

FACH- INFORMATION

FI.03

Richtlinie (EU) 2024/825 („Empowering Consumers“)

Stand September 2026



Rechtliche Grundlage

Die EmpCo-Richtlinie ist kein neues Nachhaltigkeitsgesetz, sondern eine gezielte Nachschärfung des Verbraucherrechts. Sie greift an zwei Stellen an. Sie verbietet einen Katalog von Werbeaussagen, die bisher in einer Grauzone lagen, und sie verpflichtet Unternehmen zugleich dazu, Verbraucherinnen und Verbrauchern vor dem Kauf verlässliche Angaben zu Haltbarkeit, Reparierbarkeit, Software-Updates und Garantien zu machen. Umgesetzt wird das über Änderungen der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken 2005/29/EG und der Verbraucherrechte-Richtlinie 2011/83/EU. Wer heute mit „nachhaltig“, „klimaneutral“ oder einem eigenen Öko-Logo wirbt, muss diese Aussagen bis zum 27. September 2026 entweder belegen, präzisieren oder streichen. Und wer Produkte an Verbraucher verkauft, muss bis dahin belastbare Produktinformationen bereithalten auch dann, wenn sie bisher niemand verlangt hat.

In Deutschland ist die Umsetzung abgeschlossen. Das Dritte Gesetz zur Änderung des UWG wurde am 19. Februar 2026 verkündet und ergänzt um ein Gesetz zur Änderung des Verbrauchervertrags- und des Versicherungsvertragsrechts für die Informationspflichten.

Dabei geht es ausschließlich die Kommunikation gegenüber Endkundenwerbung, Websites, Konfiguratoren, Prospekte, Musterbücher, Ausstellungen und Angebote an private Bauherren. **Reine B2B-Kommunikation fällt formal nicht darunter**, wirkt aber praktisch mit hinein, weil Herstellerwebsites und Fachunterlagen von Verbrauchern gelesen werden und der Fachhandel die Informationen weitergibt, die er vom Hersteller bekommt.

Es gibt keinen Bestandsschutz und keine Abverkaufsfrist.

Was am 27. September 2026 im Regal steht, im Musterbuch klebt oder online abrufbar ist, muss den neuen Regeln entsprechen, unabhängig davon, wann es produziert wurde. In der Praxis können Angaben überklebt, mit Korrekturhinweisen am Verkaufsort und angepasste Onlineangaben versehen werden. Eine Abverkaufsfrist wird derzeit noch diskutiert.

Zeitschiene

Datum	Ereignis	Grundlage
26.03.2024	Die Richtlinie tritt in Kraft	Art. 5 RL (EU) 2024/825
25.09.2025	Die Kommission legt Gestaltung und Inhalt der harmonisierten Mitteilung und der harmonisierten Kennzeichnung fest	DVO (EU) 2025/1960
19.02.2026	Das Dritte UWG-Änderungsgesetz wird im Bundesgesetzblatt verkündet	BGBl. 2026 I Nr. 43
27.03.2026	Ende der Umsetzungsfrist für die Mitgliedstaaten	Art. 4 Abs. 1 RL 2024/825
19.06.2026	Erste Teile treten früher in Kraft: § 5 Abs. 6 UWG und § 312d Abs. 2 Satz 2 BGB	Drittes UWG-ÄndG
27.09.2026	Alle neuen Vorschriften sind anzuwenden – in der Werbung, auf Verpackungen, im Ladengeschäft und im Onlineshop; harmonisierte Mitteilung und GARA-Label werden Pflicht	Art. 4 Abs. 1 UAbs. 2; DVO 2025/1960
27.09.2026	Jedes verwendete Nachhaltigkeitsiegel muss auf einem konformen Zertifizierungssystem beruhen oder staatlich festgesetzt sein	Anh. I Nr. 2a UGP-RL
27.09.2031	Die Kommission berichtet dem Parlament und dem Rat über die Anwendung	Art. 3 RL 2024/825

Pflichten

• Umweltaussagen und Siegel

Die schwarze Liste des Anhangs I der UGP-Richtlinie (Anhang zu § 3 Abs. 3 im deutschen UWG) wird um mehrere Tatbestände erweitert.

