

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

# Das „Klimaneutral“-Zertifikat von ClimatePartner: Anforderungen an die rechtskonforme Werbung

Verbraucher legen bei ihren Kaufentscheidungen zunehmend Wert auf Nachhaltigkeit, Natürlichkeit sowie Umweltfreundlichkeit und ziehen Produkte verantwortungsbewusster Unternehmen immer mehr solchen von Produzenten ohne Nachhaltigkeitskonzepte vor. Um auf die klimaförderlichen Eigenschaften von Produkten und Unternehmen absatzfördernd hinzuweisen, sind in den letzten Jahren verschiedenste Labels und Zertifikate entstanden. Besondere Bedeutung kommt hierbei dem Label von „ClimatePartner“ zu, welche die Klimaneutralität ganzer Unternehmen, einzelner Produkte oder bestimmter Produktkomponenten bescheinigen. Wie dieses Label rechtssicher in der Werbung angeführt werden kann, zeigt die IT-Recht Kanzlei im folgenden Beitrag.

## I. Das ClimatePartner-Label und seine Aussagekraft

ClimatePartner ist eine Initiative, die es Unternehmen ermöglichen soll, ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, den Sie in Produktions- und sonstigen Prozessketten hinterlassen, zu kompensieren.

Hierfür werden zunächst durch mathematische Prozesse die konkreten CO<sub>2</sub>-Emissionen berechnet und können dann durch das teilnahmewillige Unternehmen durch den Beitritt zu anerkannten Klimaschutzprojekten indirekt ausgeglichen werden.

Das Unternehmen verpflichtet sich also, durch die monetäre Unterstützung von bestimmten Nachhaltigkeitsprojekten auf der ganzen Welt (etwa Aufforstung, Wandelung zu erneuerbaren Energien, Entwicklungs- und Schulungshilfen) einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten und so seine eigenen Emissionen auszugleichen.

Je nachdem, wie umfangreich die Unterstützung ausfällt, attestiert ClimatePartner dem Unternehmen die Klimaneutralität: entweder für die Verpackung eines Produktes, für ein oder mehrere Produkte aus der eigenen Herstellung oder für das gesamte Unternehmen und all seine Produkte.

Jedes anerkannte Klimaschutzprojekt repräsentiert hierbei faktisch einen CO<sub>2</sub>-Emissionswert, der bei Unterstützung des Projekts zum Ausgleich gebracht und dann mit den CO<sub>2</sub>-Gesamtemissionen des Unternehmens für eine „Klimaneutralitätsaussage“ verrechnet wird.

Als Ergebnis stellt ClimatePartner dem Unternehmen ein Signet aus, das die Aussage „Klimaneutral“, den Bezugspunkt (Verpackung, Produkt oder Unternehmen), eine persönliche ID-Nummer, sowie einen QR-Code mit Verlinkung zu einer persönlichen Zertifikatsseite enthält:



(Quelle: [https://ftp.climatepartner.com/fpm/help/climatepartner\\_labelguide\\_de.pdf](https://ftp.climatepartner.com/fpm/help/climatepartner_labelguide_de.pdf))

Sowohl über die persönliche ID-Nummer, im Browser eingegeben hinter dem Link „climatepartner.com/“ als auch über den QR-Code können weitere Informationen dazu aufgerufen werden, durch welche exakten Projekte für die Verpackung, das Produkt oder das Unternehmen die getätigten CO<sub>2</sub>-Emissionen ausgeglichen hat.

## II. Anforderungen an die rechtskonforme Werbung mit dem „Klimaneutral“-Label

Nach überwiegender Ansicht in der Rechtsprechung wird die Werbung mit Testergebnissen, Prüfsiegeln und Zertifikaten an zusätzliche aufklärerische Anforderungen geknüpft.

Um nicht den Tatbestand einer durch Unterlassung begangenen irreführenden Werbung (§ 5a UWG) zu erfüllen, ist daher im Zusammenhang mit der Werbung mit einem Testergebnis und/oder Abzeichen grundsätzlich zumindest über Folgendes zu informieren:

- die für das Label verantwortliche Organisation
- den Geltungszeitraum
- die Fundstelle der Evaluation sowie die maßgeblichen Vergabe- und Bewertungskriterien (BGH, Urteil v. 21.7.2016 - Az. I ZR 26/15)

**Hinweis:** detaillierte Informationen zu den von der Rechtsprechung aufgestellten Informationserfordernissen bei der Werbung mit Testergebnissen stellt die IT-Recht Kanzlei [in diesem Beitrag](#) bereit.

Unbedingt zu beachten ist hierbei, dass für die zusätzlichen Informationen ein

Unmittelbarkeitserfordernis gilt. Die Hinweise auf die Organisation, den Zeitraum und die Kriterien müssen grundsätzlich im selben Sichtfeld wie das Label dargestellt werden.

Links auf weitergehende Informationen sind aber zulässig, ohne dass sie klickbar sein müssten.

