



Verfahren wegen Green Claims in der Schweiz

Philipp Groz, Alisa Zehner

Key Take-aways

- 1.** Sowohl im In- als auch im Ausland wird die Kritik an unlauterer Bewerbung mit allgemeinen Umweltaussagen (**Green Claims**) lauter und es kommt zu mehr Verfahren gegen Unternehmen.
- 2.** Es existieren Unschärfen bei der Frage, wann Green Claims als falsch oder irreführend und damit als unlauter zu verstehen sind.
- 3.** Es bestehen verschiedene, teils kostenlose, prozessuale Wege zur Geltendmachung angeblich unlauterer Green Claims.

1 Aktualität

"*Make taste not waste*" oder "*the greenest way to an excellent cup of coffee*" – bereits im Jahr 2012 hatte das Handelsgericht Zürich (**HGer ZH**) zu beurteilen, ob diese Werbung im Lichte des Bundesgesetzes über den unlauteren Wettbewerb (**UWG**) zulässig ist. Es urteilte damals, dass dies im konkreten Fall so sei (hierzu **2.1**).

Die branchenübergreifende Werbung mit Green Claims, wie "CO₂-neutral", "umweltgerecht produziert", "recyclierbar", "klimafreundlich" geriet in der Zwischenzeit zunehmend in den Fokus. Der Begriff "**Greenwashing**", hier verstanden als die **tatsachenwidrige Anpreisung mit Umweltaussagen**, ist in aller Munde.

Die Schweizer Stiftung für Konsumentenschutz (**SKS**) reichte am 6. Juli 2023 insgesamt elf Beschwerden gegen teilweise bekannte Unternehmen bei der Schweizerischen Lauterkeitskommission (**SLK**) sowie beim Staatssekretariat für Wirtschaft (**SECO**) wegen angeblich unlauterer Green Claims zur Klimaneutralität ein. Die SLK sieht sich vermehrt mit sog. "*Green-Marketing*" Verfahren konfrontiert (hierzu **2.2**).

Jüngere Schweizer Gerichtsurteile zu Green Claims nach UWG gibt es soweit ersichtlich nicht. Gesetzesvorstösse wurden nicht weiterverfolgt (22.4162 Interpellation Gegen irreführende Umweltangaben vorgehen; 21.457 Parlamentarische Initiative Stopp dem Greenwashing; 18.4031 Postulat Informationen für Konsumentinnen und Konsumenten) oder stecken noch in den Kinderschuhen, d.h. auf Ebene Postulat (23.3598 Postulat Wirksame Durchsetzung des UWG).

Anders auf europäischer Ebene, wo bereits Urteile zu Green Claims vorliegen und Verfahren hängig sind. Die Europäische Union (**EU**) sieht Normierungsbedarf: Im Raum stehen u.a. der [Vorschlag vom März 2022 zur Änderung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken](#) sowie der Vorschlag vom März 2023 für eine Richtlinie über die Begründung ausdrücklicher Umweltaussagen und die diesbezügliche Kommunikation (**Green Claims Directive**). Beide Vorschläge würden zu einer deutlichen Verschärfung der Rechtsvorschriften zu Green Claims führen. Die UK Competition and Markets Authority erliess bereits 2021 einen [Green Claims Code](#), welcher detaillierte Hinweise zur Zulässigkeit, zum Inhalt und zur Belegbarkeit von Green Claims enthält.

Dieser Newsletter befasst sich mit **branchenübergreifenden Green Claims und Fragen der Rechtsdurchsetzung nach Schweizer UWG**.

2 Ausgewählte Schweizer Entscheide

2.1 Urteil HGer ZH vom 1. Juni 2012, HG090139

"*Make taste not waste*." Das sei in der konkreten Werbung nach dem Urteil des HGer ZH so aufzufassen, dass dem Durchschnittskonsumenten vor Augen geführt werde, dass beim beworbenen Gerät bei der Kaffeezubereitung keine Kapsel zurückbleibe. Dem Konsumenten sei bewusst, dass dies nicht absolut gelten könne, z.B. auch beim beworbenen Produkt der Kaffee in einem Beutel erworben werden müsse oder Kaffeesatz zurückbleibe, welchen es zu entsorgen gelte. Das, so das HGer ZH, seien offenkundige Tatsachen, welche nicht explizit bezeichnet werden müssten.

