



EmpCo: Umweltclaims für Veranstaltungshäuser rechtssicher kommunizieren

Praxisorientierte Problem- und Handlungshandreichung für EVVC-Mitgliedsunternehmen

KURZIMPULS: Ab 27. September 2026 gelten die nationalen Umsetzungsmaßnahmen zur EmpCo-Richtlinie. Für Veranstaltungshäuser heißt das: Umwelt- und Klimaversprechen jetzt vollständig inventarisieren, konkretisieren und belastbar belegen – nicht erst beim nächsten Relaunch.

Entwicklung und Zeitpunkt

Die Richtlinie (EU) 2024/825 („EmpCo“) ändert die Richtlinien 2005/29/EG (unlautere Geschäftspraktiken) und 2011/83/EU (Verbraucherrechte). Die nationale Umsetzung ist bis 27. März 2026 vorzunehmen; die nationalen Maßnahmen sind ab 27. September 2026 anzuwenden. Für deutsche Unternehmen sind insbesondere die Umsetzung in das UWG und die bereits geltenden allgemeinen Irreführungsverbote maßgeblich.

Was ändert sich für Umweltwerbung und Claims?

Umwelt- und soziale Eigenschaften sowie Kreislaufaspekte werden ausdrücklich als wesentliche Produkteigenschaften erfasst. Nach Richtlinie (EU) 2024/825, insbesondere Art. 4 und Anhang I, werden u. a. folgende Praktiken untersagt bzw. besonders streng begrenzt:

- Generische Umweltclaims wie „umweltfreundlich“ oder „grün“, wenn keine nachweisbare anerkannte hervorragende Umweltleistung vorliegt.
- Claims für das gesamte Unternehmen oder Produkt, wenn tatsächlich nur ein Teilaspekt belegt ist.
- Nachhaltigkeitslabels ohne zugrunde liegendes Zertifizierungssystem oder ohne Vergabe durch eine öffentliche Stelle.
- Zukunftsbezogene Klimaversprechen ohne klare, objektive, öffentlich zugängliche und überprüfbare Ziele, realistischen Maßnahmenplan, ausreichende Ressourcen und unabhängige Drittprüfung.
- Klimabezogene Claims, die allein auf Offsetting außerhalb der eigenen Wertschöpfungskette beruhen.

Schon heute verlangt die deutsche Rechtsprechung bei Umweltwerbung hohe Anforderungen an Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit; Erläuterungen müssen sichtbar und verständlich sein.

Relevanz für Veranstaltungshäuser

Besonders risikobehaftet sind Aussagen wie „nachhaltige Veranstaltung“, „klimaneutral“, „green venue“, „umweltfreundliche Location“, „CO₂-freie Veranstaltung“, „100 % Ökostrom“, „emissionsfrei“ oder „ressourcenschonend“ sowie Nachhaltigkeitssiegel. Prüfen Sie sie überall



dort, wo sie wirken: Website, Angebotsunterlagen, Ausschreibungen, Social Media, Beschilderung sowie Sponsoren- und Partnerkommunikation.

Jeder Claim muss dem konkreten Leistungsumfang und Zeitraum zugeordnet sein: Gebäude, Veranstaltung, Catering, Energie, Mobilität, Abfall usw. Ein belegter Teilvorteil darf nicht auf die gesamte Veranstaltung oder das gesamte Haus übertragen werden. „100 % Ökostrom“ etwa muss klar erkennen lassen, auf welchen Verbrauch, Zeitraum und Herkunftsnachweis sich die Aussage bezieht; „klimaneutral“ darf nicht als Gleichwertigkeit von Kompensation und Vermeidung/Reduktion erscheinen.

Do's und Don'ts

DO'S – jetzt umsetzen	DON'TS – vermeiden
1. Claim-Inventur über alle Kanäle, Produkte und Vorlagen durchführen.	1. Keine pauschalen Umweltclaims ohne Spezifizierung.
2. Konkrete Aussagen mit Bezugsobjekt, Scope und Zeitraum verwenden.	2. Kompensation nicht als Gleichwertigkeit zu Vermeidung oder Reduktion darstellen.
3. Belastbare Daten, Berechnungsmethodik und Nachweise dokumentieren.	3. Keine nur intern verständlichen Fußnoten oder versteckten QR-Code-Erläuterungen.
4. Zertifikate/Siegel, Geltungsbereich und Prüfmaßstab offenlegen.	4. Keine fremden Zertifikate oder Partnerlogos ohne passenden Geltungsbereich.
5. Verbindlichen Legal-/Nachhaltigkeits-Freigabeprozess etablieren.	5. Gesetzliche Mindeststandards nicht als besonderen Umweltvorteil ausgeben.

Sofortmaßnahmen bis zum 27. September 2026

1. Alle Werbemittel, Standardtexte, Websites, Angebote, Ausschreibungsbausteine und Beschilderungen prüfen.
2. Jeden Claim einer verantwortlichen Stelle und einem dokumentierten Freigabestatus zuordnen.
3. Pro Claim ein Scope-/Datenblatt anlegen: Was wird beworben, für welchen Zeitraum, mit welcher Abgrenzung?
4. Nachweise und Berechnungsmethodik zentral und versionssicher ablegen.
5. Agenturen, Vertrieb, Vermietung, Catering und Technik briefen; Partnerkommunikation einbeziehen.
6. Neue Claims nur nach Legal-/Nachhaltigkeitsfreigabe veröffentlichen.
7. Bestehende Aussagen belegen, präzisieren oder entfernen – insbesondere



„klimaneutral“, „emissionsfrei“ und „nachhaltig“.
