheit oder der Umwelt schaden.

- Der Vorschlag muss um ein Verbot von Green Claims für Produkte ergänzt werden, in denen schädliche Chemikalien zur Anwendung kommen.
- Bei der Bewertung und Überprüfung nach Artikel 21 müssen chemikalienbezogene Aspekte berücksichtigt werden und dürfen nicht ausgeschlossen oder weggelassen werden.

2.3.2. Kein grünes Licht für Meeresplastik

Produkte aus sogenannten Meeres- oder Ozeanplastik sollten keine positiven Umweltwirkungen für sich reklamieren können, da das Emittieren von Plastikmüll in Ozeane und das anschließend Einsammeln insgesamt keine nachhaltige Praxis darstellt. Nicht nur das Verbleiben des Mülls im Meer hat negative und gesundheitsschädliche Auswirkungen auf das gesamte Ökosystem und dessen Lebewesen. Auch das Einsammeln diese Abfalls erfordert einen erheblichen Energieaufwand, führt zu Emissionen von klimaschädlichen Treibhausgasen und weiteren negativen Auswirkungen, wie dem Verlust von Lebensgemeinschaften, die an und um das Plastik herum leben und mit diesem entfernt werden.

Es ist zu befürchten, dass diese Praxis unter der „Green Claims Directive“ als eine positive Umweltaussage legitimiert werden könnte. Diese Gefahr muss unbedingt abgewandt werden.

2.3.3. Kompensationen nicht zur Legitimierung anerkennen

Kompensationen sind im allgemeinen verrichtete Zahlungen für bereits angerichtete Schäden, wie beispielsweise die Emission von Treibhausgasen oder den Plastikeinsatz („Plastic Offsetting“). Dies kann nicht als nachhaltig verstanden werden und ist zudem

⁷ Siehe auch Exit Plastik-Fact Sheet „Scheinlösungen zur Plastikkrise“: <https://exit-plastik.de/fact-sheet-scheinloesungen-zu-plastikkrise/>

Verbraucher*innen oft nicht bewusst.⁸ Kompensationen dürfen deshalb nicht als Legitimierung für nicht-nachhaltige Praktiken oder Produkte anerkannt werden.

- Gleiches gilt für Art. 3.

2.4. Transparenz und Zugänglichkeit von Informationen

Es muss sichergestellt werden, dass Verbraucher*innen transparente und leicht zugängliche Informationen über die Umweltauswirkungen von Produkten erhalten. Unternehmen sollten verpflichtet sein, diese Informationen offen zu legen und sie leicht verständlich und einheitlich zu präsentieren. Informationen müssen so aufbereitet werden, dass Konsument*innen dazu befähigt werden, Entscheidungen situativ und alltagstauglich (beim Einkaufen) treffen zu können. Zusätzlich muss sichergestellt werden, dass Personen ohne digitale Endgerät Zugang zu diesen Informationen erhalten.

2.5. Finanzierung der Umsetzung durch Hersteller

Um die Effektivität der Green Claims Directive sicherzustellen, sollten die Kosten für behördliche Überwachung und Kontrollen von den Herstellern getragen werden. Dies stellt sicher, dass die Einhaltung der Richtlinie überwacht wird und Sanktionen bei Verstößen verhängt werden können. Da die Bewerbung von positiven Umwelteigenschaften Unternehmen einen wirtschaftlichen Nutzen einbringt, sollten die Kosten für die Regulierung von solchen Aussagen auch von den Nutznießern und nicht von der Allgemeinheit getragen werden. Es ist zudem bekannt, dass die aktuelle (notwendige) Überwachung nationaler und europäischer umwelt- und insbesondere stoffpolitischer Regulierungen die Kapazitäten der lokalen Behörden bereits jetzt massiv übersteigt. Aktuell sind Überwachungen nicht in dem Maße möglich, wie sie nötig wären. Zusätzliche finanzielle Ressourcen sind daher unabdingbar.

3. Schlussfolgerung

Eine grundlegende Änderung aktueller Produktions- und Konsummuster ist notwendig, um den Raubbau an unserem Planeten zu stoppen, die Gesundheit von Menschen und Ökosystemen zu schützen und die weitere Klimaerhitzung zu verhindern. Um dies zu erreichen sind strukturpolitische Maßnahmen dringend erforderlich. Die Regulierung positiver Umweltaussagen ist zweifellos ein notwendiger Schritt, kann aber allein keine Konsumwende erreichen. Um keine falschen Anreize zu setzen und Verbraucher*innen nicht in die Irre zu führen muss zudem sichergestellt werden, dass positiven Umweltaussagen ein ganzheitliches Verständnis hinterlegt ist. Sie dürfen nicht fälschlicher Weise Produkte und Praktiken legitimieren, die erhebliche Umwelt- oder Gesundheitsauswirkungen haben, menschenrechtsverletzende Produktionsweisen aufweisen oder Scheinlösungen darstellen.

⁸Untersuchungen haben ergeben, dass Verbraucher*innen die tatsächliche Bedeutung von Claims wie „klimaneutral“ oft nicht bekannt ist und Produkte die so beworben werden als grundsätzlich klimafreundlicher bewertet werden. (z.B. Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen, Klimaneutrale Produkte: 89 Prozent für klare Regeln und geprüftes Siegel, 2022: <https://www.verbraucherzentrale.nrw/pressemitteilungen/presse-nrw/klimaneutrale-produkte-89-prozent-fuer-klare-regeln-und-geprueftes-siegel-77472>; Morning Consult, Most U.S. Consumers Don't Know What 'Carbon Neutral' Means, 2022: <https://morningconsult.com/2022/08/02/carbon-neutral-consumer-awareness/>)

Über EXIT PLASTIK

Als Bündnis deutscher zivilgesellschaftlicher Organisationen setzen wir uns seit 2020 gemeinsam für die ganzheitliche Lösung der Plastikkrise ein und adressieren die mit Plastik verbundenen Gefahren für Mensch, Umwelt und Klima. Wir sind Teil der weltweiten [BreakFreeFromPlastic](#)-Bewegung.

Mitglieder des Bündnisses Exit Plastik sind:

a tip: tap e.V., Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V., Forum Umwelt und Entwicklung, Greenpeace e.V., Heinrich-Böll-Stiftung, HEJSupport e.V., Küste gegen Plastik e.V., Women Engage for a Common Future e.V. (WECF), Zero Waste Germany e.V. und Zero Waste Kiel e.V.

Kontakt

Exit Plastik

Zivilgesellschaftliches Bündnis für Wege aus der Plastikkrise

Carla Wichmann (Kordinatorin)

carla.wichmann@exit-plastik.de

c/o HEJSupport e.V.

Von-Ruckteschell-Weg 16

85221 Dachau

www.exit-plastik.de

Follow [@exitplastik](#) on [Twitter](#) & [Instagram](#)