

**CSRD, ESRS, Green Claims & Co.** – Die EU hat in den letzten Jahren im Rahmen des Green Deals bedeutende Veränderungen in den Bereichen Nachhaltigkeitsberichterstattung und klimabezogener Werbeaussagen angestoßen. Auch die Ausgestaltung des Pariser Abkommens (Artikel 6) gewinnt an Relevanz. All diese Veränderungen sollen die Transparenz und Verantwortlichkeit von Unternehmen erhöhen, das unternehmensweite Verständnis von Nachhaltigkeit fördern und Greenwashing eindämmen.

Bei den Zuständigen in den Unternehmen können die neuen Bedingungen für Berichtspflichten, Werbeaussagen und Siegel schnell Verwirrung stiften. **Wir klären über die wichtigsten Begrifflichkeiten und Anforderungen auf und geben einen Überblick über die nächsten Schritte.**

**WESENTLICHES BEACHTEN!**

**Was hat sich geändert?**

Die **Corporate Sustainability Reporting Directive** (kurz CSRD) ersetzt seit 2023 die Non-Financial Reporting Directive (NFRD) und verlangt **umfassendere Informationen zu ESG-Aspekten**. Dadurch wird die Berichterstattung besser vergleichbar, die Datenqualität erhöht und bspw. Finanzmarktakteure erhalten eine bessere Grundlage für die Nachhaltigkeitsbewertung von Unternehmen und ihre Anlagestrategien.

**Was fordert die CSRD?**

Unternehmen müssen ESG-Informationen berichten, **naturbezogene Risiken** berücksichtigen und sicherstellen, dass ihre **Umweltangaben fundiert und überprüfbar** sind. Es sind mehr Unternehmensbereiche gefordert, Input zu liefern. Die Berichte müssen künftig **elektronisch** eingereicht und **extern geprüft** werden.

**Welche Berichtsstandards und Rahmenwerke gibt es?**



Standardisierte Berichterstattung ermöglicht eine bessere Vergleichbarkeit und effizientere Prüfungen.

Die **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** legen seit dem Inkrafttreten 2024 **einheitliche und vergleichbare Berichtsstandards für Unternehmen in der EU** fest. Nur Angaben aus ESRS 1 und 2 (Allgemein) sowie E1 (Klimawandel) sind für alle Unternehmen relevant. Über alle anderen Bereiche entscheidet eine durchzuführende **Wesentlichkeitsanalyse**.

Bereits etablierte Standards wie von GHG Protocol, CDP, GRI, TNFD oder die SBTi decken häufig bereits relevante Themen ab und können als Basis für die CSRD-Berichterstattung genutzt werden.

**Wen betrifft die CSRD?**



- Ab 2024** (1. Bericht 2025) Große Unternehmen mit über 500 Mitarbeiter:innen, die bereits der NFRD unterliegen
- Ab 2025** (1. Bericht 2026) Alle weiteren großen Unternehmen, die 2 von 3 Kriterien erfüllen: (i) >250 Mitarbeiter (ii) >50 Mio € Nettoumsatzerlöse (iii) >25 Mio. € Bilanzsumme
- Ab 2026** Börsennotierte KMU (außer Kleinunternehmen), kleine und nicht komplexe Kreditinstitute und firmeneigene Versicherungsunternehmen
- Ab 2028** Unternehmen aus Drittländern mit Nettoumsatz von < 150 Mio. € in der EU, mit mind. Tochterunternehmen oder Zweigniederlassung in der EU

**Checkliste: Wo fange ich an?**



1. **Überblick verschaffen und Bestandsaufnahme:** Was sind die für uns wesentlichen Anforderungen und Kriterien? Wo stehen wir?
2. **Lücken identifizieren:** Was zeigt die Gap-Analyse – fehlt es z. B. an Daten zu Scope 3, ist die Zielsetzung unausgereift...?
3. **In die Umsetzung gehen:** Wie sieht eine mögliche Roadmap aus? Welche Datenpunkte müssen angefragt werden?

„Umweltfreundlich“, „nachhaltig produziert“, „klimaneutral“, „energieeffizient“ – all diese umweltbezogenen Werbeaussagen stehen auf dem Prüfstand. Der Grund? Um irreführende Werbeaussagen und Greenwashing zu verhindern, hat die EU-Kommission 2023 neue Regeln vorgeschlagen. Sie gehören zum *Circular Economy Action Plan* des *Green Deals* und sollen sicherstellen, dass Umweltbehauptungen transparent und überprüfbar sind.

