

POWERED BY

Kärntner
SPARKASSE

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER KÄRNTEN
GRÜNDERSERVICE

IN KOOPERATION MIT

build!
GRÜNDUNGSZENTRUM KÄRNTEN

see:PORT
innovate and create @ the lake

BABEG
Success
in Carinthia.



Keynote,
Workshops &
Impulsvortrag,
Info-Area
und vieles mehr

GRUENDERTAG.AT

**JETZT
DURCH
STARTEN**

KSV1870

Die Kärntner
Rechtsanwältinnen
und Rechtsanwälte

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER KÄRNTEN
ASSOCIATION

UBIT Unternehmensberater
Buchhalter
IT-Dienstleister

iw
KÄRNTEN

**startup
carinthia**

AMS
Arbeitsmarktservice
Kärnten

KSW KAMMER DER STEUERBERATER:INNEN
UND WIRTSCHAFTSPRÜFER:INNEN
LANDESSTELLE KÄRNTEN

SVS
Gemeinsam gesünder.

**MAKERSPACE
CARINTHIA**

ONLINEHELDEN

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER KÄRNTEN
FRAU IN DER WIRTSCHAFT

WIFI
WKO

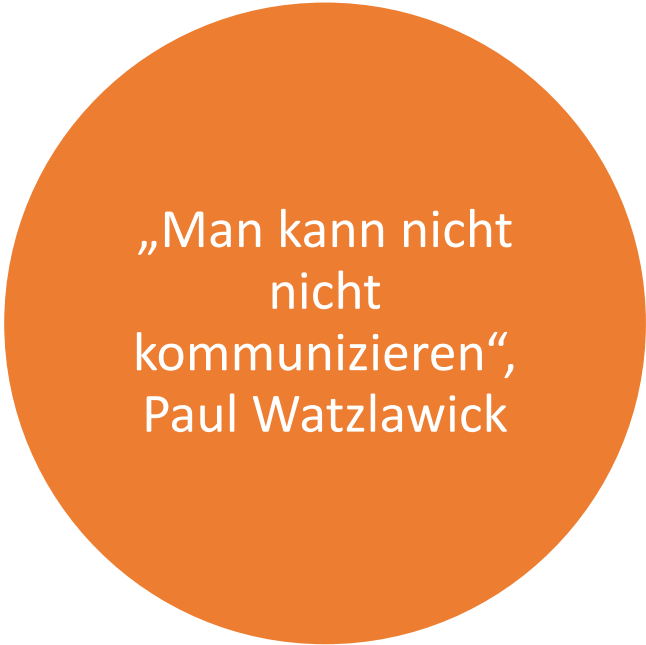



NACHHALTIGKEIT 300 KM


NACHHALTIGKEIT 30 KM



GREENWASHING



„Man kann nicht
nicht
kommunizieren“,
Paul Watzlawick



Ziel: Botschaft soll
beim Empfänger so
ankommen, wie ich
sie abgeschickt
habe, bzw. wie ich
möchte, dass sie
ankommt

Greenwashing - Herausforderungen



53% der grünen Werbeaussagen

sind vage, irreführende oder unbegründete Informationen.



40% der claims

haben keine Belege.



Die Hälfte aller grünen Labels

bieten eine schwache oder nicht vorhandene Kontrolle.



Es gibt 230 Nachhaltigkeitssiegel

und 100 Ökostrom-Labels, die sich in ihrer Transparenz erheblich unterscheiden.

Eisberg-Modell NH- Kommunikation

- kleiner Teil der eignet sich für Kommunikation Richtung Endverbraucher
- soziale und ökologische Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette - nicht sichtbarer Teil des Eisbergs
- Experten-Kommunikation – essentiell um überhaupt glaubwürdig kommunizieren zu können



Was kommt auf uns zu...