Nr.	Verbotene Praktik	Was das konkret bedeutet
2a	Ein Nachhaltigkeitssiegel verwenden, das nicht auf einem Zertifizierungssystem beruht und nicht von einer Behörde festgesetzt wurde	Selbst gestaltete Öko-Logos, Fantasiesiegel und Verbandszeichen ohne unabhängige Prüfung fallen weg. Tragfähig sind etwa das EU-Umweltzeichen, der Blaue Engel oder EMAS.
4a	Eine allgemeine Umweltaussage treffen, ohne eine anerkannte hervorragende Umweltleistung nachweisen zu können	Betroffen sind Begriffe wie „umweltfreundlich“, „grün“, „ökologisch“, „klimafreundlich“, „nachhaltig“, „biobasiert“ oder „biologisch abbaubar“. Zulässig bleiben sie mit EU-Ecolabel bzw. einem Typ-I-Zeichen nach EN ISO 14024 – oder wenn die Aussage im selben Medium klar spezifiziert wird.
4b	Eine Aussage auf das ganze Produkt oder das Unternehmen beziehen, obwohl nur ein Teilaspekt gemeint ist	„Aus Recyclingmaterial“ darf nicht groß auf dem Produkt stehen, wenn nur die Verpackung oder ein einzelnes Bauteil recycelt ist.
4c	Klimabezogene Aussagen zum Produkt auf Kompensation stützen	„Klimaneutral“, „CO ₂ -neutral“ oder „klimapositiv“ sind unzulässig, wenn sie auf Ausgleichszertifikaten außerhalb der eigenen Wertschöpfungskette beruhen.
10a	Eine gesetzliche Pflicht als Besonderheit des eigenen Angebots darstellen	„Frei von Stoff X“ ist irreführend, wenn X für alle Produkte dieser Kategorie im Unionsmarkt ohnehin verboten ist.

Daneben gelten nach wie vor die allgemeinen Irreführungsverbote und werden um mehrere Punkte geschärft, die für die Nachhaltigkeitskommunikation zentrale Bestandteile sind:

- **Aussagen über die Zukunft** wie „klimaneutral bis 2040“ sind nur zulässig, wenn klare, öffentlich einsehbare und überprüfbare Verpflichtungen zugrunde liegen, ein detaillierter und realistischer Umsetzungsplan mit messbaren, zeitgebundenen Zielen und zugewiesenen Ressourcen existiert und die Fortschritte regelmäßig unabhängig extern geprüft werden. Die Prüfergebnisse müssen für Verbraucher zugänglich sein, etwa über einen QR-Code.
- **Irrelevante Vorteile** dürfen nicht als Besonderheit herausgestellt werden, wenn sie sich nicht aus einem Merkmal des Produkts ergeben (Art. 6 Abs. 2 Buchst. e UGP-RL).
- **Haltbarkeit, Reparierbarkeit und Recyclingfähigkeit** gelten nun ausdrücklich als wesentliche Produktmerkmale. Irreführung über ökologische oder soziale Merkmale und über Zirkularitätsaspekte ist damit unmittelbar erfasst (Art. 6 Abs. 1 Buchst. b UGP-RL).
- **Vergleichsdienste und Vergleichswerbung** müssen offenlegen, nach welcher Methode verglichen wird, welche Produkte und Lieferanten einbezogen sind und wie die Daten aktuell gehalten werden (Art. 7 Abs. 7 UGP-RL).

