EmpCo-Richtlinie: Das ist zu beachten

Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen in der Werbung müssen konkret, nachvollziehbar und belegbar sein. Nachfolgend geben wir Ihnen einen kurzen Überblick über die wichtigsten Anforderungen der EmpCo-Richtlinie sowie einige Formulierungsbeispiele.

Was ist die EmpCo?

„EmpCo" steht für „Empowering Consumers for the Green Transition". Die EU-Richtlinie soll Verbraucherinnen und Verbraucher besser vor irreführenden Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen schützen.

Was ändert sich?

Für Unternehmen innerhalb der EU gilt seit dem 27.09.2026:

- Umweltbezogene Aussagen (ökologisch ebenso wie sozial) müssen konkret, verständlich und belegbar sein. Allgemeine Aussagen (z. B. nachhaltig, öko, umweltfreundlich) ohne Nachweis sind nicht mehr zulässig.
- Auch Bilder, Symbole, Icons, Farben oder Markennamen sind Umweltaussagen im Sinne der EmpCo, wenn sie eine Umweltwirkung nahelegen.
- Im Sinne der EmpCo zählen auch soziale Aspekte wie Arbeitsbedingungen oder Tierschutz zu „Umwelt".

Warum betrifft das auch Gastronomiebetriebe?

Die EmpCo-Vorgaben richten sich unabhängig von Branche oder Größe an alle Betriebe. Deshalb sind auch Gastronomiebetriebe oder Hofläden betroffen, wenn sie gegenüber Gästen mit Umwelt- oder Nachhaltigkeitsvorteilen werben. Das kann beispielsweise in folgenden Bereichen vorkommen:

- auf der eigenen Website
- in Speisekarten oder Flyern
- bei der Beschreibung des Betriebs auf touristischen Plattformen

Beispiele aus der Gastronomie

Beispiel 1: „Genießen Sie bei uns 100% nachhaltige Küche."

➔ Es ist unklar, ob sich die Aussage auf Zutaten, Lieferketten, Energieeinsatz, Verpackungen, Abfall oder den gesamten Restaurantbetrieb bezieht.

Besser: „Wir setzen auf hochwertige Fleischprodukte, die aus artgerechter Tierhaltung stammen und den [Labelname]-Standards entsprechen. Unsere Partnerbetriebe bieten ihren Tieren genügend Liegekomfort und Freilauf sowie eine Fütterung ohne Gentechnik, hauptsächlich aus biologischem Anbau."

Diese Formulierungshilfe orientiert sich an den Empfehlungen der Tourismus-Agentur Nordsee (TANO) zur Umsetzung der EmpCo-Richtlinie im Tourismus-Marketing: https://tano.travel/wissenstransfer/empco-nachhaltigkeitskommunikation/

Beispiel 2: „Wir übernehmen Verantwortung."

➔ Pauschale Aussage ohne Nachweis.

Besser: „Seit 2025 verzichten wir vollständig auf Portionsverpackungen beim Frühstück."

Quelle: https://www.tageskarte.io/zahlen/detail/greenwashing-vermeiden-empco-check-fuer-hotels-und-restaurants.html

---

Beispiel 3: „Unsere Fleischprodukte beziehen wir aus Betrieben, die sich der nachhaltigen und artgerechten Tierhaltung verschrieben haben."

➔ Konkrete Angaben zur Herkunft und zu den tatsächlich erfüllten Haltungs- bzw. Tierwohlkriterien machen und – sofern vorhanden – das zugrunde liegende Zertifikat bzw. Siegel benennen.

Besser: „Wir setzen auf hochwertige Fleischprodukte, die aus artgerechter Tierhaltung stammen und den [Labelname]-Standards entsprechen. Unsere Partnerbetriebe bieten ihren Tieren genügend Liegekomfort und Freilauf sowie eine Fütterung ohne Gentechnik, hauptsächlich aus biologischem Anbau."

Quelle: Österreich Werbung, Green Claims im Tourismus: Leitfaden zur effektiven Kommunikation in Sachen Nachhaltigkeit, https://www.wko.at/tourismus-freizeitwirtschaft/green-claims-im-tourismus

---

Beispiel 4: „Regionales & nachhaltiges Frühstücksbuffet"

➔ Erweckt den Eindruck, das gesamte Frühstücksbuffet sei ökologisch besonders vorteilhaft.

Besser: „Frühstückseier beziehen wir vom Bioland-Hof X (12 km entfernt), der Käse stammt von der Käserei Y."

Quelle: https://www.tageskarte.io/hotelrecht/detail/klimaneutral-und-nachhaltig-fuer-hotels-wird-gruene-werbung-zum-risiko.html

---

Beispiel 5: „Bei den Zutaten für unsere Köstlichkeiten sorgen wir für kürzeste Lieferwege und setzen auf Regionalität."

➔ Es entsteht der Eindruck, dass sich kurze Lieferwege und Regionalität auf alle Zutaten beziehen.

Besser: „Unsere Hauptzutaten wie Butter, Eier, Kartoffeln, Fleisch, Milch und Zwiebeln beziehen wir direkt aus Bayern und unterstützen damit die regionale Wirtschaft. Unser Fischangebot kommt ausschließlich aus bayerischen Gewässern."

Diese Formulierungshilfe orientiert sich an den Empfehlungen von Österreich Werbung zur Umsetzung von Green Claims im Tourismus: https://www.wko.at/tourismus-freizeitwirtschaft/green-claims-im-tourismus

Beispiel 6: „Unser Restaurant bietet eine große Auswahl an veganen und nachhaltigen Gerichten. Und das Beste daran? Diese Gerichte sind ebenso köstlich wie umweltfreundlich und werden mit regionalen Zutaten zubereitet!“

➔ Auch wenn vegane Gerichte umweltfreundlicher sein können, sollten diese nicht pauschal mit „nachhaltig“ gleichgesetzt werden. Wenn sich aus „regional“ gleichzeitig ein Umwelt- oder Nachhaltigkeitsvorteil folgern lässt, sollte der konkrete Vorteil nachvollziehbar sein.

Besser: „Im Rahmen unseres Programms „Let's Eat" arbeitet unser Küchenteam mit lokalen Experten zusammen, um einzigartige vegane Rezepte mit saisonalen Zutaten zu entwickeln. Seit 2020 konnten wir dank unserer Zusammenarbeit mit den Lieferanten den Anteil regionaler Produkte um 30 % steigern (über 60 % aller von uns eingekauften Zutaten stammen aus einem Umkreis von 100 km).

Quelle: Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Handlungsleitfaden Nachhaltigkeitskommunikation, https://www.germany.travel/de/trade/handlungsleitfaden-empco.html

---

Weiterführende Informationen:

- Vollständiger Text der Richtlinie: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32024L0825&qid=1711382215428
- Deutscher Tourismusverband (DTV), dreiteilige EmpCo-Webinarreihe: https://www.nachhaltiger-tourismus.info/de/qualifizierung/empco-webinar
- Deutsche Tourismuszentrale, Handlungsleitfaden mit Praxisbeispielen: https://www.germany.travel/de/trade/handlungsleitfaden-empco.html
- TOM e.V., Web-Seminar EmpCo & UWG-Novelle: https://top.oberbayern.de/echt-digital/tourismuswissen-oberbayern-elearning/

Bitte beachten: Die Auswahl der Beispiele erfolgte nach bestem Wissen auf Basis öffentlich verfügbarer Quellen. Für die konkrete rechtliche Zulässigkeit im Einzelfall ist jeder Betrieb selbst verantwortlich.