PRAXISGRUPPE NULLEMISSIONSPLANUNG

EmpCo-Richtlinie: Handlungshilfe für die Wohnungswirtschaft

Klima- und Umweltaussagen • Nachweispflichten • Kommunikation
Praxisbeispiele für Gebäude, Quartiere und Wohnungsunternehmen

Branchenvorlage zur internen und externen Kommunikation | November 2026

Die Leitfrage
Wie können Wohnungsunternehmen Klima- und Umweltthemen konkret, nachweisbar und verständlich kommunizieren, ohne unzulässige allgemeine Umweltaussagen zu verwenden?

CO2zero e. V. | Stand 2. November 2026

Inhalt:

A. FAQ

B. Was gilt ab sofort, schon vor Inkrafttreten der EmpCo-Richtlinie

C. Fachbereichsbezogene Beispiele zur möglichen Umsetzung der EmpCo

D. Kurz-Check als Hilfestellung vor jeder Veröffentlichung

A. FAQ

1. Was ist die EmpCo-Verbraucherrichtlinie kurz gesagt?

Sie verbietet Greenwashing. Schlagwortartig verwendete Begriffe wie beispielsweise: „umweltfreundlich“, „umweltgerecht“/“umweltverträglich“, „grün“, „ökologisch“, “klimafreundlich“, „CO2-neutral“, „energieeffizient“ sind als allgemeine Umweltaussagen nicht mehr zulässig. Diese Liste ist nicht abschließend.

Daneben ist eine Werbung mit ohnehin vorliegenden gesetzlichen Anforderungen/ Erfordernissen als Besonderheit unzulässig.

2. Womit betrifft das explizit Wohnungsunternehmen?

Weil die EmpCo-Richtlinie Verbraucher:innen zukünftig vor unlauteren Werbeversprechen schützen soll und Mieterinnen und Mieter Verbraucher:innen sind. Jede Formulierung z.B. auf ImmoScout, im Exposé, auf der Website, im Mietermagazin und in Flyern gilt als an Verbraucher:innen gerichtete Werbung.

3. Wen betrifft die Umsetzung der EmpCo-Richtlinie in Wohnungsunternehmen?

Alle. Vermietung, Neubau, Bestand, Technisches Management, Einkauf, Personal, Kundenzentren, Hausmeister-Teams, Presse, Unternehmenskommunikation. Jeder, der etwas über Nachhaltigkeit, Umwelt, Klima nach außen sagt.

4. Welche Kommunikationsmittel müssen überprüft und geändert werden?

Als Vermieterin mit direktem Kontakt zu Verbraucher:innen ist die gesamte externe Kommunikation betroffen. Dazu gehören unter anderem:

- Website und Nachhaltigkeits-Microsite
- Mieteranschreiben (u.a. Modernisierungsankündigungen), Mietermagazin, Flyer und Vermietungsexposés
- Social Media
- Presse- und Stakeholderkommunikation
- Partizipations- und Gremienkommunikation
- Präsentationen
- Recruiting- und Arbeitgeberkommunikation
- Produktbezeichnungen

· Bildwelten/Illustrationen

5. Was passiert, wenn sich die Wohnungswirtschaft nicht an die EmpCo-Richlinie hält?

Verstöße können rechtliche und finanzielle Folgen sowie Reputationsschäden nach sich ziehen. Es sind Bußgelder von bis zu 4 % des Jahresumsatzes oder mind. 2 Mio. € möglich.

6. Welche Schlagwörter sind ab 27.9.2026 nicht mehr zulässig?

Beispiele: „umweltfreundlich“, „umweltverträglich“/“umweltgerecht“/“umweltverträglich“, „grün“, „ökologisch“, “klimafreundlich“, „CO2-neutral“, „energieeffizient, "umweltfreundlich wohnen", "nachhaltiges Gebäude", "ökologisches Quartier", "klimaneutraler Neubau". Die Verwendung ist nur noch in einem sehr engen Rahmen möglich (siehe weiter unten).

7. Wie darf ich kommunizieren und darf ich diese Wörter noch nutzen?

Die Verwendung der unter 6. benannten Begriffe ist in allgemeinen Umweltaussagen unzulässig (bspw. „Das Unternehmen baut nachhaltig.“). Werbende Aussagen unter Verwendung dieser Begriffe müssen als spezifizierte Umweltaussage gestaltet werden und die konkreten, inhaltlich Spezifizierungen müssen nachweisbar sein. Der Nachweis muss auf demselben Medium lesbar dargestellt und nicht irreführend sein. Daneben darf nicht mit einer gesetzlichen Anforderung als Besonderheit geworben werden.

Eine Ausnahme für die Zulässigkeit einer allgemeinen Umweltaussage unter Verwendung der unter 6. dargestellten Wörter liegt vor, wenn eine sogenannte „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ für ein Projekt vorliegt und nachgewiesen werden kann. Die Energieeffizienzklasse A für Gebäude nach GModG ist keine „anerkannte hervorragende Umweltleistung“. Erst die höchste Energieeffizienzklasse nach EPBD – sofern in dt. Gesetzt umgesetzt – ist eine solche.