- **GreenClaim Directive: regelt WIE**
- Einheitliche Standards für Belegbarkeit, Vergleichbarkeit und Kommunikation

- **EmpCo: regelt das WAS**
- bestehendes UWG wird durch EmpCo Directive ergänzt und verschärft (Umweltaussagen, Siegel, Klimaneutralität, schwarze Liste)

Die Green Claims Directive definiert erstmals konkrete Regeln für den Einsatz von Green Claims

Green Claims Directive

- Europaweite Standards zum **Inhalt und zur Belegbarkeit von umweltbezogenen Werbeaussagen**
- Vorgaben zur Kommunikation der Begleitinformationen von Green Claims

Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel

- **Verbot allgemeiner Umweltaussagen**
- Verbot von Eigensiegeln
- Verbot von Werbung mit kompensierter Klimaneutralität

Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG)

- **Verbot irreführender Werbung mit Green Claims**
- Verbot unlauterer Geschäftspraktiken

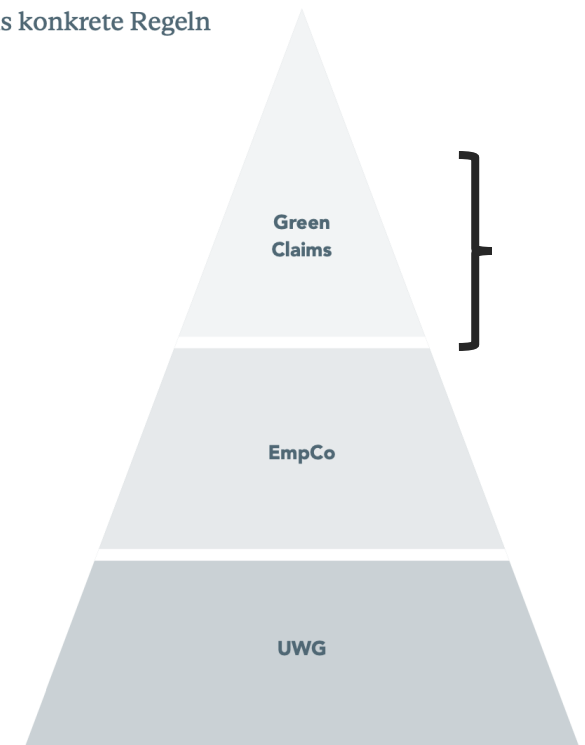


Abbildung 2: **Zusammenwirken der drei Rechtsrahmen für Green Claims**

Wichtigste Neuerungen EmpCo

Anpassung des UWG

Zentrales Standbein
der EU für
Bekämpfung unlauter
umweltbezogener
Werbung mit
Umweltvorteilen

- Verbot **allgemeiner Umweltaussagen** und Voraussetzung eines Umsetzungsplans bei Umweltaussagen über zukünftige Umwelleistungen
- Verbot der Werbung mit **irrelevanten Vorteilen**
- Verbot unternehmenseigener **Nachhaltigkeitssiegel**
- Verbot von Umweltaussagen zum gesamten Produkt/Unternehmen, die nur einen Teil betreffen -> **CHERRY-PICKING**
- Verbot der Werbung mit **kompensierter Klimaneutralität**

Was ist Greenwashing

Irreführende Labels:
selbst verliehene
Labels ohne
Aussagekraft

Irrelevante Aussagen:
Hervorheben ohnehin
einzuhaltender
gesetzlicher Vorgaben

Zielkonflikte:
Werbung mit „grünen“
Eigenschaften, obwohl
andere schädlich sind

Unklarheit:
Verwendung vager
Begriffe

Unwahrheit:
Verwendung falscher
Botschaften

Die Praxis, irreführende oder unbegründete Umweltversprechen zu machen, um ein Produkt oder Unternehmen umweltfreundlicher darzustellen, als es tatsächlich ist

Fallen Ihnen Beispiele ein?





