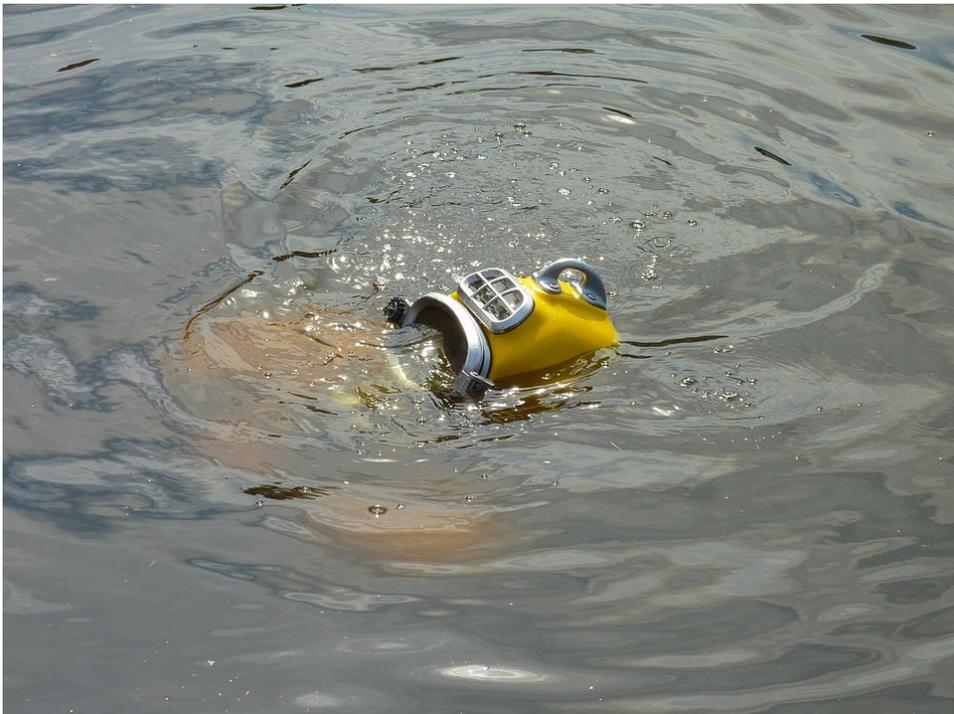


## Umweltneutralität in der Kritik: dm's Werbung sorgt für Verwirrung

„Erfahren Sie, wie die Deutsche Umwelthilfe (DUH) erfolgreich gegen irreführende Werbung von dm vorgegangen ist. Das Urteil über die Behauptung „umweltneutrales Produkt“ ist rechtskräftig. Lesen Sie, warum die DUH auch die neue Formulierung „umweltneutral handeln“ für täuschend hält und welche Auswirkungen dies auf Verbraucher hat.“



Die Deutsche Umwelthilfe (DUH) hat einen sensationellen Sieg gegen die Drogeriemarktkette dm errungen! Nach dem letzten Jahr, in dem dm für seine angeblich „klimaneutralen“ Produkte in die Kritik geriet, wurde nun auch in einem weiteren Fall ein rechtskräftiges Urteil gefällt, das die irreführende Werbung für die als „umweltneutral“ beworbenen Produkte betrifft. Dieses

Urteil, erlassen vom Landgericht Karlsruhe am 26. Juli 2023, verletzt das Verbraucherschutzrecht, und dm hat seine Berufung gegen das Urteil zurückgezogen!

Jürgen Resch, der Bundesgeschäftsführer der DUH, ließ keinen Zweifel daran, dass die Kette anwaltlich in die Zange genommen wird: *„Das Versprechen ‚umweltneutraler‘ Produkte geht weit über die bereits in allen erfolgreichen Klageverfahren als unzulässig entschiedenen Klimaneutralitätsversprechen hinaus. Wir werden daher der Drogeriemarktkette dm nicht durchlassen, nur leicht modifiziert mit der Behauptung umweltneutralen Handelns zu werben.“*

## **Die Strategie von dm: Täuschung mit neuen Begriffen?**

Obwohl dm nun nicht mehr mit dem kontroversen Begriff „umweltneutrales Produkt“ wirbt, hat die Kette viele Artikel mit dem neuen Aufdruck „umweltneutral handeln“ ausgestattet. Der Schachzug ist offensichtlich: Die alte Werbung ausgeschaltet, aber das Problem bleibt. Die DUH hingegen schlägt Alarm und fordert dm zur sofortigen Unterlassung auf!

Agnes Sauter, Leiterin der Ökologischen Verbraucherberatung und Marktüberwachung der DUH, äußerte sich ebenfalls scharf zu diesen Praktiken: *„Nach wie vor suggeriert dm Verbraucherinnen und Verbrauchern eine insgesamt ausgeglichene Umweltbilanz. Das trifft mitnichten zu.“*

## **Umweltneutralität: Ein fragwürdiges Versprechen**

In ihrer Umweltneutralitätsbewertung hat dm lediglich fünf von dreizehn anerkannten Umweltauswirkungen in Betracht gezogen. Klimawandel, aquatische Eutrophierung, Versauerung, Sommersmog und Ozonabbau – das sind die einzigen Kategorien, die in den Werbeversprechen auftauchen! Doch was

ist mit den anderen acht? Diese umweltbelastenden Faktoren werden einfach ausgeblendet!

Die Verbraucher werden mit einem irreführenden Gesamtbild konfrontiert, das den Anschein erweckt, als seien diese Produkte vollständig umweltneutral. Ein gefährlicher Umgang mit der Wahrheit, der nicht nur die Kunden täuscht, sondern auch das Vertrauen in die Marke in schwindelerregende Höhen gefährdet.

Die Aufregung um die Praktiken von dm reißt nicht ab. Es ist höchste Zeit, dass die Bundesumweltministerin Steffi Lemke effektiv gegen solche Täuschungen vorgeht und die dringend erforderlichen härteren Regeln gegen irreführende Werbung einführt!

Details

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