Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Grüne Märchen

Wie das Geschäft mit Kompensationen wirksamen Klima- und Umweltschutz blockiert

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung 2
Einleitung 3
Was sind eigentlich Kompensationen? 4
Warum sind Kompensationen problematisch? 5
Wie ist die politische Lage? 9
Wie ist die rechtliche Lage? 10
Empfehlungen 12

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Zusammenfassung

- Um die Klima- und Biodiversitätskrise wirkungsvoll einzudämmen, müssen alle Bereiche der Gesellschaft in Richtung Nachhaltigkeit transformiert werden. Insbesondere in der Wirtschaft liegt ein großer Hebel.

- Kompensationen bieten Unternehmen ein reizvolles Angebot: Für den negativen Klima- und Umwelteinfluss des eigenen Unternehmens wird ein bestimmter Preis festgesetzt und als “Ausgleich” in ein “umweltfreundliches” Projekt investiert. Dadurch wird der Umwelteinfluss rechnerisch auf “Null” gesetzt und das Unternehmen ist am Papier “klimaneutral” oder “umweltfreundlich”. Das kann oft einfacher oder günstiger sein, als große Änderungen im Kerngeschäft vorzunehmen. Das Kompensationsgeschäft ist ein eigener Markt geworden, im Vordergrund scheint das Geschäft mit den Zertifikaten zu stehen, nicht aber der Klimaschutz.

- Während der Markt für Kompensationen schnell wächst, gibt es weder einheitliche Standards, noch ausreichende gesetzliche Regelungen. Auch sind Kompensationen im Zuge von Greenwashing-Verfahren immer wieder ein Fall für die Gerichte. Auf EU-Ebene gibt es bereits Vorstöße, um Greenwashing und irreführende Werbung, die auf Kompensationen basieren, zu verhindern. Dazu zählen die bereits beschlossene **Empowering Consumer Richtlinie** und die derzeit in Verhandlung befindliche **Green Claims Richtlinie.**

- Unternehmen müssen gänzlich nachhaltig ausgerichtet werden und in der Kommunikation mit Verbraucher:innen für Produkte und Dienstleistungen (Werbung, Produktinformationen) auf ein “Grünrechnen” gänzlich verzichten. Die klare Mehrheit der Verbraucher:innen erwartet beispielsweise bei einer Werbung mit “klimaneutral” tatsächliche Reduktionen der Treibhausgase in der Produktion und keine Gegengeschäfte, wie eine Befragung der Arbeiterkammer aufzeigt. Gleiches gilt für Angaben im Bereich Biodiversität. Dazu müssen die gesetzlichen Rahmenwerke sowohl auf EU-Ebene, als auch auf nationaler Ebene Greenwashing-Schlupflöcher schließen und Kompensationen in diesen Bereichen klar und unmissverständlich untersagen.

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Einleitung

Kompensationen bieten Unternehmen einen Freifahrtschein für Naturzerstörung: Anstatt Unternehmen von Grund auf nachhaltig aufzubauen, kaufen sich Unternehmen mit Hilfe von Kompensationen von ihrer Verantwortung frei. Sie lagern ihre Probleme aus und fördern so auch neokoloniale Strukturen. Es ist höchste Zeit, dass Unternehmen volle Verantwortung übernehmen und ihr Geschäft auf nachhaltige Beine stellen." - Ursula Bittner Wirtschaftsexpertin bei Greenpeace

Wir befinden uns mitten in der Klima- und Artenkrise. Naturkatastrophen wie Hitzewellen, Stürme und Überschwemmungen nehmen zu. Dazu kommen Landverlust aufgrund des steigenden Meeresspiegels, Landdegradierung und Wüstenbildung. Auch der Biodiversitätsrat der Vereinten Nationen schlägt Alarm: Eine von insgesamt acht Millionen existierenden Tier- und Pflanzenarten ist vom Aussterben bedroht. Um die Klima- und Artenkrise einzudämmen, müssen umfassende Klima- und Biodiversitätsschutzmaßnahmen gesetzt werden, die über die aktuell unzureichenden Regierungspläne hinausgehen. Ein großer Hebel liegt im Wirtschaftssektor.

Für Unternehmen, die ihren umweltschädlichen Einfluss reduzieren möchten, gibt es verschiedene Möglichkeiten: Auf der einen Seite können sie direkt ihre negativen Auswirkungen auf die Umwelt minimieren. Sie können z. B. ihre CO_2-Emissionen verringern, den Ressourcenverbrauch und Müll reduzieren oder Prozesse so umgestalten, dass sie Energie sparen und fossile Energien durch Erneuerbare ersetzen.
Auf der anderen Seite hat sich ein Markt für Ausgleichsgeschäfte, sogenannte Kompensationen, etabliert: Für eine bestimmte Menge an negativen Umwelteinflüssen, die ein Unternehmen verursacht, zahlt das Unternehmen einen von einem Kompensationsanbieter festgelegten Preis. Dieses Geld wird vom Kompensationsanbieter in ein Projekt investiert, das die Umwelt schützen soll. Kompensationen werden in verschiedenen Bereichen angeboten, am bekanntesten ist das Geschäft mit CO_2-Kompensationen. Doch auch im Bereich von (Plastik-) Müll[1] oder Umweltzerstörung[2] wächst das Geschäft.