Werbung vs. Nachhaltigkeit

<https://youtu.be/MNU4-ljcxho?si=uQtw1n8LV0qyef88>

BGH-Urteil:

Klimaneutral-Werbung von Katjes irreführend

flip.
CORPORATE



IRRFÜHRENDE WERBUNG MIT KLIMANEUTRALITÄT - BGH-URTEIL ZU KATJES

veröffentlicht am 09.08.2024

Der deutsche Bundesgerichtshof (BGH) hat kürzlich zur Werbung mit dem Begriff „klimaneutral“ entschieden. Unternehmen müssen in ihrer konkreten Werbung klarstellen, welche Maßnahmen zur Erreichung der Klimaneutralität ergriffen wurden. Hinweise außerhalb der Werbung reichen nicht aus.

Beispiele – aktuelle Rechtssprechung?

<https://www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Aktuelles/Konsumentenfragen/Irrfuehrende-Werbung-mit-Klimaneutralitaet---BGH-Urteil-z.html>

Greenwashing-Urteil: Gösser muss alle Etiketten umdrucken



Urteil rechtskräftig: Konsumentenschützer gewannen gegen die Brau Union die erste Klage wegen irreführender Werbebotschaften im Zusammenhang mit Klimaschutz. Weitere Unternehmen könnten folgen.

VERÖFFENTLICHT: 23. MÄRZ 2024 VON RED. M. A.
Gerichtsurteil: KLM begehrt Greenwashing



Lesedauer < 1 Minute.

Ein niederländisches Gericht hat entschieden, dass die Fluggesellschaft KLM ein „zu rosiges Bild“ von der Nachhaltigkeit des Flugverkehrs zeichnet. Der Fall wurde von niederländischen Umweltverbänden im Rahmen der europäischen Regeln für irreführende Werbung eingereicht. Aktivisten nannten es „einen historischen Sieg über Greenwashing“, aber das Urteil enthält keine Aufforderung zur Berichtigung der Aussagen – lediglich eine Ermahnung, dass KLM in der künftigen Kommunikation „ehrlich und konkret“ sein muss. Deutsche Welle: <https://www.dw.com/en/greenwashing-klm-ads-were-misleading-dutch-court-says/a-68621641>



URTEIL
CO₂-neutral nach Venedig? Gericht verurteilt AUA wegen Greenwashings

Das Unternehmen hat mit zu großen Versprechungen bezüglich des Einsatzes von nachhaltigen Treibstoffen geworben und will künftig anders kommunizieren

Jakob Pfliß
25. September 2023, 08:46 105 Postings



Nachhaltigkeitskommunikation wird sich verändern





... auch
unserem
Klima.

Seit 2021 produziert [redacted] alle Produkte klimaneutral.
Jetzt auch gut sichtbar auf jedem Beutell!

Klimaneutral
Produkt
[redacted]

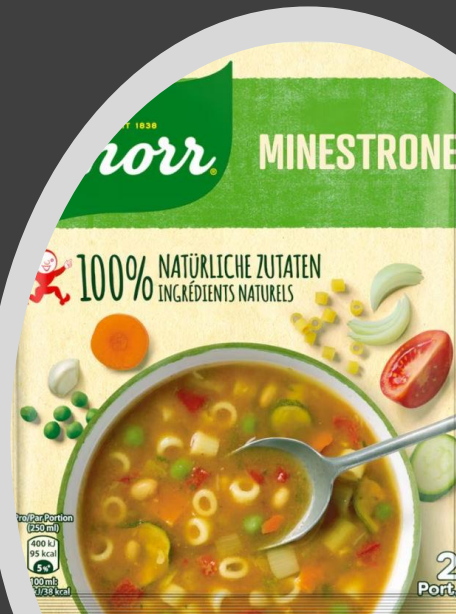


JA
SAGEN UND
CO₂ AUSGLEICHEN
Wir beraten Sie gern!

