

Urteil gegen Netto: Irreführende Werbung für „Klimaneutralität“ gestoppt

Die Deutsche Umwelthilfe (DUH) erzielt einen bedeutenden Sieg gegen irreführende Werbung mit „Klimaneutralität“, nachdem Netto seine Berufung zurückgezogen hat. Das Landgericht Amberg bestätigt, dass solche Werbung unzulässig ist, wenn sie nur auf Emissionsgutschriften beruht. Erfahren Sie mehr über die Forderungen der DUH und die Folgen für Unternehmen in unserem Artikel!



Ein gewaltiger Sieg für die Umweltschützer! Die Deutsche Umwelthilfe (DUH) hat es geschafft, einen weiteren Meilenstein im Kampf gegen die irreführende Werbung für „klimaneutrale“ Produkte zu setzen. Deutschlands drittgrößter Discounter, Netto Marken-Discount, muss nun eingestehen, dass ihre bisherigen Werbeversprechen für den beliebten Fertigkaffee Cafè Latte Cappuccino unhaltbar sind. Nach einem durchschlagenden Urteil

des Landgerichts Amberg hat Netto seine Berufung zurückgezogen und damit klar gemacht, dass die Zeiten der Verbrauchertäuschung vorbei sind!

Die Entscheidung des Gerichts stellt klar, dass Werbung mit dem vielversprechenden Begriff „Klimaneutralität“ nicht einfach leichtfertig verwendet werden darf. Denn in diesem speziellen Fall beruhte die vermeintliche Klimaneutralität lediglich auf dem Kauf von Emissionsgutschriften, die aus kurzlebigen Waldprojekten stammen. Das Landgericht Amberg hat somit deutlich gemacht, dass hier strenge Regeln gelten!

Ein starkes Zeichen für mehr Transparenz

Jürgen Resch, der Bundesgeschäftsführer der DUH, fasst die Bedeutung dieses Urteils in eigenen Worten zusammen: *„Unser Erfolg gegen den drittgrößten Billigdiscounter Deutschlands ist ein klares Signal an den Handel, endlich die Verbrauchertäuschung mit angeblich klimaneutralen Produkten zu beenden.“* Resch hebt hervor, dass eine Reihe von Gerichten bereits ähnliche Urteile gefällt haben, die strikt festlegen, dass „klimaneutrale“ Werbung transparent und nachvollziehbar gestaltet sein muss. Sogar der Bundesgerichtshof hatte kürzlich festgestellt, dass solche Werbeversprechen dringend ausführlicher erklärt werden müssen.

Ab sofort müssen Unternehmen wie Netto sich an diese Regeln halten und echte Maßnahmen zur Verminderung ihrer Emissionen ergreifen, anstatt sich auf unzureichende Kompensationen zu verlassen. Die DUH fordert zudem ein generelles Verbot von Klimaneutralitätsversprechen, wenn diese auf Kompensationen basieren.

Die Botschaft ist klar: Die Bundesregierung muss endlich die neue EU-Richtlinie zur „Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel“ ernst nehmen und dafür sorgen, dass der Markt für grüne Produkte nicht länger durch unseriöse Versprechungen verschmutzt wird.

Link:

Hier geht's zum BGH-Urteil über die Vorgaben zur Werbung mit „Klimaneutralität“ und das Netto-Urteil:

Details

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