

Stopp Greenwashing!
Wie kann ich
Klimaschutz als
Organisation
authentisch
kommunizieren?



FUTURE MINDS



K3, 26.9.2024

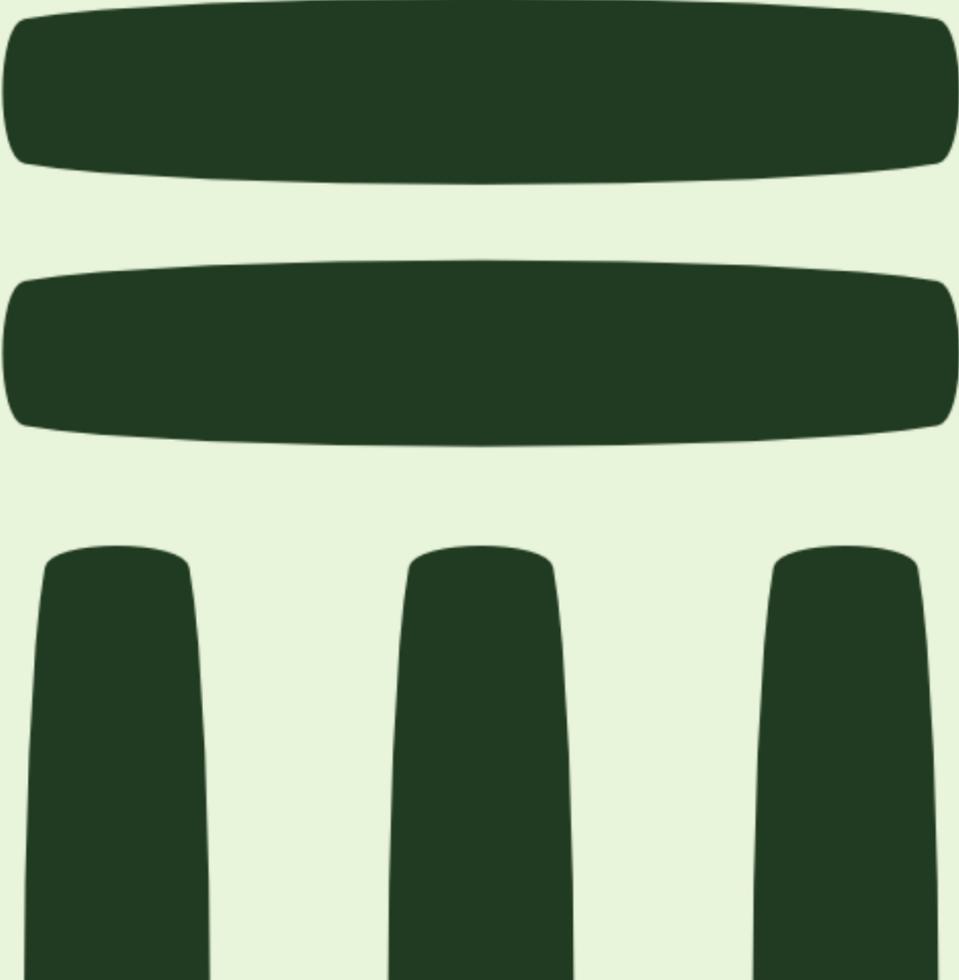
Praxisübung

- Ihr findet verschiedene Bilder im Raum.
- Sucht euch ein Bild aus und tauscht euch in der Gruppe aus:
 - Was seht ihr auf dem Bild?
 - Ist das für euch Greenwashing?

Anschließend Blitzlichter im Plenum.



Heutige Agenda



- 01** Status Quo
- 02** Defintion
- 03** Rechtlicher Rahmen
- 04** Kommunikation & Hacks



Status Quo

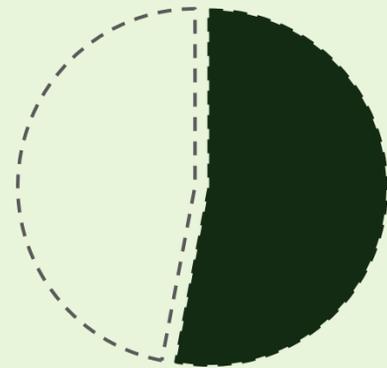
Wie es zur Green Claims Directive kam...

