

Greenwashing im UWG

Verfasser

Mag. Florian Winter

angestrebter Grad

Doktor der Rechtswissenschaften

(Dr. iuris)

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 783 101

Dissertationsgebiet lt. Studienblatt: Rechtswissenschaften

Betreuerin/Betreuer: o. Univ.-Prof. Dr. Friedrich Rüdler, LL.M.

Inhaltsverzeichnis

1. Arbeitstitel
2. Zeit- und Arbeitsplan
3. Aufriss
4. Problemstellung
5. Vorläufiges Inhaltsverzeichnis
6. Vorläufiges Literaturverzeichnis

1. Arbeitstitel

Greenwashing im UWG, quo vadis?

2. Zeit- und Arbeitsplan

SS 2023

Erstforschung und Entwicklung des Dissertationsvorhabens

WS 2023/24

Verfassen des Exposés
Weiterführende Recherche
LL.M. Alicante

SS 2024

Weiterführende Recherche
Ausarbeitung der Dissertation
LL.M. Alicante

WS 2024/2025

Absolvierung der LVs
Ausarbeitung der Dissertation

SS 2025

Ausarbeitung der Dissertation
Absolvierung der LVs

WS 2025/26

Absolvierung der LVs
Fertigstellung der Dissertation

SS 2026

Abgabe

3. Aufriss

Im Alltag begegnen uns mittlerweile ständig Werbebehauptungen wie „*diese Trinkflasche ist mit 50% Plastikmüll aus dem Meer*“¹ oder „*100% recyceltes Papier*“.² Derartige Werbebehauptungen spielen für Konsument*innen eine immer größere Rolle und dementsprechend versuchen viele Unternehmen mit zum Großteil unlauteren Umweltwerbeaussagen das Kaufverhalten der Kund*innen zu beeinflussen. Die Europäische Kommission hat dies erkannt und reagiert. Sie führt die Schlagworte "umweltfreundlich", "umweltschonend", "öko", "grün", "naturfreundlich", "ökologisch", "umweltgerecht", "klimafreundlich", "umweltverträglich", "CO₂-freundlich", "CO₂-neutral", "CO₂-positiv", "klimaneutral", "energieeffizient", "biologisch abbaubar" oder "biobasiert" als grüne Werbebehauptung auf.³ Nebenbei werben immer mehr Unternehmen mit privaten Gütesiegeln oder Logos die ihren Produkten Nachhaltigkeit und eine faire Produktion attestieren sollen. Damit versuchen sie vermehrt die immer größer werdende Nachfrage der Konsument*innen nach nachhaltigen und fairen Produkten zu befriedigen und sich vom Wettbewerb abzugrenzen.⁴ Umweltwerbung und die Verwendung von Gütesiegeln ist bis dato per se grundsätzlich nicht verboten, sofern diese die Konsumenten nicht irreführt, unklar oder falsch ist.

Es besteht in den Augen der Europäischen Kommission ein besonderes Schutzbedürfnis der Konsument*innen vor Greenwashing.⁵ Eine Studie der Europäischen Kommission zeigt, dass rund 50% der nachhaltigen Angaben auf Produkten vage, falsch oder irreführend sind. Weiters weist die Studie daraufhin, dass 40% der Werbebehauptungen, durch die Unternehmen nicht belegt werden können. Ebenfalls wird in der Studie festgestellt, dass rund 50% der im Alltag verwendeten grünen Siegel keine oder nur eine vage Überprüfung der Informationen ermöglichen.⁶ Daraus kann der Schluss gezogen werden, dass Konsument*innen allzu oft durch die am Markt tätigen Unternehmen getäuscht und in die Irre geführt werden.

¹ Horak, Irreführende Werbung mit Recycling-Meerestplastic, *ecolex* 2018/449, 1009.

² KG Berlin 21. 5. 2010, 5 U 103/08.

³ Beispiele aus Erwägungsgrund 9 des Kommissionsvorschlags der Richtlinie (EU) 2024/825.

⁴ Hofer/Amschl, Greenwashing und UWG: Ein Überblick, NR 2021, 421 (422).

⁵ Aderl/Ciarnau in Zahradnik/Richter-Schöller, Handbuch Nachhaltigkeitsrecht (2021) Rz 4.2.

⁶ https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/green-claims_de?etras=de (abgerufen am 25.3.2024).

Derartige Werbeversprechen, sofern sie nicht der Wahrheit entsprechen, werden mit den Schlagworten „Greenwashing“ oder „Green Claims“ beschrieben. Der Duden definiert den Begriff „Greenwashing“ als „*Bemühung sich durch Marketingmaßnahmen, monetäre Zuwendungen an Projekte oder Organisationen, als besonders nachhaltig und umweltfreundlich zu präsentieren*“.⁷ Dabei ist das Problem von „Green Claims“ kein Neues, denn das Umweltbewusstsein der Konsument*innen steigt seit den 1970er Jahren u.a. mit dem Aufkommen der Atomenergie und fand schnell seinen Einschlag in der Werbung und in den Außenauftritt der Unternehmen.⁸ Bereits *Kucsko*⁹ und *Rüffler*¹⁰ haben sich in den 1990ern ausführlich mit dem Thema „Umweltwerbung“ beschäftigt. Ebenso hat sich der Oberste Gerichtshof in den letzten Jahrzehnten mit Umweltwerbung auseinandergesetzt, unter anderem mit biologischen Naturziegeln, klimaneutralen Stempeln oder OCEAN Bottles¹¹ und in Folge dessen eine strenge Rechtsprechungslinie etabliert.¹²

