

Gericht stoppt Shells irreführende Werbung zu CO2-Neutralität

Landgericht Hamburg stoppt Shells irreführende Werbung zur CO2-Neutralität. DUH kündigt Maßnahmen gegen Greenwashing an.

Shells CO2-Neutralitätsversprechen gerichtlich gestoppt

Berlin (ots)

Das Landgericht Hamburg hat in einem wegweisenden Urteil die Werbung von Shell Deutschland für CO2-neutrales Autofahren und Motorenöl als irreführend eingestuft. Diese Entscheidung basiert auf einer Klage der Deutschen Umwelthilfe (DUH), die die irreführenden Umweltversprechen des Mineralölkonzerns anprangert.

Erneute Warnung an Unternehmen

Jürgen Resch, der Bundesgeschäftsführer der DUH, äußerte sich nach dem Urteil erfreut und betonte die Bedeutung der Entscheidung für den Klimaschutz. Er kündigte ein hartes Vorgehen gegen Firmen an, die durch ungeeignete Kompensationsversprechen ihre Produkte als klimaneutral vermarkten. „Shell ist mit seinem schmutzigen Geschäftsmodell verantwortlich für den Ausstoß von Millionen Tonnen CO2“, so Resch.

Verbraucherschutz im Fokus

Agnes Sauter, Leiterin der Ökologischen Verbraucherberatung bei der DUH, stellte klar, dass Verbraucher das Recht haben, in der Werbung wahrheitsgemäß und transparent Informationen über die Umweltvorteile von Produkten zu erhalten. „Nur so können sie fundierte Entscheidungen treffen,“ erklärte sie weiter. Die DUH fordert daher eine ehrliche Kommunikation der Umwelt- und Klimaauswirkungen von Produkten durch die Industrie.

Die Hintergründe der Klage

Die Klage wurde bereits im Mai 2022 eingereicht, nachdem die DUH Shell aufgefordert hatte, die irreführende Werbung zu beenden. Shell weigerte sich jedoch, eine Unterlassungserklärung abzugeben, was zur Klage führte (Az: 315 O 108/22). Die Argumentation, dass CO₂-Emissionen durch den Kauf von Emissionsgutschriften aus Waldschutzprojekten in Peru und Indonesien kompensiert werden, wurde von der DUH als unzureichend kritisiert.

Größere Trends im Klimaschutz

Diese Entscheidung wirft ein Licht auf eine breitere Problematik des Greenwashings in der Industrie. Hersteller und Unternehmen, die mit falschen oder irreführenden Umweltversprechen agieren, stehen zunehmend im Fokus von Verbraucherschutzverbänden und der Öffentlichkeit. Die DUH sieht in der Urteilsverkündung einen starken Hinweis darauf, dass solche Praktiken nicht toleriert werden.

Schlussfolgerung

Das Urteil gegen Shell Deutschland könnte das Bewusstsein für die Notwendigkeit von Transparenz und Ehrlichkeit in der Werbung stärken. Insbesondere in Zeiten des Klimawandels ist

es entscheidend, dass Verbraucher echte Entscheidungen für nachhaltige Produkte treffen können. Die DUH hat klargestellt, dass sie weiterhin für Transparenz und gegen Greenwashing eintreten wird.

Details

Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)