Das grundlegende Problem dabei: Kompensationen erwecken den Eindruck, dass Umweltzerstörung in marktwirtschaftlichen Preisen bemessen, bezahlt und somit auch ausgeglichen werden kann. Doch welcher Preis ist angemessen für Treibhausgase, die die Erde erhitzen? Wie viel kostet ein verseuchter Fluss? Kann das Aussterben einer Tierart durch den Schutz einer anderen ausgeglichen werden? Zudem lenken Kompensationen oft von wirksamen Klima- und Umweltschutzmaßnahmen ab. Was bleibt, ist ein nachhaltiger Schein, hinter dem nicht viel echter Klima- und Umweltschutz steckt. Auf EU-Ebene gibt es bereits erste

[1] Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) (2022): Plastic Credits. https://www.giz.de/expertise/downloads/giz2022-en-position-paper-plastic-credits.pdf [15.05.2024]
[2] Zadek, S. & Herr, D. (2023): The Future of Biodiversity Credit Markets. https://www.naturefinance.net/wp-content/uploads/2023/02/TheFutureOfBiodiversityCreditMarkets.pdf [07.05.2024]. S. 20

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Initiativen gegen Greenwashing. Die bisherigen Richtlinien behandeln jedoch nur Klima-Kompensationen, andere Bereiche (z. B. Plastik und Biodiversität) bleiben außer Acht.

Was sind eigentlich Kompensationen?

Das Grundkonzept von Kompensationen ist recht simpel: Ein Unternehmen hat mit der Herstellung seiner Produkte oder Dienstleistungen einen gewissen Einfluss auf die Umwelt. Das können ausgestoßene CO_2-Emissionen, verbrauchte Ressourcen, der anfallende Müll oder der Verbrauch einer Fläche sein. Möchte das Unternehmen diesen umweltschädlichen Einfluss “wieder gut machen”, kann es über einen Kompensationsanbieter in ein umweltfreundliches Projekt investieren:

Im **Klimabereich** gibt es zwei Arten von Projekten, die für Kompensationen genutzt werden - die einen sollen CO_2 binden, die anderen sollen potentielle Emissionen vermeiden. Erstere sind oft Waldschutz- oder Aufforstungsprojekte. Hier soll das CO_2, das von einem Unternehmen produziert wird, an einem anderen Ort durch den Schutz von bestehenden Wäldern oder neu gepflanzte Bäume kompensiert werden. Bei Waldschutzprojekten wird oft angegeben, dass im Zuge des Kompensationsprojekts ein Wald vor der Abholzung bewahrt wurde. Solche Behauptungen sind kaum belegbar, noch dazu entstehen bei diesen Projekten keine zusätzlichen CO_2-Senken, dennoch werden Zertifikate verkauft. Bei der zweiten Variante werden Projekte gefördert, die die Energieversorgung verändern - jedoch nicht im Unternehmen selbst, sondern oft in Communitys im globalen Süden. So werden z. B. Photovoltaikanlagen errichtet oder effizientere Kochöfen an Familien in Asien oder Afrika vermittelt. So lassen sich zwar nicht die CO_2-Emissionen des Unternehmens ausgleichen, aber weitere CO_2-Emissionen von anderen Quellen einsparen – sofern die Projekte funktionieren und es sich um zusätzliche Aktivitäten handelt.
Klima-Kompensationen erfreuen sich großer Beliebtheit; Fluggesellschaften, Reiseveranstalter oder Versicherungen bieten auch ihren Kund:innen gerne Kompensationen an. Manche Produkte oder Dienstleistungen sind aber grundlegend nicht nachhaltig, wie z. B. ein Flug, ein Verbrenner-Auto oder viele tierische Lebensmittel. Auch durch die Investition in ein nachhaltiges Projekt werden diese grundlegend umweltschädlichen Produkte nicht “grüner”.

Plastikkompensationen folgen einem ähnlichen Prinzip: Kunststoff wird im Unternehmen weiterhin verwendet, dafür wird aber in ein Kunststoff-Kompensationsprojekte investiert, um die negativen Umwelteffekte auszugleichen. Die Rechnung lautet: Für eine bestimmte Menge an Kunststoffabfällen wird eine äquivalente Menge recycelt oder aus der Umwelt entfernt. Dabei entsteht der falsche Eindruck, dass lokale, auf Plastikmüll zurückführbare Umweltschäden an dem Ort des Unternehmens durch das Sammeln und Recycling von Plastikmüll an einem anderen Ort ausgeglichen werden können. Ein Irrglaube, der gleichzeitig keine Anreize setzt, Plastikabfall direkt dort zu reduzieren, wo er entsteht – im Unternehmen selbst.

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Bei **Biodiversitätskompensationen** geht es darum, einen potenziellen Schaden auf einen Lebensraum, eine Pflanze oder ein Tier zu kompensieren – sie folgen der Grundannahme, dass ein verursachter Schaden an einer Stelle, durch den Schutz oder die Schaffung von Lebensraum an einer anderen Stelle ausgeglichen werden kann. Ein Ökosystem und seine Biodiversität ist jedoch ein hochkomplexes System, das nur schwer bewertbar bzw. kategorisierbar ist. Viele Kompensationsanbieter umgehen dieses Problem, indem sie sich nur auf eine bestimmte Art oder einen ausgewählten Lebensraum konzentrieren. Doch der Verlust einer Art kann nicht durch den Schutz einer anderen ausgeglichen werden.

