

ECR AUSTRIA
EFFICIENT CONSUMER RESPONSE

ECR Fact Finding Call
Empowering Consumers Richtlinie

Richtlinien

… zur Einhaltung des Kartellrechts … & Verwendung einer Protokoll KI

Protokollsoftware fireflies.ai

Im Rahmen dieser Arbeitsgruppe wird das KI-gestützte Protokoll-Tool **fireflies.ai** eingesetzt. Ziel ist es, die Effizienz der Dokumentation und Nachverfolgung von Diskussionsergebnissen zu erhöhen.

Die Nutzung des fireflies.ai Protokoll-Tools erfolgt ausschließlich zu **Protokollzwecken** im Rahmen unserer internen Arbeitsprozesse. Wir stellen sicher, dass sämtliche **geltenden Compliance-, Datenschutz- und Sicherheitsrichtlinien** eingehalten werden.

Alle aufgezeichneten Informationen werden **ausschließlich zur Erstellung der Protokolle** verwendet und **sofort nach deren Aussendung vollständig gelöscht**. Eine Nutzung der Daten zu anderen Zwecken ist **ausdrücklich ausgeschlossen**.

Für die inhaltliche Richtigkeit, Vollständigkeit und Verbindlichkeit der getroffenen Aussagen und Beschlüsse bleiben die Teilnehmer:innen der Arbeitsgruppe verantwortlich.

Durch die Nutzung des Tools stimmen Sie diesen Bedingungen zu und erkennen die strikte Zweckbindung der Datenverarbeitung an.

GS1 Austria · L-MW.at LOGISTIKVERBUND-MEHRWEG · ECR AUSTRIA EFFICIENT CONSUMER RESPONSE

Richtlinien für die Einhaltung des Kartellrechts für Besprechungen

Viele Unternehmen, die das GS1 System bzw. ECR Techniken anwenden, stehen im Wettbewerb, sowohl horizontal als auch vertikal. Das heißt, dass jede Aktivität von GS1/ECR auf die Vereinbarkeit mit geltendem Wettbewerbsrecht geprüft werden muss, das geheime Absprachen und Zusammenschlüsse zu Handelsbeschränkungen, Monopolen, bzw. den Versuch zur Monopolbildung und unfaire oder betrügerische Handlungen und Praktiken verbietet.

Die Kartellgesetze sind sehr umfassend und ihre Verletzung kann zu gerichtlichen Verfügungen, Ausgleichsforderungen, schweren Geldstrafen und sogar Haftstrafen führen.

Die strenge Einhaltung des Wettbewerbsrechts war und ist seit jeher ein Grundsatz von GS1/ECR. Insbesondere achtet GS1/ECR nicht nur auf die Vermeidung von Verstößen, sondern auch auf alles, was den Verdacht auf eine mögliche Verletzung veranlassen könnte.
Eine für sich betrachtete harmlose Handlung kann von der Wettbewerbsbehörde im größeren Zusammenhang als Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht gesehen werden.

Deshalb müssen die Teilnehmer der GS1/ECR Ausschüsse, Arbeits- oder Projektgruppen oder Ähnlichem, immer daran denken, dass der Zweck der Zusammenkünfte die Steigerung der Konkurrenzfähigkeit aller Unternehmen ist, um den Kunden oder Konsumenten einen besseren Nutzen zu verschaffen.

Da die GS1/ECR Aktivitäten immer die Kooperation zwischen Konkurrenten beinhalten, muss große Sorgfalt darauf gelegt werden, die Einhaltung des Wettbewerbsrechts zu gewährleisten.

Das bedeutet:

- Die Teilnahme an GS1/ECR muss freiwillig sein und eine Nichtteilnahme darf zu keiner Benachteiligung oder Bestrafung des Unternehmens führen.
- Absprachen und Informationen über Preise, geografische Absatzmärkte, Kunden und Produkte sind nicht erlaubt, genauso wenig wie über Boykotte, Geschäftsabsagen oder Marktaufteilungen.
- Sitzungen sollen sich an eine vorbereitete Agenda halten - sobald wie möglich – protokolliert werden.
- Wenn ein Teilnehmer der Meinung ist, dass die Gruppe sich in ein unerlaubtes Diskussionsthema einlässt, ist er verpflichtet dies unverzüglich aufzuzeigen, damit das Thema vertagt wird, bis die Rechtsmeinung eingeholt ist.
- Tests oder Datensammlungen werden protokolliert, bei Bedarf wird eine Rechtsmeinung eingeholt.
- Empfehlungen für Standards und Geschäftsabläufe aus GS1/ECR Ausschüssen, Arbeits- oder Projektgruppen sind für die Unternehmen nicht verpflichtend. Den einzelnen Unternehmen steht es frei, unabhängige konkurrenzfähige Entscheidungen zu treffen.

