

SKW Schwarz

EmpCo-Richtlinie und ihre Bedeutung für Banken und die nachhaltige Baufinanzierung

DGNB e.V. & VFU e.V. | Forum Real Estate | 26. Mai 2026

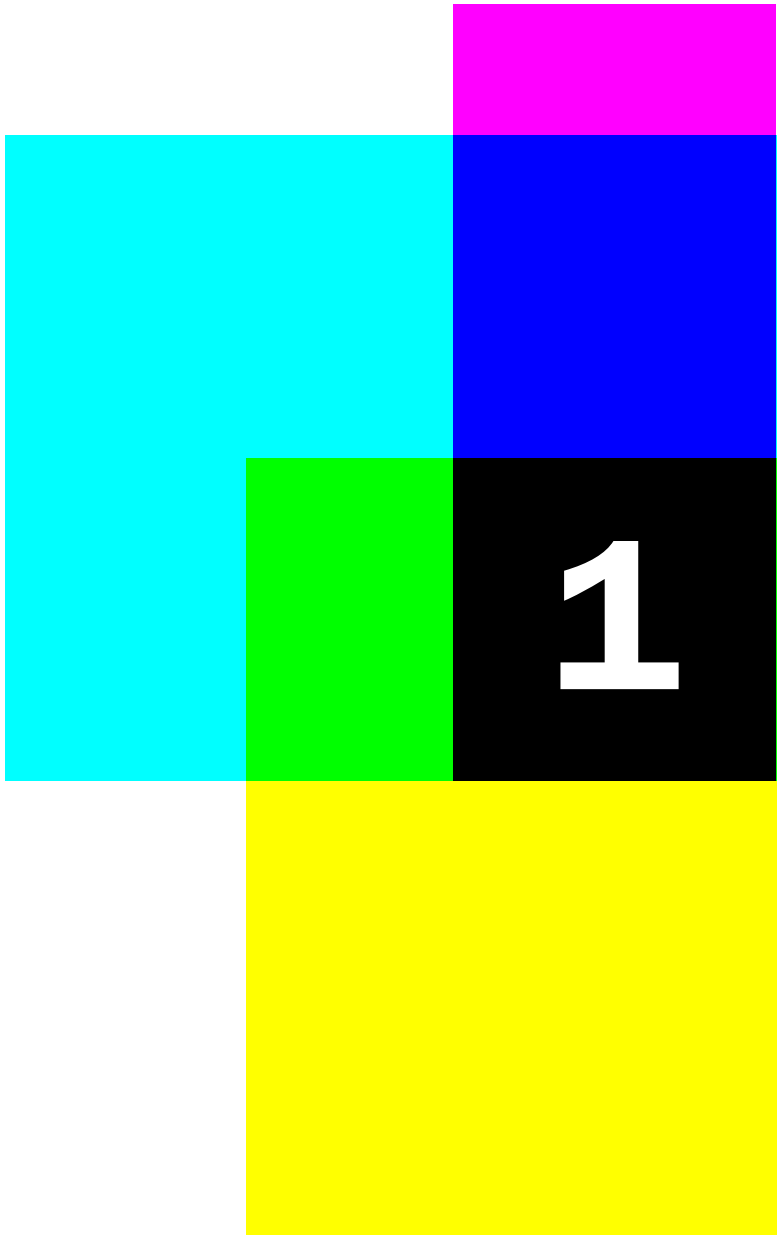
Dr. Daniel Kendziur, Partner, Rechtsanwalt, SKW Schwarz | München

Unser Programm heute:

1 **EmpCo-Richtlinie und UWG-Novelle 2026**

2 **Relevanz der EmpCo-Richtlinie für Finanzinstitute**

3 **Praxishinweise**



EmpCo-Richtlinie und UWG-Novelle 2026

Neuer regulatorischer Rahmen gegen unsubstantiierte Umweltversprechen

Umweltwerbung – nicht erst jetzt herausfordernd

→ BGH-Urteil zu „klimaneutral“ vom 27.06.2024 – I ZR 98/23:

*„Aus dem gesteigerten Aufklärungsbedürfnis der angesprochenen Verkehrskreise über Bedeutung und Inhalt umweltbezogener Angaben folgt, dass an die **zur Vermeidung einer Irreführung erforderlichen aufklärenden Hinweise strenge Anforderungen** zu stellen sind. Diese Anforderungen werden bei einer Werbung, die einen mehrdeutigen umweltbezogenen Begriff verwendet, regelmäßig nur dann erfüllt sein, wenn **bereits in der Werbung selbst eindeutig und klar erläutert wird, welche konkrete Bedeutung maßgeblich ist**.“*

→ In Zukunft Verschärfung dieser Vorgaben aufgrund der EmpCo-Richtlinie!