Mit den neuen Richtlinien versucht die Europäische Kommission entschlossen gegen „Greenwashing“ vorzugehen und die Stellung der Konsument*innen im Zuge des Green Deals und der dazugehörigen Offensive zu stärken.¹³ Die Kommission verfolgt einen zweispurigen Ansatz mit der sogenannten „Green Claims Richtlinie“¹⁴ als Entwurf und der „EmpCo-Richtlinie“¹⁵. Während die EmpCo-Richtlinie 2026 ins nationale Recht umgegossen wird, liegt für die „Green-Claims Richtlinie“ bis jetzt nur ein Entwurf vor und die endgültige Diktion bleibt aktuell offen.

3.1 Aktuelle Rechtslage und Entscheidungspraxis

3.1.1 Green Claims

Es bestand bis zu den Plänen der Europäischen Kommission keine harmonisierte Regelung innerhalb der Europäischen Union hinsichtlich Greenwashing. Den ersten Schritt legte die EU

⁷ <https://www.duden.de/rechtschreibung/Greenwashing> (abgerufen am 10.4.2024).

⁸ *Hofer/Amschl*, NR 2021, 421 (422).

⁹ *Kucsko*, Über Irreführende Umweltengel, *ecolex* 1990, 93.

¹⁰ *Rüffler*, Umweltwerbung und Umweltrecht, *ÖBI* 1995, 24.

¹¹ *Hirsch*, Die grüne Seite des Lauterkeitsrechts, *ecolex* 2022/546, 817 (817); vgl. OGH 28.11.2012, 4 Ob 202/12b und OGH 23.08.2018, 4 Ob 144/18g.

¹² *Hofer/Amschl*, NR 2021, 421 (424).

¹³ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip_23_1692 (abgerufen am 29.03.2023).

¹⁴ Vorschlag für eine RICHTLINIE DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES über die Begründung ausdrücklicher Umweltaussagen und die diesbezügliche Kommunikation (Richtlinie über Umweltaussagen).

¹⁵ Richtlinie (EU) 2024/825 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2024 zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und durch bessere Informationen.

mit der Taxonomie-Verordnung, welche erste Kriterien festlegt mit denen man wirtschaftsbezogene Investitionen als nachhaltig einordnen kann. Damit werden die beliebten „Green Investments“ geregelt und eine gewisse Klarheit für Verbraucher*innen geschaffen.¹⁶

Daher ist der rechtliche Rahmen gegen irreführende Umweltwerbung aktuell das nationale Gesetz, im Besonderen das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) in Österreich und Deutschland. Das Gesetz wurde am 26.09.1923 im BGBl 1923/531 kundgemacht. Es ist damit seit mehr als 100 Jahre in seiner Grundform in Geltung und erfuhr über die Jahre hinweg große Veränderungen. Von der Grundidee ähnelt das öUWG auch dem dUWG von 1909, vor allem was den Grundgedanken der Generalklausel verbunden mit Einzelatbeständen betrifft.¹⁷

Neben innerstaatlichen Anpassungen erfuhr das UWG durch den Beitritt zur Europäischen Union und den darauffolgenden Harmonisierungsrichtlinien die größten Veränderungen. Die 2005 beschlossene Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-RL), lag der Gedanke einer Maximalharmonisierung des Lauterkeitsrechts auf europäischer Ebene zugrunde. Die UGP-RL wurde 2007 durch eine Novelle in das österreichische Recht eingeführt.¹⁸

§ 2 UWG welcher auf Art 6 UGP-RL basiert, normiert ein Irreführungsverbot und spielt daher in der Praxis die größte Rolle, wenn es um die Prüfung von Green Claims und deren Täuschungseignung geht.¹⁹ Dieser Paragraf verbietet auf der einen Seite Geschäftspraktiken die im Anhang zum UWG (sog. schwarze Liste) aufgelistet sind. Auf der anderen Seite sollen irreführende Praktiken verboten werden die i) unrichtig, ii) denen es an wesentlichen Informationen fehlt oder iii) wenn ein Geschäftspartner zu einer Entscheidung verleitet wird, die er ansonsten nicht getroffen hätte. Die Täuschungseignung wird ex lege bei Geschäftsmethoden der schwarzen Liste angenommen, ebenso wenn diese unrichtig sind oder ihnen wesentliche Informationen fehlen. Bei sonstigen Geschäftspraktiken erfolgt eine einzelfallbezogene Prüfung.²⁰

Die Prüfung von Green-Claims erfolgt anhand des in der Rechtsprechung herausgebildeten

¹⁶ *Fromlowitz*, Empowering Consumers Richtlinie und Green Claims Richtlinie – das Ende des Greenwashings?, LRZ 2024, Rz. 183 (Rz 188).

¹⁷ *Seidelberger*, Das UWG ist 100 Jahre alt!, ÖBl 2023/58, 187 (187).

¹⁸ *Seidelberger*, ÖBl 2023/58, 187 (189).

¹⁹ *Anderl*, Handbuch Nachhaltigkeitsrecht (2021), Rz 4.7; *Anderl/Appl* in *Wiebe/Kodek*, UWG² § 2 (2023), Rz 1ff; *Mahfoozpour/Staber*, Spannungsfeld „Greenwashing“: Eine Rechtsprechungsübersicht, NR 2022, 62 (63).