Umweltlügen

- CO₂-neutral
- earth friendly
- 100% sustainable
- 100% natural
- nachhaltig
- klimaneutral

Neue RL wird beinahe 20
Begriffsbestimmungen enthalten





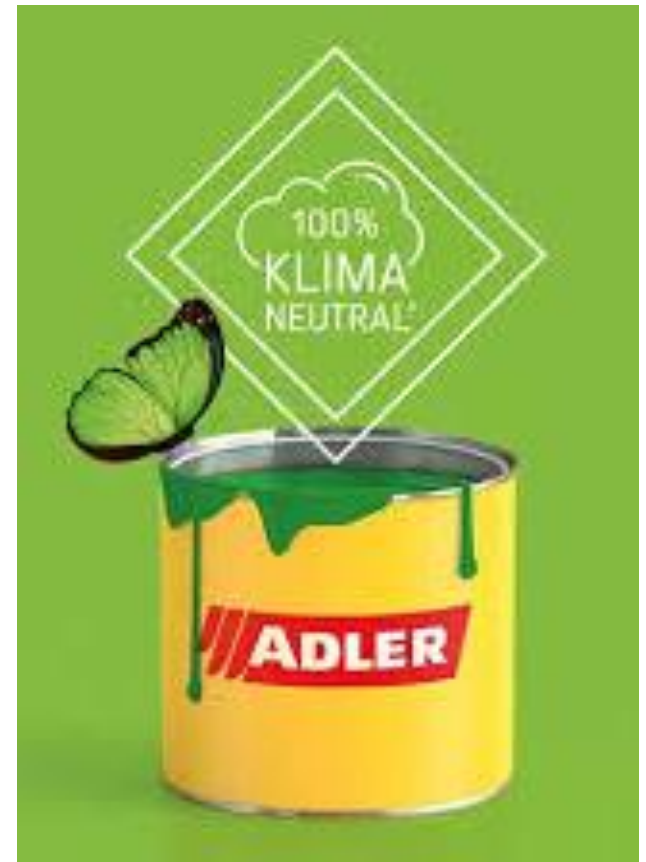
Erweiterung der
Tatbestände
irreführender
Geschäftspraktiken

Über „wesentliche Merkmale“ darf nicht getäuscht werden -> NEU

- über ökologische und soziale Merkmale
- über Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit,...
- umweltbezogenen Produktvergleiche:
 - **Informationen über die Vergleichsmethode**
 - die **betreffenden Produkte** und die
 - **Lieferanten** dieser Produkte sowie
 - die bestehenden **Maßnahmen** um die Informationen auf dem neuesten Stand zu halten

CHERRY-PICKING und irrelevant

- Werbung mit Vorteilen für Verbraucher, die irrelevant sind und sich nicht aus einem Merkmal des Produktes oder der Geschäftstätigkeit ergeben
- Werbung mit Umweltaussagen, die nur einen Teil des Produktes betreffen
- Werbung mit Eigenschaften, die für alle Produkte kraft Gesetzes gelten



Wildwuchs öffentlicher & privater Umweltsiegel und Labels

Irreführende umweltbezogene Angaben



geprüfte Nachhaltigkeitssiegel und Umweltzeichen

- EU-Energielabel (Elektrogeräte u.ä.m.)
- Bio-Siegel (Lebensmittel)
- EU Ecolabel (verschiedene Alltagsprodukte)
- Blauer Engel (verschiedene Alltagsprodukte)
- Grüner Knopf (Bekleidung).

<https://www.umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag/uebergreifende-tipps/siegel-label#umweltsiegel-nutzen>

Unsere TOP-Umweltsiegel

Mit diesen TOP-Umweltsiegeln behalten Sie Ihr Leben umweltfreundlich.
Quelle: Helen Czioska / UBA

Klimaneutralität

Aussagen über Klimaneutralität wird es stark treffen - EU sieht eigene CO₂-Einsparung und ausgelagerte CO₂-Kompensation als NICHT GLEICHWERTIG an

- Neutralitätsversprechen auf Grundlage von Kompensationen durch Waldschutz- und Aufforstungsprojekte unzulässig
- Kompensationsmaßnahme grundsätzlich nicht mehr Begründung für die Bewerbung von Produkten mit „klimaneutral“ oder positive Auswirkung auf CO₂-Bilanz
- Man darf weiterhin damit werben, aber nicht im Kontext mit dem Produkt!