ECR AUSTRIA EFFICIENT CONSUMER RESPONSE

Agenda
ECR Fact Finding Call – EmpCo Richtlinie

Datum: 14. Jänner 2026, 16.00-17:30 Uhr
Location: Teams

Zeit	Thema	Verantwortliche:r
16:00	Willkommen und Intro-Runde	Bernhard Voit ECR Austria
16:10	Empowering Consumers (EmpCo) Richtlinie: Status, Herausforderungen und aktuelle Diskussion	Carolina Müller Markant
16:30	EmpCo - was braucht es für eine effiziente Umsetzung in der Branche? (Handelssicht)	Dora Szeker Rewe Group
16:50	Weitere Vorgangsweise - Diskussion	alle
17:25	Nächste Schritte & Closing	Bernhard Voit ECR Austria

Empowering Consumers Richtlinie: Status, Herausforderungen und aktuelle Diskussion

Carolina Mueller, LL.M.
Head of European and Public Affairs, Markant



“Empowering the Consumer” Gesetzgebung

EmpCo I

markant

Richtlinie (EU) 2024/825

Richtlinie (EU) 2024/825 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2024 zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU im Hinblick auf die Stärkung der Verbraucher beim ökologischen Wandel durch einen besseren Schutz vor unlauteren Praktiken und durch bessere Informationen

Status

In Kraft getreten am **26. März 2024**; muss von den EU-Mitgliedstaaten bis zum **27. März 2026** umgesetzt werden und gilt ab dem **27. September 2026**, verschärft die Anforderungen an „grüne Werbung".

Ziele

Mit dieser Richtlinie will die EU-Verbraucher vor irreführenden Marketingpraktiken im Bereich der Nachhaltigkeitswerbung schützen und so eine transparentere Kaufentscheidung ermöglichen.

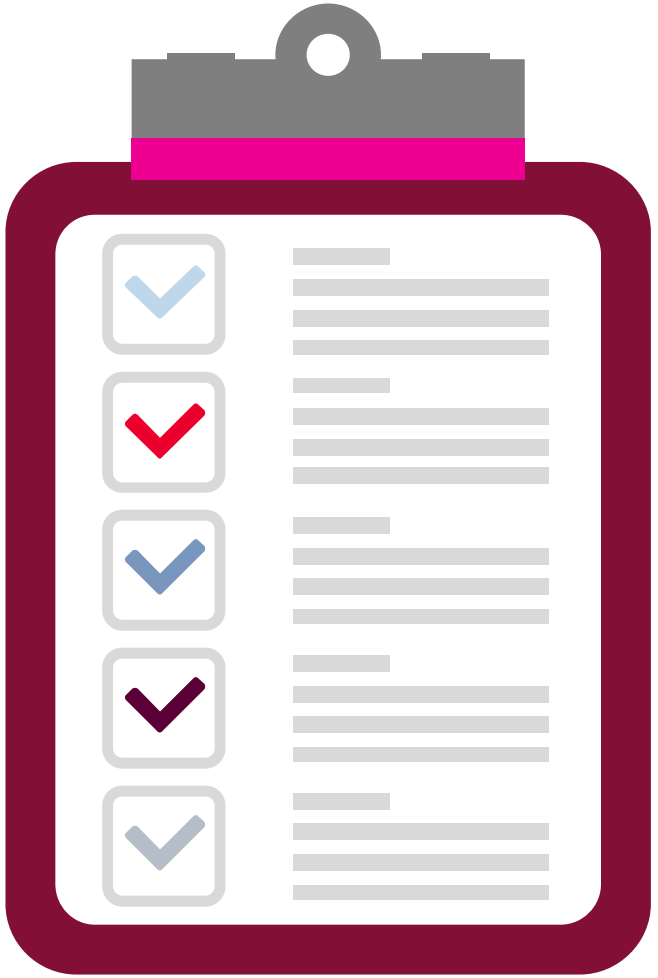
Inhalte

Künftig gelten für Unternehmen strenge Anforderungen hinsichtlich der Verwendung von Umweltaussagen. Die Verwendung selbst entwickelter Nachhaltigkeitslabels wird eingeschränkt. Die Regelungen der EmpCo-Richtlinie werden durch die Green Claims Directive flankiert.

Adressaten

Alle Unternehmen, die werben

Definitionen



1

2

3

4

5

‚**Umweltaussage**‘, unabhängig von ihrer Form, eine Aussage oder Darstellung, die nach Unionsrecht oder nationalem Recht nicht verpflichtend ist, einschließlich Darstellungen durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole wie beispielsweise Etiketten, Markennamen, Firmennamen oder Produktbezeichnungen, im Kontext einer kommerziellen Kommunikation, und in der ausdrücklich oder stillschweigend angegeben wird, dass ein Produkt, eine Produktkategorie, eine Marke oder ein Gewerbetreibender eine positive oder keine Auswirkung auf die Umwelt hat oder weniger schädlich für die Umwelt ist als andere Produkte, Produktkategorien, Marken bzw. Gewerbetreibende oder seine bzw. ihre Auswirkung im Laufe der Zeit verbessert wurde;

EmpCo-Pflichten - I

Keine direkten Verpflichtungen für Unternehmen, aber B2C Blacklist um 13 Verbote erweitert:

Verbot Werbung generischer Umweltangaben

Verbot der Werbung mit allgemeinen Umweltaussage unter Verwendung von Begriffen wie „grün“, „nachhaltig“, „umweltfreundlich“ und „ökologisch“ wenn die zugrunde liegende «anerkannte hervorragende Umweltleistung» (z.B. Umweltzeichen DIN ISO 14024, «Blauer Engel» in D, «Nordischer Schwan» in Skandinavien oder Energieeffizienzklasse A oder EU-Bio Siegel) vom Unternehmer nicht nachgewiesen und die Umweltangabe „im selben Medium“ nicht konkretisiert werden kann). *

Verbot klimabezogener Werbung

Verbot von produktbezogener klimaneutraler/-reduzierter oder -positiver Werbung, die auf dem Ausgleich von Treibhausgasemissionen basiert – CO2-Kompensationsangaben sind nur zulässig, wenn sie sich auf die tatsächlichen Auswirkungen auf den gesamten Lebenszyklus des betreffenden Produkts (d. h. Herstellung, Nutzung, Entsorgung) beziehen und nicht auf den Ausgleich von Treibhausgasemissionen außerhalb der Wertschöpfungskette des Produkts.

Werbung mit zukünftiger Umweltleistung

Strenge Vorgaben für die Werbung mit zukünftiger Umweltleistung (klare, objektive, öffentlich einsehbare und überprübare Verpflichtungen) (dies gilt für Aussagen im B2C-Bereich, wie z. B. „Wir werden bis 2050 klimaneutral sein!“), die künftig einen detaillierten und realistischen Umsetzungsplan erfordern. Der Fortschritt des Unternehmens muss von einem externen Experten regelmäßig überprüft werden, dessen Erkenntnisse Verbrauchern zur Verfugung gestellt werden.

Werbung mit sozialen Aussagen

Neue Vorschriften für Werbung mit „sozialen Aussagen“, die sich auf die Anforderungen an Nachweise zur Untermauerung von Aussagen zu Themen wie faire Löhne, Arbeitsbedingungen, Artenschutz oder Vielfalt beziehen.

* In der Praxis bedeutet dies, dass Marken oft nur mit bestimmten Umweltaussagen zugelassen werden, was aus Marketing-Sicht unattraktiv erscheint, da jede Verwendung der Marke einen Verweis mit Sternchen zur Spezifizierung erfordert.

EmpCo-Pflichten - II

Verbot von Nachhaltigkeitssiegeln ohne Zertifizierungssystem

Siegel (Vertrauenssiegel, Gütezeichen etc.) dürfen in der Werbung künftig nur eingesetzt werden, wenn diese von einer staatlichen Stelle festgelegt wurden oder auf belastbaren Zertifizierungssystemen (Überwachung durch Dritte) beruhen.
Keine Selbstzertifizierung möglich!
Verboten wird auch das Treffen einer Umweltaussage zum gesamten Produkt oder zu der gesamten Geschäftstätigkeit des Unternehmers, wenn sie sich nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts oder eine bestimmte Aktivität der Geschäftstätigkeit des Unternehmers bezieht. Damit soll gewissermaßen ein „cherry picking“ verhindert werden.*

Verbot von Obsolesezenz-Werbung

Werbeaussagen, die gezielt eine begrenzte Haltbarkeit von Produkten thematisieren oder suggerieren (sog. geplante Obsoleszenz), werden unterbunden.
Demnach sollen künftig zu den wesentlichen Merkmalen der Ware oder Dienstleistung, über die getäuscht werden kann, auch „ökologische oder soziale Merkmale“ sowie „Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit“ zählen (§ 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG-E).

Neuregelung sozialer und ökologischer Vergleichswerbung

Die Vergleichbarkeit und Nachprüfbarkeit von ökologischen oder sozialen Eigenschaften in Werbeaussagen wird ausdrücklich geregelt.

Transparenz von Garantieinformationen

Regelungen hinsichtlich der Sichtbarkeit von Garantieinformationen, um zu verhindern, dass Verbraucher die gewerbliche Haltbarkeitsgarantie und das gesetzliche Gewährleistungsrecht verwechseln

* Als Anwendungsbeispiel wird genannt, dass ein Produkt als „mit Recyclingmaterial hergestellt“ vermarktet wird, um den Eindruck zu erwecken, dass das gesamte Produkt aus Recyclingmaterial besteht, obwohl tatsächlich nur die Verpackung aus Recyclingmaterial besteht. Bezogen auf die Geschäftstätigkeit eines Unternehmers soll beispielsweise eine Aussage umfasst sein, die den Eindruck erwecken soll, dass der Unternehmer ausschließlich Energie aus erneuerbaren Quellen nutzt, obwohl für zahlreiche seiner Anlagen fossile Brennstoffe genutzt werden.

Unterschied zwischen Green Claims und EmpCO-Richtlinie

markant

EmpCo ist bereits in Kraft, hat einen sehr breiten Anwendungsbereich (auch Sozialclaims/Fairness/Langlebigkeit), setzt klare Verbote und allgemeine Transparenzpflichten durch. Green Claims Directive ist bislang nur ein Vorschlag, dessen Kernpunkt die verpflichtende, EU-weite Vorab-Prüfung und Zertifizierung freiwilliger Umweltaussagen war; aktuell liegt sie politisch auf Eis und ungewiss, ob sie überhaupt noch kommt. Bei Umsetzung der Green Claims Directive wären die Anforderungen an Unternehmen teils noch strenger und technischer, etwa durch verpflichtende Lebenszyklusanalysen und unabhängige Prüfstellen, während EmpCo vorrangig irreführende, pauschale und unbelegte Claims sowie manipulative Label verbietet und Transparenz schafft. EU-Kommission hat angekündigt den Vorschlag zurückzuziehen, sollten Kleinst-Unternehmen nicht aus dem Anwendungsbereich herausgenommen werden.