²⁰ *Anderl*, Handbuch Nachhaltigkeitsrecht (2021), Rz 4.7.

Fallprüfungsschemas.²¹ Es obliegt den nationalen Gerichten, Umweltaussagen gemäß den allgemeinen Vorschriften zu beurteilen und einzelfallabhängig zu prüfen, ob sie i) unter das Irreführungsverbot (gemäß § 2 öUWG) ii) als irreführende Handlungen (gemäß § 5 dUWG) iii) oder als irreführende Unterlassungen (gemäß § 5a dUWG) eingeordnet werden.²² In den letzten Jahren wurden zu diesem Thema zahlreiche wegweisende Urteile gefällt, während in Deutschland die Gerichte sich an der Entscheidung *Altpapier*²³ des Bundesgerichtshofs aus dem Jahr 1988 und den dort aufgestellten Maßstäben orientieren, gilt für Österreich die Entscheidung des OGH *Ozon*²⁴ als richtungsweisend.

Gerade im Zusammenhang mit Green Claims Behauptungen hat die Rsp eine gesteigerte Schutzwürdigkeit der Verbraucher*innen entwickelt. Denn mit umweltbezogenen Werbeaussagen darf nur geworben werden, wenn diese für den angesprochenen Verbrauchenden nicht irreführend und eindeutig belegbar ist. Darüber hinaus werden ähnlich zur Werbung mit Gesundheitsbegriffen, bei der Irreführungseignung von Umwelthinweisen strenge Maßstäbe angelegt, da diese Produktmerkmale bei Konsumenten*innen einen wesentlichen und beeinflussenden Kaufgrund darstellen. Diese strengen Maßstäbe leiten sich aus dem, vom BGH in der Entscheidung *Altpapier* etablierten, Strengeprinzip ab.²⁵

Zur jüngsten Judikatur in Österreich zählen „*CO₂-neutral gebrautes Gösser Bier*“²⁶ und „*CO₂-neutral zur Biennale fliegen*“.²⁷ Im ersten Fall wurde die Irreführungseigenschaft bejaht, weil die Durchschnittsverbraucher*innen die CO₂-neutrale Aussage auf den gesamten Brauprozess beziehen, dieser aber durch diverse Vor- und Nachprozesse nicht gänzlich CO₂ neutral ablaufen kann. Im zweiten Fall wurde die Irreführung ebenfalls bejaht, weil die Durchschnittsverbraucher*innen annehmen, dass der gesamte Flug mit nachhaltigem Kraftstoff erfolgt, wobei dies technisch noch nicht möglich ist.²⁸

²¹ *Hirsch*, *ecolex* 2022/546, 817 (817f); *Thiele*, *Lauterkeit und Nachhaltigkeit - der Wahrheitsgrundsatz in der Werbung mit Umweltaspekten*, *RdW* 2023/472, 638 (639).

²² *Klein/ Mauritz*, *Grün oder nur gewaschen? Greenwashing-Risiken in der Werbung*, *BB* 2023, 323 (323); *Laoutoumai*, *Green Logistics - Greenwashing im Lichte des Lauterkeitsrecht*, *LogR* 2023, 36 (36ff).

²³ BGH 20.10.1988 - I ZR 238/87; *Körber/ Stadtfeld*, *Verschärfung der Anforderungen an umwelt- und klimaschutzbezogene Aussagen in der Produktwerbung durch Gesetzgeber und Gerichte*, *WRP* 2024, 529 (Rz 7).

²⁴ vgl OGH 09.10.1990, 4 Ob 132/90.

²⁵ *Hirsch*, *ecolex* 2022/546, 817 (818); so auch *Rüffler*, *Umweltwerbung und Umweltrecht*, *ÖBl* 1995, 243 (243ff.) und *Klein/ Mauritz*, *BB* 2023, 323 (324) aus der BGH Entscheidung *Altpapier* BGH 20.10.1988 - I ZR 238/87.

²⁶ vgl LG Linz 27.03.2023, 3 Cg 69/22k; LG Linz 3 Cg 69/22k = NR 2023, 474 (*Androsch-Lugbauer*).

²⁷ vgl LG Korneuburg 29.06.2022, 29 Cg 62/22z; LG Korneuburg 29 Cg 62/22z = NR 2023, 471 (*Androsch-Lugbauer*).

²⁸ *Thiele*, *RdW* 2023/472, 638 (640).

In Deutschland betrifft ein Gros der Gerichtsentscheidungen die Aussage „*klimateutral*“²⁹, wobei die Gerichte unterschiedlicher Ansicht waren, ob der Verbrauchende unter der Umweltaussage „*klimateutral*“ – gänzlich „emissionsfrei“ oder eine positive CO₂ Bilanz aufgrund von Kompensationsmaßnahmen versteht.³⁰ Die Zulässigkeit hängt stark vom zuständigen Gericht und dem zugrundeliegenden Begriffsverständnis ab, was die Rechtsunsicherheit für Werbende stark erhöhte.³¹ Bis der BGH in der rezenten Rechtssache *Katjes* festgestellt hat, dass „*klimateutral*“ für die Verbraucher*innen irreführend sei.³²

