

# 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 Geregeltertes

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.