"*In fact, it's official: ... magazine and ... say the W._____ is the greenest way to an excellent cup of coffee.*" Dies würde sich bei der konkreten Werbung auf nicht wissenschaftliche Zeitschriftenbeiträge stützen und sei mit Blick auf diese als "*reklamehafte Anpreisung*" zu verstehen.

Beide Aussagen würden keine Gefahr der Irreführung nach UWG bergen.

Die Verwendung von Green Claims ist auch in der Schweiz zunehmend mit (Prozess-)Risiken verbunden.

2.2 Entscheid SLK vom 5. Juni 2023 i.S. Alliance Climatique Suisse et al. / FIFA (N°188/22)

Die SLK konstatiert in allgemeiner Weise, dass allgemeine Umweltaussagen (wie "grün", "umweltverträglich", oder "CO₂ neutral") nur dann verwendet werden dürften, wenn erwiesen sei, dass sie unter allen vernünftigerweise vorhersehbaren Umständen auch tatsächlich zutreffen. Diesem Standard entspreche die Werbung der WM 2022 seitens der FIFA als "*klimaneutral*" nicht. Der Durchschnittsempfänger würde "*klimaneutralität*" oder "*CO₂-Neutralität*" so verstehen, dass es mit oder ohne WM 2022 zu denselben CO₂-Emissionen gekommen wäre, also jegliche CO₂-Emissionen im Zusammenhang mit der WM 2022 rechnerisch erfasst und durch nachgewiesene und allgemein akzeptierte Methoden ausgeglichen werden. Dies ergebe sich nicht aus den eingereichten Belegen. Die Werbung sei damit irreführend und unlauter.

3 Einordnung und ausgewählte Problempunkte

Die lauterkeitsrechtliche Beurteilung von Green Claims erfolgt im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung unter Berücksichtigung aller Umstände und aus Sicht der Durchschnittsadressaten. Damit gehen in der Praxis eine gewisse Unvorhersehbarkeit und auch ein Prozessrisiko einher.

3.1 Unrichtig oder irreführend können nur "Angaben" sein

Gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG handelt unlauter, wer über sich oder seine Waren oder Dienstleistungen **unrichtige oder irreführende Angaben** macht. Green Claims lassen sich insb. unter diese Norm subsumieren. "*Angaben*" sind Behauptungen, die zumindest im Kern eine Tatsache enthalten, welche dem Beweis zugänglich ist. Nicht erfasst sind Werturteile (inkl. wertende Teilgehalte von Tatsachenbehauptungen) oder sog. marktschreierische Anpreisungen, welche vom Publikum als solche erkannt und nicht ernst genommen werden.

3.2 Unschärfen beim Aussagegehalt von Green Claims

Bei Green Claims stellt sich das Problem, dass die Verkehrsauffassung zur Bedeutung einer Tatsachenbehauptung häufig schwierig zu ermitteln ist, weil **allgemeingültige Definitionen fehlen**. Fraglich kann auch sein, welcher Tatsachekern sich vagen Anpreisungen wie "*klimafreundlich*" oder "*umweltverträglich*" überhaupt entnehmen lässt.

Soweit allgemeingültige Definitionen existieren, wirft ihre Bedeutung mit Blick auf den **Werbegegenstand** Fragen auf. In Bezug auf den Begriff "*klimaneutral*" dürfte das generelle Verständnis zwar sein, dass sich klimaschädliche Emissionen und die Aufnahme von Kohlenstoff aus der Atmosphäre die Waage halten (vgl. [Report Global Warming of 1.5 °C, 2018, Annex I, Glossary, S. 545](#)). Unklar bleibt indes, ob sich dies nur auf die Herstellung eines Produkts bezieht oder auf dessen gesamten Lebenszyklus. Auch scheint fraglich, ob man heute ein Produkt mit Green Claims bewerben kann, wenn dieses zwar selbst über die entsprechenden Eigenschaften verfügen mag, das Unternehmen dahinter aber keine gute CO₂-Bilanz aufweist. Klarzustellen ist zudem auch, falls sich ein Green Claim nur auf einen Teil eines Produkts bezieht (bspw. die Verpackung), nicht aber auf dessen Gesamtheit.