Wer regelt Kompensations-Zertifikate?

Im Kompensationsmarkt gibt es Entwickler von Standards und Zertifizierer. **Standards** geben vor, welche Richtwerte erfüllt werden müssen, damit ein bestimmter Begriff verwendet werden darf, z. B. “klimaneutral”. Anhand dieser Standards bewerten **Zertifizierer** verschiedene Kompensationsprojekte und bieten entsprechende Zertifikate an. Analog zu Gütezeichen im Lebensmittel-, Hygiene- oder Textilbereich haben sich auch im Kompensationsmarkt verschiedene Anbieter entwickelt, oftmals zertifizieren Unternehmen ihren eigenen Standard. Die bekanntesten Vertreter sind American Carbon Registry, Verra mit dem Verified Carbon Standard (VCS) oder Climate Action Reserve, Gold Standard und Plan Vivo. In Österreich kennt man Anbieter wie Climatepartner oder ClimateAustria. Alle Organisationen bieten Klima-Kompensationen an, Plan Vivo auch Biodiversitäts-Zertifizierungen und Verra sogar Klima-, Plastik und Biodiversitätskompensationen (sogenannte “Nature Credits”). Die Preise für Kompensationen können stark variieren, je nachdem, wo die Projekte angesiedelt sind und was genau sie beinhalten.

Die **Internationale Organisation für Normung** (ISO) erarbeitet internationale Vorgaben in diversen Bereichen, so auch kürzlich für die kommunikative Nutzung des Begriffs “klimaneutral”. Erst im November 2023 wurde nach einem langen Prozess die **ISO-Norm 14068** veröffentlicht. In dieser Norm wird “Klimaneutralität” als ein Prozess definiert, in dem der CO_2-Fußabdruck kontinuierlich reduziert wird. Dementsprechend muss auch der Bedarf an Kompensationen im Zeitverlauf sinken. Grundsätzlich dürfen nur Restemissionen[3] kompensiert werden. Die verwendeten Kompensationen müssen bestimmte Richtlinien einhalten, wie die Zusätzlichkeit oder Permanenz[4] (s. u.).

Warum sind Kompensationen problematisch?

Das größte Problem bei Kompensationen ist, dass sie zu keinen Veränderungen im eigenen Unternehmen und entlang der eigenen Wertschöpfungskette führen. Indem Unternehmen den eigenen Umwelt-Fußabdruck mit Hilfe von Kompensationen ausgleichen, geben sie sich gegenüber Konsument:innen einen grünen Anstrich. Zudem gibt es Formen von Kompensationen, bei denen keine neuen Bäume gepflanzt, sondern bestehende

[3] Restemissionen sind jene Emissionen, die nach allen Reduktions- und Vermeidungsmaßnahmen überbleiben, und die nicht mehr reduziert werden können.
[4] Siehe Kapitel “Warum sind Kompensationen problematisch?”

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Wälder geschützt werden, die angeblich sonst abgeholt worden wären. Solche Behauptungen sind kaum zu beweisen. Somit wird keine zusätzliche Senke kreiert, aber trotzdem Zertifikate verkauft. Im Folgenden werden die verschiedenen Probleme von Kompensationen kurz erläutert:

Grüner Anstrich für schmutzige Geschäfte

Kompensationen können dazu führen, dass sich ein Unternehmen selbst dann als "grün" bezeichnen kann, wenn es auf einem umweltschädlichen Grundprinzip beruht, wie z. B. ein fossiler Öl- oder Gaskonzern. Dabei ist egal, wie viel Geld ein Ölkonzern in Umweltprojekte investiert, das Unternehmen wird weiterhin jeden Tag die Natur zerstören und die Klimakrise anheizen.

Irreführende Werbung und Wettbewerbsverzerrung

Nachhaltigkeit ist ein Verkaufsargument, das zieht.[5] Bewerben Unternehmen ihre Produkte nur auf der Basis von Kompensationen als "nachhaltig" oder "grün", während tatsächlich umweltschonende Produkte nicht oder anders gekennzeichnet sind, kann dies Konsument:innen in die Irre führen. Im Extremfall könnte ein als "nachhaltig" beworbener Flug besser wirken, als eine nicht ausdrücklich als nachhaltig beworbene Zugfahrt. Dabei verursacht eine Zugfahrt bis zu fünfmal weniger klimaschädliche Treibhausgase als ein Flug.[6]

Fehlender Standard für Berechnungen

Während es zahlreiche Anbieter für Kompensationen gibt, gibt es gleichzeitig keine einheitliche Methode zur Berechnung von Umweltschäden. So wurden für einen 10.200 Meilen langen Hin- und Rückflug von London nach Lilongwe über Nairobi acht Kompensationsanbieter angefragt: Climate Care, Atmosfair, Carbonfund, Clevel, Flygreen, Myclimate, Carbonfootprint und Gold Standard. Die Ergebnisse der Kompensationsberechnungen lagen zwischen 2,24 Tonnen und fünf Tonnen CO_2-Äquivalenten.[7]

Mehrfache Beanspruchung

Bei der Anrechnung von Kompensationen kann es an verschiedenen Punkten zu Fehlern und Mehrfachzählung kommen:

- *Doppelte Zertifizierung:* Zum einen kann der Betreiber eines Kompensationsprojekts dieselben Emissions- oder Umweltschutz-Äquivalente an unterschiedliche Kompensationsanbieter verkaufen. Dadurch gibt es mehrere Zertifikate für dieselbe Einsparung am Markt.