3.1.2 Gütezeichen und Labels

Das Konzept des "Blauen Engels" wurde im Jahr 1978 als weltweit erstes freiwilliges Umweltzeichen eingeführt. Seitdem sind viele verschiedene freiwillige Gütesiegel entstanden, die jeweils auf verschiedene Produktgruppen und Branchen ausgerichtet sind. Nicht-gesetzliche Umweltkennzeichen lassen sich in zwei Hauptkategorien unterteilen: Zum einen gibt es Gütesiegel, die von unabhängigen Organisationen vergeben werden, wie etwa nationale Vergabestellen für das Eco-Label der Europäischen Kommission oder die TÜV-Gesellschaften für die Zertifizierung des FSC-Labels, basierend auf einem standardisierten Zertifizierungsverfahren. Zum anderen gibt es herstellereigene, unabhängige Logos, welche keiner Überwachung, Freigabe oder Zertifizierung bedürfen. Auf europäischer Ebene gibt es nur ausgewählte Bereiche in denen Kennzeichen harmonisiert sind, ein Beispiel ist unter anderem das CE-Zeichen, basierend auf der CE-Richtlinie.³³ Für nicht-gesetzliche Umweltzeichen gilt das UWG als Maßnahme zur Abwehr von unlauteren Wettbewerbsmaßnahmen bei entsprechender Irreführungseignung gem § 2 UWG, sowie den per se-Verboten Z 2 (genehmigungslose Verwendung von Güte- und Qualitätszeichen) und Z 4 (unrichtige Behauptung über die Bestätigung, Billigung oder Genehmigung eines Güte- oder Qualitätskennzeichens durch eine öffentliche oder private Stelle) der Schwarzen Liste, sofern diese als irreführend eingestuft werden.³⁴ Es besteht daher durchaus ein Bedürfnis des Gesetzgebers diesen „Wilden Westen“ zu regulieren und einheitliche und überprüfbare Umweltsiegel am Markt einzuführen.

Die Rechtsunsicherheit, die sich für Unternehmen aufgrund unterschiedlicher Rechtsprechung zu

²⁹ *Laoutoumai*, Green Deal und Greenwashing: Neue europäische Vorgaben und nationale Rechtsprechung, WRP 2022 H 6, I.

³⁰ *Laoutoumai*, Keine Irreführung bei Werbung mit "klimateutral" gegenüber Fachkreisen, ZfPC 2022, 191 (192ff).

³¹ *Fromlowitz*, LRZ 2024, 183 (Rz 192); *Laoutoumai*, Green Logistics - Greenwashing im Lichte des Lauterkeitsrecht, LogR 2023, 36 (38ff).

³² BGH 27.06.2024 I ZR 98/23.

³³ *Terry*, Umweltbezogene Produktkennzeichnungen im Wandel: Im Spannungsfeld zwischen Marktzugangssicherung, Werbung und Greenwashing, ZfPC 2022, 221 (222f).

³⁴ *Anderl/ Ciarnau*, Green Deal - Neue Regeln für Nachhaltigkeitswerbung?, ÖBl 2022/60, 203 (206f).

diesem Thema ergeben kann, wird auf internationaler Ebene verstärkt, sobald Produkte grenzüberschreitend verkauft werden. Aufgrund der mangelnden Einheitlichkeit ist eine Prüfung der Zulässigkeit aktuell von Land zu Land für die Unternehmen unerlässlich.³⁵

3.2 Das Vorhaben der Europäischen Kommission

Die gesetzliche und praktische Situation wird zukünftig durch die EmpCo-Richtlinie und die Green-Claims-Richtlinie verändert. Beide Richtlinien haben das Ziel, den Verbraucherschutz zu stärken und die Rechtssicherheit in Bezug auf umweltbezogene Werbeaussagen sowohl für Verbraucher*innen als auch für Unternehmen innerhalb der EU zu erhöhen. Die EmpCo-Richtlinie erweitert als allgemeiner rechtlicher Rahmen die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-Richtlinie) u.a. um Regeln für Umweltaussagen, während die Green-Claims-Richtlinie spezifische Anforderungen für ausdrückliche Umweltaussagen normiert. Nachdem die aktuelle Version der EmpCo-Richtlinie im Trilog erarbeitet wurde, wurde sie vom Europäischen Parlament in erster Lesung am 17. Januar 2024 angenommen und vom Rat am 20. Februar 2024 gebilligt.³⁶ Sie trat daher am 26.03.2024 in Kraft, muss bis 27.03.2026 umgesetzt und bis spätestens 27.09.2026 in Anwendung sein. Die Green-Claims-Richtlinie wird voraussichtlich zu einem späteren Zeitpunkt wirksam werden. Nachdem es sich um einen Entwurf in einem laufenden Gesetzgebungsverfahren handelt, wird dieser bis zur finalen Fassung noch weitere Änderungen erfahren.

³⁵ *Fromlowitz*, LRZ 2024, Rn. 183 (Rz 195).

³⁶ *Fromlowitz*, LRZ 2024, Rn. 183 (Rz 188).

4. Problemstellung und Forschungsfragen

Ziel dieser Dissertation wird es sein, eine wissenschaftliche Untersuchung darüber anzustellen, wie die Verwendung von Umweltwerbung als Geschäftspraktik den Vorgaben des Lauterkeitsrechts entsprechen kann und wo die Grenzen zu ziehen sind. Zudem sollen Ansätze aufgezeigt werden, wie sich Umweltwerbung in den nächsten Jahren im Zuge gesetzlicher Neuerungen entwickeln könnte.