Betroffen sind auch Label zur CO<sub>2</sub>-Kompensation: Zum einen werden die Anforderungen für Kompensationsgutschriften deutlich strikter, zum anderen ist noch vollkommen unklar, wie die Vorgaben für die entsprechende Kommunikation gestaltet werden. Das Ziel: Klarheit schaffen und das Vertrauen in fundierte Labels stärken.

**KEIN GREEN CLAIM OHNE BELEG!**

**Was beinhaltet die neue Gesetzgebung?**

Bereits heute gibt es auf Grundlage des **UWG (Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb)** Abmahnungen wegen irreführender Werbung. Diese finden nach einem Vergehen rückwirkend statt.



Bis März 2026 wird die **Empowering Consumer For The Green Transition (EmpCO)-Richtlinie** in deutsches Recht überführt. Sie ist eine Verschärfung des UWG im Sinne des Verbraucherschutzes. U. a. werden Eigenlabel und allgemeine, ungenaue Umweltaussagen wie „klimaschonend“ verboten.



Die nachfolgende **Green-Claims-Richtlinie** wird voraussichtlich noch 2024 auf EU-Ebene verabschiedet und spätestens 24 Monate später in den Mitgliedsstaaten umgesetzt.

**Was ist der Inhalt?** Die wichtigste Neuerung: Umweltbezogene Aussagen müssen künftig vor der Werbeschaltung durch externe Stellen kontrolliert werden und klar nachweisbar sein: Sie müssen auf wissenschaftlichen Standards basieren – auf welchen, ist noch offen.

✓ **Gut zu wissen:** Kleine Unternehmen (unter 10 MA und Umsatz von 2 Mio. €) sind im aktuellen Entwurf ausgenommen, durch Kaskadeneffekte aber zunehmend betroffen.

*„Werbung mit Umweltschutz hat einen großen Effekt: Umweltclaims können nach einer aktuellen Untersuchung die positive Einschätzung eines Produkts sogar verdoppeln.“*

- Steffi Lemke, Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz

**Dürfen wir uns bald noch klimaneutral nennen?**

Leider nicht. Das derzeit noch nicht finale EU-Regelwerk bedeutet ein Risiko selbst für Vorreiter aus der Wirtschaft, wenn sie mit dem Begriff „klimaneutral“ werben möchten. Absehbar werden die Anforderungen zudem deutlich höher: Kompensation ist nur noch mit Zertifikaten in Kombination mit Corresponding Adjustments erlaubt. Diese sind auf dem internationalen Markt kaum verfügbar.

Wir möchten Unternehmen auf ihrem Weg weiter begleiten und bieten mit unserem Label „Klimaschutzbeitrag“ eine sichere, seriöse und verständliche Alternative, einen **freiwilligen Beitrag zur Erreichung des globalen 1,5 Grad-Ziels** zu leisten und Ihr ambitioniertes Engagement klar auszuweisen. Grundlage hierfür ist nach wie vor eine umfassende CO<sub>2</sub>-Bilanz (Corporate Carbon Footprint, CCF).

**Für Claims zu Klimaschutzbeiträgen gilt:**

- I. **Qualität:** Bei freiwilliger Klimaschutzfinanzierung ist deren Qualität ausschlaggebend.
- II. **Zusätzlichkeit:** Die Klimaschutzprojekte müssen zwingend zusätzliche Emissionsreduktionen erzielen.
- III. **Langfristige Speicherung:** Das CO<sub>2</sub> muss dauerhaft aus der Atmosphäre entfernt werden.

**Wie kommunizieren wir in Zukunft unseren Einsatz fürs Klima?**

Transparenz und klare Kommunikation waren bei PRIMAKLIMA schon immer oberste Devise. So war ein extern geprüfter CCF bereits bisher Voraussetzung für ein Kompensationssiegel. Da wir die Lage ständig beobachten, haben wir **unsere Label erneut angepasst** und uns **juristisch beraten lassen:** Es ist nicht mehr von „klimaneutral“ die Rede. Stattdessen ist auf den ersten Blick erkennbar, welche Scopes (1+2 oder 1-3) bilanziert wurden und Grundlage für den Umfang der Klimafinanzierung sind. *Sprechen Sie uns bei Fragen einfach an!*



**Zum Prozess der CO<sub>2</sub>-Bilanzierung bei PRIMAKLIMA hier entlang!**