Es wird wesentlich schwieriger mit Umweltaussagen zu werben ohne Gefahr zu laufen, gegen das Gesetz zu verstoßen!

Folge: „Greenhushing“?

Sanktionen und Betroffenheit

- Alle Unternehmen inkl. Mikrounternehmen (Anwendungsbereich UGP-RL bzw. UWG)
- **Sanktionen:** Klagen auf Unterlassung, Schadenersatz (vgl. UWG, KSchG)



Wie komme ich zu meinen
Daten?

Häufig verwendete Standards

- **Freiwillige Reporting Standards für KMU (VSME)**
- Die Global Reporting Initiative (GRI)
- SDG-Kompass
- Science based targets (SBT)
- Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol)

<https://www.wko.at/nachhaltigkeit/freiwillige-nachhaltigkeitsberichterstattung>





VSME – freiwilliger Bericht

- Das Unternehmen soll Informationen berichten, die **relevant, verlässlich, vergleichbar, verständlich und überprüfbar** sind
- **Informationen bereitzustellen**, die dazu beitragen, die Datenanforderungen **großer Unternehmen** zu erfüllen
- **Informationen bereitzustellen**, die die Datenanforderungen von **Banken und Investoren**
- **das Management der Nachhaltigkeitsthemen zu verbessern**

Aufbau VSME



Basic Modul

Die Anforderungen B1 und B2 sowie die grundlegenden Kennzahlen (B3 bis B11).

Dieses Modul stellt den Zielansatz für Mikrounternehmen dar und bildet eine Mindestanforderung für andere Unternehmen.

Comprehensive Modul

Dieses Modul legt zusätzliche Datenpunkte fest, ergänzend zu den Offenlegungen B1-B11, die voraussichtlich von Banken, Investoren und Unternehmenskunden zusätzlich zum Basis-Modul angefordert werden.