EmpCo	Green Claims
Verbindlich: in Kraft seit März 2024, Umsetzung bis 2026	Noch nicht verabschiedet, EU-Verhandlungen gestoppt/ausgesetzt
Breiter Fokus: Reguliert allgemeine Umwelt- und Sozialclaims, pauschale Begriffe, Eigenlabel, Haltbarkeit, Reparierbarkeit, Social Washing	Enger Fokus: Definiert Anforderungen an freiwillige Umweltaussagen, Ziel: europaweit einheitliche Standards und Prüfverfahren für „Green Claims“
Ergänzt Verbraucherschutz und UWG; enthält klare Verbote für Nachweise und Kennzeichnung	Vorschlag für Vorab-Zertifizierung von Green Claims durch unabhängige Prüfer, detaillierte Lebenszyklusanalysen
Transparenz- und Informationspflichten auch zu Haltbarkeit, Updates, und Reparatur	Fokus nur auf ökologische Angaben und deren wissenschaftliche Belegbarkeit
Sanktionen: Geldbußen, Ausschluss von öffentlichen Aufträgen ab Verstoß, aber abhängig von nationaler Ausgestaltung	Strengere Sanktionen: Einziehung von rechtswidrigen Einnahmen, EU-weit einheitlich geregelte Bußgelder
klare Liste verbotener Praktiken, z.B. Werbung mit Kompensationen oder Siegeln ohne echte Zertifizierung	Würde zwingende Vorab-Prüfung und Standardisierung der Nachweise voraussetzen

FAQ der EU-Kommission vom 27.11.2025 – I

markant



- **Keine Bindungswirkung:**
- Das Dokument soll Antworten auf häufig gestellte Fragen von Interessengruppen zur RL enthalten. Es handelt sich dabei jedoch nicht um Leitlinien. Alle in dem Dokument geäußerten Ansichten sind vorläufige Standpunkte der Dienststellen der EU-Kommission und dürfen auch nicht als offizielle Position angesehen werden.

- **Sehr weite Auslegung des Begriffs „Umweltaussage“**
- Unsicherheit bestand bislang darüber, ob auch implizite Aussagen, wie beispielsweise die Verwendung bestimmter Farben, als Umweltaussagen gelten können. Dazu stellt die Kommission klar, dass rein implizite Elemente wie Farben oder Bilder ohne Text für sich nicht als allgemeine Umweltaussagen gelten. Werden sie jedoch mit schriftlichen oder mündlichen Aussagen kombiniert, kann insgesamt eine allgemeine Umweltaussage vorliegen. So können bestimmte visuelle Elemente, etwa grüne Blätter, Wassertropfen oder naturbezogene Symbole, vom Durchschnittsverbraucher als implizite Umweltaussagen wahrgenommen werden. In Kombination mit textlichen Aussagen oder Logos können sie den Anforderungen der EmpCo-Richtlinie an allgemeine Umweltaussagen unterfallen.



- **Verhältnis der Richtlinie zum Immaterialgüterrecht:** Nach Auffassung der Kommission werden Labels sowie Marken-, Unternehmens- und Produktnamen unabhängig von einem markenrechtlichen Schutz von der Richtlinie erfasst und müssen daher die Anforderungen an allgemeine Umweltaussagen und Nachhaltigkeitssiegel erfüllen. Dies betrifft insbesondere Marken- oder Produktnamen mit Begriffen wie „grün“, „öko“ oder „klimaneutral“. Erweist sich ein solcher Name als irreführend oder als allgemeine Umweltaussage, kann nach Auffassung der Kommission die Eintragung als Marke wegen Verstoßes gegen das Lauterkeitsrecht versagt werden.



- **Werbung mit Begriffen wie „bio“ oder „vegan“:**
- Für Begriffe wie „bio“ und „öko“, die die ökologische/biologische Erzeugung von Lebensmitteln betreffen, verweist die Kommission auf sektorspezifische Regelwerke (etwa die Verordnung (EU) 2018/8489). Diese gehen als speziellere Regelung der EmpCo-Richtlinie vor. In diesen Konstellationen findet die EmpCo Richtlinie daher keine Anwendung.
- Bei den Bezeichnungen „vegan“ und „vegetarisch“ kommt es demgegenüber auf den Kontext an. Wird durch ihre Verwendung ein ökologischer oder sozialer Vorteil suggeriert, kann dies eine Umweltaussage oder ein Nachhaltigkeitssiegel darstellen, sodass die Regelungen der EmpCo Richtlinie greifen.