Sind Informationen allerdings nicht direkt aus dem Label ersichtlich, müssen sie zusätzlich bereitgestellt werden.

Für die rechtskonforme Werbung mit dem „Klimaneutral“-Label von ClimatePartner ergeben sich daher die folgenden Voraussetzungen:

## 1.) Tatsächliche Zertifizierung und korrekte Zuordnung

Zunächst ist sicherzustellen, dass eine Anführung des Labels nur dann erfolgt, wenn das beworbene Element auch tatsächlich zertifiziert worden ist. Es verbietet sich nach § 5 UWG, mit dem Label für ein Unternehmen, ein Produkt oder eine Produktkomponente zu werben, für das/die eine Klimaneutralitäts-Zertifizierung tatsächlich nicht oder nicht mehr besteht.

Sodann ist unbedingt zu beachten, dass das Label auch korrekt zugeordnet wird. Ist es für ein Unternehmen ausgestellt worden, darf es auch nur für Waren und/oder Dienstleistungen des Unternehmens verwendet werden.

Ist es nur für ein Produkt oder die Verpackung eines bestimmten Produkts ausgestellt worden, darf es auch nur im Zusammenhang mit dem jeweiligen Produkt und nicht für andere Produkte angeführt werden. In diesem Fall muss seine Darstellung auf Präsentationen des entsprechenden Produkts begrenzt sein. Unzulässig wäre es etwa, das Label für ein Produkt im Footer eines Shops oder allgemein im Impressum zu verorten. Richtiger Anführungsort sind grundsätzlich die spezifischen Produktdetailseiten.

## 2.) Aktualität

Als zweite essentielle Voraussetzung ist zu beachten, dass das Label nur solange verwendet werden darf, wie dessen Aussagekraft, also der Ausgleich eigener Emissionen durch die Unterstützung von Klimaprojekten, auch eine tatsächliche Grundlage hat.

Unzulässig ist die Anführung des Labels dann, wenn klimatische Kompensationsleistungen mittlerweile eingestellt worden sind und der klimatische Ausgleich damit nicht mehr aktuell ist.

Da das Label immer nur einen temporären Status Quo repräsentieren kann, müssen die für seine Ausstellung zu erfüllenden Kriterien stets aktuelle Umsetzungsmaßnahmen zugrunde liegen.

Irreführend und wettbewerbswidrig wäre die Anführung des Labels im Jahr 2021, wenn die Vergabekriterien zwar im Jahr 2020 durch entsprechende Projekthilfen erfüllt wurden, im Jahr 2021 aber nicht.

### 3.) Begleitinformationen

Wird das Klimaneutral-Label angeführt, müssen die mit der Rechtsprechung entwickelten Anforderungen an eine hinreichende Transparenz erfüllt sein. Es muss also erkennbar sein, wer für die Ausstellung des Labels verantwortlich ist, für was es gilt, für welchen Zeitraum es gilt und welche Kriterien die Aussage stützen.

All die notwendigen Begleitinformationen ergeben sich im Falle des ClimatePartner-Labels direkt aus dem Label selbst.

So ist erkennbar, wer zertifiziert hat, für welches Unternehmen oder Produkt die Zertifizierung gilt und was genau zertifiziert wurde. Für die konkrete Aussage der Zertifizierung (Klimaneutralität durch monetäre Unterstützung von Ausgleichsprojekten), die Bewertung und Berechnung anhand der konkret finanzierten Projekte und den Geltungszeitraum kann der im Label unmittelbar dargestellte Link verwendet werden.

Er führt, ebenso wie der QR-Code, auf die konkrete Zertifikatsseite, auf welcher alle Informationen transparent aufgeschlüsselt sind:

## ClimateID Tracking · Details

Urkunde herunterladen ▾ Unterstützte Klimaschutzprojekte ▾

**13719-1910-1002**

Kompensation bestätigt

Beschreibung des Sammelauftrages	Unterstütztes Klimaschutzprojekt	Summe kg CO <sub>2</sub>
Klimaneutrale Produkte (2020-2021) (Rohstoffe, Verpackung, Transport, Herstellung, Entsorgung) Climate neutral Products (2020-2021) (Raw materials, Packaging, Transport, Production, Waste Treatment)	<b>3 verschiedene Projekte</b> Details siehe unten	<b>118.383.396</b> 19.04.2021

Beschreibung des Unterauftrages	Unterstütztes Klimaschutzprojekt	kg CO <sub>2</sub> ausgeglichen am
<b>Klimaneutrale Produkte (2021 - Rohstoffe, Verpackungen, Transporte, Herstellung, Entsorgung Verpackungen)</b>	<b>Solarenergie</b> Ningxia, China	<b>29.130.238</b> 19.04.2021
<b>Klimaneutrale Produkte (2021 - Rohstoffe, Verpackungen, Transporte, Herstellung, Entsorgung Verpackungen)</b>	<b>Sauberes Trinkwasser</b> Kairo, Uganda	<b>11.652.095</b> 19.04.2021
<b>Klimaneutrale Produkte (2021 - Rohstoffe, Verpackungen, Transporte, Herstellung, Entsorgung Verpackungen)</b>	<b>Windenergie</b> Saint Nikola, Bulgarien	<b>17.478.142</b> 19.04.2021

Der QR-Code allein würde nicht genügen, weil er – bei Darstellung des Labels im Internet – nicht hinreichend innerhalb desselben Darstellungsmediums ausgelesen werden könnte. Dies gilt insbesondere bei der Darstellung auf mobilen Endgeräten, bei denen für die Code-Auslesung ein weiteres Endgerät erforderlich wäre.