Die EU will künftig allgemeine Umweltaussagen ohne eine anerkannte hervorragende Umweltleistung, auf die sich die Aussage bezieht, verbieten (s. [Vorschlag vom März 2022 zur Änderung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken](#)). Die vorgeschlagene Green Claims Directive statuiert darüber hinaus konkrete Vorgaben zur Substantiierung, Kommunikation und Überprüfung von Green Claims. Auch wenn ein derartig engmaschiges regulatorisches Umfeld im Schweizer Markt derzeit nicht droht, so zeigt sich anhand der jüngsten Entwicklungen, dass mit der Verwendung von Green Claims zunehmend auch in der Schweiz (Prozess-)Risiken für Unternehmen verbunden sind.

Green Claims sind zu substantiieren.

3.3 Beweis für die Richtigkeit einer "Angabe"

Auch scheint diskutabel, was für den **Nachweis der Richtigkeit eines tatsächlichen Green Claims** im Einzelfall genügt und von wem dieser zu erbringen ist. Die SLK stellt im FIFA-Entscheid hohe Anforderungen an diesen Nachweis, welcher von der Beschwerdegegnerin zu führen war. Letzteres entspricht in Verfahren vor der SLK dem Grundsatz (Grundsatz Nr. A.5.; Art. 13 Abs. 3 Geschäftsreglement der SLK).

Das Schweizer Recht macht keine spezifischen Vorgaben dazu, wie Green Claims durch Werbende belegt werden müssen. Steht im Zivilprozess die Richtigkeit einer Tatsachenbehauptung in der Werbung in Frage, so kann der Beweis für die Richtigkeit der Werbenden auferlegt werden. Eine solche **Beweislastumkehr** nach Art. 13a UWG kommt insb. dann in Frage, wenn aufgrund der Umstände anzunehmen ist, dass die

Werbende über die notwendigen Aussagen zur Verifizierung ihrer Werbeaussage verfügt, während die Klägerin sich diese Informationen nicht oder nur mit unverhältnismässigem Aufwand beschaffen könnte.

Dies dürfte bei Green Claims häufig der Fall sein, weil es sich bspw. um unternehmensinterne Informationen über die Herstellung oder die Lieferkette von Produkten handelt. Dies bringt für Unternehmen zusätzliche Beweisrisiken im Prozess mit sich.

3.4 Diverse prozessuale Durchsetzungswege nach UWG

Obiges impliziert bereits, dass **unterschiedliche prozessuale Wege und damit einhergehend Standards** gelten, je nachdem welche Institution über die Zulässigkeit eines Green Claims befindet.

3.4.1 SLK

Die meisten Beanstandungen von Green Claims wurden bisher durch die SLK beurteilt. Dieses Verfahren ist für Konsumenten kostenlos, und auch für Konkurrentinnen nur mit minimalen Kosten verbunden. Die rechtlichen Folgen eines Entscheids sind allerdings sehr begrenzt. Auf Nichtbeachtung kann aber die Publikation des Entscheids unter voller Namensnennung erfolgen, was einen **Reputationsverlust** für das gerügte Unternehmen bedeuten und weitere Dritte zu Klagen verleiten kann. Die im Juli 2023 bei der SKS eingereichten drei Beschwerden betreffen die Begriffe "*klimaneutral*" bzw. "*klimapositiv*" und könnten Wegbereiter für weitere ähnliche Beschwerden sein.

3.4.2 SECO

Das SECO selbst hat keine Untersuchungskompetenzen und kann folglich keine Verfahren leiten. Dem SECO steht es jedoch zum **Schutz des öffentlichen Interesses** offen, vor einem potenziellen Gerichtsverfahren, die Öffentlichkeit unter Namensnennung über die Gefahr unlauterer Green Claims zu informieren (Art. 10 Abs. 4 UWG). Auch dies birgt die Gefahr von Reputationsschäden. Das SECO kann zudem im öffentlichen Interesse Zivil- oder Strafklagen gegen Werbende einreichen, tut dies aber praxismässig nur, wenn eine grössere Anzahl von Beschwerden beim SECO eingegangen ist. Ob das SECO im Falle der im Juli 2023 eingereichten Beschwerden aktiv wird, ist noch unklar. In einem anderen Fall wurde das SECO jedoch kürzlich aktiv: Nachdem Bergbahnbetreiber mit "*klimaneutral*" Schneesport warben, erfolgte eine Abmahnung. Das SECO vertrat die Ansicht, dass eine derartige Bewerbung irreführend sei, wenn nicht auch alle mit der Aktivität verbundenen CO₂-Emissionen (bspw. durch Reiseverkehr) berücksichtigt würden.