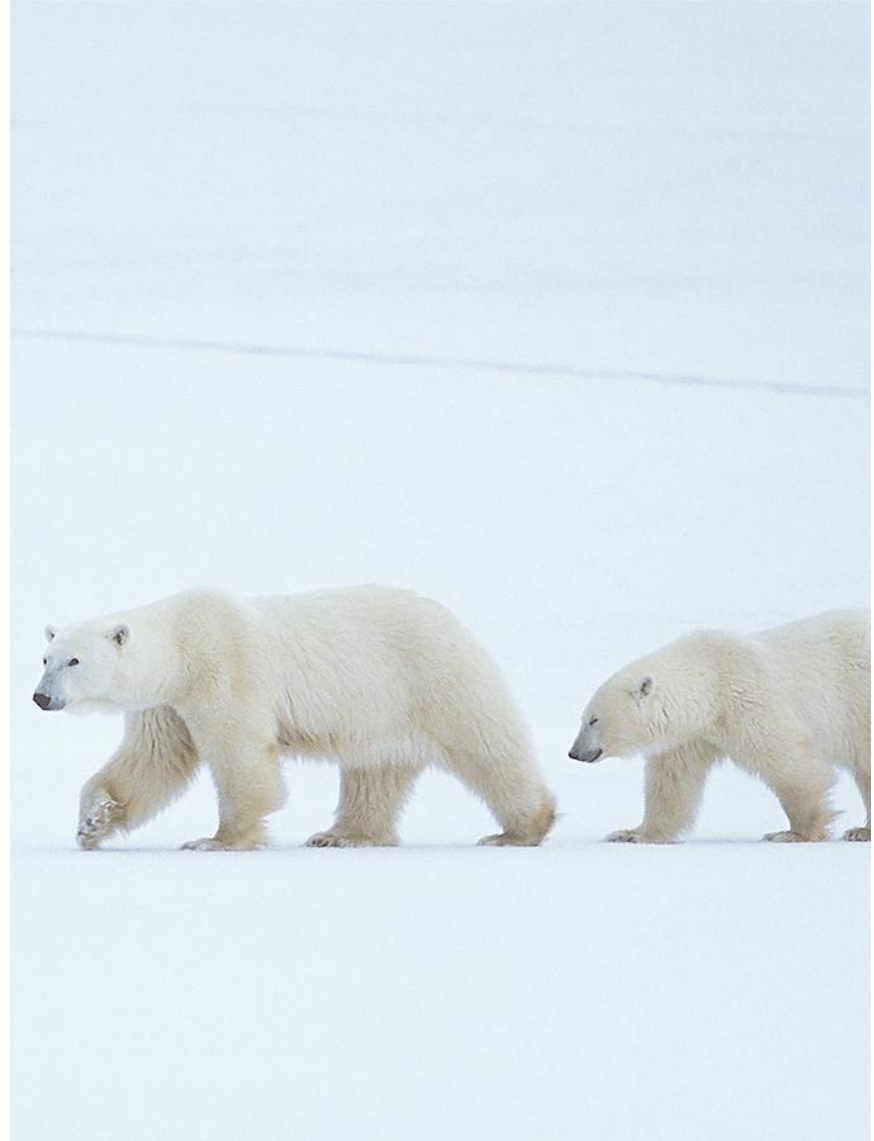
Grundlagen für Ihr Unternehmen

- Um eine bessere Vorstellung über den aktuellen sowie den angestrebten Stellenwert von Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen zu bekommen, sollten Sie unter anderem folgende Fragen beantworten:
- Welche Vision / Mission / Werte / welches Leitbild hat mein Unternehmen?
- Was bedeutet Nachhaltigkeit für mein Unternehmen?
- Welche Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt mein Unternehmen?
- [NACHHALTIGKEITS-CHECK WKO](#)



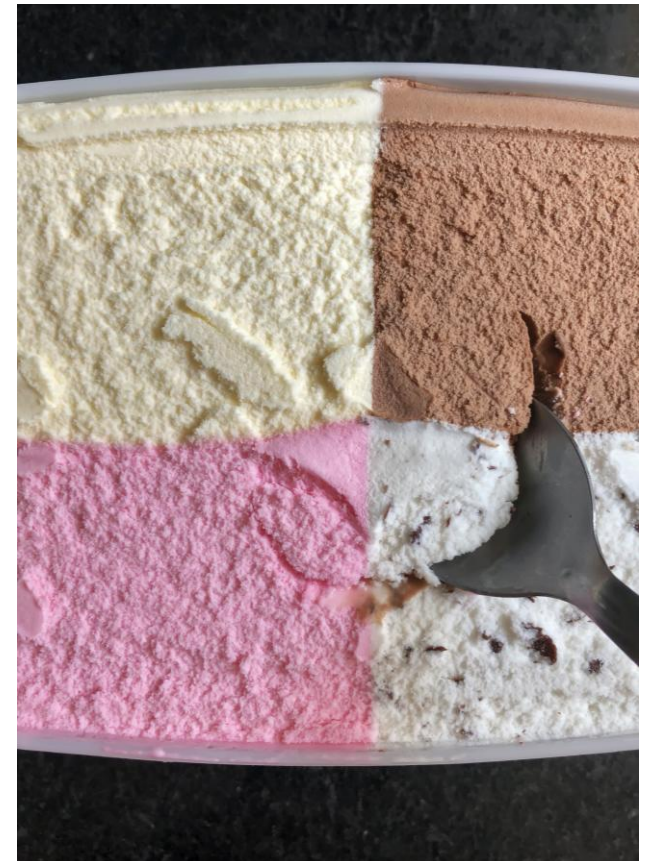
Schritt 2: Wesentliche ESG- Themen festlegen

- Welche Themen sind wesentlich für die Berichterstattung
- Umwelt (Environment), Soziales (Social) und
Unternehmensführung (Governance) – auch [ESG](#).
- **Wesentliche Themen:**
- Welche Handlungsfelder lassen sich zu den wesentlichen
Themen ableiten?
- Welches Ambitionsniveau soll bei den jeweiligen Themen
verfolgt werden?
- Welche Ziele, Maßnahmen und Leistungsindikatoren helfen
bei der Verbesserung dieser Themen?
- [Standards für die freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung](#)