Status Quo

- Unternehmen ≠ klimaneutral
- Ziel 2040: Österreich klimaneutral
- Transformation
- Nachhaltigkeit = wachsender Absatzmarkt
- Hälfte der Konsument*innen sind bereit für regionale & Bio-Produkte mehr zu bezahlen (Handelsverband 2023)

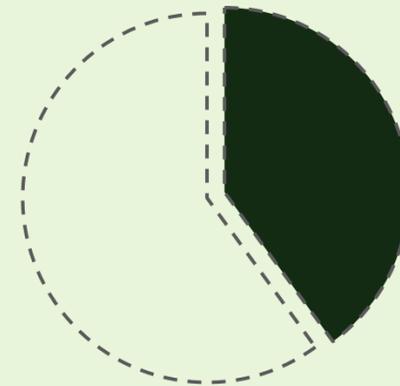


Aktuelle Lage



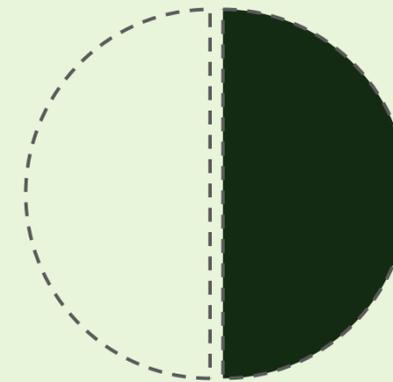
53%

aller umweltbezogenen Aussagen vage, irreführend oder unbegründet sind



40%

Aller umweltbezogener Aussagen sind nicht überprüfbar



50%

der Labels sind nur sehr oberflächlich oder gar nicht verifiziert



230

Green Labels gibt es in der EU + 100 Labels zu Green Energy mit stark unterschiedlicher Transparenz



Definition von Greenwashing

Anhand welcher Kriterien lässt sich
Greenwashing festmachen?