Zu diesem Zweck werden zunächst die beschriebenen Praktiken der Umweltwerbung im Lichte des UWG analysiert und anhand der geltenden rechtlichen Bestimmungen überprüft. Dabei wird auch die einschlägige Rechtsprechung einbezogen. Ziel ist es, den rechtlichen Rahmen zu definieren sowie mögliche Problemfelder und Regelungslücken zu identifizieren. Darüber hinaus werden die nationalen Entwicklungen im Zusammenhang mit den europäischen Neuerungen betrachtet und die entsprechenden legislativen Veränderungen kommentiert.

Zur Erreichung dieses Ziels wird ein umfassender Vergleich der relevanten Literatur und Rechtsprechung in Österreich und Deutschland durchgeführt. Zudem wird auf die neuen Vorschläge und Richtlinien der Europäischen Kommission eingegangen, um diese mit den bestehenden Regelungen zu vergleichen und wesentliche Unterschiede aufzuzeigen.

Im Hinblick auf die dargestellten Problemstellungen sollen im Rahmen der Dissertation insbesondere folgende Forschungsfragen beantwortet werden:

- 1) Inwieweit sind die gängigen Greenwashing-Praktiken mit dem österreichischen Lauterkeitsrecht vereinbar?
- 2) Wie gestaltet sich die Rechtsprechung zu den lauterkeitsrechtlichen Fragenstellungen des Greenwashings in Österreich?
- 3) Was sind die lauterkeitsrechtlichen Rahmenbedingungen für die Verwendung umweltbezogenen Aussagen in der Werbung in Österreich? Welche Claims darf ein Unternehmen nutzen und unter welchen Auflagen?
- 4) Welche Ansätze verfolgt der europäische Gesetzgeber? Welche Veränderungen bringen diese für Österreich? Wie ist eine systemkonforme Umsetzung möglich?
- 5) Wohin wird sich Greenwashing in den nächsten Jahren entwickeln?

5. Vorläufiges Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung
2. Umweltwerbung
 - 2.1. Historische Entwicklung
 - 2.2. Ausgestaltungsformen von Green Washing
 - 2.3. Relevanz von Greenwashing in anderen Rechtsgebieten
3. UWG
 - 3.1. Einleitung
 - 3.2. Zuständigkeit
 - 3.3. Aktiv und Passivlegitimation
 - 3.4. Anspruchsgrundlagen
 - 3.5. Ansprüche
 - 3.6. Durchsetzung
4. Analyse von ausgewählten Green Claims aus lauterkeitsrechtlicher Perspektive im Lichte der Rechtsprechung
 - 4.1. Umweltfreundlich
 - 4.1.1. Überblick
 - 4.1.2. Subsumption
 - 4.1.3. Rechtsprechung
 - 4.2. Bio
 - 4.2.1. Überblick
 - 4.2.2. Subsumption
 - 4.2.3. Rechtsprechung
 - 4.3. Biologisch abbaubar
 - 4.3.1. Überblick
 - 4.3.2. Subsumption
 - 4.3.3. Rechtsprechung
 - 4.4. Klimaneutral
 - 4.4.1. Überblick
 - 4.4.2. Subsumption
 - 4.4.3. Rechtsprechung
 - 4.5. Nachhaltig
 - 4.5.1. Überblick
 - 4.5.2. Subsumption

4.5.3. Rechtsprechung

5. Umweltzeichen und Private Labels
 - 5.1. Aktueller Stand
 - 5.2. Erneuerungen durch die europäischen Richtlinien
 - 5.3. Ergebnis
6. Pläne und Vorhaben der EU um Greenwashing einzudämmen
 - 6.1. Empowering Consumers Richtlinie
 - 6.2. Green Claims Richtlinie
 - 6.3. Einordnung der Vorhaben und Erneuerungen
7. Systemkonforme nationale Implementierung?
8. Weitere Rechtsgebiete in die Greenwashing ausstrahlt
 - 8.1. Kapitalmarktrecht
 - 8.2. Immobilienrecht
9. Ausblick und Conclusio
10. Literatur- und Judikaturverzeichnis

6. Vorläufiges Literaturverzeichnis

Ackermann, Die deutsche Umweltrechtsprechung auf dem Weg zum Leitbild des verständigen Verbrauchers?, WRP 1996, 502.

Ahrens, Werbung mit Klimaneutralität, IPRB 2021, 142.

Alpers, Gegen Greenwashing in der EU: Vorschlag für Green-Claims-Richtlinie, DB 17/2023

Alexander, Der Entwurf der Green Claims-Richtlinie im Regulationssystem des EU-Lauterkeitsrechts, WRP 2024, 142.

Alexander, Green Deal: Verbraucherschutz und ökologischer Wandel, WRP 2022, 657.

Anderl/Ciarnau in *Zahradnik/Richter-Schöllner*, Handbuch Nachhaltigkeitsrecht (2021).

Anderl/Ciarnau, Green Deal - Neue Regeln für Nachhaltigkeitswerbung? Eine kritische Auseinandersetzung, ÖBl 2022, 203.

Anderl/Applin in *Wiebe/Kodek*, UWG² §2 (2021).