Umweltwerbung – nicht erst jetzt herausfordernd

Fazit nach der BGH-Entscheidung „klimaneutral“ (2024)

- **Strenger Maßstab** bei Werbung mit Umweltschutzbegriffen und -zeichen
- **Gesteigertes Aufklärungsbedürfnis** der angesprochenen Verkehrskreise über Bedeutung und Inhalt einer verwendeten umweltbezogenen Aussage
- Umweltbezogene Angaben müssen **genau, zutreffend, begründet und überprüfbar** sein
- An die zur Vermeidung einer Irreführung erforderlichen **Hinweise** sind grundsätzlich strenge Anforderungen zu stellen
- **Klarheit** schaffen insbesondere über den Gegenstand der Werbung
- Hinweis, nach welchem **Standard** das Produkt **zertifiziert** wird
- Werbung mit **mehrdeutigen umweltbezogenen Begriffen wie „klimaneutral“** regelmäßig nur dann zulässig, wenn **in der Werbung selbst** erläutert wird, welche konkrete Bedeutung diesem Begriff zukommt
- Spezifischer **Adressatenkreis** nur im Ausnahmefall maßgeblich



Was verbirgt sich hinter „EmpCo“?

→ Richtlinie (EU) 2024/825 (gilt ab 27.09.2026 ohne Übergangsfrist) verbietet:

- **allgemeine Umweltaussagen** („umweltfreundlich“, „grün“, „klimafreundlich“, „biobasiert“); **Ausnahme:** Nachweis anerkannter hervorragender Umweltleistung existiert (z.B. EEK, nach ISO 14024 Typ 1)
- **produktbezogene Werbung mit Kompensationsmaßnahmen**
- **Werbung mit künftigen Umweltleistungen** ohne detaillierten und realistischen Umsetzungsplan, der regelmäßig von einem unabhängigen externen Sachverständigen überprüft wird
- **Umweltaussagen zum gesamten Produkt oder zur gesamten Geschäftstätigkeit**, wenn sich die Umweltaussage nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts oder nur auf eine bestimmte Aktivität der Geschäftstätigkeit bezieht
- **Nachhaltigkeitssiegel** in Bezug auf ökologische und/oder soziale Merkmale, die nicht auf einem Zertifizierungssystem (im Dreipersonenverhältnis) beruhen oder nicht von staatlicher Stelle festgesetzt wurden



§ 5 UWG n.F.: geschäftliche Handlung ist irreführend, wenn …

Abs. 2 Nr. 1

sie unwahre Angaben (…) über folgende Umstände enthält: die wesentlichen Merkmale der Ware **oder Dienstleistung** wie Verfügbarkeit, Art, Ausführung, Vorteile, Risiken, Zusammensetzung, **ökologische oder soziale Merkmale,** Zubehör, **Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit,** Verfahren oder Zeitpunkt der Herstellung, Lieferung oder Erbringung, Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, Menge, Beschaffenheit, Kundendienst oder Beschwerdeverfahren, geographische oder betriebliche Herkunft, von der Verwendung zu erwartende Ergebnisse oder die Ergebnisse oder wesentlichen Bestandteile von Tests der Waren oder Dienstleistungen.

Abs. 3 Nr. 4

mit ihr gegenüber Verbrauchern eine Umweltaussage über die **künftige Umweltleistung** getroffen wird, ohne klare, objektive, öffentlich einsehbare und überprüfbare **Verpflichtungen**, die in einem detaillierten und realistischen **Umsetzungsplan** festgelegt sind, der

a) messbare und zeitgebundene **Ziele** sowie weitere relevante Elemente umfasst, die zur Unterstützung seiner Umsetzung erforderlich sind, wie die Zuweisung von **Ressourcen**, und

b) regelmäßig von einem unabhängigen externen Sachverständigen überprüft wird, dessen Erkenntnisse Verbrauchern zur Verfügung gestellt werden.

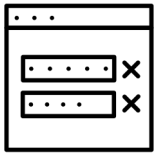
Per se Verbote gem. Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG n.F.