---

[5] marketagent.com/ OTS (27.03.2019): So nachhaltig kaufen Österreichs Konsumenten ein. https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20190327_OTS0065/so-nachhaltig-kaufen-oesterreichs-konsumenten-ein-anhaenge [01.04.2024].

[6] Genau 4,84 Mal nach Angaben der Europäischen Umweltagentur. Die Zahlen variieren je nach Land, Eisenbahngesellschaft, Strecke und Zugtyp, und für die meisten Länder sind nationale Daten verfügbar. Der wichtigste Faktor ist der von den Eisenbahnunternehmen verwendete Strommix: Mit 100 Prozent erneuerbarem Strom produzieren Züge bis zu 95 Prozent weniger Treibhausgase als Flüge, so die Daten des österreichischen Umweltbundesamts.

[7] Vidal, J. (02.09.2019): Offsetting carbon emissions: 'It has proved a minefield'. https://www.theguardian.com/travel/2019/aug/02/offsetting-carbon-emissions-how-to-travel-options [24.03.2024].

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

- *Doppelter Verkauf:* Ein Kompensationsanbieter kann dasselbe Zertifikat an mehrere Unternehmen verkaufen, die kompensieren wollen.[8]

Wirksamkeit

Die große Frage bei allen Kompensationen ist, wie wirksam sie sind. Bei Aufforstungsprojekten zeigt sich: Wälder sind nicht nur wirksame Kohlenstoffsenken, sondern auch Heimat zahlreicher Arten. Erst die Vielzahl verschiedener (Pflanzen-) Arten und ihr Zusammenspiel machen einen Wald zu einem funktionierenden, aber hochkomplexen Ökosystem. Aufforstungsprojekte legen oftmals keine Wälder an, sondern Monokulturen, die oft mit Herbiziden wie Glyphosat behandelt werden. So kann dort keine Artenvielfalt entstehen. Recep Tayyip Erdoğan ließ in der Türkei z. B. rund elf Millionen Setzlinge pflanzen - drei Monate später waren 90 % der Setzlinge tot.[9]

Die Klimakrise macht Wälder noch anfälliger für Brände, Insekten und Krankheiten. Bei hohen Temperaturen setzen Wälder Kohlenstoff eher frei, statt ihn zu speichern.[10] Zudem wird die CO_2-Aufnahmekapazität von Wäldern oftmals massiv überschätzt - die größte Aufnahmeleistung haben Bäume während sie wachsen. Sind sie einmal ausgewachsen, sind sie in erster Linie ein CO_2-Speicher und weisen nur noch eine geringe Leistung als CO_2-Senke auf. Eine Recherche von der “Zeit” und dem “Guardian” hat gezeigt, dass 90 % aller untersuchten Projekte nicht zu der Emissionsminderung geführt haben, die sie versprochen haben.[11] Ähnliche Probleme finden sich auch bei anderen Projekten.

Zusätzlichkeit

Die Idee hinter der Forderung nach "Zusätzlichkeit" bei Kompensationen ist, zu beweisen, dass das Projekt ohne die zusätzliche Finanzierung durch CO_2-Zertifikate nicht zustande gekommen wäre. In der Realität ist es fast unmöglich, diese Zusätzlichkeit zu belegen, sprich zu beweisen, ob z. B. ein Wald ohne Kompensationsprojekt gerodet worden wäre, die Photovoltaikanlage nicht angeschafft wurde oder ein Wald nicht aufgeforstet worden wäre. Wenn Wälder nur geschützt werden (und keine zusätzlichen Bäume gepflanzt werden) und die Zusätzlichkeit nicht bewiesen wird, wird nicht einmal eine zusätzliche Senke kreiert, aber trotzdem Zertifikate verkauft. Hinzu kommt, dass oft nicht klar ist bzw. nicht präzise unterschieden wird, wie viel CO_2 zum Beispiel ein Wald eingespart hätte ohne ein Projekt.

Mangelnde Zeit

Emissionen aus fossilen Brennstoffen entstehen sofort, die Entfernung von CO_2 aus der Atmosphäre ist ein

---

[8] Stiftung Allianz für Entwicklung und Klima (o.J.): Wie kommt es zu einer Doppelzählung von Emissionsminderungen?. https://allianz-entwicklung-klima.de/toolbox/wie-kommt-es-zu-einer-doppelzaehlung-von-emissionsminderungen/ [20.03.2024].

[9] Pearce, F. (06.10.2022): Phantom Forests: Why Ambitious Tree Planting Projects Are Failing. https://e360.yale.edu/features/phantom-forests-tree-planting-climate-change [04.06.2024].

