

Acht Arten von Greenwashing und wie man sie vermeidet

Du bist im weitesten Sinne für die Gestaltung, Vermarktung oder den Verkauf eurer Produkte/Dienstleistungen verantwortlich? Nutze diese Checkliste, um nicht in die Greenwashing-Falle zu stolpern und negative Folgen zu vermeiden:



1. Unklare Aussagen

Vermeide unklare, vage oder mehrdeutige Aussagen („grün“, „umweltfreundlich“, „klimaneutral“, „nachhaltig“ usw.) ohne weitere Belege und Erläuterungen. Gib konkrete Zahlen, Daten und Fakten an, die überprüfbar sind.

2. Unklare Kommunikation

Erkläre Maßnahmen für nachhaltiges Handeln in einer Sprache, die andere Personen leicht verstehen können.

3. Missverständliche Symbole und Farben

Bilder und Symbole in der Kommunikation sollten den tatsächlichen Nachhaltigkeitserfolg unterstreichen und nicht übertreiben oder eine bestimmte Aussage machen, die gar nicht zutrifft.

4. Keine Nachweise

Du solltest Nachweise für Nachhaltigkeitsversprechen zur Verfügung stellen, die überprüfbar, unabhängig und leicht zugänglich sind.

5. Nicht überprüfte Nachhaltigkeitsversprechen

Stelle sicher, dass bei der Produktgestaltung und -produktion tatsächlich auf Nachhaltigkeit geachtet wird, und hole intern die passenden Informationen ein, um deine Aussagen richtig zu beschreiben.

6. Nur „grüne“ Seiten zeigen

Stelle deine Maßnahmen und Informationen umfassend dar und zeige auch transparent, wie du deine Nachhaltigkeitsziele erreichst und wo du noch nachhaltiger werden musst.

7. Leere Versprechungen und gesetzlich Geregeltes

Versprich in der Kommunikation nur das, was du auch erreichen kannst. Übertreibe nicht und stelle keine Selbstverständlichkeiten in den Vordergrund. Faustregel: Investiere mehr in die Erreichung des Ziels als in seine Vermarktung.

8. Zweifelhafte Zertifizierungen/Labels

Verwende nur Siegel, die entweder von einer unabhängigen Zertifizierungsstelle nach öffentlich einsehbaren Bedingungen überprüft oder staatlich zertifiziert wurden.