Verboten ist…



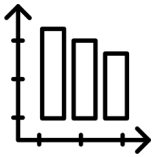
Nr. 2a unzulässiges Anbringen eines Nachhaltigkeitssiegels

„Das Anbringen eines **Nachhaltigkeitssiegels**, das weder auf einem **Zertifizierungssystem** beruht noch von **staatlichen Stellen** festgesetzt wurde.“



Nr. 4a nicht nachweisbare allgemeine Umweltaussage

„Das Treffen einer **allgemeinen Umweltaussage**, wenn der Unternehmer keine ihr zugrunde liegende **anerkannte hervorragende Umweltleistung** nachweisen kann.“



Nr. 4b unwahre Angabe zur Reichweite einer Umweltaussage

„Das Treffen einer **Umweltaussage zum gesamten Produkt oder zu der gesamten Geschäftstätigkeit** des Unternehmers, wenn sich die Umweltaussage nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts oder nur auf eine bestimmte Aktivität der Geschäftstätigkeit des Unternehmers bezieht.“

Per se Verbote gem. Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG n.F.

Verboten ist…

Nr. 4c Aussagen zu Umweltauswirkungen bei Kompensation von Treibhausgasemissionen

„Das Treffen einer Aussage, die sich auf die **Kompensation von Treibhausgasemissionen** gründet und nach der **ein Produkt** hinsichtlich der Treibhausgasemissionen **verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt** hat.“



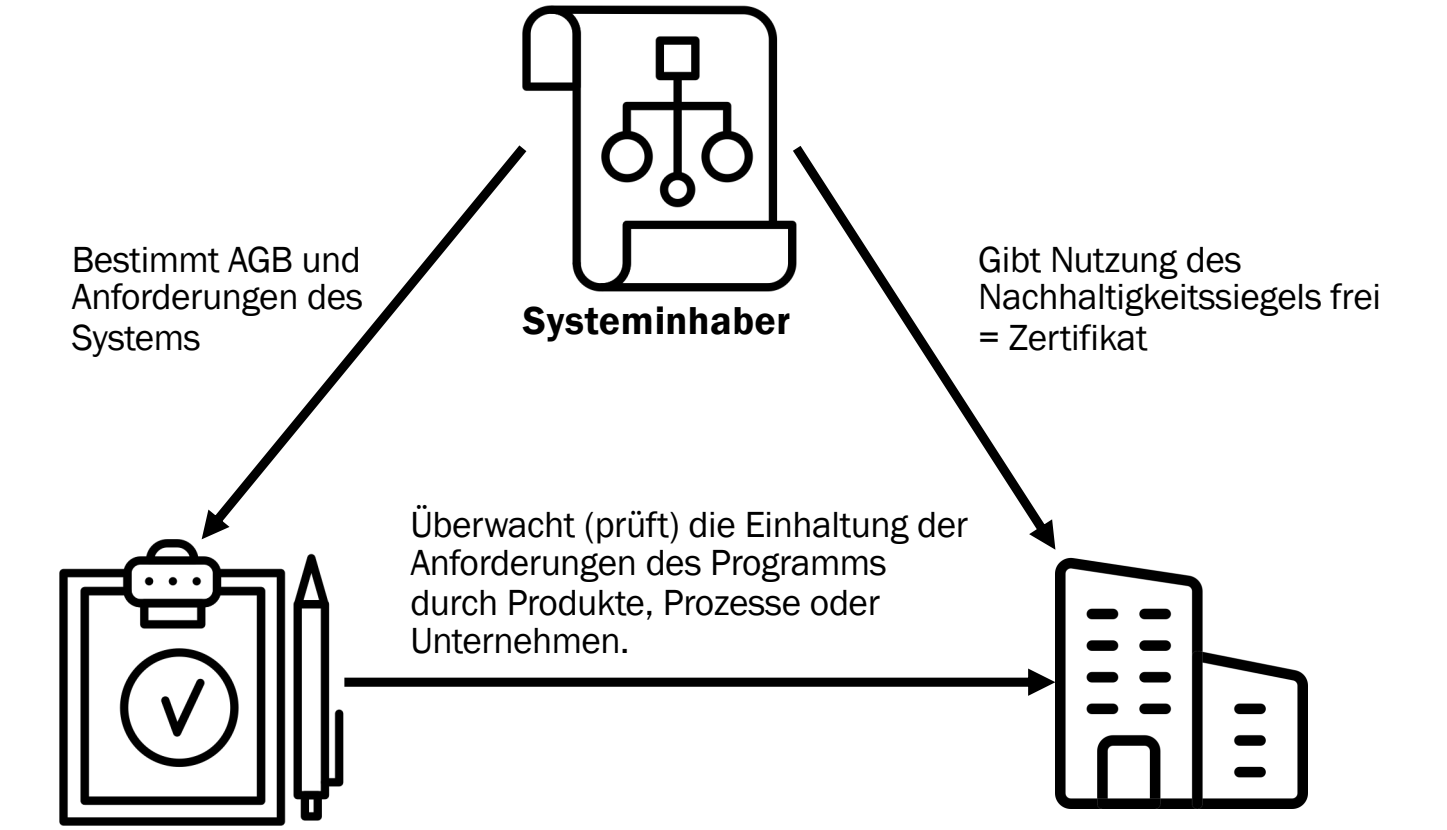
Nachhaltigkeitssiegel, § 2 Abs. 2 Nr. 4 UWG n.F.

