

„Irreführende Werbung: DUH stellt Avia-Gruppe den Prozess“

Die Deutsche Umwelthilfe (DUH) fordert 15 Avia-Unternehmen auf, irreführende Werbung für „klimaneutrales“ und „CO2-kompensiertes“ Heizöl und Diesel zu stoppen. Kritisiert wird die mangelnde Transparenz und Effektivität der zugrunde liegenden Klimaschutzprojekte. Erfahren Sie mehr über die Hintergründe, die Klage vor dem Landgericht München und die Auswirkungen auf Verbraucher und Umwelt in unserem Artikel.



Deutsche Umwelthilfe setzt sich gegen irreführende Werbung für klimaneutrales Heizöl ein

Die Diskussion um den Klimaschutz und die Verantwortung der Unternehmen hat in den letzten Jahren zunehmend an Dynamik

gewonnen. Besonders im Fokus stehen dabei die Praktiken im Bereich der fossilen Brennstoffe. Ein aktueller Fall, der in Deutschland für Aufsehen sorgt, betrifft 15 Unternehmen der Avia-Gruppe, die sich mit Vorwürfen der irreführenden Werbung konfrontiert sehen.

Am 14. Oktober 2024 wird vor dem Landgericht München I eine Klage der Deutschen Umwelthilfe (DUH) gegen die Deutsche Avia Mineralöl-GmbH verhandelt. Die DUH hat die Unternehmen aufgefordert, ihre Werbung für „klimaneutrales“ und „CO₂-kompensiertes“ Heizöl sowie Diesel zu unterlassen. Der Vorwurf: Die Kunden würden durch solche Botschaften in die Irre geführt. Während einige Anbieter es versäumen, klare Informationen zu liefern, suggerieren andere, dass durch einen kleinen Aufpreis die negativen Umweltauswirkungen vollständig kompensiert werden können.

Jürgen Resch, Bundesgeschäftsführer der DUH, äußerte sich dazu: „Diese irreführenden Werbungen zeigen, dass die Avia-Unternehmen den Klimaschutz nicht ernst nehmen.“ Er betont, dass die durch die Verbrennung entstandenen CO₂-Emissionen über viele Jahre in der Atmosphäre bleiben und die zugrunde liegenden Klimaschutzprojekte, die von der Avia-Gruppe beworben werden, nicht die versprochene Kompensation garantieren können. Insbesondere wird die Nachhaltigkeit, diese als „Zusätzlichkeit“ bezeichnet, in Frage gestellt, da es nicht gewährleistet ist, dass die Maßnahmen langfristig wirksam sind.

Die Problematik der Verbrauchertäuschung ist nicht nur lokal zu betrachten. Sie spiegelt einen breiteren Trend in der Energieversorgung wider, insbesondere im Hinblick auf das sogenannte Greenwashing. In den letzten Monaten hat die DUH in mehreren Fällen gegen Anbieter von Ökogas geklagt, die mit ähnlichen Praktiken auftraten. Dies zeigt, dass die Initiative zur Transparenz und Ehrlichkeit in der Werbung für klimafreundliche Produkte immer wichtiger wird – ein Schritt, den viele Experten als unerlässlich erachten, um das Vertrauen der Verbraucher zurückzugewinnen.

Eine der wichtigsten Forderungen der DUH ist ein Umdenken in Richtung erneuerbarer Energiequellen. Rolle von transparenten Informationen könnte entscheidend für das Verhalten der Verbraucher sein, die zunehmend umweltbewusste Entscheidungen treffen möchten. Der Fall der Avia-Gruppe könnte daher als Katalysator für umfassendere Veränderungen in der Branche wirken.

Insgesamt bleibt abzuwarten, wie die Gerichte in dieser Sache entscheiden werden. Der Ausgang könnte nicht nur Auswirkungen auf die Werbung dieser Unternehmen haben, sondern auch eine breitere Diskussion über die Rolle und Verantwortung von Energieversorgern im Kampf gegen den Klimawandel auslösen.

Details

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