Der Begriff der Umweltaussage ist bewusst weit gefasst: Er umfasst Texte, Bilder, grafische Elemente, Symbole und Etiketten und ausdrücklich auch Marken-, Firmen- und Produktnamen sowie stillschweigende Aussagen. Grüne Blätter, Wassertropfen, Naturmotive und durchgehend grünes Verpackungsdesign sind für sich genommen noch keine „allgemeine Umweltaussage“ im Sinne der Definition, können in Verbindung mit Text aber genau dazu werden – oder als siegelähnliches Zeichen gelten. Produktlinien mit „Eco“, „Green“ oder „Nature“ im Namen gehören deshalb auf die Prüfliste, auch wenn sie markenrechtlich geschützt sind.

• Haltbarkeit, Reparierbarkeit und Software

Ein zweiter Block der schwarzen Liste betrifft die Lebensdauer von Produkten und ihre digitalen Bestandteile. Er richtet sich vor allem an Hersteller, bei denen die nötige Kenntnis vermutet wird, erfasst aber auch Händler, sobald ihnen zuverlässige Informationen vorliegen:

Nr.	Verbotene Praktik
23d	Verschweigen, dass ein Software-Update das Funktionieren einer Ware mit digitalen Elementen negativ beeinflusst
23e	Ein Update als notwendig darstellen, obwohl es lediglich Funktionsmerkmale verbessert
23f	Für eine Ware werben, die ein die Haltbarkeit begrenzendes Merkmal enthält, wenn dem Unternehmen diese Information vorliegt
23g	Eine bestimmte Haltbarkeit nach Nutzungszeit oder Nutzungsintensität behaupten, die tatsächlich nicht erreicht wird – etwa eine Zyklenzahl
23h	Eine Ware als reparierbar darstellen, obwohl sie es nicht ist
23i	Verbraucher dazu veranlassen, Betriebsstoffe früher zu ersetzen oder aufzufüllen als technisch erforderlich
23j	Verschweigen, dass Fremd-Ersatzteile oder -Zubehör die Funktion beeinträchtigen – und umgekehrt eine solche Beeinträchtigung zu Unrecht behaupten

• Informationspflicht für Verbraucher vor dem Kauf

Die geänderten Art. 5 und 6 der Verbraucherrechte-Richtlinie – in Deutschland § 312d BGB sowie Art. 246 und 246a EGBGB – erweitern den Katalog der vorvertraglichen Informationen deutlich. Die Angaben müssen klar, verständlich und produktbezogen sein:

- **Das gesetzliche Gewährleistungsrecht** inklusive der Minstdauer von zwei Jahren ist künftig immer und inhervorgehobener Form mitzuteilen, und zwar unter Verwendung der EU-weit vorgegebenen **harmonisierten Mitteilung**.
- **Gewährt der Hersteller eine Haltbarkeitsgarantie von mehr als zwei Jahren**, die kostenlos ist und die gesamte Ware abdeckt, muss die **harmonisierte Kennzeichnung – das GARAN-Label** – angezeigt werden. Gestaltung, Wortlaut, Symbole und Farben sind in der Durchführungsverordnung (EU) 2025/1960 verbindlich vorgegeben; eigene Layoutvarianten sind nicht erlaubt.
- **Bei Waren mit digitalen Elementen** – Antriebe, Steuerungen, Gateways, Apps – ist der Mindestzeitraum für Software-Updates zu nennen, soweit der Hersteller diese Angabe bereitstellt.
- **Ein Reparierbarkeitswert** ist anzugeben, wenn er für die Produktgruppe unionsrechtlich harmonisiert ist; bislang gilt das nur für Smartphones und Tablets seit dem 20. Juni 2025, weitere Gruppen folgen über die Ökodesign-Verordnung (EU) 2024/1781. Fehlt ein solcher Wert, sind stattdessen Verfügbarkeit, geschätzte Kosten und Bestellverfahren für Ersatzteile, Reparatur- und Wartungsanleitungen sowie bestehende Reparaturschranken zu nennen – soweit der Hersteller sie bereitstellt.
- **Im Fernabsatz** sind umweltfreundliche Lieferoptionen anzugeben, soweit sie angeboten werden; unmittelbar vor Abgabe der Bestellung ist zusätzlich auf die harmonisierte Kennzeichnung hinzuweisen (Art. 8 Abs. 2 VRRL).