„ein freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauenssiegel, Gütezeichen **oder Ähnliches** mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit gegenüber Verbrauchern **in Bezug auf ihre ökologischen oder sozialen Merkmale oder beiden hervorzuheben oder zu fördern**, ausgenommen alle verpflichtenden Kennzeichnungen gemäß dem Recht der Europäischen Union oder dem Recht eines Mitgliedstaats der Europäischen Union;“

Aber: ErwG (7) a.E.:

„**Freiwillige marktbasierte Standards und freiwillige öffentliche Standards für grüne und nachhaltige Anleihen** richten sich nicht in erster Linie an Kleinanleger und unterliegen speziellem Recht. Aus diesen Gründen sollten diese Standards **nicht als Nachhaltigkeitssiegel** im Sinne dieser Richtlinie **gelten**.“

Zertifizierungssystem, § 2 Abs. 2 Nr. 6 UWG n.F.



Rechtsfolgen bei Verstößen

Unterlassungsanspruch, § 8 Abs. 1 UWG

Anspruchsberechtigt:

- → Mitbewerber
- → Verbände
- → Verbraucherverbände
- → Industrie- und Handelskammern

Schadensersatzanspruch, § 9 Abs. 1 UWG

Anspruchsberechtigt:

- → Mitbewerber

Schadensersatzanspruch, § 9 Abs. 2 UWG

Anspruchsberechtigt:

- → Verbraucher

Besonderheit:

- → Schadensersatz und Vertragsaufhebung
- → Vertragsaufhebung birgt Probleme bei Rückabwicklung
- → Beweislast trägt Verbraucher

Bußgeld, § 19 Abs. 1, 2 UWG

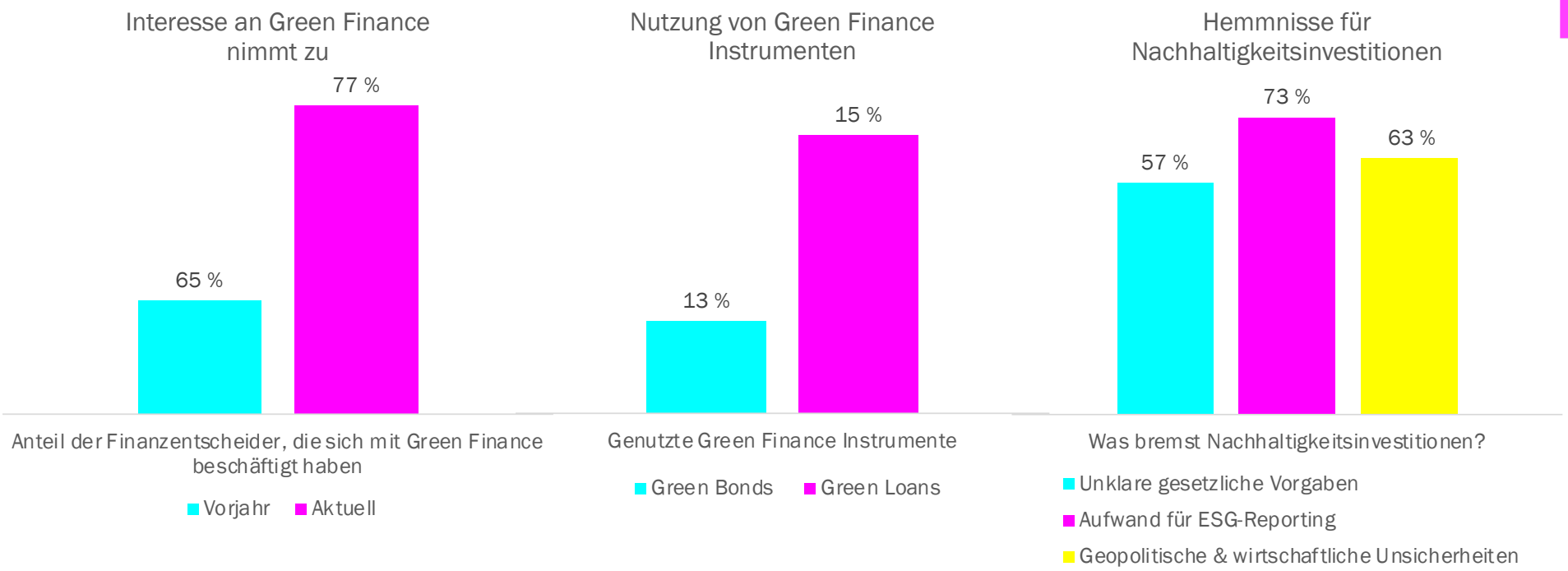
- → Voraussetzung der unionsweiten Dimension + Zusammenarbeit unterschiedlicher Behörden
- → Bußgelder bis zu 4% des Jahresumsatzes