Alexander, Green Deal: Verbraucherschutz und ökologischer Wandel, WRP 2022, 657.

Artmann, Umweltwerbung im Recht der Europäischen Gemeinschaft, (1997).

Artmann, Die Beurteilung umweltbezogener Werbung – eine (neuerliche) Bestandsaufnahme, in *Wagner/Bergthaler* (Hrsg), Interdisziplinäre Rechtswissenschaft – Schutzansprüche und Schutzaufgaben im Recht, Festschrift Kerschner (2013).

Artner/Pugl in *Zahradnik/Richter-Schöllner*, Handbuch Nachhaltigkeitsrecht Kapitel 7 (2021).

Assadi, Greenwashing am Kapitalmarkt – ein Problemaufriss, Recht der Umwelt 2020, 137.

Beham/Heid, IG Lebenszyklus Bau - Charta gegen Greenwashing, NR 2021, 500.

Bender/Gerrit-Falker "EU Will Umweltwerbung Regulieren." Lebensmittel Zeitung 2022, 22.

Bittner, Wie „Greenwashing“ eine Lösung der Biodiversitätskrise verhindert, NR 2023, 134.

Bott, Zur Werbung mit einem Gütesiegel "Klimaneutral", IPRB 2023, 47.

Bornkamm/Feddersen in *Köhler/Bornkamm/Feddersen*, UWG⁴¹ § 5, (2023)

Blümel/Kuchar, Green Claims versus Greenwashing, VbR 2023/39, 45.

Brockhausen/Müller, ESG & Compliance – Wie ein Trend zum Kernthema wird, Compliance Praxis 2022, 14.

Cordes, Umweltwerbung – Wettbewerbsrechtliche Grenzen der Werbung mit Umweltschutzargumenten, (1994).

Cobe, Der schmale Grat zwischen grüner Werbung und Greenwashing, (2023).

De Franceschi, The Sustainability of Consumer and Market Law: Green Claims, Greenwashing and the Right to Repair, EuCML 2023, 45 .

Diekmann in Seichter, jurisPK-UWG⁵, § 5 UWG (2022).

Dreher/Held, „Grüne Kartelle“ – Vereinbarungen zwischen Unternehmen im Dienst der Nachhaltigkeit, NR 2022, 296.

Dreyer/Weidert in *Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig*, UWG § 5, 5. Auflage 2021

Dumont, Unlauterer Wettbewerb durch "Greenwashing"? - Geplante Neuregelungen zu Werbung mit umweltbezogenen Angaben auf EU-Ebene, LSK 2022.

Ewert, Wettbewerbsrechtliche Beurteilung von Umweltwerbung ohne Produktqualitätsbezug nach deutschem Recht und europäischem Gemeinschaftsrecht, (1999).

Ernst, Irreführende Werbung mit „Klimaneutralität“ — Ein Überblick über die aktuelle Rechtsprechung und geplante Änderung der UGP-Richtlinie. Monatsschrift für Deutsches Recht 76, (2022) 1320.

Fabian in *BINDER GRÖSSWANG* (Hrsg), Sustainable Finance (2022).

Fromlowitz, Empowering Consumers Richtlinie und Green Claims Richtlinie – das Ende des Greenwashings?, LRZ 2024, 183.

Forgò, Europäisches Umweltzeichen und Welthandel: Grundlagen, Entscheidungsprozesse, rechtliche Fragen (1999).

Füger, Umweltbezogene Werbung, (1993).

Gamerith, Klimaneutralität durch Kompensationszahlung OGH 28.11.2012, 4 Ob 202/12b, ÖBl 2013/41.

Glinski, Umweltfreundliches und ethisches Konsumverhalten im harmonisierten Kaufrecht, Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht 2003, 649.

Görg in *Görg* (Hrsg), Kommentar zum UWG § 2 UWG, (2020).

Gruppe, Lauterkeitsrechtliche Implikationen beim „greenwashing“, 14

GRUR-Prax 2023, 324.

Gruber in *BINDER GRÖSSWANG* (Hrsg), Sustainability Law, Nachhaltigkeit entlang der globalen Lieferketten – Der Entwurf eines „EU-Lieferkettengesetzes“ (2022).

Harringer/Kubat, Green Deal oder Greenwashing? Eine Stellungnahme zu aktuellen europäischen Gesetzesvorhaben, NR 2023, 361.

Hartmann, Die grüne Lüge : Weltrettung als profitables Geschäftsmodell (2018).

Hartwig, Das Verhältnis von Werbung und Umwelt und seine wettbewerbsrechtlichen Grenzen, (1999).

Hartwig, Die lauterkeitsrechtliche Beurteilung der Werbung mit dem „Grünen Punkt“, GRUR 1997, 560.

Hofer/Amschl, Greenwashing und UWG: Ein Überblick, NR 2021, 421.

Hoffer/Syrch in *BINDER GRÖSSWANG* (Hrsg), Sustainability Law Nachhaltigkeit im Kartellrecht (2022).

Horak, Irreführende Werbung mit Recycling-Meeresplastik, ecolex 2018/449, 1009.

Hirsch, Die grüne Seite des Lauterkeitsrechts, ecolex 2022/546, 817.

Hirsch, Mit Verifizierungspflichten und Geldstrafen gegen Greenwashing: Ein Blick auf den Green-Claims-RL-Vorschlag der EK, ecolex 2023/375.