FAQ der EU-Kommission vom 27.11.2025 - II

markant



- **Nachhaltigkeitssiegel:**
- Hier stellt die Kommission klar, dass solche Siegel entweder von einer staatlichen Stelle eines EU Mitgliedstaats festgelegt sein oder auf einem Zertifizierungssystem beruhen müssen. Die Nutzung von Nachhaltigkeitssiegeln, die ausschließlich von einer staatlichen Stelle eines Nicht-EU-Staates etabliert wurden, ist daher unzulässig, es sei denn, sie beruhen auf einem Zertifizierungssystem. Zudem müssen der Siegelinhaber und die unabhängige Stelle, die die Einhaltung der Siegelkriterien prüft, verschiedene juristische Personen sein.

- **Werbung mit sozialen Aspekten:**
- „Soziale Merkmale“ werden nun ausdrücklich als wesentliche Produkteigenschaft im Rahmen der irreführenden Geschäftspraktiken benannt; irreführende Aussagen hierüber sind explizit untersagt.
- Auch Siegel, die sich auf soziale Merkmale beziehen, fallen unter den Begriff des Nachhaltigkeitssiegels und müssen dieselben Anforderungen erfüllen wie Umweltsiegel.

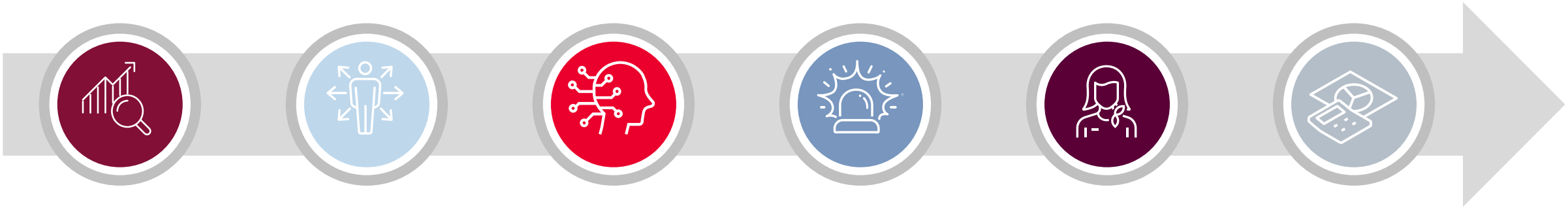


- **Umsetzungsfrist, Bestandsprodukte, Abverkaufsfristen:**
- Schließlich äußert sich die Kommission zum Umgang mit bereits im Markt befindlichen Produkten. Die Mitgliedstaaten haben die Richtlinie bis zum 26. März 2026 umzusetzen; ab dem 27. September 2026 ist sie anzuwenden. Ab diesem Zeitpunkt sind die Vorgaben von Unternehmen einzuhalten – auch für bereits vorhandene Produkte. Eine zusätzliche Übergangsfrist ist nicht vorgesehen. Unternehmen sollten daher zeitnah Produkte und Werbung anpassen und erforderlichenfalls durch Überkleben oder die Bereitstellung ergänzender Informationen die Anforderungen der Richtlinie erfüllen.



- **Anwendungsbereich:**
- Erfasst sind sämtliche Geschäftspraktiken im B2C Bereich, also jede Handlung, Unterlassung oder Kommunikation, die in unmittelbarem Zusammenhang mit der Werbung, dem Verkauf oder der Lieferung eines Produkts an Verbraucher steht.

Zeitplan



März 2024
Inkrafttreten der EmpCo-Richtlinie

November 2025
Veröffentlichung von FAQs

27. März 2026
Ablauf der Umsetzungsfrist

Keine Abverkaufs-fristen
Bitte Lagerbestände abverkaufen und Verträge ändern

27. September 2026
Anwendung der Maßnahmen

…
Evtl. Green Claims-Richtlinie?

Aktivitäten der GS1 Germany

Empowering Consumer Directive (EU) 2024/825

Kurzbeschreibung

- Stärkung des Verbraucherschutzes, Bekämpfung von Greenwashing und Förderung nachhaltiger Konsumentscheidungen.
- Betrifft alle B2C-Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen mit Umwelt- oder Sozialbezug vermarkten.
- Verbot irreführender Umweltwerbung, strengere Regeln für Nachhaltigkeitssiegel, Nachweispflicht für Umweltversprechen, Transparenz zu Lebensdauer/Reparierbarkeit, Verbot von CO_2-Kompensationsaussagen.

Datenaustausch /Information

Umwelt- und Produktaussagen müssen nachvollziehbar, überprüfbar und öffentlich zugänglich gemacht werden, um Kontrolle und Vergleichbarkeit zu gewährleisten.

Geltungsbeginn

- **Inkrafttreten**: 26. März 2024
- **Umsetzung durch**
  - **Mitgliedsstaaten:** bis 27. März 2026
  - **Unternehmen:** 27. September 2026

Datenattribute/-cluster (beispielhaft)

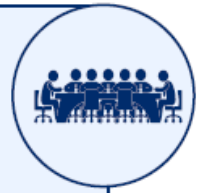
Definition des claim types (bspw. Umweltversprechen, Lebensdauer, Reparierbarkeit etc.)
Einhaltung des Verbots der Behauptung der „Klimaneutralität", die sich auf Kompensationsmaßnahmen stützt
Angabe, ob und welche zertifizierten Labels
Angaben zur übergesetzlichen Garantie und Gewährleistung sowie Haltbarkeitsaussagen und Reparierbarkeit
Angaben zu methodischen Standards
Angabe von Nachweisen zu den entsprechenden Claims

© GS1 Germany

Aktivitäten der GS1 Germany

markant

Empfehlung zum weiteren Vorgehen in 2025/2026: EmpCo



EmpCo ist für Unternehmen bereits bis 27. September 2026 umzusetzen.