2

Relevanz der EmpCo-Richtlinie für Finanzinstitute

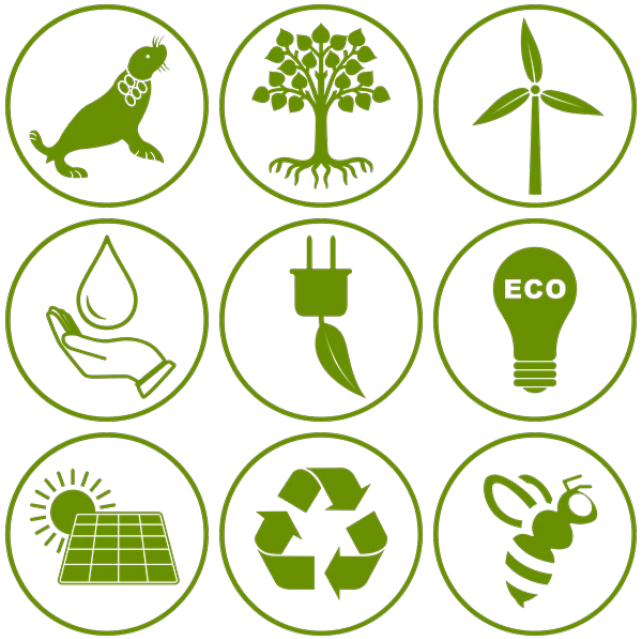
... und deren Umweltkommunikation, Marken und Siegel & Co.

Bedeutung von Green Finance für deutsche Unternehmen



Nachhaltigkeitskommunikation als Wirtschaftsfaktor

- Umweltverträglichkeit und Energieeffizienz als Kauf- und Investitionskriterium bei Immobilien und Bauvorhaben
- Druck auf Anbieter von Baufinanzierungen, ESG- und Nachhaltigkeitsanforderungen zu erfüllen, wächst
- Zunehmender Wunsch von Anbietern von Baufinanzierungen, hierauf kommunikativ zu reagieren
  - Durch Markenbotschaften
  - Durch angepasste Markenportfolios
  - Durch verändertes „Product Naming“
  - Durch den sichtbaren Einsatz von Siegeln und Zertifikaten
  - Durch Green Claims und „grüne Werbung“



Green Trademarks *vs.* EmpCo-Richtlinie

Droht „Klimamarken“ die Löschung?

→ Green Trademarks in der **Anmeldung**

- Beispiele: „EcoTrend“ (R2769/2019-4), „ECOLAB“ (R0644/2015-4) und „EcoPerfect“ (R1658/2010-1) → Eintragung wurde abgelehnt
- Schwierig: Unterscheidungskraft und Herkunftsfunktion, daher häufig Kombination mit Bildelementen

→ Green Trademarks in der **Nutzung**

- Erfüllen problemlos Definition der „Umweltaussage“ im Sinne der EmpCo
- Wort-/Bildmarken können Nachhaltigkeitssiegel sein
- Bei mehrdeutigem Umweltbegriff: Anforderungen des „klimaneutral“-Urteils des BGH schon jetzt zu beachten
- Gefahr in Zukunft: eingetragene Marken können ggf. nicht mehr genutzt werden → drohende Löschung