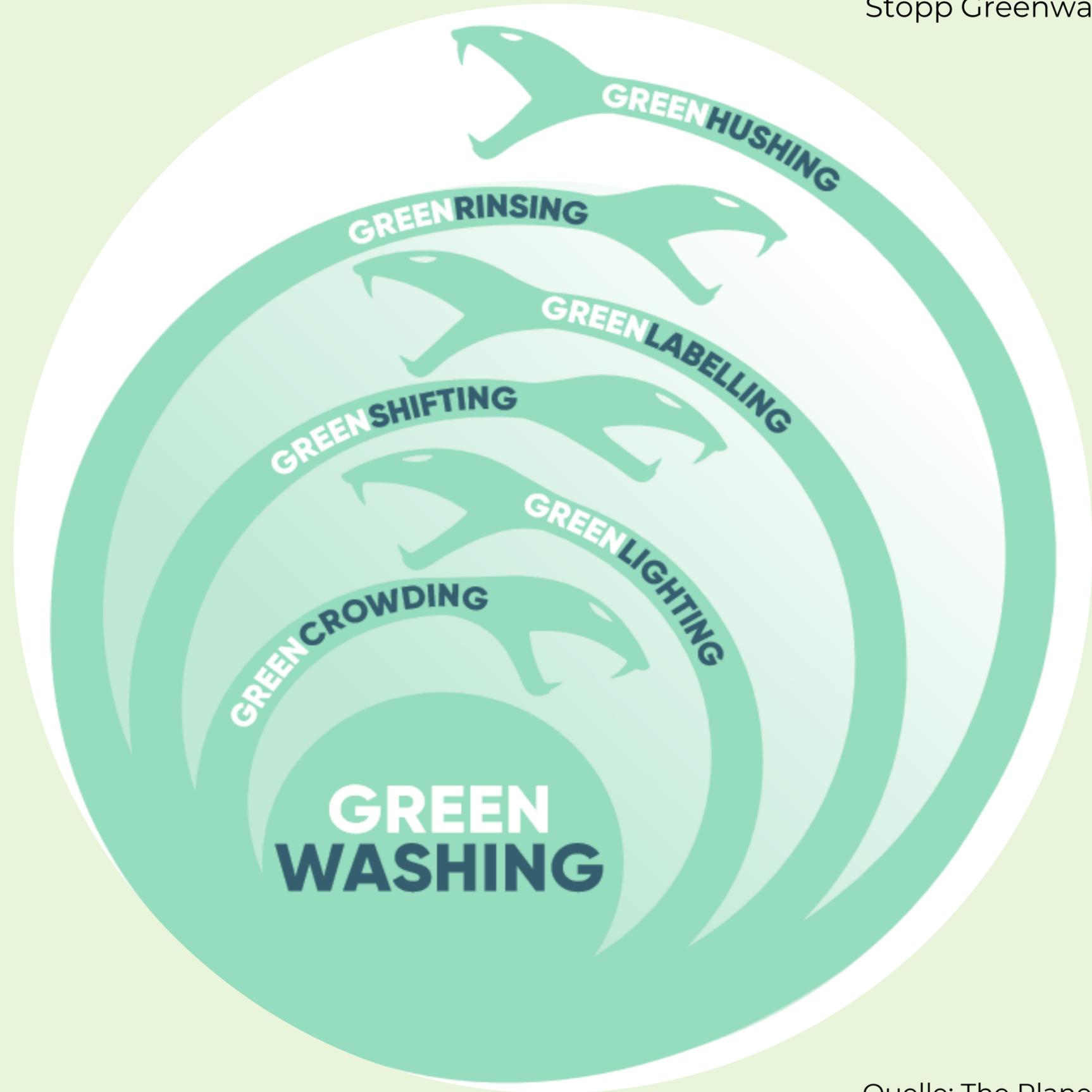
Definition

EU-Kommission → eine **umweltbezogene Angabe** definiert als eine Werbe- oder Marketingaussage, die **suggeriert** oder anderweitig den **Eindruck erweckt**, dass ein Produkt oder eine Dienstleistung **umweltfreundlich** ist [...], **weniger schädlich** für die Umwelt als konkurrierende Waren oder Dienstleistungen ist oder dass es sich im Laufe der Zeit **verbessert** hat.

Quelle: [Link](#)



Green Hydra



Risiken von Greenwashing

- Lässt Menschen abstumpfen
- Macht zynisch gegenüber von echten /
sinnvollen Lösungen
- Verzögerung durch Scheinlösungen
- Unfares Spiel: Marketing vs.
Wissenschaft



Beispiele





Rechtlicher Rahmen

- Green Claims Directive
- Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb
- Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel

Rechtlicher Rahmen



UWG

- In Kraft
- „irreführende Geschäftspraktiken“ im Fokus
- Grundlage für Urteile

EU-Ebene

- Eco Design Directive
- Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher*innen für den ökologischen Wandel
- CSRD
- Taxonomie-VO
- Green Claims Directive (kommend)
- Etc.

Green Claims Directive – 5 Neuerungen

- Substantiierung & externe Bewertung der umweltbezogenen Aussagen
- Kommunikation inkl. weiterführender Informationen
- Einheitliche Standards & Labels
- Konformitätsprüfung für Claims & Siegel
- Sanktionen

Praxisübung

Nehmt euer Greenwashing-Beispiel:

- In welche **Kategorie** fällt das Beispiel?
- Welche **Risiken** entstehen hier?

Anschließend Q&A im Plenum





Kommunikation & Hacks

- Wie vermeide ich Greenwashing?
- Welche Rolle spielt dabei authentische Nachhaltigkeitskommunikation ?

Kommunikation. Grundlegendes

Umweltschutz- und klimabezogene Aussagen sollen

- ✓ wissenschaftlich belegt,
- ✓ extern überprüft sein und
- ✓ weiterführende Informationen und Belege zur Verfügung stellen



Checkliste

- ✓ Stelle genaue und wahrheitsgemäße Behauptungen auf.
- ✓ Belege Behauptungen.
- ✓ Verschweige keine wichtigen Informationen.
- ✓ Erläutere alle Bedingungen oder Einschränkungen der Behauptungen.
- ✓ Vermeide weit gefasste und unqualifizierte Behauptungen.
- ✓ Verwende eine klare und leicht verständliche Sprache.
- ✓ Vermeide visuelle Elemente, die falsche Assoziationen auslösen.
- ✓ Sei direkt und offen in Bezug auf den Status-quo des eigenen Unternehmens im Kontext der ökologischen Nachhaltigkeit.