Hofer/Sebulke, OLG Schleswig 6 U 46/21 = NR 2023, 66.

Kalandra, Verdachtsmoment: Greenwashing , CFOaktuell 2023, 35.

Kasiske, Strafbarkeitsrisiken beim „Greenwashing“ von Finanzprodukten, Zeitschrift für Wirtschafts- und Bankenrecht 2023, 53.

Keller, Zeitwende im Lauterkeitsrecht, GRUR 2022, 761.

Kind, Werbung mit Umweltaspekten: OGH – Im Wettbewerb zulässig, aber strenge Maßstäbe, (1994).

Kisseler, Wettbewerbsrecht und Umweltschutz, WRP 1994, 149.

Klein/Franziska, Grün oder nur gewaschen? Greenwashing-Risiken in der Werbung, BB 2023, 323.

Klein/ Mauritz, Green Hushing - Gibt es eine Pflicht zur Aufklärung über (verpasste) Umweltziele?, BB 2023, 1417.

Mahfoozpour/Staber, Spannungsfeld „Greenwashing“: Eine Rechtsprechungsübersicht, NR 2022, 6.

Meisterernst/Sosnitza, Der Richtlinienentwurf zu Green Claims (GCD) – Ein neues Regime für umweltbezogene Werbeaussagen, WRP 2023, 771.

Möllers, Green Deal: Greenwashing, Information Overload und der vergessene Good Corporate Citizen als Investor, ZHR 2021, 881.

Micklitz, Umweltwerbung im Binnenmarkt, WRP 1995, 1014.

Möller, Die aktuellen Entwicklungen im Lauterkeitsrecht, NJW 2023, 1624.

Möller, Die aktuellen Entwicklungen im Lauterkeitsrecht, NJW 2022, 3615.

Müller/Sonnleithner in *Zahradnik/Richter-Schöller*, Handbuch Nachhaltigkeitsrecht Kapitel 5 (2021).

Nageler-Petritz, Prozessuale Durchsetzung von Ansprüchen, in *Anderl* (Hrsg), Praxishandbuch UWG (2021).

Paulus, Umweltwerbung – Nationale Maßstäbe und europäische Regelungen, WRP 1990, 739.

Prohaska-Marchried/Stranzinger, Mit "Green Claims" werben – eine Checkliste, Compliance Praxis 2023, 35.

Pfeifer, Green Claims in der Werbung – Tue Gutes und rede darüber – oder besser nicht?, GRUR 2023, 913.

Rehart/Ruhl/Isele in BeckOK UWG²⁰, UWG § 5 (2022).

Ruess in MüKoUWG³, UWG § 5,(2020).

Rudorfer, 4. Sustainable Finance, ÖBA 2023, 472.

Ruhmannseder in *Ruhmannseder/Wess*, Handbuch Corporate Compliance (2022).

Ruttloff/ Bingel/ Bühler, Rechtliche Fallstricke für Unternehmen im Zusammenhang mit Greenwashing (Teil I), BB 2023, 1155.

Ruttloff/ Kappler/ Schuler, Rechtliche Fallstricke für Unternehmen im Zusammenhang mit Greenwashing (Teil II), BB 2023, 1219.

Ruttloff/ Wehlau/ Wagner/ Skoupil/ Rothenburg, Rechtliche Fallstricke für Unternehmen im Zusammenhang mit Greenwashing (Teil III), BB 2023, 1283.

Rüffler, Umweltwerbung und Wettbewerbsrecht (Teil Ia), ÖBl 1995, 243.

Rüffler, Umweltwerbung und Wettbewerbsrecht (Teil Ib), ÖBl 1995, 251.

Rüffler, Umweltwerbung und Wettbewerbsrecht (Teil II), ÖBl 1996, 3.

Schmidt-Kessel/Thiel, „Stand 5.5.2023“ Zeitschrift für das Privatrecht der Europäischen Union, (2023). 20(3), 127.

Schwar, Umweltzeichen und betrieblicher Umweltschutz (1999).

Seidelberger, Das UWG ist 100 Jahre alt! , ÖBl 2023/58, 187.

Sosnitza in *Ohly/Sosnitza*⁸, UWG § 5, (2023).

Soppe/Fuchs, Greenwashing - Ein aktuelles Thema für Rechtsprechung und Rechtsetzung, WRP 2022, 1338.

Steuer, "Klimaneutrale" Produkte im Lauterkeitsrecht, GRUR 2022, 1408.

Terry, Umweltbezogene Produktkennzeichnungen im Wandel: Im Spannungsfeld zwischen Marktzugangssicherung, Werbung und Greenwashing, ZfPC 2022, 221.

Thiele, Lauterkeit und Nachhaltigkeit - der Wahrheitsgrundsatz in der Werbung mit Umweltaspekten, RdW 2023/472.

Thomalla, Die Werbung mit „klimaneutralen“ Produkten, VuR 2022, 458.

Uitz in BINDER GRÖSSWANG (Hrsg), Sustainability Law Nachhaltigkeit in der Immobilienwirtschaft (2022).

Viniol, Werbung mit Klimaneutralität, GRUR-Prax 2023, 289.

Völker, Irreführende Umweltwerbung, (2000).

Wiebe, EG-rechtliche Grenzen des deutschen Wettbewerbsrechts am Beispiel der Umweltwerbung, EuZW 1994, 41.