Marken = Nachhaltigkeitssiegel und Umweltaussagen















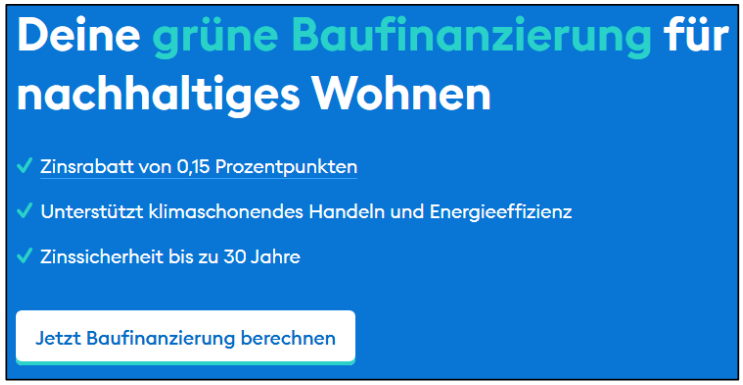
Beispiele

Baufinanzierungsangebote mit Nachhaltigkeitsversprechen als Vermarktungsstrategie









Welche Aussagen darf Ihr Unternehmen ab September 2026 noch verwenden?

A	Für Immobilien mit nachgewiesener hoher Energieeffizienz (Energieeffizienzklasse A oder besser) bieten wir einen Sonderzins von bis zu –0,15 %-Punkten gegenüber unserem Standardzinssatz.
B	Die Kreditförderung beschränkt sich nicht auf Energieeffizienz, sondern belohnt auch den besten Weg dorthin. Regenerative Energien und die Verwendung ökologischer Baustoffe honorieren wir mit jeweils zusätzlichen Zuschüssen zur Baufinanzierung.
C	Mit unserer „grünen Baufinanzierung“ schützen wir unseren Planeten. Unsere Baufinanzierungen leisten einen Beitrag zur Lösung globaler Umweltprobleme.
D	Wir unterstützen Dein nachhaltiges Projekt mit einem Zinsrabatt von 0,15 Prozentpunkten. Vorausgesetzt, der Endenergiebedarf pro Jahr entspricht max. 50 kWh/m2 bzw. deine Immobilie besitzt die Energieeffizienzklasse A oder A+.



Auflösung: Welche Aussagen darf Ihr Unternehmen ab September 2026 noch verwenden?

A	Für Immobilien mit nachgewiesener hoher Energieeffizienz (Energieeffizienzklasse A oder besser) bieten wir einen Sonderzins von bis zu –0,15 %-Punkten gegenüber unserem Standardzinssatz.	**Zulässig**	Spezifische Aussage, die belegbar ist; der Bezugspunkt ist klar.
B	Die Kreditförderung beschränkt sich nicht auf Energieeffizienz, sondern belohnt auch den besten Weg dorthin. Regenerative Energien und die Verwendung ökologischer Baustoffe honorieren wir mit jeweils zusätzlichen Zuschüssen zur Baufinanzierung.	**Unzulässig**	Aussage muss dahingehend konkretisiert werden, welche konkreten Formen regenerativer Energien und welche ökologischen Baustoffe erfasst sind.
C	Mit unserer „grünen Baufinanzierung“ schützen wir unseren Planeten. Unsere Baufinanzierungen leisten einen Beitrag zur Lösung globaler Umweltprobleme.	**Unzulässig**	Aussage muss dahingehend konkretisiert werden, welche konkreten Umweltvorteile durch die Baufinanzierung erreicht werden - Vorteile sind nachweisbar zu belegen.
D	Wir unterstützen Dein nachhaltiges Projekt mit einem Zinsrabatt von 0,15 Prozentpunkten. Vorausgesetzt der Endenergiebedarf pro Jahr entspricht max. 50 kWh/m2 bzw. deine Immobilie besitzt die Energieeffizienzklasse A oder A+.	**Zulässig**	Spezifische Aussage, die klar bestimmten Zinsrabatt an objektiv messbare, transparente Kriterien (max. 50 kWh/m2 bzw. Energieeffizienzklasse A oder A+) knüpft und damit den Begriff „nachhaltig“ konkret definiert.

EmpCo-Check – Hätten Sie‘s gewusst?

1 Unsere Kunden leisten einen wesentlichen Beitrag für einen klimaeffizienteren Immobiliensektor und die Erreichung von Nachhaltigkeits- bzw. Klimazielen.