• Bürokratie

EmpCo führt keine Genehmigungspflicht und kein Register ein. Im Streitfall ist man allerdings Nachweispflichtig.

Anforderung	Inhalt
Nachweislast	Tatsachenbehauptungen müssen nach Art. 12 UGP-RL belegbar sein – auch zu sozialen Merkmalen. Für generische Aussagen ist die anerkannte hervorragende Umweltleistung nachzuweisen, und der Nachweis muss sich auf genau die getroffene Aussage beziehen.
Substantiierung	Produkt- und lebenszyklusbezogene Klimaaussagen setzen belastbare Lebenszyklusanalysen voraus. Zukunftsaussagen brauchen einen dokumentierten, öffentlich zugänglichen Umsetzungsplan.
Zertifizierungssysteme für Siegel	Das System muss allen Gewerbetreibenden zu transparenten und diskriminierungsfreien Bedingungen offenstehen, seine Anforderungen in Absprache mit Sachverständigen und Interessenträgern entwickeln, Verfahren für Verstöße bis zum Entzug vorsehen und durch einen kompetenten, unabhängigen Dritten überwacht werden – nach ISO 17065 oder mit Akkreditierung nach VO (EG) Nr. 765/2008.
Trennung der Rollen	Systeminhaber und Gewerbetreibender dürfen identisch sein, wenn das System offen ist. Systeminhaber und überwachender Dritter müssen dagegen zwei verschiedene Rechtspersonen sein.
Externe Prüfung	Bei Zukunftsaussagen ist eine regelmäßige Prüfung durch einen unabhängigen, interessenkonfliktfreien Sachverständigen erforderlich – in der Praxis jährlich bis zweijährlich –, deren Ergebnisse Verbrauchern zugänglich sind.
Interne Dokumentation	Bewährt hat sich ein Claim-Register mit einer Nachweisakte je Aussage, ein verbindlicher Freigabeprozess für Marketingmaterial, gepflegte Datenblätter zu Haltbarkeit, Ersatzteilen und Update-Zeiträumen sowie ein definierter Weg, diese Daten an den Fachhandel zu übermitteln.
Durchsetzung und Sanktionen	EmpCo enthält keine eigene Sanktionsnorm; es gilt der durch RL (EU) 2019/2161 verschärfte Rahmen, in Deutschland vor allem UWG-Ansprüche von Wettbewerbern und Verbänden auf Unterlassung, Abmahnung und Schadensersatz, daneben die behördliche Durchsetzung. Behörden priorisieren nach Schwere des Verstoßes und berücksichtigen nachweisbare Compliance-Anstrengungen.

• Bedeutung für die Branche

Markisen, Rollläden, Raffstores, Lamellendächer und Textilscreens sind langlebige, reparierbare und energetisch wirksame Produkte. Die Branche hat also gute Argumente – sie muss sie ab dem Stichtag nur präziser vortragen.

- **Energie- und Klimaargumente schärfen:** „Nachhaltiger Sonnenschutz“, „klimafreundliche Fassade“ oder „CO₂-neutrale Verschattung“ sind ohne Spezifizierung angreifbar. Belastbar wird es mit konkreten Angaben, etwa einer Reduktion des Kühlenergiebedarfs um x Prozent nach einem benannten Berechnungsverfahren, mit angegebenen Randbedingungen und Bezugsjahr.
- **Teilaspekte nicht zum Gesamtprodukt machen:** Recyclinganteile in Profilen, Tüchern oder Verpackungen sind bauteilbezogen auszuweisen, nicht als Eigenschaft der ganzen Anlage.
- **Haltbarkeitsangaben unterlegen:** Zyklenzahlen, Windwiderstandsklassen und Lebensdauerangaben müssen unter normalen Nutzungsbedingungen erreichbar und intern dokumentiert sein, sonst greift Anhang I Nr. 23g.
- **Ersatzteile und Reparatur aufbereiten:** Für Tücher, Gelenkarme, Motoren, Kurbeln, Endkappen und Steuerungen sollten Verfügbarkeit, geschätzte Kosten, Bestellwege, Anleitungen und Einschränkungen als Datenpaket vorliegen – der Fachhandel schuldet die Information dem Endkunden und kann sie nur weitergeben, wenn er sie bekommt.