Daher werden unter Beobachtung der weiteren gesetzlichen Entwicklungen **folgende Aktivitäten empfohlen**:

- **Prüfung und ggf. Überarbeitung des Leitfadens zu Sustainable Product Claims 2.0** (ggf. Neuerstellung)
- **Analyse des Synergiepotentials zu bereits bestehenden Datenpunkten** in GS1 Datenstrukturen zur Nachweispflicht (z. B. CSRD, EUDR, PPWR) ggf. Ableitung und Definition von ergänzenden Datenpunkten
- **Bei Bedarf Praxisberichte** (Best Practice Sharing) z. B. bzgl. der rechtlichen Sicherheit von Umweltaussagen

Deliverables durch:	D4S	
[x] Anwendungsempfehlung	[ ] Fragebogen	[ ] Marktanalysen & Studien
[ ] Whitepaper	[x] Praxisberichte	

Schätzung des Arbeitsaufwands für D4S			
[ ] Nicht vorhanden	[ ] niedrig	[ ] mittel	[x] hoch

Situation in Deutschland

Zeitplan

- 07. Juli 2025: Referentenentwurf und Verbändeanhörung
- 3. September 2025: Regierungsentwurf und Überweisung an Bundestag und Bundesrat
- 19. Dezember 2025: Zweite und Dritte Lesung im Bundestag nach Stellungnahme des Bundesrates – Beschlussfassung

Wesentliche Änderungen

- Die Novelle wurde im parlamentarischen Verfahren an zentralen Stellen nachgeschärft.
- Besonders relevant sind die Klarstellungen zu Nachhaltigkeitssiegeln und Verbrauchertests sowie die Ausnahme für B2B-Siegel.
- Die Umsetzung der Dark-Pattern-Regulierung bleibt auf den Finanzdienstleistungs-bereich beschränkt.

Abverkaufsfristen

- Das Parlament verabschiedet eine Entschließung, mit der sie die Bundesregierung zu einer Positionierung auf EU-Ebene auffordert, unter anderem zugunsten einer verlängerten Abverkaufsfrist.
- Im Umsetzungsgesetz selbst ist keine Abverkaufsfrist enthalten.

Lobbying für Abverkaufsfristen

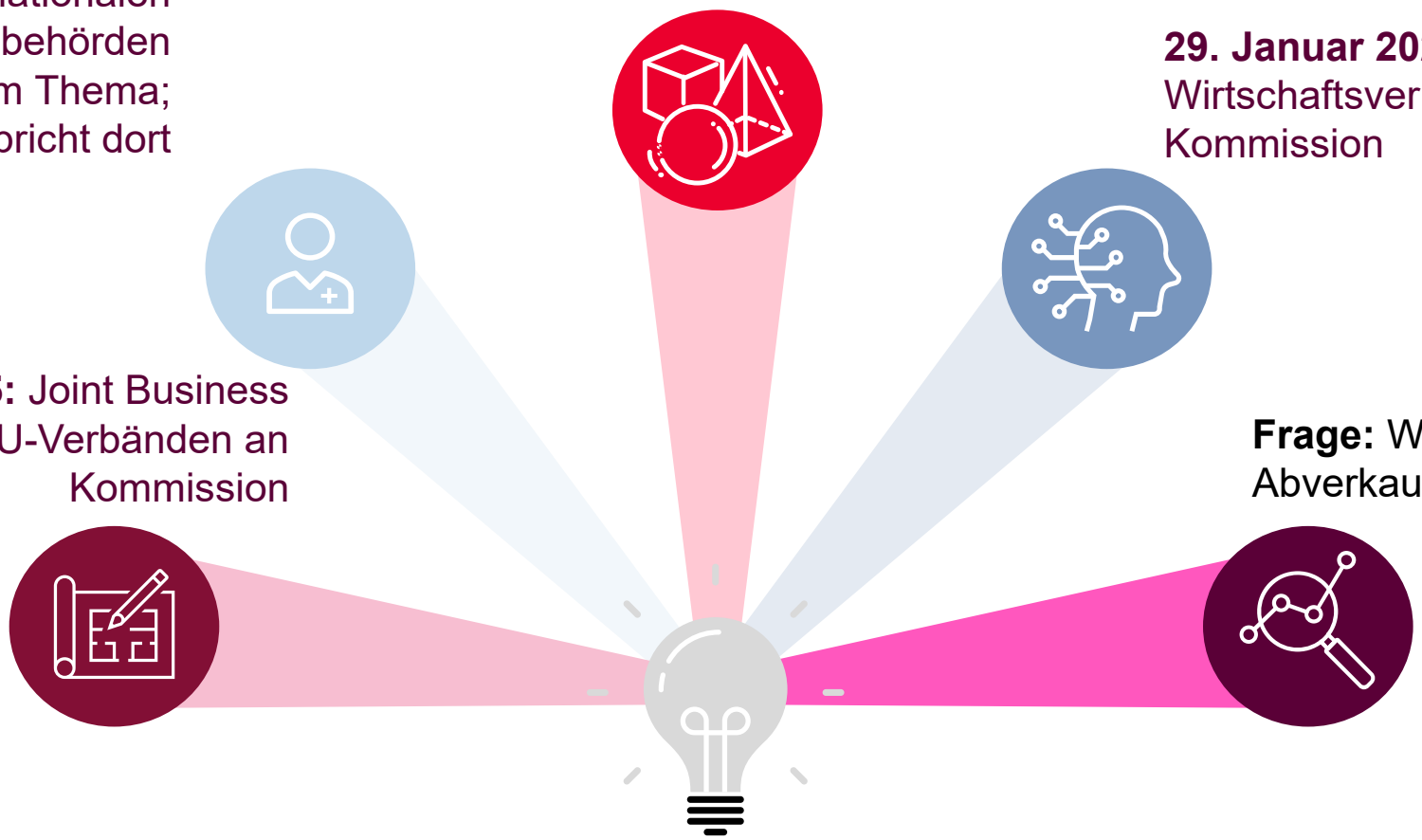
28. Januar 2026: Austausch HDE und Unternehmensdelegation mit Kommission zu Abverkaufsfristen