2 Du planst ein energieeffizientes Zuhause? Dann liegst du mit unserer nachhaltigen Baufinanzierung genau richtig.

3 Mit unserer nachhaltigen Baufinanzierung treffen Sie eine gute Wahl, wenn Sie bauen, kaufen, sanieren und sich gleichzeitig für Umwelt und Gesellschaft engagieren möchten.

4 Mit unserer grünen Baufinanzierung sparst du bei deinem energieeffizienten Projekt direkt Kosten und schonst gleichzeitig die Umwelt.

5 Für eine nachhaltige Zukunft unterstützen wir Sie mit unserem nachhaltigen Darlehen. Nachhaltigkeit bedeutet, Verantwortung zu übernehmen.

6 Weist Ihr Energieausweis einen Endenergiewert von maximal 50 kWh/m2 im Jahr aus, ist ein Zinsrabatt von bis zu 0,15 % möglich.

3 Praxishinweise

Analyse

Ein Vorschlag zum Handeln in der Praxis

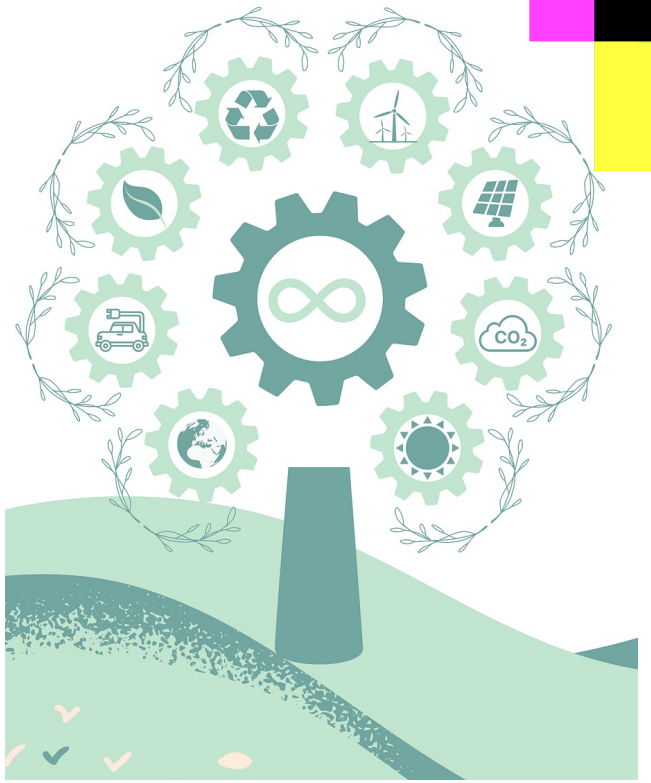
- Grüne Marken: Analyse des Markenportfolios
  - Relevante Umweltaussagen, Nachhaltigkeitssiegel und Umweltzeichen identifizieren
  - Bisherigen Umfang/Präsentation analysieren
- Green Claims: Überprüfung von Marketingmaterialien, Webseiten, Social Media Channels …
- Grüne Siegel: Genutzte Siegel identifizieren und Konformität der dahinter stehenden Siegelgeber sicherstellen
- Insgesamt: Frühzeitige Identifikation von Compliance-Lücken (Gap Analysis)