[10] Cessac, M. (31.01.2020): Carbon Offsetting: Tree-Hugger Dream or Greenwashing Scam?. https://www.google.com/url?q=https://worldcrunch.com/tech-science/carbon-offsetting-tree-hugger-dream-or-greenwashing-scam&sa=D&source=docs&ust=1706894377045251&usg=AOvVaw27H1XnlMz59HaZUQt3sgK5 [14.05.2024].

[11] Greenfield, P. (18.01.2023): Revealed: more than 90% of rainforest carbon offsets by biggest certifier are worthless, analysis shows. https://www.theguardian.com/environment/2023/jan/18/revealed-forest-carbon-offsets-biggest-provider-worthless-verra-aoe [15.04.2024].

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

zeitaufwendiger Prozess. Kompensationsmaßnahmen wie das Wachstum von Bäumen dauern Jahrzehnte. Werden Bäume für die CO_2-Speicherung genutzt, muss garantiert sein, dass sie für immer dieses CO_2 speichern – sonst wird das Problem zeitlich nur verschoben, nicht gelöst. Gerade in Zeiten zunehmender Wetterextreme mit Hitze und Waldbränden, wird dies immer schwieriger.

Mangelnde Fläche

Im Jahr 2021 betrugen die CO_2-Emissionen der Wirtschaft 62,7 Millionen Tonnen. Während die Wirtschafts-Emissionen im Vergleich zu 1995 um 29 Prozent zugelegt haben, konnten private Haushalte im selben Zeitraum ihren CO_2-Ausstoß leicht reduzieren. Die heimischen Wirtschafts-Emissionen legten besonders in den frühen 2000ern zu und erreichten 2008 mit 68,5 Millionen Tonnen ihr Maximum. Bis 2014 sanken sie geringfügig, stagnierten danach aber auf hohem Niveau. Selbst nach einem kurzen Einbruch des CO_2-Ausstoßes auf 58,1 Millionen Tonnen im Pandemiejahr 2022 stiegen die Emissionen der Wirtschaft wieder merklich. Es sind also vor allem die CO_2-Emissionen der Wirtschaft und der Industrie, die das Erreichen der Klimaziele blockieren. Gerade der Verkehr, die nach wie vor Gas-lastige Energieversorgung und die Mineralölerzeugung heizen die heimischen Emissionen enorm an.[12]

Unter der Annahme, dass die insgesamt 62,7 Millionen Tonnen CO_2-Emissionen der österreichischen Wirtschaft mit der Aufforstung von Bäumen kompensiert werden, benötigte es laut einer Berechnung des Momentum Instituts eine Fläche von 14.250 km^2. Das entspricht mit 17 Prozent knapp einem Fünftel von Österreichs Gesamtfläche von 83.884 km^2, das jährlich zusätzlich bewaldet werden müsste. Tatsächlich ist bereits jetzt fast die Hälfte der österreichischen Fläche mit Nutzwäldern bewaldet, etwas mehr als ein Viertel wird für landwirtschaftliche Zwecke genutzt und die Alpen erstrecken sich über 16 Prozent der Gesamtfläche.[13] Alleine an diesem Beispiel sieht man, dass de facto nicht ausreichend Fläche zur Verfügung steht, um die für eine etwaige Kompensation notwendige Pflanzung von neuen Bäumen durchzuführen.

Die Berechnung stützt sich auf die Annahme, dass ein ausgewachsener Baum jährlich 22 Kilogramm CO_2 absorbiert und 2.000 Bäume pro Hektar Wald aufgeforstet werden.[14,15] Diese Werte sind Durchschnittswerte und können je nach Baumart variieren. Die CO_2-Emissionen der Wirtschaft basieren auf der Luftemissionsrechnung der Statistik Austria, die Emissionen nach dem Inländerprinzip erfasst. Dabei werden sämtliche Emissionen berücksichtigt, die von österreichischen Unternehmen und Institutionen im In- und Ausland erzeugt werden. Konsumbasierte Emissionen von Privatpersonen sind jedoch nicht inkludiert. Die

[12] Schuster, B. (30.11.2023): CO_2-Emissionen der österreichischen Wirtschaft seit erster Klimakonferenz um knapp ein Drittel gestiegen. https://www.momentum-institut.at/news/co2-emissionen-der-oesterreichischen-wirtschaft-seit-erster-klimakonferenz-um-knapp-ein [28.05.2024].
[13] Kreutzer, A. (2024):Flächeninanspruchnahme und Flächenversiegelung in Österreich 2023. https://www.flaechenversiegelung.at/de/bundeslaender [28.05.2024].
[14] Stancil, J.M. (2015): The Power of One Tree - The Very Air We Breathe. US Department of Agriculture. https://www.usda.gov/media/blog/2015/03/17/power-one-tree-very-air-we-breathe [27.05.2024].
[15] Landwirtschaftskammer Öberösterreich (2019): Standortsgerechte Aufforstung. https://ooe.lko.at/media.php?filename=download%3D%2F2020.01.17%2F1579251058699415.pdf&rn=Download%20Standortger.%20Aufforstung.pdf [27.05.2024].

