

Greenwashing mit respACT diskutieren: Green Claims Directive gibt Unternehmen Anlass eigene Botschaften zu reflektieren

Wien (OTS) - *respACT – austrian business council for sustainable development bringt Rundumblick zum Thema Greenwashing – Expert*innen aus Unternehmen, Kommunikation, Wissenschaft und Recht diskutierten am Donnerstag in Wien.*

Greenwashing schadet, soviel ist klar. Schaden tragen aber nicht nur Konsument*innen und möglicherweise das Unternehmensimage, auch unternehmerische Bemühungen zur Erreichung der Ziele für Nachhaltige Entwicklung (SDGs) leiden unter der Verwässerung des Nachhaltigkeitsbegriffs.

„Österreichs Unternehmen setzen sich vielfach für zukunftsfähiges Wirtschaften ein. Sie ändern nicht nur das Corporate Mindset oder optimieren Energienutzung und Mobilität, sie setzen auch gezielte Maßnahmen zur Reduktion ihres CO₂-Ausstoßes und kompensieren - wo nicht anders möglich - durch Investitionen in Klimaschutzprojekte. All diese Bemühungen können und sollen auch weiterhin in nachvollziehbarer Weise kommuniziert werden. Es wäre verfehlt, wenn die wegweisende Vorbildfunktion für andere Unternehmen und Branchen zum Erliegen kommt“, betont **Daniela Knieling**, Geschäftsführerin der gemeinnützigen Unternehmensplattform, die nicht nur eine Vielzahl an informativen und vernetzenden Veranstaltungen rund um das Thema Nachhaltigkeit und Wirtschaft organisiert, sondern ihre Mitglieder auch mit Expertise unterstützt.

„Die kommende Green Claims Directive wird Unternehmen hier noch mehr Klarheit und der Kommunikation einen überprüfbareren Rahmen geben“, ist Knieling sich sicher.

Anti-Greenwashing

Die Green Claims Directive wurde 2023 im EU Parlament als Vorschlag zur Regulierung von Grünen Versprechen („Green Claims“) eingebracht und im März dieses Jahrs auch von diesem angenommen. Nachhaltige Werbebotschaften sind zwar bisher bereits EU weit einheitlich im Wettbewerbsrecht geregelt und werden in letzter Instanz vor dem EuGH entschieden, sollen aber in der neuen Richtlinie gezielter reglementiert werden. Die Green Claims Directive wird voraussichtlich Anfang Juni noch im EU-Rat zur Abstimmung gebracht und danach den Mitgliedsstaaten zur Umsetzung übergeben.

Irreführende Werbebotschaften oft vermeidbarer Fehler in der Kommunikation

Jüngste Gerichtsurteile in Österreich und Deutschland zeigen schon jetzt, worauf es ankommt: die gezielte Information von Konsument*innen über die Bedeutung und Wirkung der Werbebotschaft und gegebenenfalls die Angemessenheit der kommunizierten Maßnahme. Alles, was es aktuell zum Thema zu wissen gilt, hat respACT in Kooperation mit der Kanzlei *Binder Grösswang* in einem [Fact Sheet](#) zusammengefasst.

Greenwashing in der Berichterstattung

„Viele EU-Bestimmungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung wurden in den letzten Monaten und Jahren auf den Weg gebracht“, fasst **Brigitte Frey**, Wirtschaftsprüferin und Expertin für Nachhaltigkeitsberichterstattung, zusammen. „Auch wenn die Bewältigung dieser neuen Anforderungen teilweise übermächtig scheint, so zeigt sich doch ein immer deutlicheres Bild, auf welchem neuen Konsens erfolgreiches unternehmerisches Handeln beruht.“ Frey ist weiters

davon überzeugt, dass „die Sensibilisierung gegen Greenwashing rasch zu Veränderungen in der Kommunikation führen wird.“

Panel im Tenor: Gemeinsam neue Praktiken entwickeln

Elisabeth Dal-Bianco, Communication Operations Manager bei IKEA Österreich und Vorstandsmitglied und Diversity, Equity & Inclusion Beauftragte beim PR Verband Austria (PRVA), fasste zusammen: „Die wachsenden Reglementierungen werden eine Erweiterung der Aufgabenbereiche und zusätzliche Expertise bedeuten. Durch Vernetzung und Weiterbildung können wir gemeinsam aus Best Practices und Fehlern lernen.“

„Für Marketingabteilungen heißt es Sinne schärfen und von allgemeinen umweltbezogenen Werbebotschaften hin zu konkreten umweltbezogenen Aussagen zu gehen und dabei immer sicherzustellen, dass diese auch nachgewiesen werden können“, riet Anwalt **Edgar Langeder** und ergänzte: „Auch Nachhaltigkeitslabels oder -gütesiegel müssen nach der Umsetzung der letzte Woche in Kraft getretenen Richtlinie in nationales Recht auf einem Zertifizierungssystem beruhen oder von staatlichen Stellen festgesetzt worden sein.“

„Die Rolle des Nachhaltigkeitsmanagements und der Nachhaltigkeitskommunikation in Unternehmen müssen sich weiter professionalisieren. Unsere aktuellen Untersuchungen zeigen, dass Nachhaltigkeit noch kein Berufsfeld ist – wir beobachten aber, dass es sich dort hin entwickelt. Besonders gefragt sein werden Trainingskompetenzen für die interne Kommunikation und Weiterbildung“, schloss **Franziska Weder**, Universitätsprofessorin für Organizational and Sustainability Communication an der WU Wien an.

Gabriela Straka, Vorstandsmitglied bei respACT und Österreichs Innovator der Weltklimakonferenz COP28 teilte die eigenen Learnings: „Es gilt Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten zu schaffen, so wie die respACT Academy diese anbietet – und zwar in der Sprache und mit praktischen Beispielen, die auf der jeweiligen Organisationsebene verstanden werden. Es empfiehlt sich die Themen aus der Wesentlichkeitsanalyse aus der ESG-Berichterstattung abzuleiten.“

respACT Lounge „Greenwashing im Rundumblick“ am 4.4. diskutierten im CAPE10, Wien: Elisabeth Dal-Bianco (IKEA, PRVA), Edgar Langeder (RPCK), Gabriela Maria Straka (Brau Union) und Franziska Weder (WU Wien) mit fachlicher Moderation von Brigitte Frey.

Dieses Event wurde unterstützt vom Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie und der Wirtschaftskammer Österreich

Über respACT

respACT – austrian business council for sustainable development – ist die führende Plattform zu Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltiger Entwicklung in Österreich. Gemeinsam mit seinen Partnerorganisationen, wie dem Circular Economy Forum Austria, CSR Europe, Global Compact Network Austria, Global Reporting Initiative (GRI) und dem World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) unterstützt respACT seine mehr als 400 Mitgliedsunternehmen dabei, ökologische und soziale Ziele ökonomisch und eigenverantwortlich zu erreichen.

Rückfragen & Kontakt:

respACT - austrian business council for sustainable development
Mag. Marianne Sorge-Grace
+43 664 1972582
m.sorge-grace@respact.at