Weil das Label selbst alle von der Rechtsprechung für die notwendige Transparenz bei der Label-Werbung aufgestellten Kriterien erfüllt, kann es - korrekt zugeordnet und aktuell - ohne notwendige Begleitinformationen beworben werden.

### III. Rechtskonforme Werbung auf Amazon möglich?

ClimatePartner ist jüngst in das „Climate Pledge Friendly“-Programm von Amazon aufgenommen worden und ermöglicht eine Bewerbung von Produkten auf der Plattform als „nachhaltig“ nun über eine integrierte Amazon-Funktion.

Besteht für das Produkt eine entsprechende Zertifizierung von ClimatePartner, wird unterhalb des Produkttitels der Badge „Climate Pledge Friendly“ angezeigt:



Ein Klick darauf führt zu weitergehenden Informationen am Ende der Produktbeschreibung, in denen ClimatePartner als zertifizierendes Unternehmen ausgewiesen, die Zertifizierung erläutert und über einen Link und die Anführung der konkreten Zertifizierungs-ID die notwendigen weiteren Zertifikatsinformationen eingesehen werden können:



The screenshot shows a pop-up window titled "Climate neutral by ClimatePartner". On the left, there is a "Climate Pledge Friendly" logo and text: "Wir machen es einfacher, Produkte mit Nachhaltigkeit". Below that, it says "PRODUKTZERTIFIZIERUNG (1)" and "Climate neutral by ClimatePartner bestätigt Kohlenstoffbilanz des Produkts berechnet kontinuierlich reduziert wurde und die ver Emissionen ausgeglichen wurden." On the right, the main text reads: "Das im Jahr 2006 festgelegte Etikett „Climate Neutral“ von ClimatePartner überprüft, ob der Abdruck eines Produkts berechnet, kontinuierlich reduziert und der verbleibende Wert aufgerechnet wurde. Die individuelle ID-Nummer auf dem Etikett führt auf eine Zielseite, die für Transparenz bei den spezifischen CO2-Ausgleichsbeträgen sorgt und Details zu den zertifizierten Kohlenstoffausgleichsprojekten zur Verfügung stellt sowie auch eine Übersicht über Kohlenstoffreduzierungsstrategien anzeigt. ClimatePartner hilft Unternehmen dabei, sich mithilfe praktischer Lösungen mit dem Klimawandel auseinanderzusetzen und so zu einer besseren Welt beizutragen." Below this is a link "Weitere Informationen zu dieser Zertifizierung" and the "Zertifizierungsnummer" 13719-1910-1002.

Amazon setzt die notwendigen Transparenzanforderungen für die Zertifizierungswerbung hinreichend um, sodass rechtliche Risiken in Bezug auf die konkrete werbliche Darstellung der Zertifizierung grundsätzlich nicht bestehen.

Unbedingt zu beachten ist aber, dass Händler auf Amazon vor der Einrichtung der „Climate-Pledge-Friendly“-Anbindung zwingend überprüfen müssen, ob für das konkrete Produkt eine Zertifizierung durch ClimatePartner auch tatsächlich vorhanden und aktuell ist.

Ordnen sie die Zertifizierung falsch zu oder weisen sie jenseits des Gültigkeitszeitraums aus, besteht Abmahngefahr.

## IV. Fazit

Das „Klimaneutral“-Label von ClimatePartner zertifiziert einem Unternehmen, einem Produkt oder dessen Verpackung einen Ausgleich von CO<sub>2</sub>-Emissionen in Produktions- und Prozessketten durch die monetäre Unterstützung von klimafördernden Projekten.

Während das Label selbst hinreichend transparent gestaltet ist und über alle notwendigen Zertifizierungselemente (Aussteller, Zertifizierungsobjekt, Zeitraum, Kriterien und deren konkrete Anwendung) unmittelbar aufklärt, haben Händler für die rechtskonforme Werbung sicherzustellen, dass sie Label einerseits korrekt zuordnen und bezugskonform platzieren und andererseits dessen Aktualität sicherstellen. Letzteres hält zur Prüfung an, ob für das Zertifizierungsobjekt noch anhaltend emissionsausgleichende Projekte unterstützt werden.

Autor:

**RA Phil Salewski**

Rechtsanwalt