

PRESSEMITTEILUNG

Leiter External Affairs
Michael Steinhauser
m.steinhauser@markenverband.de

Weiter keine Lösung für bereits hergestellte Ware

Greenwashing-Richtlinie: Politik reagiert auf drohende Warenvernichtung

Berlin, 24.09.2026. Greenwashing verhindern, ohne einwandfreie Produkte zu vernichten: Kurz vor Inkrafttreten der neuen EU-Vorgaben gegen irreführende Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen zeichnet sich eine erste Entlastung für Unternehmen ab. Der Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz des Deutschen Bundestages will das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) ändern und damit unverhältnismäßige Warenvernichtung vermeiden.

Für den Markenverband ist dies ein wichtiger Schritt, aber noch keine vollständige Lösung. Vorproduzierte Waren, die bis zum Stichtag am 27. September 2026 noch nicht in Verkehr gebracht wurden, sowie bereits beschaffte Verpackungsmaterialien werden nicht erfasst.

„Es muss sichergestellt werden, dass alle Waren gleichbehandelt werden – egal, wo genau sie sich in der Vertriebskette befinden. Denn anders als von uns vorgeschlagen betrifft die Anpassung bislang nur Produkte, die vor dem Stichtag in den Verkehr gebracht werden. Für alle anderen Waren besteht weiter ein erhebliches Risiko, vernichtet zu werden“, sagt Patrick Kammerer, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes.

Verhältnismäßigkeit statt Warenvernichtung

Die neuen EmpCo-Regelungen gelten ab dem 27. September 2026. Eine allgemeine Abverkaufsfrist für Waren, die bis dahin rechtmäßig produziert und gekennzeichnet wurden, fehlt. Der Rechtsausschuss des Bundestages will nun im UWG nachbessern.

Künftig soll bei Waren, die bereits vor dem Stichtag in Verkehr gebracht wurden, der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit gelten. Gerichte sollen dabei unter anderem berücksichtigen, wie schwer der Rechtsverstoß wiegt, welche Anstrengungen das Unternehmen bereits zur Herstellung der Konformität unternommen hat und welche Kosten und Umweltbelastungen mit einer Beseitigung des Rechtsverstoßes verbunden wären.

„Greenwashing zu verhindern, ist richtig. Gleichzeitig dürfen einwandfreie Produkte nicht durch Regeln für mehr Nachhaltigkeit vernichtet werden. Dass die Politik dieses Problem jetzt aufgreift, zeigt, dass sie uns zugehört hat. Jetzt ist dringend geboten, auch den zweiten Schritt zu gehen und die gleiche Situation für alle einwandfreien Warenbestände zu schaffen“, so Kammerer.

Der Markenverband hatte sich in Berlin und Brüssel seit Monaten für eine praxisgerechte Lösung bei der Umsetzung der sogenannten EmpCo-Richtlinie (Empowering Consumers for the Green Transition) eingesetzt.

Bei Rückfragen helfen wir Ihnen gerne weiter.

Ansprechpartner

Michael Steinhauser
Leiter External Affairs

Tel.: +49 30 206168-37

E-Mail: m.steinhauser@markenverband.de

Über den Markenverband

Die Markenwirtschaft steht in Deutschland für einen Markenumsatz in Höhe von 1 Billion Euro und mehr als 5 Millionen Arbeitsplätze. Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft und mit seinen rund 300 Mitgliedern der größte Verband dieser Art in Europa. Mitglied sind sowohl mittelständische, familiengeführte als auch internationale Unternehmen aus vielfältigen Branchen – insbesondere aus der Nahrungs- und Genussmittel- sowie der Gebrauchsgüterbranche. Darunter finden sich führende Marken wie Abus, Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Gardena, Haribo, Henkel, Hochland, Kärcher, Melitta, Merz Consumer Care, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Ritter Sport, Rotkäppchen-Mumm, Unilever, Vileda und viele weitere renommierte Firmen.