



Was kommt nach „klimaneutral“? EmpCo, glaubwürdige Nachhaltigkeitskommunikation und Klimaschutzbeiträge

Stand September 2026

Kurzfassung

Ab dem 27. September 2026 gelten neue Regeln für Umwelt- und Klimaaussagen. Unternehmen dürfen weiter über Klimaengagement sprechen – aber pauschale Aussagen wie „klimaneutral“ sind nicht mehr zulässig.

Der Anlass

EmpCo in einem Satz

Die EmpCo soll die Transparenz und Belegbarkeit von Umweltaussagen steigern und zielt in erster Linie auf den Schutz von Verbraucher:innen und explizit auf Business-to-Consumer-Kommunikation (B2C), also die Kommunikation von Unternehmen zu Verbraucher:innen ab.

Warum jetzt?

Unternehmen sollten ihre Kommunikation daher frühzeitig überprüfen und spätestens zum 27. September 2026 an die neuen Regelungen angepasst haben, denn eine Umsetzungs- oder Abverkaufsfrist ist nicht vorgesehen.

Was ändert sich konkret?

Allgemeine Umweltaussagen: Allgemeine Umweltaussagen wie „umweltverträglich“, „klimapositiv“, „nachhaltig“ oder „grün“ sind ohne hinreichende Spezifizierung künftig per se verboten.

Produktbezogene Klimaneutralitätswerbung: Aussagen wie „klimaneutral“ auf Produktebene, die sich auf die Kompensation von Emissionen stützen, sind künftig verboten.

Nachhaltigkeitssiegel: Unternehmenseigene Label und Siegel (sog. Eigenlabel) sind künftig verboten. Zulässig sind nur noch staatlich festgesetzte Siegel sowie privat vergebene Siegel, die auf einem transparenten, diskriminierungsfreien Zertifizierungssystem beruhen, das von einem unabhängigen Dritten geprüft wird. Das Siegel SDGold darf zukünftig weiterhin verwendet werden.

Zukunftsansagen: Aussagen über künftige Umweltleistungen sind nur noch mit einem detaillierten, realistischen und extern überprüften Umsetzungsplan zulässig.

Was bleibt wichtig?

Ein solides unternehmerisches Klimaschutzengagement folgt einer klaren Hierarchie: Vermeiden von Emissionen; Reduzieren von Emissionen; Beitragen; Finanzierung von Klimaschutzprojekten im Globalen Süden.

Generell wird dadurch nicht die Bedeutung von Klimaschutzprojekten als wesentliches Instrument der globalen Klimafinanzierung in Frage gestellt. Im Gegenteil, die Finanzierung qualitativ hochwertiger Klimaschutzprojekte durch Unternehmen ist ein unverzichtbarer Beitrag zur Erreichung der Klimaziele des Pariser Abkommens.

O-Ton Dr. Olivia Henke, Vorständin

„Viele Unternehmen suchen gerade nach einer neuen Sprache für ihr Engagement. Der richtige Weg ist nicht, weniger zu sagen, sondern genauer zu erklären: Was wurde reduziert, was wird zusätzlich finanziert und welche Wirkung entsteht?“