3.4.3 Zivilgerichte

Konsumentinnen, Mitbewerber, Konsumentenschutzorganisationen, Berufs- und Wirtschaftsverbände, sowie das SECO können im Falle einer behaupteten UWG-Verletzung **Zivilklage** erheben und bspw. verlangen, dass die (weitere) Verwendung eines Green Claim verboten oder dessen Widerrechtlichkeit festgestellt werde (Art. 9 und 10 UWG). **Finanzielle Ansprüche können aber nur Konsumenten und Mitbewerberinnen geltend machen**. Aufgrund der damit verbundenen Kosten und Risiken dürften Klagen von Konsumenten selten bleiben. Denkbar bleibt – angesichts des (derzeitigen) Fehlens von Regeln zum kollektiven Rechtsschutz in der Schweiz – indes u.a. die

gebündelte Geltendmachung abgetretener Individualansprüche durch eine als Klagevehikel ausgestaltete Gesellschaft.

3.4.4 Strafverfolgungsbehörden

Alle vorstehend genannten Personen können **Strafantrag** stellen. Die vorsätzliche Bewerbung mit unlauteren Green Claims wird auf Antrag mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder Geldstrafe bestraft (Art. 23 UWG). Eventualvorsatz liegt vor, wenn für möglich gehalten und in Kauf genommen wird, dass der relevante Green Claim tatsachenwidrig oder irreführend ist. Aufgrund der genannten Unschärfe einiger der in der Werbung verwendeten Green Claims dürfte die strafrechtliche Durchsetzung aber schwierig sein und, wie bisher, im Bereich von Verstössen gegen Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG, die Ausnahmen bleiben.

3.4.5 Verwaltungsbehörden

Je nach Werbegegenstand greifen **weitere sektorspezifische verwaltungsrechtliche Vorschriften**, gestützt auf welche Green Claims unzulässig sein können. Diese Normen sehen

teils weitere Zwecke als die Vermeidung einer Irreführung vor (bspw. die Arzneimittelsicherheit, vgl., Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 27. August 2021 C-2798/2020, E. 6.2.2, "Heilkräfte der Natur"). Diese gilt es zu berücksichtigen.

4 Fazit

Die Entwicklungen in der EU zeigen, dass die Werbung mit Green Claims zunehmend nur unter restriktiven Voraussetzungen als zulässig erachtet wird. Die jüngsten Beschwerden gegen die Bewerbung mit Green Claims lassen erwarten, dass auch in der Schweiz künftig schärfer gegen potenziell falsche oder irreführende Green Claims vorgegangen werden wird und derartige Verfahren auch in den Medien Beachtung finden werden. Wie dargelegt, stehen für solche Verfahren verschiedene Wege offen. Unternehmen sollten sicherstellen, dass sich die tatsächlichen Angaben in Green Claims nach anerkannten wissenschaftlichen Kriterien belegen lassen.



Philipp Groz
Partner Zürich
philipp.groz@swlegal.ch



Dr. Lorenza Ferrari Hofer
Partnerin Zürich
lorenza.ferrarihofer@swlegal.ch



Anya George
Partnerin Zürich
anya.george@swlegal.ch



Christoph Vonlanthen
Partner Genf/Zürich
christoph.vonlanthen@swlegal.ch

Der Inhalt dieses Newsletters stellt keine Rechts- oder Steuerauskunft dar und darf nicht als solche verwendet werden. Sollten Sie eine auf Ihre persönlichen Umstände bezogene Beratung wünschen, wenden Sie sich bitte an Ihre Kontaktperson bei Schellenberg Wittmer oder an eine der oben genannten Personen.

Schellenberg Wittmer AG ist Ihre führende Schweizer Wirtschaftskanzlei mit mehr als 150 Juristinnen und Juristen in Zürich und Genf sowie einem Büro in Singapur. Wir kümmern uns um alle Ihre rechtlichen Belange – Transaktionen, Beratung, Prozesse.



Schellenberg Wittmer AG
Rechtsanwälte

Zürich
Löwenstrasse 19
Postfach 2201
8021 Zürich / Schweiz
T +41 44 215 5252
www.swlegal.ch

Genf
15bis, rue des Alpes
Postfach 2088
1211 Genf 1 / Schweiz
T +41 22 707 8000
www.swlegal.ch

Singapur
Schellenberg Wittmer Pte Ltd
6 Battery Road, #37-02
Singapur 049909
T +65 6580 2240
www.swlegal.sg