- **Motorisierung und Smart Home mitdenken:** Antriebe, Gateways und Apps sind Waren mit digitalen Elementen. Der Mindestzeitraum für Software- und Sicherheitsupdates ist zu benennen, Updates dürfen nicht als notwendig dargestellt werden, wenn sie nur Komfortfunktionen erweitern, und Funktionsverluste durch Updates dürfen nicht verschwiegen werden. Es lohnt sich, diese Zusagen mit den Update-Verpflichtungen des Cyber Resilience Act abzustimmen, statt sie zweimal getrennt zu formulieren.
- **Systembindung sauber kommunizieren:** Hinweise, dass Fremdmotoren, -tücher oder -aktoren die Funktion beeinträchtigen, müssen zutreffen – tatsächliche Beeinträchtigungen sind aber offenzulegen (Anhang I Nr. 23j).
- **Garantieversprechen einordnen:** Wer mit fünf oder mehr Jahren Herstellergarantie wirbt, sollte prüfen, ob sie die gesamte Ware umfasst, kostenlos ist und als Haltbarkeitsgarantie im Sinne von Art. 17 RL (EU) 2019/771 ausgestaltet ist. Nur dann greift das GARAN-Label – und dann wird seine Bereitstellung an den Fachhandel praktisch unverzichtbar.
- **Eigene Verbands- und Herstellersiegel prüfen:** Bis zum 27. September 2026 muss geklärt sein, ob sie auf einem Zertifizierungssystem mit Drittüberwachung beruhen oder staatlich festgesetzt sind. Andernfalls gehören sie aus der Endkundenkommunikation heraus.
- **Vertragsart im Blick behalten:** Bei Lieferung mit Montage können Werkvertragsregeln greifen, während die vorvertraglichen Informationspflichten der Verbraucherrechte-Richtlinie an Waren anknüpfen. Für Angebote an Verbraucher im Fernabsatz und außerhalb von Geschäftsräumen ist der vollständige Katalog abzuarbeiten.

Maßnahmen, die kurzfristig bis zum 27. September 2026 geprüft werden sollten

1. Bestand aufnehmen: Website, Konfigurator, Prospekte, Musterbücher, Verpackungen, Etiketten, Social Media, Messestände sowie Produkt- und Serienbezeichnungen vollständig erfassen.
2. Jede Umweltaussage in ein Claim-Register überführen – mit Wortlaut, Medium, Nachweis, Verantwortlichem und der Entscheidung, sie beizubehalten, zu spezifizieren oder zu streichen.
3. Alle Siegel und siegelähnlichen Zeichen auf Zertifizierungssystem und Drittüberwachung prüfen und im Zweifel ersetzen.
4. Produktdaten zu Haltbarkeit, Ersatzteilen, Reparaturanleitungen und Update-Zeiträumen konsolidieren und dem Fachhandel strukturiert bereitstellen.
5. Harmonisierte Mitteilung im Ladengeschäft und im Onlineshop einbinden und das GARAN-Label vorbereiten, wo eine qualifizierte Haltbarkeitsgarantie besteht.
6. Freigabeprozess für Marketing und Vertrieb etablieren, Innendienst und Fachpartner schulen und die Ergebnisse in die Verbands- und Normungsarbeit zurückspiegeln.

