



© PantherMedia/firm

### Neue Regeln

Die EU-Politik will künftig darauf achten, dass beworbene Klimafreundlichkeit auch *tatsächlich* vorhanden ist.

ren vage, irreführend und unbegründet. Gleichzeitig sei es für Unternehmen oft schwierig, den unterschiedlichen Standards in EU-Staaten gerecht zu werden, heißt es in dem Entwurf.

Die Kommission schlägt nun vor, dass die EU-Staaten sicherstellen müssen, dass klimabezogenen Angaben auch begründet sind; die Kriterien dafür sollen auf wissenschaftlichen Erkenntnissen und internationalen Standards basieren und von unabhängigen Dritten überprüft werden.

### Thema Lebenszyklus

Außerdem soll der ganze Lebenszyklus von Produkten berücksichtigt werden – also sowohl klimaschädliche Emissionen bei der Produktion als auch mögliche Verschmutzung bei der Nutzung. Waren, die etwa krebserregende oder andere gefährliche Stoffe enthalten, dürften weitgehend nicht als umwelt- oder klimafreundlich vermarktet werden.

Bürger könnten dem Entwurf zufolge Beschwerde einlegen, wenn gegen die Regeln verstoßen wird. (mab)

# No Greenwashing

EU-Kommission plant Gesetz gegen „Greenwashing“ – künftig muss Klimafreundlichkeit nachgewiesen werden.

BRÜSSEL. Unternehmen in der EU könnten künftig nachweisen müssen, dass als klimafreundlich vermarktete Produkte es tatsächlich auch sind.

Die Europäische Kommission will ein Gesetz gegen „Greenwashing“ vorstellen, wie aus einem Entwurf hervorgeht, wel-

cher der dpa vorliegt. Dadurch sollen Verbraucher und Verbraucherinnen besser erkennen können, ob ein Produkt tatsächlich dem Klima und der Umwelt nicht schadet.

Hintergrund ist, dass Verbraucher der Kommission zufolge oft keine zuverlässigen Informatio-

nen über die Nachhaltigkeit von Produkten haben. Bei „Greenwashing“ etwa vermarkten Firmen Produkte als umweltfreundlich, obwohl sie es vielleicht gar nicht sind. Laut einer Studie der EU-Kommission von 2020 war mehr als die Hälfte der Angaben über die Klimafreundlichkeit von Wa-



| Finde deine maßgeschneiderte Agentur

## Zero Waste-Verpackung als Ziel

Better with Less – Design Challenge: Finalisten stehen fest.

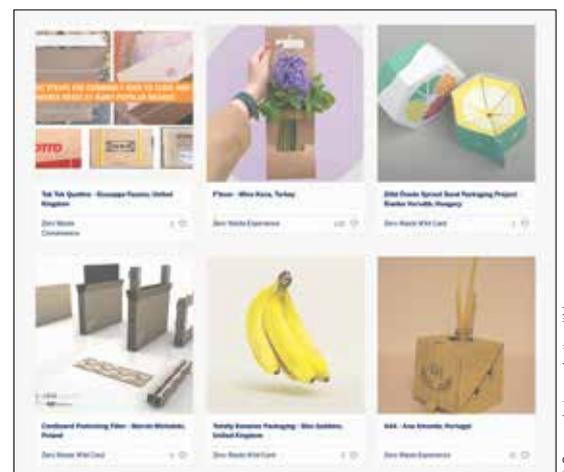
WIEN. Im Rahmen der „Better with Less – Design Challenge“ 2022/2023, einem weltweiten Verpackungsdesign-Wettbewerb, entwickelten Designer aus der ganzen Welt auf Einladung von Metsä Board, einem führenden europäischen Hersteller von Premium-Frischfaserkarton und Unternehmen der Metsä Group, Ideen für zukunftsorientierte Zero-Waste-Verpackungen.

Der Wettbewerb fand bereits zum dritten Mal statt und verzeichnete in diesem Jahr 124 Einreichungen aus 27 Ländern.

Die Wettbewerbsjury, der eine Reihe namhafter Verpackungsdesigner angehört, präsentierte jetzt ihre finale Auswahlliste. Alle Einreichungen, die auf der Auswahlliste stehen, werden auf der Webseite des Wettbewerbs [betterwithless.org](http://betterwithless.org) vorgestellt.

### Wettbewerb

Noch kann unter [www.betterwithless.org](http://www.betterwithless.org) für die beste Verpackung abgestimmt werden. Die Sieger werden am 31. Jänner präsentiert.



© Screenshot www.betterwithless.org