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

gesamten CO_2-Emissionen sind daher höher und die Beispielrechnung stellt lediglich eine Untergrenze dar.[16]

Menschenrechte und Soziales

Viele Kompensationsprojekte sind im globalen Süden zu finden. Das ist aus mehreren Gründen kritisch: Zum einen werden neokoloniale Strukturen gefördert, indem der globale Norden den globalen Süden für eigene Zwecke ausnutzt. Zum anderen werden bei Kompensationsprojekten oftmals die Menschen vor Ort nicht einbezogen. So führte die "Billion Tree Tsunami" Kampagne der pakistanischen Regierung dazu, dass die nomadische Gruppe Gujjars ihre Winterweiden für ihre Tiere und damit ihre Einnahmequelle verlor.

Wahrnehmung von Konsument:innen

Eine im Auftrag der Arbeiterkammer vom Ifes durchgeführte Befragung zeigt, dass drei von vier Konsument:innen eine klimafreundliche Herstellung von Lebensmitteln wichtig ist. Sie verbinden damit vor allem kurze Transportwege, emissionsarme Prozesse vom Stall/Feld bis zum Teller und eine umweltfreundliche Verpackung. Was sie hingegen nicht erwarten, sind Kompensationen. Die klare Mehrheit der Konsument:innen wünscht sich zudem Informationen darüber, wie eine beworbene "Klimaneutralität" zustande gekommen ist, entweder auf der Verpackung oder digital.[17]

Wie ist die politische Lage?

Auf EU-Ebene gibt es bereits erste Vorstöße gegen Greenwashing in Kombination mit Kompensationen. Allerdings widmen sich die neuen EU-Regulierungen *Empowering Consumer-Richtlinie* und die *Green Claims Richtlinie* nur dem Klimabereich; Biodiversitäts- oder Plastikkompensationen werden hier nicht erfasst:

Empowering Consumers-Richtlinie / Unlauterer Wettbewerb

Wenn Begriffe wie "klimaneutral", "klimapositiv" oder "mit reduziertem Klimaeinfluss" von Unternehmen genutzt werden, sollten sich Konsument:innen auf diese Angabe verlassen können. Bezieht sich solch ein Slogan darauf, dass das Unternehmen seinen negativen Umwelteinfluss kompensiert, kann das für Konsument:innen irreführend sein. Aus diesem Grund werden "umweltfreundliche" Begriffe, die sich nur auf Kompensationen beziehen, im Rahmen der *Empowering Consumer Richtlinie* (Richtlinie hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher:innen für den ökologischen Wandel) als "unlautere Geschäftspraktik" eingestuft. Grundsätzlich galt das Irreführungsverbot bisher schon, die konkrete Nennung der auf Kompensationen beruhenden Angaben im Bezug auf Klimaclaims als verbotene unlautere Praktik wird aber Verfahren künftig erleichtern und so prophylaktisch zu einer Bereinigung des Marktes beitragen. Die Richtlinie ist am 27. März 2024 in Kraft getreten und muss binnen 24 Monaten, somit bis zum 27. März 2026, von den Mitgliedsstaaten in nationales Recht umgesetzt werden.

[16] Statistik Austria (2023). Luftemissionsrechnung. https://www.statistik.at/statistiken/energie-und-umwelt/umwelt/luftemissionsrechnung [27.05.2024].
[17] https://wien.arbeiterkammer.at/verbrauchererwartungen, [31.05.2024].

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Bei der Richtlinie gibt es jedoch ein paar Schlupflöcher::

- Derzeit umfasst die Änderung nur Kompensationen im Klimabereich; Plastik- und Biodiversitätskompensationen werden nicht erfasst
- Die Richtlinie bezieht sich nur auf Produkte und Dienstleistungen, die dahinterstehenden Unternehmen können sich weiterhin als “klimaneutral” o.ä. bewerben
- Werbung für vom Unternehmen geförderte Umweltprojekte auf Produkten ist weiterhin möglich

Green Claims Richtlinie

Die *Green Claims Richtlinie* befindet sich noch in Verhandlung und wird in der aktuellen EU-Gesetzgebungsperiode nicht mehr beschlossen werden. Sie soll regeln, wie verschiedene Umweltzeichen oder grüne Behauptungen genau verwendet werden dürfen. Das umfasst Gütezeichen, Werbung oder Webseiten. Im aktuellen Entwurf der Richtlinie gibt es noch einige Ungereimtheiten: Umweltfreundliche Bezeichnungen, wie “klimaneutral” u. ä. dürften laut dem Entwurf der *Green Claims Richtlinie* nur verwendet werden, wenn Unternehmen genau aufschlüsseln, wie sie die Verwendung begründen. So müssen sie z. B. angeben, ob und wie sie ihre Treibhausgase verringern oder ob sich die “klimaneutral”-Aussage nur oder auch auf den Einsatz von Kompensationen bezieht. Im Einklang mit der *Empowering Consumer Richtlinie* kann das nur Angaben über Unternehmen betreffen, nicht jedoch Produkte und Dienstleistungen. Laut *Green Claims Richtlinie* sollen die genutzten Kompensationen durch das *Carbon Removals Certification Framework (CRCF)* zertifiziert sein. Setzt sich der derzeitige Entwurf der *Green Claims Richtlinie* durch, sind Kompensationen weiterhin als Grundlage für grüne Behauptungen möglich. Ob sich ein neues Parlament und eine neue Kommission an den derzeitigen Entwurf gebunden fühlt und an der Richtlinie weiterarbeiten wird, ist aber offen.