27. Januar 2026 : Workshop der nationalen Vebraucherschutzbehörden (CPC Network) zum Thema; EuroCOmmerce spricht dort

29. Januar 2026: EU-Wirtschaftsverbände treffen EU-Kommission

10. Dezember 2025: Joint Business Statement von 17 EU-Verbänden an Kommission

Frage: Wie lange sollte eine Abverkaufsfrist dauern?



EmpCo - was braucht es für eine effiziente Umsetzung in der Branche?

Dóra Szekér
Rewe Group

REWE Group
ECR-Arbeitskreis

Empowering Consumers Richtlinie



Nachhaltigkeitsabteilung REWE

14.01.2026

Die **unklaren rechtlichen Anforderungen** und das **nahende Datum des Inkrafttretens** der Richtlinie unterstreichen die **Notwendigkeit einer Zusammenarbeit** in der Branche.

Empowering Consumers for the Green Transition Directive

24 Monate für die Umsetzung in nationales Recht

6 Monate Übergang

Anwendung national

03/2022
Vorschlag EU-Kommission

03/2024
Veröffentlichung

03/2026
Frist für nationale Gesetzgebung

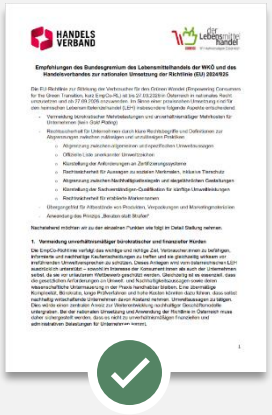
09/2026
Anwendung im nationalen Recht

Risiko von Abmahnungen oder Bußgeldern ab Sept 2026 bei fehlerhaften Claims & Labels

Positionspapier

WKO WIRTSCHAFTSKAMMERN ÖSTERREICHS

HANDELS VERBAND



- Übergangsfrist
- Rechtssicherheit für Markennamen
- Klarheit für unternehmenseigene Aussagen betreffend Tierwohl
- Offizielle Liste anerkannter Umweltzeichen
- Beraten statt strafen
- Klare Abgrenzung zwischen NH-Siegeln und siegelähnlichen Gestaltungen
- Klare Kriterien zur Abgrenzung zwischen allgemeiner und spezifischer Umweltaussage

Nächste Schritte in der Zusammenarbeit

ECR AUSTRIA EFFICIENT CONSUMER RESPONSE

- Besprechung von rechtlichen Unklarheiten
- Green- / Blacklists von Siegeln/Gütezeichen und damit verbundene Aussagen
- Lösungswege für Umgang mit Tierwohlsiegeln, Recyclinglogos
- Auswirkungen auf nationale, lange im Markt etablierte (Eigen-) Marken mitigieren
- Gemeinsame Interessenvertretung
- Information & Q&A-Sessions; für Marketing, Recht, Einkauf, ESG und E-Commerce
- Monitoring der nationalen Umsetzung & Rechtsprechung

Es besteht ein Bedarf an **Rechtssicherheit** für Unternehmen **durch klare Rechtsbegriffe und Definitionen**