Strategien & Hacks

- ✓ Gemeinsames Verständnis zentraler Begriffe
- ✓ Abteilungsübergreifende Zusammenarbeit
- ✓ Gegencheck von ÖA & PR mit Fachleuten
- ✓ Fixpunkt in Flowchart / Projektmanagement
- ✓ etc.



Positivbeispiele



Quelle: Der Frosch. [Link](#)



Quelle: Aldi. [Link](#) | ©ALDI SÜD



Quelle: veganz. [Link](#)



[Patagonia Reparaturportal](#)



PR-Kampagne: Don't buy this jacket!

Positivbeispiele



«Wir haben die Vision eines durch und durch nachhaltigen Unternehmens und wollen objektiv sicherstellen, dass unsere Produkte umweltfreundlich und fair hergestellt werden.»

Antje von Dewitz



«2009 stellten wir die ersten Kriterien auf, die unsere Materialien erfüllen mussten, um das Green Shape Label zu erhalten. Wir hatten den Anspruch, den weltweit strengsten Textilstandard für Outdoorprodukte aufzustellen.»

Hilke Patzwall



«Das fertige Endprodukt auf Schadstoffe zu testen war der falsche Weg. Schon bei den Materialien mussten wir anfangen»

Bettina Roth



Schrittweise zum PFAS*-Verzicht bei allen Stoffen mit Eco-Finish

Wasserabweisende Bekleidung

2015

Wasserdichte Bekleidung**

2021

Schlafsäcke

2025

Zelt

GRÜNER KNOPF
SOZIAL. ÖKOLOGISCH. STAATLICH.
UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.

ECO FINISH

* Zur Gruppe der PFAS gehören auch PFC-Chemikalien.
** Bereits 2018 waren alle wasserdichten Bekleidungsstoffe PFAS-frei mit Ausnahme von 4 Modellen.

Praxisübung

Nehmt euer Greenwashing-Beispiel:

- Was würdet ihr in der **Kommunikation** anders machen?
- Lasst euch von den **Positivbeispielen** inspirieren!

Anschließend Q&A im Plenum.



Take Home Messages

- Klima- und Umweltschutz sind ein **Marathon** und kein Sprint
- Transformation im **Kerngeschäft**
- Perspektive auf **vor- und nachgelagerte** Aktivitäten weiten
- **Realistische** Selbst- /Fremdeinschätzung holen
- **Authentische** Kommunikation



Hier findest du uns:

Future Minds OG

Spittelauer Lände 45

1090 Wien

Österreich



www.futureminds.at



office@futureminds.at



<https://www.linkedin.com/company/>

**Kontaktiere uns
und werde zum
Climate Leader!**

Tel: [+43 670 55 50 135](tel:+436705550135)

Email: office@futureminds.at

Wir sind:

Ein erfahrenes Team. Mit über **10 Jahren** Erfahrung in zielgruppenorientierten **Strategien** stehen wir für **Nachhaltigkeit, Inspiration** und **Innovation**.



Mag.a
**Katharina
Benedetter**



Mag.a
**Marianne
Dobner, BA**



**Dein
Unternehmen in
der klimafitten
Zukunft!**

empower

Chancen statt Risiken. Maßgeschneiderte ESG-Lösungsansätze für starke Nachhaltigkeit.

transform

Systemische Beratung und Prozessbegleitung. Empowerment durch Workshops und Coaching.

create

Climate Leader. Tatsächliche Transformation anstatt von Greenwashing.

Was macht Future Minds einzigartig?



Wir machen **komplexe** ESG-**Themen** für dein Unternehmen **verständlich**.



Wir arbeiten **ganzheitlich** und **motivieren** intern und extern.



Wir sind **Enabler** für Empowerment und schaffen so **Chancen** für Betriebe.



Wir nehmen alle Stakeholder entlang der Wertschöpfungskette mit in die **klimafitte Transition**.