

EmpCo-Website-Check: Ist deine Website fit für die neuen Regeln?

Du betreibst eine gewerbliche Website, einen Online-Shop oder Social-Media-Kanäle? Dann kannst du mit dieser Checkliste deine Inhalte auf typische EmpCo-Risiken überprüfen.

Texte und Werbeaussagen

☐ 1. Website nach Umweltbegriffen durchsuchen

Suche nach Begriffen wie „nachhaltig“, „umweltfreundlich“, „grün“, „ökologisch“, „klimafreundlich“, „klimaneutral“, „CO₂-neutral“, „emissionsfrei“, „umweltschonend“ oder „ressourcenschonend“.

☐ 2. Pauschale Umweltaussagen überprüfen

Allgemeine Aussagen wie „umweltfreundlich“ oder „grün“ besonders kritisch prüfen. Solche allgemeinen Umweltaussagen unterliegen besonders strengen Anforderungen.

☐ 3. Aussagen möglichst konkret formulieren

Statt:

 „Unsere Verpackung ist umweltfreundlich.“

besser eine konkrete und belegbare Information nennen, zum Beispiel:

 „Unsere Verpackung besteht zu 80 % aus recyceltem Kunststoff.“

☐ 4. Jede konkrete Angabe belegen können

Prozentangaben, Recyclinganteile, CO₂-Werte und vergleichbare Aussagen sollten nicht geschätzt werden. Für verwendete Angaben sollten belastbare Nachweise vorhanden sein.

☐ 5. Genau sagen, worauf sich die Aussage bezieht

Bezieht sich der Umweltvorteil auf das gesamte Produkt, nur auf die Verpackung, den Versand, einen Rohstoff oder einen einzelnen Produktionsschritt?

Der Bezug sollte eindeutig erkennbar sein.

Bilder, Logos und Siegel

☐ 6. Nicht nur Texte kontrollieren

Auch Bilder, Symbole, Produktbezeichnungen, Marken- und Firmennamen können eine Umweltaussage vermitteln.

☐ 7. Eigene „Öko-Siegel“ überprüfen

EmpCo-Website-Check: Ist deine Website fit für die neuen Regeln?

Ein selbst gestaltetes Logo wie „Green Product“, „Eco Choice“ oder „Nachhaltiges Produkt“ kann problematisch sein, wenn es wie ein Nachhaltigkeitssiegel wirkt.

☐ 8. Fremde Nachhaltigkeitssiegel kontrollieren

Prüfe, auf welcher Grundlage ein verwendetes Nachhaltigkeitssiegel vergeben wird und ob die Voraussetzungen für seine Verwendung tatsächlich erfüllt werden.

☐ 9. Naturmotive im Zusammenhang betrachten

Blätter, Bäume, Wälder, die Erde oder andere Naturmotive sind nicht automatisch verboten. Prüfe aber, ob sie zusammen mit Texten, Symbolen oder der übrigen Gestaltung einen Umweltvorteil suggerieren, der tatsächlich nicht besteht.

☐ 10. Gesamteindruck der Seite prüfen

Betrachte nicht nur einzelne Formulierungen. Überschrift, Bilder, Icons, Produktname und Beschreibung können zusammen eine weitergehende Aussage erzeugen als der eigentliche Text.

Klima und CO₂

☐ 11. „Klimaneutral“ besonders kritisch prüfen

Aussagen wie „klimaneutral“, „CO₂-neutral“ oder ähnliche Aussagen dürfen bei Produkten nicht aufgrund einer bloßen Kompensation von Treibhausgasemissionen verwendet werden.

☐ 12. Kompensationsmodelle identifizieren

Prüfe, ob bisherige Klimaaussagen beispielsweise auf dem Kauf von CO₂-Zertifikaten, Aufforstungsprojekten oder anderen Kompensationsmaßnahmen beruhen.

☐ 13. Eigene Emissionsreduzierungen konkret beschreiben

Wenn tatsächlich Emissionen reduziert wurden, sollte möglichst konkret erklärt werden, **was verändert wurde und worauf sich die Angabe bezieht**, statt daraus eine pauschale Klimabotschaft abzuleiten.

Versprechen für die Zukunft

☐ 14. Zukunftsversprechen suchen

Aussagen wie:

„Bis 2030 sind wir klimaneutral.“

„In fünf Jahren produzieren wir vollständig nachhaltig.“

oder

EmpCo-Website-Check: Ist deine Website fit für die neuen Regeln?

„Wir werden unsere CO₂-Emissionen drastisch reduzieren.“

sollten besonders überprüft werden.

☐ 15. Ziele müssen auf einem belastbaren Plan beruhen

Umweltaussagen über zukünftige Leistungen benötigen klare, objektive, öffentlich einsehbare und überprüfbare Verpflichtungen sowie einen detaillierten und realistischen Umsetzungsplan mit messbaren und zeitgebundenen Zielen.



Social Media nicht vergessen

☐ 16. Alle geschäftlich genutzten Social-Media-Kanäle prüfen

Überprüfe beispielsweise Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube und X auf Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen.

☐ 17. Auch alte Beiträge kontrollieren

Nicht nur neue Beiträge sind interessant. Prüfe auch ältere Posts, die weiterhin öffentlich sichtbar sind.

☐ 18. Profile und dauerhaft sichtbare Inhalte kontrollieren

Auch Profilbeschreibung, Titelbilder, angeheftete Beiträge, Story-Highlights, Videos und andere dauerhaft sichtbare Inhalte sollten in die Prüfung einbezogen werden.



Die komplette Website überprüfen

☐ 19. Versteckte und ältere Inhalte nicht vergessen

Neben den normalen Seiten auch alte Blogbeiträge, Landingpages, Produktbeschreibungen, Kategorien, FAQs, Downloads, PDF-Dateien, Banner, Header und Footer durchsuchen.

☐ 20. Nachweise zentral dokumentieren

Lege für verwendete Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen die entsprechenden Belege zentral ab.

Notiere beispielsweise:

Aussage → Fundstelle auf der Website → Grundlage/Nachweis → Datum des Nachweises → Verantwortlicher

So lässt sich später wesentlich einfacher nachvollziehen, warum eine bestimmte Aussage verwendet wurde.

EmpCo-Website-Check: Ist deine Website fit für die neuen Regeln?



Webmaster-Tipp

Eine einfache Grundregel hilft bei der Überarbeitung:

Konkret statt pauschal – Fakten statt grüner Werbewörter.

✗ „Wir versenden nachhaltig.“

ist wesentlich unspezifischer als beispielsweise:

✓ „Für den Versand verwenden wir Kartons mit einem Recyclinganteil von 90 %.“

Voraussetzung ist natürlich immer, dass die konkrete Aussage tatsächlich stimmt und nachgewiesen werden kann.

Wichtig: Die EmpCo-Regeln betreffen nicht nur neue Inhalte. Auch bestehende Websites und weiterhin öffentlich sichtbare ältere Social-Media-Beiträge sollten überprüft werden.

Dokumentations-Tipp: Lege eine einfache Tabelle an: Aussage → Fundstelle → Grundlage/Nachweis → Datum → Verantwortlicher.

Diese Checkliste dient der allgemeinen Orientierung und stellt keine Rechtsberatung dar. Ob eine konkrete Werbeaussage zulässig ist, hängt vom jeweiligen Einzelfall und vom Gesamteindruck der Werbung ab.