Positionspapier		ECR
Herausforderungen / Status Quo	**Forderungen, Wünsche**	**ECR Kooperationsmöglichkeit**
Derzeit existieren **keine Leitfäden** oder branchenspezifische Orientierungshilfen, die definieren, welche Spezifizierungen von Umweltaussagen als ausreichend gelten.	Abgrenzung zwischen allgemeinen und spezifischen Umweltaussagen	Besprechung von rechtlichen Unklarheiten, Industriestandards/Handbuch
Es gibt eine **Vielzahl von unterschiedlicher Umweltkennzeichen** auf EU-, nationaler und regionaler Ebene.	Offizielle Liste anerkannter Umweltzeichen	Green-/Blacklist
Keine Definition von Kriterien für ein konforme Zertifizierungssystem auf nationaler Ebene.	Klarstellung der Anforderungen an Zertifizierungssysteme	Besprechung von rechtlichen Unklarheiten, Industriestandards/Handbuch
Laut Erwägungsgrund 3 **zählen soziale Merkmale**, u.a. die Achtung von Arbeitsrechten und Menschenrechen entlang der Wertschöpfungskette oder ethische Verpflichtungen wie der Tierschutz **zu den zu prüfenden Aussagen.**	Rechtssicherheit für Aussagen zu sozialen Merkmalen, inklusive Tierschutz	Besprechung von rechtlichen Unklarheiten, Industriestandards/Handbuch
Führende Unternehmen **setzen freiwillig höhere Umwelt- und Sozialstandards** als gesetzlich vorgeschrieben bzw. in branchenweiten Initiativen definiert und übernehmen damit eine wichtige Vorreiterrolle (z.B. in den Bereichen Bio-Lebensmittel oder Tierhaltung)	Abgrenzung zwischen Nachhaltigkeitssiegeln und siegelähnlichen Gestaltungen	Besprechung von rechtlichen Unklarheiten, Industriestandards/Handbuch
Die EmpCo-RL verlangt, dass zukunftsbezogene Umweltaussagen künftig regelmäßig von externen Sachverständigen überprüft werden, lässt **jedoch offen, wer als Sachverständiger qualifiziert ist.**	Klarstellung der Sachverständigen-Qualifikation für künftige Umweltleistungen	Gemeinsame Interessenvertretung
Ein mögliches Verbot der Weiterverwendung etablierter Marken nach dem Stichtag 27.09.2026 würde deren **Markenwert schlagartig entwerten** und damit einen massiven wirtschaftlichen Schaden verursachen	Rechtssicherheit für etablierte Markennamen	Gemeinsame Interessenvertretung

Übergangsfrist für Altbestände von Produkten, Verpackungen und Marketingmaterialien wäre notwendig, um **unnötige Müllproduktion** zu vermeiden

Herausforderungen / Status Quo

Erhebliche Zeit- und Ressourcenaufwand

Aufgrund des Zeitaufwandes für die Durchführung der notwendigen Änderungen ist eine Übergangsfrist von nur sechs Monaten nicht ausreichend.

- **Tausende Artikel** des Eigenmarkensortiments des Händlers müssen geprüft und angepasst werden
- Viele Kommunikationsmaterialien sind für den **langfristigen Gebrauch** geplant (5-15 Jahren)

Erhöhten Kosten für das Unternehmen

Wenn Altbestände vernichtet werden müssen (z.B. Produkte mit langer Haltbarkeit, langen Vorlaufzeiten oder langsamer Drehung, Non-Food Produkte oder Verpackungen, die noch verwendet werden können), entstehen höhere Kosten für das Unternehmen. (Umstellung- und Vernichtungskosten)

- Vernichtung für fristgerechte EmpCo-Konformität würde nicht nur zu erheblichen finanziellen Verlusten führen, sondern steht auch im **klaren Widerspruch zu den Zielen der Nachhaltigkeit** und Ressourcenschonung
- Laut internen Hochrechnungen sind die Bestände von Eigenmarkenartikel mit hohem Risiko **im Wert von Millionen**, die der Händler ab Oktober 2026 vernichten müsste

Forderungen, Wünsche

Übergangsfrist für Altbestände von Produkten, Verpackungen und Marketingmaterialien

Vernichtung von nicht konformen Produkten vermeiden

Verschieden Regularien zusammen betrachten (PPWR Packaging and Packaging Waste Regulation, ESPR Ökodesign-Verordnung, Waste Framework Directive usw.)

Beraten statt strafen

ECR Kooperationsmöglichkeit

Gemeinsame Interessenvertretung

- Termine mit Behörden (z.B. Herausforderungen bekannt machen)
- Transparenz schaffen
- Anforderungen formulieren

Zusammenarbeit auf internationaler Ebene
(Deutschland GS1)

Die **unklaren rechtlichen Anforderungen** und das **nahende Datum des Inkrafttretens** der Richtlinie unterstreichen die **Notwendigkeit einer Zusammenarbeit** in der Branche

Unsere Empfehlungen hinsichtlich der Zusammenarbeit:

ECR AUSTRIA
EFFICIENT CONSUMER RESPONSE

- Besprechung von rechtlichen Unklarheiten
- Green- / Blacklists von Siegeln/Gütezeichen und damit verbundene Aussagen
- Lösungswege für Umgang mit Tierwohlsiegeln, Recyclinglogos etc
- Auswirkungen auf nationale, lange im Markt etablierte (Eigen-) Marken mitigieren
- Gemeinsame Interessenvertretung
- Information & Q&A-Sessions; für Marketing, Recht, Einkauf, ESG und E-Commerce
- Monitoring der nationalen Umsetzung & Rechtsprechung

Weitere Fragen oder Anregungen?



ECR AUSTRIA
EFFICIENT CONSUMER RESPONSE

ECR AUSTRIA
EFFICIENT CONSUMER RESPONSE

Danke für Ihr Interesse und Engagement!