

### Definition Greenwashing:

Greenwashing bezeichnet eine Methode, welche Unternehmen anwenden um die Öffentlichkeit zu täuschen und dem eigenen Unternehmen ein besseres Image zu verleihen. Das Ziel dabei ist Nachhaltigkeit zu vermitteln, ohne tatsächliche Maßnahmen zu ergreifen. Häufig wird Greenwashing auch unter Voraussetzung von Whitewashing erklärt. Das Unternehmen möchte sich also „reinwaschen“ und im Anschluss als umweltfreundlich darstellen.

# Werden wir durch Sprache getäuscht?

## Nachhaltigkeitsversprechen in der Werbesprache



Wichtig ist die Differenzierung von bewusstem und unbewusste Greenwashing, denn häufig kommt es vor, dass tatsächliche Bemühungen von Unternehmen dem Vorwurf von Greenwashing unterliegen.

Das liegt daran, dass es unterschiedliche Anliegen im Bereich der Nachhaltigkeit gibt. So empfinden die einen die Reduzierung des CO2 Ausstoßes als am dringlichsten, andere widersprechen und denken die massive Plastikverschmutzung sei das wahre Problem, wieder andere behaupten soziale und ökologische Aspekte sollten an erster Stelle stehen. So geschieht es schnell, dass Unternehmen es niemanden wirklich recht machen können. Trotzdem gibt es auch genügend Fälle, in welchen sprachliche Mittel bewusst eingesetzt werden, um die Öffentlichkeit zu täuschen und dem Unternehmen ein besseres Image zu verleihen.

Um diesem Verhalten auf den Grund zu gehen ist es von Bedeutung sich den Methoden von bewussten Greenwashing bewusst zu werden. Wie ist es also möglich für Verbraucher und Verbraucherinnen sprachliches Greenwashing in Werbefotoschaften zu identifizieren?



## Wie erkennen Verbraucherinnen und Verbraucher sprachliches Greenwashing in Werbebotschaften?



Wie erkennen Verbraucher und Verbraucherinnen Greenwashing in Werbebotschaften

- Wenig Transparenz über Fortschritte, Rückschritte, Zielsetzung und mangelhafte Kommunikation
  - Große öffentliche Versprechen.
  - Maßnahmen zur Umsetzung nicht genau definieren: Wer, wann, wo, mit wem?
  - Aussagen und Werbekampagnen sind nicht deckungsgleich mit Handlungen und Engagements des Unternehmens.
  - Vage oder keine konkreten Ziele nennen.
  - Keine objektiven Vergleiche ermöglichen.
  - Unrealistische oder nicht überprüfbare Aussagen treffen.
  - Superlative wie das Beste', das Neueste', das Größte' zu nutzen.

Wie verhalten sich unternehmen ideal um Greenwashing Vorwürfe zu vermeiden

1. Bei Unternehmen, die sich Greenwashing-Vorwürfe einhandeln, obwohl sie in bester Absicht vorgegangen sind, sind die Gründe dafür oft in der Kommunikation zu suchen.
2. Greenwashing kann verheerende Folgen haben, sowohl für einzelne Unternehmen und die Branche als auch für die Entwicklung der Circular Economy im Ganzen.
3. Kapitalgeber tragen große Verantwortung, wenn es um kreis-wirtschaftlichen Fortschritt geht. Umso wichtiger ist es, dass Aufsichts-Instanzen etabliert werden, die Greenwashing zurückdrängen.
4. Der wachsende Wissensstand bei Journalisten und Konsumenten sowie eine strengere Überwachung werden dazu beitragen, dass echtes Greenwashing immer häufiger entlarvt und geahndet wird.
5. Was als Greenwashing zu bewerten ist und was nicht, ist dank der rasanten Entwicklung auf dem Gebiet der Circular Economy ausgesprochen Zeitgeist-abhängig
6. Mit 7 grundlegenden Empfehlungen zur Kommunikation können Unternehmen ihr Risiko für ungerechtfertigte Greenwashing-Vorwürfe erheblich senken
7. Die gründliche Erfassung von Daten und der transparente Umgang mit diesen sind die beste Grundlage

## Medien - Wissensstand



These:

Medien haben keinen Einfluss auf unserem Wissensstand bezüglich Greenwashing

- Journalisten decken Greenwashing auf und überprüfen den Wahrheitsgehalt von Unternehmensbehauptungen.
  - Durch gründliche Recherche und Basiskenntnisse analysieren sie Gegebenheiten und Zusammenhänge.
  - Soziale Medien verbreiten Informationen über Greenwashing schnell und verankern Wissen zu Nachhaltigkeits- und Zirkulationsthemen.
  - Jeder Nutzer kann selbst zur Meinungsbildung beitragen, investigative Berichte teilen und Unternehmen zur Rechenschaft ziehen.
  - Medien müssen eine Balance zwischen Nachhaltigkeitsdruck und realistischen Maßstäben für Unternehmen finden. Ohne Medien würde Greenwashing unkontrolliert bleiben, da eine kritische Instanz fehlen würde.
  - Medien haben einen starken Einfluss auf den Wissensstand, besonders im Bereich Nachhaltigkeit.