Schritt 3: Daten für Ihren freiwilligen Nachhaltigkeitsbericht sammeln

- Nun gilt es, Daten und Fakten für die wesentlichen Themen zu sammeln. Die hierfür benötigten Informationen stammen in der Regel aus unterschiedlichsten Quellen. Folgendes sollte geklärt werden:
 - Welche Informationen und Daten benötigen wir von welchen Abteilungen?
 - Wie sammeln wir die Daten möglichst strukturiert?
- [Klimaportal](#)
- [OeKB > ESG Data Hub](#)



Schritt 4: Bericht erstellen

- Auch die Erstellung Ihres freiwilligen Nachhaltigkeitsberichtes ist Teamarbeit. Die folgenden Aktivitäten geben eine grobe Struktur vor:
- Konzept und Struktur ausarbeiten
- Verantwortlichkeiten für die einzelnen Kapitel festlegen
- Einheitliche Qualitätsstandards für die Inhalte formulieren
- Verbindliche Abgabefristen vereinbaren



Schritt 5: Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichen

- Die Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichtes macht das Engagement sichtbar – nach innen und außen.
- Überlegen Sie:
 - welche Zielgruppen soll erreicht werden?
 - wie wird auf den Nachhaltigkeitsbericht aufmerksam gemacht (z.B. Website, Newsletter, Social-Media, Intranet, Kundenbesuche, Veranstaltungen),
 - welche Kernbotschaften sollen übermittelt werden
 - wie wird mit Kritik umgegangen



Achtung! Tipps für nachhaltigen Erfolg

- Visualisieren Sie Ihre ESG-Daten auch mit Grafiken
- Transparenz und Glaubwürdigkeit erhöhen
- Von Best-Practice-Beispielen inspirieren lassen
- Vermeiden Sie Greenwashing





SERVICES UND TOOLS

- Information -> wko.at/nachhaltigkeit
- Beratungen
- Online-Tools
- Webinare
- Veranstaltungen
- Aus- und Weiterbildungen

Online- Ratgeber Nachhaltigkeit

beratung.wko.at/nachhaltigkeitscheck



WKO
ONLINE
RATGEBER

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER KÄRNTEN

NACHHALTIGKEITS- CHECK FÜR UNTERNEHMEN

Verschaffen Sie sich einen Überblick über
Ihren Nachhaltigkeitsstatus und entdecken
Sie Maßnahmen zur Verbesserung!



© Jacob Lund | stock.adobe.com

Online-Ratgeber Nachhaltigkeits-Check
Den betrieblichen Nachhaltigkeitsstatus evaluieren und verbessern

- Fassen Sie zusammen, welche Maßnahmen Ihr Unternehmen bereits umgesetzt hat
- Lassen Sie sich inspirieren, welche Maßnahmen Sie noch umsetzen könnten
- Erstellen Sie eine Checkliste mit konkreten Verantwortlichkeiten und Terminen
- Erhalten Sie weiterführende Empfehlungen

Jetzt starten

Klimabilanztool

<https://wk.esg-portal.at/>

Willkommen im Klimaportal
Klimabilanzen, als Ergänzung zu Finanzbilanzen, werden immer wichtiger. Sie können hier Klimabilanzen erstellen, und damit erste Schritte Richtung ESG-Reporting setzen.

Sie können mehrere Datenerhebungen und Auswertungen erstellen.

[Zu meinen Klimabilanzen!](#)

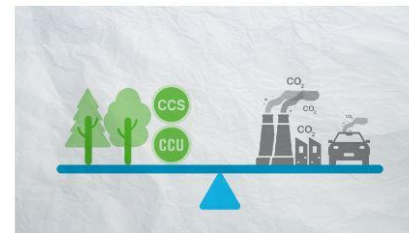
Eine zuletzt bearbeitete Datenerhebung wurde gefunden.