Wiebe, Zur „ökologischen Relevanz“ des Wettbewerbsrechts – Lauterkeitsrechtliche Grenzen der Umweltwerbung, WRP 1993, 643.

Wölwer, Zur Zulässigkeit der Werbung mit Umweltslogans und Umweltzeichen im deutschen und amerikanischen Recht, (2000)

Wiltschek/Horak, UWG^{8.03} §2 (2020).

Österreichische Rechtsprechung

OGH 18. 5. 1993, 4 Ob 38/93.

OGH 13. 3. 2002, 4 Ob 15/02p.

OGH 20. 9. 1994, 4 Ob 90/94.

OGH 28. 11. 2012, 4 Ob 202/12b.

OGH 29. 11. 2005, 4 Ob 200/05y.

OGH 17. 4. 2013, 4 Ob 44/13v.

OGH 23. 8. 2018, 4 Ob 144/18g.

OGH 28. 11. 2012, 4 Ob 202/12b.

OGH 20. 9. 1994, 4 Ob 90/94.

OGH 13. 3. 2002, 4 Ob 15/02p.

OGH 17. 4. 2013, 4 Ob 44/13v.

OGH 29. 11. 2005, 4 Ob 200/05y.

OGH 23. 8. 2018, 4 Ob 144/18g.

OGH 21.02.2017, 4 Ob 269/16m.

OGH 09.10.1990 4 Ob 121/90

OGH 09.10.1990 4 Ob 132/90

OGH 18.05.1993 4 Ob 38/93

OGH 22.03.1994 4 Ob 23/94

OGH 20.10.1998 4 Ob 268/98k

OGH 16.03.2004 4 Ob 20/04a

OGH 30.03.2020 4 Ob 200/19v

OGH 07.10.2003 4 Ob 198/03a

OGH 17.04.2013 4 Ob 44/13v

RS0078210

RS0078315

RS0078217

RS0123292

RS0078217

RS0078176

Deutsche Rechtsprechung

KG Berlin 21. 5. 2010, 5 U 103/08.

OLG Frankfurt a.M. 10.11.2022, 6 U 104/22.

LG Frankfurt aM 31. 5. 2016, 3-6 O 40/15.

OLG Schleswig 30. 6. 2022, 6 U 46/21.

LG Konstanz 19. 11. 2021, 7 O 6/21.

LG Stuttgart 5. 12. 2022, 53 O 169/22.

LG Oldenburg 16. 12. 2021, 15 O 1469/21.

LG Kleve 22. 6. 2022, 8 O 44/21.

OLG Hamm 19. 8. 2021, 4 U 57/21.

LG Stuttgart 6. 2. 2023, 35 O 97/22.

OLG München 9. 12. 2021, 6 U 1973/21.

LG Konstanz, 19. 11. 2021, 7 O 6/21

OLG Frankfurt aM 10. 11. 2022, 6 U 104/22.

LG Kleve 22. 6. 2022, 8 O 44/21.

LG Stuttgart 6. 2. 2023, 35 O 97/22.

OLG München 31.03.2022, 6 U 1972/21.

OLG Schleswig 30.06.2022 6 U 46/21

OLG Düsseldorf 6. Juli 2023, 20 U 72/22

OLG Düsseldorf, 6. Juli 2023, 20 U 152/22

OLG Frankfurt, 29. April 2021, 6 U 200/19

LG Karlsruhe, 26. Juli 2023, 13 O 46/22

OLG Frankfurt a.M. 16.02.2023, 6 U 157/22

LG Frankfurt a.M. 15.07.2023, 3-12 O 21/22

LG Frankfurt a.M. 17.03.2022, 3-10 O 14/22

LG Mönchengladbach 25.02.2022, 8 O 17/21

LG Stuttgart 10.01.2022, 36 O 92/21

VG Düsseldorf 17.03.2021, 16 K 6327/20

OLG Schleswig 03.09.2020, 6 U 16/19

OLG Düsseldorf 09.07.2020, 20 U 162/20

LG Bremen 28.02.2020, 12 O 223/19

OLG Stuttgart 25.10.2018, 2 U 48/18

BGH 29.03.2018, ZR 243/14

BGH 27.06.2024, ZR 98/23.

OLG Stuttgart 14.09.2017, 2 U 2/17

LG Celle 08.12.2016, 13 U 72/16

LG Frankfurt a.M. 31.05.2016, 3 – 06 O 40/15

OLG Düsseldorf 17.05.2016, I-20 U 150/15

OLG Köln 16.09.2014, 15 U 28/14

LG Düsseldorf 19.07.2013, 38 O 123/12

LG Düsseldorf 25.04.2013, 37 O 90/12

OLG Hamm 27.09.2012, I-4 U 63/12

BGH 13.09.2012, I ZR 230/11

OLG Hamm 27.03.2012, I-4 U 193/11

OLG Koblenz 10.08.2011, 9 U 163/11

OLG Karlsruhe 26.06.2008, 4 U 187/07

OLG Hamburg 02.05.2007, 5 U 85/06

BGH 23.05.1996, I ZR 76/94

BGH 05.12.1995, I ZR 140/94

BGH 14.12.1995, I ZR 213/93

OLG Köln 04.12.1992, 6 U 75/92

BGH 04.10.1990, I ZR 39/89

OLG München 14.09.1989, 29 U 4781/89

BGH 20.10.1988, I ZR 238/8