Carbon Removals Certification Framework (CRCF)

Die EU-Kommission sieht Kohlenstoffentfernung als einen wesentlichen Teil, um die Klimaneutralität bis 2050 zu erreichen. Mit dem Carbon Removals Certification Framework (CRCF) institutionalisiert die EU Kompensationsprojekte, da sie diese zum Kauf für Unternehmen anbietet. Umfasst sind Aufforstungen, Landwirtschaft und Kohlenstoffspeicherung. Das Problem beim CRCF ist, dass zum einen die Bedingungen für Kompensationsprojekte relativ schwach definiert sind. Zum anderen ermöglicht es den Unternehmen, weiterhin auf Kompensationen zu setzen.

Wie ist die rechtliche Lage?

Schon bevor politische Vorstöße gegen Greenwashing und Kompensationen gesetzt wurden, gab es immer wieder Rechtsfälle, in denen Kompensationen eine wichtige Rolle spielten:

Fossil Free vs. KLM

Die Umweltgruppe “Fossil Free” verklagte KLM für ihre “Fly Responsibly"-Kampagne. Der Vorwurf: Die Werbung sei irreführend und verstoße gegen das EU-Verbraucherrecht. Laut der Anklage erweckte KLM mit der

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Kampagne den Eindruck, die Flüge der KLM würden die Klimakrise nicht verschärfen.[18,19] Das niederländische Gericht gab "Fossil Free" Recht und verurteilte die KLM im März 2024.[20] Das Gericht entschied jedoch, keine Strafen gegen KLM zu verhängen und verlangte auch keine nachträgliche Änderung der Werbung. KLM wurde jedoch dazu aufgefordert, in Zukunft bei Aussagen über die Umweltfreundlichkeit ehrlich zu kommunizieren. Dennoch zog KLM die Werbung zurück, obwohl dies nicht ausdrücklich verlangt worden war.[21]

Schwedische Verbraucherschutzbehörde vs. Arla[22]

Die schwedische Verbraucherschutzbehörde klagte den Konzern "Arla Foods" für die Verwendung von Aussagen wie "net zero climate footprint" für die Bewerbung ihrer Milchprodukte. Die Begründung: Die Werbung erwecke den irreführenden Eindruck, die Produkte hätten keinen CO_2-Fußabdruck oder der CO_2-Fußabdruck des beworbenen Produkts wäre bereits vollkommen kompensiert.[23,24] Das Gericht gab der Verbraucherschutzbehörde Recht.

Niederländischer Werberat vs. Shell

Der Werbeslogan von Shell "Make a difference. Drive CO_2 neutral" wurde vom niederländischen Werberat als irreführend bewertet, mit dem Argument, dass es sich um eine finale Aussage handelt. Diese sei nur zulässig, wenn sie auch garantiert richtig ist: Die Produktion und Nutzung fossiler Brennstoffe setze zwar eine messbare Menge an CO_2 frei, die im Gegenzug durch Kompensationen geförderten Waldschutz-Projekte entfernen jedoch keine messbare CO_2-Menge aus dem Kohlenstoffkreislauf.[25] Nach dem Urteil änderte Shell die Werbung auf "Make a difference. Compensate CO_2 emissions". Dagegen wurde argumentiert, dass es sich um synonyme Begriffe handle. Es wurde argumentiert, dass Verbraucher:innen die Behauptung so verstehen würden, dass etwaige Klimaschäden durch fossile Energien auch wieder rückgängig gemacht werden könnten. Eine Behauptung, die Shell wissenschaftlich nicht nachweisen kann.[26]

---

[18]Sterling, T. & Plucinska, J. (19.12.2023): KLM vor niederländischem Gericht wegen "Greenwashing"-Vorwürfen. https://ch.marketscreener.com/kurs/aktie/AIR-FRANCE-KLM-4604/news/KLM-vor-niederlandischem-Gericht-wegen-Greenwashing-Vorwurfen-45594913/ [29.04.2024].

[19] airliners.de (29.11.2023): KLM beharrt auf Recht, Klimaschutzmaßnahmen zu bewerben. https://www.airliners.de/klm-beharrt-recht-klimaschutzmassnahmen-bewerben/70820 [29.04.2024].

[20] spiegel.de (20.03.2024): KLM wegen Greenwashings schuldig gesprochen. https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/greenwashing-amsterdamer-gericht-verurteilt-klm-wegen-fly-responsibly-kampagne-a-09c0861b-d248-4470-a3e4-243063385b83 [29.04.2024].

[21]reisetopia.ch (23.03.2024): Greenwashing-Klage: KLM verurteilt aber nicht bestraft. https://reisetopia.ch/news/greenwashing-klage-klm-verurteilung/ [07.05.2024].

[22] Swedish advertising regulator - the Consumer Ombudsman
Ullberg, E. & Salehi, A. (17.10.2023): Advertising & Marketing 2023 - Sweden. https://practiceguides.chambers.com/practice-guides/advertising-marketing-2023/sweden/trends-and-developments [07.05.2024].

[23] Coyne, A. (06.02.2023): Swedish court bans Arla's net-zero advertising. Claim. https://www.just-food.com/news/swedish-court-bans-arlas-net-zero-advertising/ [25.04.2024].