[Jetzt fortfahren](#)

Klimaindikator
Der Klimaindikator begleitet Sie am Weg zur Klimaneutralität. Er zeigt Ihnen an, ob Sie Ihr jährliches Reduktionsziel Richtung Null CO₂e-Emissionen im Jahr 2040 aktuell erreichen.

+1,5 t CO₂e -0,5 t CO₂e -2,5 t CO₂e

The screenshot shows a user interface for the climate portal. It features a dark blue header with the title 'Willkommen im Klimaportal' and a sub-header 'Klimaindikator'. Below the header, there are two main sections. The first section, 'Willkommen im Klimaportal', contains a paragraph explaining the importance of climate balances, a sub-header 'Sie können mehrere Datenerhebungen und Auswertungen erstellen.', and a red button labeled 'Zu meinen Klimabilanzen!'. The second section, 'Klimaindikator', contains a paragraph explaining the indicator's purpose, a sub-header 'Der Klimaindikator begleitet Sie am Weg zur Klimaneutralität...', and three circular gauges showing values: '+1,5 t CO₂e', '-0,5 t CO₂e', and '-2,5 t CO₂e'. At the bottom of the screenshot, there is a large green graphic with a grid pattern, a circular arrow, and two people standing on a globe.



© Artinun | stock.adobe.com

Klimaportal

Betriebliche Klimabilanz erstellen und den Überblick über Meilensteine behalten

- Sammeln Sie alle verfügbaren Daten für die Bereiche Energie, Mobilität & Transport, Materialien und Abfall in einer Datenbank
- Erhalten Sie per Mausklick eine strukturierte Auswertung inklusive grafischer Darstellungen
- Erfahren Sie, wie viel Treibhausgasemissionen pro Jahr in Ihrem Betrieb eingespart werden müssten, um bis 2040 klimaneutral zu sein

[Jetzt starten](#)

Webinarübersicht

<https://www.wko.at/nachhaltigkeit/nachhaltigkeit-webinare>

Webinare zu Nachhaltigkeit

Ankündigungen und Nachschauen zu nachhaltigkeitsrelevanten Veranstaltungen

Lesedauer: 15 Minuten



© PANDA | stock.adobe.com

Beratungen / ESG Expert Group / Diverses



Förderberatung WKK – Alfred Puff



Förderdatenbank

<https://www.wko.at/oe/foerderungen/foerderungen>



ÖKB Data Hub

<https://www.oekb.at/weitere-serviceangebote/oekb-esgdatahub.html>



ESG Expert Group

[Pool an Beratern zum Thema Nachhaltigkeit](#)



Ökofit-Förderung

<http://www.oekofit.at>

POWERED BY

Kärntner
SPARKASSE

TAG DER GRÜNDUNG
GRUENDERTAG.AT



WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER KÄRNTEN
GRÜNDERSERVICE

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

MMag. Verena Ogris

Referentin Nachhaltigkeit, Projektmanagerin

Wirtschaftskammer Kärnten, Servicezentrum

Europaplatz 1
9021 Klagenfurt am Wörthersee

+43 5 90904 709

verena.ogris@wkk.or.at



IN KOOPERATION MIT

build!
GRÜNDUNGSZENTRUM KÄRNTEN

see:PORT
innovate and create @ the lake

BABEG
Success
in Carinthia.

**JETZT
DURCH
STARTEN**

KSV1870
Die Kärntner
Rechtsanwältinnen
und Rechtsanwälte

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER KÄRNTEN
AUSSENWIRTSCHAFT

UBIT
Unternehmensberater
Buchhalter
IT-Dienstleister

iw
KÄRNTEN
**startup
carinthia**

AMS
Arbeitsmarktservice
Kärnten

KSW KAMMER DER STEUERBERATER:INNEN
UND WIRTSCHAFTSPRÜFER:INNEN
LÄNDERSTELLE KÄRNTEN

SVS
Gemeinsam gesünder.

ONLINEHELDEN

**MAKERSPACE
CARINTHIA**

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER KÄRNTEN
PROJEKT WIRTSCHAFT

WIFI
WKO