Wiederkehrende Fragen

Frage	Antwort nach Richtlinie und Kommissions-FAQ
Gilt EmpCo auch im B2B?	Formal nur im Verhältnis zu Verbrauchern. Unternehmenswebsites und Fachkommunikation gelten im Zweifel als auch an Verbraucher gerichtet, und nationales Recht kann B2B-Werbung mit vergleichbarem Maßstab erfassen.
Sind bestehende Verpackungen geschützt?	Nein. Ab dem 27.9.2026 gibt es keinen Bestandsschutz. Zulässig sind Aufkleber, Korrekturen und ergänzende Informationen am Verkaufsort; das CPC-Netzwerk hat dazu ein gemeinsames Verständnis.
Genügt ein Link auf die Website zur Spezifizierung?	Nein. Die Spezifizierung muss klar und hervorgehoben im selben Medium erscheinen. Reicht der Platz nicht, ist die Aussage zu unterlassen. Nur Umsetzungsplan und Prüfergebnisse dürfen verlinkt werden.
Ist ein zulässiges Siegel ein Schutzschild?	Nein. Aussagen auf einem zulässigen Siegel gelten nicht als generisch, das Siegel selbst kann aber eine Umweltaussage sein und unterliegt den übrigen Vorschriften.
Darf man weiter mit Kompensation werben?	Produktbezogene Neutralitätsaussagen auf Offsetting-Basis sind verboten. Die Bewerbung von Investitionen in Klimaprojekte bleibt zulässig, solange sie nicht irreführt. Aussagen auf Unternehmensebene fallen nicht unter Nr. 4c, sehr wohl aber unter Art. 6 und 7 UGP-RL.
Wie verhält sich das zur CSRD-Berichterstattung?	Nachhaltigkeitsberichte liegen grundsätzlich außerhalb des Anwendungsbereichs – es sei denn, ihre Inhalte werden freiwillig in der Verbraucherwerbung verwendet. Dann gilt der Werbemaßstab.
Wer bringt das GARAN-Label an?	Der Händler muss es anzeigen, sobald der Hersteller eine kostenlose Haltbarkeitsgarantie über zwei Jahre für die gesamte Ware gewährt und die Information bereitstellt. Der Hersteller darf es selbst auf Ware oder Verpackung aufbringen.
Verlangt EmpCo reparierbare Produkte?	Nein. Geregelt werden Information und Irreführung, nicht die Produkthanforderung. Wer aber Reparaturinformationen gibt, muss auch die Einschränkungen offenlegen.
Gibt es schon Leitlinien?	Die Leitlinien zur UGP- und zur Verbraucherrechte-Richtlinie von 2021 sind noch nicht an EmpCo angepasst. Orientierung geben derzeit die Kommissions-FAQ und das Common Understanding des CPC-Netzwerks.

Offen bleibt vor allem, wie streng Behörden und Gerichte implizite Aussagen und Produktnamen bewerten werden. Bis dahin gilt die konservative Linie: Was man nicht belegen kann, sollte man nicht behaupten.

Hinweis: Diese Übersicht fasst den Rechtsstand vom 29. August 2026 zusammen und ersetzt keine Rechtsberatung im Einzelfall. Grundlage sind die Richtlinie (EU) 2024/825 und die Kommissions-FAQ mit dem CPC Common Understanding.

Weitere Richtlinien, Leitfäden,
Merkblätter finden Sie unter
folgendem QR-Code



© Das Copyright liegt ausschließlich bei:

IVRSA

INDUSTRIEVEREINIGUNG

Rollladen-Sonnenschutz-Automation

Industrievereinigung
Rollladen-Sonnenschutz-
Automation e.V.
Heinrichstraße 79
D-36037 Fulda
Telefon: 0661 90 19 60 11
Telefax: 0661 90 19 63 20

Homepage: www.ivrsa.de
E-Mail: info@ivrsa.de