[24] badvertising (01.03.2023): DAIRY COMPANY ARLA CONVICTED FOR MISLEADING GREEN ADVERTISING. https://www.badverts.org/latest/dairy-company-arla-convicted-for-misleading-green-advertising [02.05.2024].

[25] Lang, C. (17.09.2021): Dutch Advertising Watchdog rules Shell's "CO_2 Neutral" campaign is greenwash. https://redd-monitor.org/2021/09/17/dutch-advertising-watchdog-rules-shells-co2-neutral-campaign-is-greenwash/ [02.05.2024].

[26] Bindewald, R. & Wiemann, M. (2022): Der Große Klima-Fake. Wie Konzerne uns mit Greenwashing täuschen und so die Klimakrise verschärfen. https://www.foodwatch.org/fileadmin/-DE/Themen/Klimaluegen/Report_Klima_Claims/Klima_Report_2022.pdf [25.04.2024]. S.18.

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Aktueller Fall: Die Europäische Verbraucherorganisation warnt zu 17 Fluggesellschaften

Die Europäische Verbraucherorganisation (BEUC) hat die EU auf das eventuelle Greenwashing von 17 Fluggesellschaften aufmerksam gemacht. Im April sendeten die Europäische Kommission und die EU Verbraucherschutzbehörden an 20 Fluggesellschaften Briefe mit der Anforderung, ihre Angaben binnen 30 Tagen zu erklären. Es ging unter anderem auch um die Anwendung von Kompensationen und die Verwendung von den Begriffen wie "grün", "nachhaltig" oder "verantwortungsbewusst", als auch Netto-Null-Versprechen oder andere zukünftige Umweltversprechen ohne klare und überprüfbare Verpflichtungen. Melden die Unternehmen nichts zurück, können die Verbraucherschutzbehörden zum Beispiel Sanktionen ergreifen. Zu den Fluglinien gehörten: Air Baltic, Air Dolomiti, Air France, Austrian Airlines, Brussels Airlines, Eurowings, Finnair, KLM, Lufthansa, Norwegian, Ryanair, SAS, SWISS, TAP, Volotea, Vueling und Wizz Air.[27] Eine Entscheidung ist derzeit noch ausstehend.

Empfehlungen

Um die Klimaziele zu erreichen und die Artenkrise noch aufzuhalten, müssen Kompensationen verboten und echte Klimaschutzmaßnahmen umgesetzt werden:

Gesetzeslücken schließen

Die derzeitigen EU-Richtlinien weisen Lücken auf, die mit der Green Claims Richtlinie geschlossen werden müssen:

1. Umweltaussagen, die auf Kompensationen basieren, müssen verboten werden. Das muss sowohl den Klimabereich, als auch andere Bereichen, wie z. B. Plastik- oder Biodiversitätkompensationen umfassen.
2. Um Greenwashing vorzubeugen, muss das Verbot von Kompensations-basierten Umweltaussagen sowohl für die Werbekommunikation , als auch für den gesamten Unternehmensauftritt gelten.

Rechtlicher Rahmen

Die Empowering Consumer Richtlinie muss zügig umgesetzt werden. Zudem muss ein juristischer Zugang für Umweltorganisationen für entsprechende Verfahren sichergestellt werden.

Keine Kompensationen bei Unternehmen

Unternehmen müssen umgehend aufhören, jegliche Art von Kompensationen zu kaufen und damit zu werben.

Vorbild öffentlicher Sektor

Insbesondere der öffentliche Sektor muss ein gutes Vorbild sein. Unternehmen, die in öffentlicher Hand sind, wie z. B. der Flughafen Wien oder die Post AG, müssen vorhandene Kompensationen sofort beenden.

[27] European Commission (30.04.2024): Commission and national consumer protection authorities starts action against 20 airlines for misleading greenwashing practices. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_2322 [06.05.2024]

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Greenwashing stoppen

Öl, Gas und Kohle sind Klimakiller Nummer Eins. Mit beschönigender (Umwelt-)Werbung und diversen Sponsorings verschleiern Autohersteller, Fluglinien und Energiekonzerne ihre umweltzerstörerischen Geschäfte – damit muss Schluss sein!

Der aktuelle Bericht des Weltklimarates (IPCC) hat zum ersten Mal die direkten Auswirkungen auf die Klimakrise durch Werbung und PR für fossile Brennstoffe betont. Hunderte von Wissenschaftler:innen haben in einem Schreiben PR- und Werbeagenturen aufgefordert, nicht mehr mit Unternehmen zusammenzuarbeiten, die fossile Brennstoffe herstellen und Desinformation betreiben.[28] [29]

[28] CleanCreatives (o.J.): How agencies working for fossil fuels polluters contribute to climate change. https://cleancreatives.org/learn-2023#:~:text=The%20scientific%20consensus%3A%20fossil%20fuel,now%20to%20avoid%20climate%20disaster [07.05.2024].

[29] Mace, M. (20.01.2022): Hundreds of scientists call on PR and advertising firms to drop fossil fuel clients. https://www.edie.net/hundreds-of-scientists-call-on-pr-and-advertising-firms-to-drop-fossil-fuel-clients/ [07.05.2024].