Speziell für Nachhaltigkeitssiegel

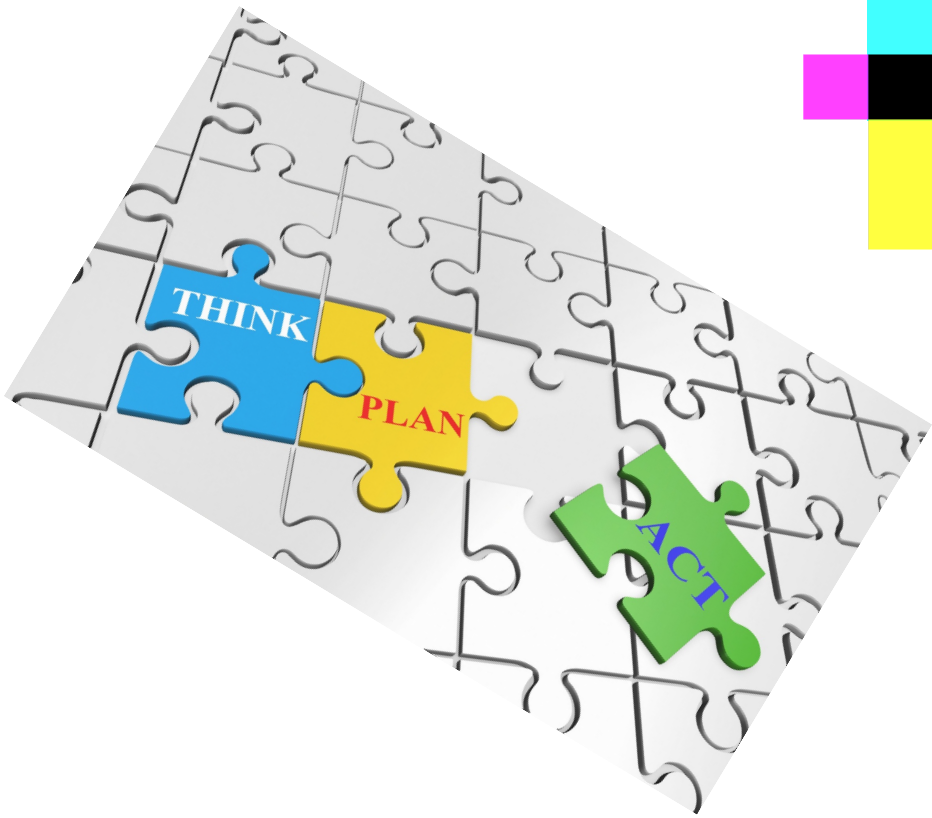
- Sind Marken als Nachhaltigkeitssiegel einzuordnen?
- Sind die Nachhaltigkeitssiegel Teil eines Zertifizierungssystems?
- Ist das Zertifizierungssystem konform (z.B. offen, transparent, diskriminierungsfrei)?
- Sind Zertifizierungsstellen/Überwachungsstellen konform?

- Wenn nicht: Wegen ggf. langwieriger Umstellungsprozesse schnellstmöglich Maßnahmen ergreifen



Prozessentwicklung & Ansatzpunkte

- Entwicklung von Prozessen für korrekte Darstellung
- Wissensvermittlung in die Fachabteilungen
- Zentrale Informationsschnittstellen schaffen
- Frühzeitiges Einleiten von Compliance-Schritten vor Inkrafttreten des UWG n.F.



Ausblick: Wer haftet wann für wen?

Problem

In einer mehrteiligen Wertschöpfungs- und Lieferkette dürfte es in verschiedenen Konstellationen zu Abmahnungen und Unterlassungsklagen kommen. Ziel aller Beteiligten wird die Schadfreihaltung sein. Was gilt?

1. Besteht ein direkter Anspruch auf Unterlassung gegen Institute?

→ Prüfpflichten?



2. Haften Institute gegenüber dem Vertrieb oder Dritten?



3. Besteht sogar eine positive Handlungspflicht der Institute (z.B. Rückruf)?



SKW Schwarz

Fragen?

Dr. Daniel Kendziur

Rechtsanwalt, Partner

Daniel Kendziur ist seit mehr als 15 Jahren an der Schnittstelle von IT, Technology, Medien und HealthCare/Life Sciences auf die Beratung zum Recht des Geistigen Eigentums, der Produktkennzeichnung und Produkt-/Dienstleistungsregulatorik spezialisiert. Er berät seine Mandanten hierbei nicht nur strategisch, sondern vertritt sie auch vor Gericht.

Die Kernkompetenzen von Daniel Kendziur liegen dabei im Wettbewerbs- und Markenrecht. Ebenso berät er in Urheberrechtsstreitigkeiten sowie zum Schutz und der Verteidigung von Designs. Die Verknüpfung dieser jeweils komplexen Rechtsgebiete ist eine Besonderheit der anwaltlichen Tätigkeit von Daniel Kendziur.

Kennzeichnend für diese Tätigkeit ist dabei der stets enge Produkt- oder Dienstleistungsbezug der von ihm beratenen Rechtsfragen. Die breitgefächerte Branchenerfahrung von Daniel Kendziur umfasst unter anderem Technologieunternehmen, Medien, HealthCare/Life Sciences, Konsumgüter und Aerospace/Automotive. Zusätzlich bringt er langjährige Erfahrung aus Branchenverbänden wie dem Bitkom mit. Diese Erfahrung prägt seine Mandatsarbeit, die stets auch die wirtschaftlichen und unternehmerischen Aspekte im Blick hat.



+49 (0)89 2 86 40 - 311

d.kendziur@skwschwarz.de

Wittelsbacherplatz 1

80333 München


SKW
Schwarz