



EMPCO & UWG: Was Betriebe der grünen Branche jetzt über Umweltwerbung wissen müssen

Schützen Sie Ihren Betrieb vor teuren Abmahnungen und nutzen Sie die neuen Regeln für andauerndes Kundenvertrauen durch Transparenz.

Seit dem 27. September 2026 gelten erheblich schärfere Anforderungen an Umweltaussagen in der Werbung. Begriffe wie „nachhaltig“, „umweltfreundlich“, „bienenfreundlich“ oder „regional“ können kaum noch verwendet werden. Auch Firmennamen und Marken können betroffen sein. Damit sind nicht nur Etiketten, Verpackungen, POS-Materialien und Kataloge zu prüfen. Gerade auch Webseiten, B2C-Shops und Social Media können erheblichen Änderungsaufwand mit sich bringen.

Was darf ich noch sagen? Was muss ich ändern? Und wie kann ich Umweltvorteile weiterhin glaubhaft kommunizieren?

Im Webinar zeigen wir Ihnen gemeinsam mit Fachanwalt Thomas Leidereiter praxisnah, worauf Sie jetzt achten müssen, um Umweltaussagen rechtssicher und nachvollziehbar zu gestalten.

Für Produktionsbetriebe, Floristen, Gartencenter, Großhändler, Vermarkter und alle Verantwortlichen für Marketing und Vertrieb.

Online-Seminar – 27.10.2026

Am **27. Oktober 2026** findet das Seminar mit **Thomas Leidereiter**, Green Rights, Hamburg, statt. Der Ablauf ist wie folgt:

11:00–12:00 Uhr

Das neue UWG: Grundlagen, Definitionen und erste Orientierung

12:00–13:00 Uhr | Mittagspause

13:00–14:00 Uhr

Vertiefung, Praxisbeispiele und konkrete Umsetzung für den eigenen Betrieb

Anmeldung

Das Seminar ist für Mitglieder der Landesverbände NRW, Thüringen, Sachsen, Rheinland-Pfalz und WVG Nord kostenfrei.

Wir freuen uns auf Sie!

Eine Initiative Ihrer Landesverbände!



Landesverband Gartenbau Rheinland-Pfalz-Saar e. V.

DAS NEHMEN SIE MIT

- ✓ Umweltaussagen richtig einschätzen
- ✓ Risiken in der eigenen Kommunikation erkennen
- ✓ Etiketten, Kataloge & Online-Auftritte prüfen
- ✓ Aussagen nachvollziehbar und belegbar gestalten
- ✓ Sicher kommunizieren – ohne auf Umweltversprechen zu verzichten

**Klarheit für Ihren Betrieb.
Sicherheit für Ihre Kommunikation.
Vertrauen schaffen bei Kunden und Partnern.**