-> z.B. die New York Times im Jahr 2022 irreführende Behauptungen der Firma H&M aufgedeckt hat. Dabei analysierten sie Produktetiketten der umweltfreundlichen Kollektion und fanden sogar mehr umweltschädliche Materialien als in den regulären Kollektionen

Fazit: Unsere literatur-Recherche hat ergeben, dass Medien Greenwashing aufdecken, prüfen Unternehmensangaben und vermitteln Nachhaltigkeitswissen. Soziale Medien verstärken diese Wirkung durch schnelle Verbreitung. Ohne ihre Kontrolle würde Greenwashing ungehindert bleiben, was ihren Einfluss auf unseren Wissensstand unterstreicht.

## Welche rechtlichen Grenzen existieren gegen irreführende Nachhaltigkeitswerbung?

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG).

> dient dazu Verbraucher und Verbraucherinnen vor irreführender Werbung zu schützen.

• §3 Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen/ §3a Rechtsbruch.

Unlauterer Wettbewerb ist rechtswidrig und daher verboten, da er dem Prinzip des freien Wettbewerbs widerspricht.

• §5 Irreführende geschäftliche Handlungen.

„Unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte“.

• §5a Irreführung durch Unterlassen.

„Unlauter handelt auch, wer einen Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer irreführt, indem er ihm eine wesentliche Information vorenthält“.

Mögliche Kläger:

- Verbraucherschutzverbände.
- Wettbewerbszentralen (z.B. Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs).
- Umweltorganisationen (z.B. Greenpeace, Deutsche Umwelthilfe).
- > legen Klage ein, wenn sie durch irreführender Werbung anderer Unternehmen benachteiligt werden.

Folgen bei unlauterem Abmahnungen.

• > Unterschreibung einer Unterlassungserklärung. Dient als Versprechen kein Greenwashing mehr zu betreiben. Korektion des jeweiligen Produkts. Bei wiederholtem Greenwashing droht eine Vertragsstrafe von mehreren Tausenden Euro pro

Verstoß.

• Wird die Abmahnung ignoriert droht eine Unterlassungsklage.

> Hohe Bußgelder an das Unternehmen. Staat zwingt das Unternehmen das Produkt zu widerrufen und die Falschaussagen öffentlich zu korrigieren.

• Bei besonderen Fällen von irreführender Werbung droht eine Freiheitsstrafe von mindestens 2 Jahren oder Geldstrafe (vgl. §16 unlauteren Wettbewerbs).

## Quellenverzeichnis

Lehmacher, Wolfgang; Bödecker, Johann: das Beste, das Neueste, das Größte, Eintrag im Gabler Wirtschaftslexikon Version 7, [https://taskcards.s3.hidrive.strato.com/attachments/203118e4-4b27-49da-9c9d-e1e67e65f7b3?response-content-disposition=filename%3D978-3-658-41311-8.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AHS49RUS6XLXF0S0CNIF%2F20250207%2Feu-central-1%2Fs3%2Faws4\\_request&X-Amz-Date=20250207T071350Z&X-Amz-Expires=604800&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=04ad4af9bdf297ae99308b9cb99b666670608baab865be1227cdb99d3674217a](https://taskcards.s3.hidrive.strato.com/attachments/203118e4-4b27-49da-9c9d-e1e67e65f7b3?response-content-disposition=filename%3D978-3-658-41311-8.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AHS49RUS6XLXF0S0CNIF%2F20250207%2Feu-central-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20250207T071350Z&X-Amz-Expires=604800&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=04ad4af9bdf297ae99308b9cb99b666670608baab865be1227cdb99d3674217a)

Bilder:

<https://wirk4tomorrow.de/kommunikation/greenwashing-in-unternehmen/>  
<https://dsb.edu.in/greenwashing-and-how-to-spot-it/>  
<https://utopia.de/siegel/fairtrade-siegel-bedeutung-kritik/>  
<https://fake-style.com/nachhaltigkeit/>

Bundesamt für Justiz: Unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. [https://www.gesetze-im-internet.de/uwug\\_2004/BjNR141400004.html](https://www.gesetze-im-internet.de/uwug_2004/BjNR141400004.html)

Bundesamt für Justiz: Unlauter handelt auch, wer einen Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer irreführt, indem er ihm eine wesentliche Information vorenthält. [https://www.gesetze-im-internet.de/uwug\\_2004/BjNR141400004.html](https://www.gesetze-im-internet.de/uwug_2004/BjNR141400004.html)

<https://www.allrecht.de/alles-was-recht-ist/unlauterer-wettbewerb/>  
<https://chat.openai.com/chat>

Lehmacher, Wolfgang Bödecker, Johann: Industrielle Revolution: Der Weg zu mehr Nachhaltigkeit durch Kreislaufwirtschaft  
 -> Kapitel "Vorsicht Falle: Greenwashing-Vorwürfe und deren Vorbeugung" aus Circular Economy

[https://taskcards.s3.hidrive.strato.com/attachments/203118e4-4b27-49da-9c9d-e1e67e65f7b3?response-content-disposition=filename%3D978-3-658-41311-8.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AHS49RUS6XLXF0S0CNIF%2F20250207%2Feu-central-1%2Fs3%2Faws4\\_request&X-Amz-Date=20250207T071350Z&X-Amz-Expires=604800&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=04ad4af9bdf297ae99308b9cb99b666670608baab865be1227cdb99d3674217a](https://taskcards.s3.hidrive.strato.com/attachments/203118e4-4b27-49da-9c9d-e1e67e65f7b3?response-content-disposition=filename%3D978-3-658-41311-8.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AHS49RUS6XLXF0S0CNIF%2F20250207%2Feu-central-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20250207T071350Z&X-Amz-Expires=604800&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=04ad4af9bdf297ae99308b9cb99b666670608baab865be1227cdb99d3674217a)