Andere Nachweise/Siegel wie DGNB, QNG etc. sind keine „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ laut EmpCo und können daher nicht in einer plakativen, allgemeinen Umweltaussage als Beleg dafür dienen, Begriffe wie umweltfreundlich, nachhaltig oder energieeffizient zu nutzen.

Aufgrund der im Einzelfall möglichen Komplexität dieser Anforderungen empfehlen wir, zunächst auf die Wörter der sogenannten „Schwarze Liste“ (unter 6. benannten Begriffe) in werbenden Aussagen zu verzichten. Es mach Sinn, in den kommenden Monaten Textbausteinezu entwickeln, welche dann verwendet werden können.

8. Was wäre typisches Greenwashing?

Z.B.: "Nachhaltige Wohnung", "Klimafreundliches Quartier", "Grünes Wohnen". Diese Liste ist nicht abschließend.

9. Was bedeutet die neue Belegpflicht für uns?

Jede Aussage muss: a. konkret sein b. auf nachweisbaren Zahlen oder Angaben beruhen c. ggf. von extern geprüft sein d. der Beleg muss auf demselben Medium klar und ersichtlich erfolgen.

10. Was gilt für Icons?

Selbst ein grünes Blatt oder ein Wassertropfen werden als Umweltaussage gewertet. Diese sollten daher zunächst nicht verwendet werden. Dies kann z.B. Präsentationen betreffen. Anerkannter Zertifizierungssysteme (DGNB, NaWoh, QNG) sind für die jeweiligen Projekte im konkreten Kontext verwendbar.

Beispiel: In einer PPT-Präsentation, die mehrere Gebäude mit Eckdaten und Bildern zeigt, ist das Icon der DGBN für ein Gebäude nach dem DGNB-Zertifizierungsstandard z.B. Silber verwendet. Es muss klar ersichtlich sein, welches Gebäude DGNB-zertifiziert ist.

Es ist darauf zu achten, dass ausschließlich mit dem in diesem Siegel/der Zertifizierung verwendeten Wording geworben werden kann bzw. dass das Projekt das Siegel erhalten hat.

11. Gilt die EmpCo-Richtlinie auch für Bilder?

Ja. Ein Neubau im Wald gerendert mit viel Grün oder mit Wassertropfen und Bienen suggeriert "ökologisch", auch ohne Text. Auch das kann schon als irreführende Umweltaussage zählen und sollte daher nicht erfolgen.

12. Wer haftet bei Aussagen von Dienstleistern/Planern/Lieferanten usw.?

Auch Aussagen Dritter, die wir uns über einen Post auf der Website zu eigen machen oder in einer anderen Kommunikation gegenüber dem Mieter nutzen, eröffnet den Anwendungsbereich der EmpCo.

Beispiel: Die Verwendung der Aussage eines Planers zu einem Gebäude "das ist ein grünes Gebäude" z.B. auf die Unternehmenswebsite, in einem Mieteranschreiben oder einer Präsentation, in einem Interview o.ä. ist nicht zulässig.

Wenn die Wohnungswirtschaft ein Siegel/Zertifizierungssystem in geschäftlichen Aussagen nutzt, muss sie klären, ob dieses Siegel/Zertifizierungssysteme den EmpCo-Anforderungen entsprechen.

Nach aktuellem Stand (Stand November 2026) ist es unklar, ob der Deutsche Nachhaltigkeitspreis den Anforderungen der EmpCo entspricht.

13. Welche internen Ansprechpersonen sind für EmpCo-Fragen zuständig?

- Zuständige Fachabteilung (unternehmensintern festzulegen)

14. Wie gehen wir mit reiner B2B Kommunikation um?

Auch in der B2B-Kommunikation empfiehlt sich eine sachliche, überprüfbare Darstellung. Die hier aufgeführten Beispiele können als Orientierung dienen.

B. Was gilt ab sofort, schon vor Inkrafttreten der EmpCo-Richtlinie?

1. Bei welchen Medien müssen Fachbereichen bei Veröffentlichung von Texten sofort die EmpCo-Bedarfe erfüllen?

· Sämtliche geschäftliche Handlungen wie Job-Stellenanzeigen, Pressemitteilungen, Wohnungsexposés und-anzeigen sowie Veröffentlichungen gegenüber Mietern sollten vorsorglich bereits vor dem Anwendungsbeginn der EmpCo die Anforderungen erfüllen.

· Bei Ausschreibungen muss die Darstellung ebenfalls überprüft werden. Der auszuschreibende Gegenstand ist nicht von der EmpCo betroffen.

Empfehlung: Sprachregelungen auf der internen Informationsplattform aktualisieren und geeignete Textbausteine dokumentieren.

2. Was passiert mit der Unternehmenspräsentation?

Unternehmenspräsentationen mit umweltbezogenen Aussagen sollten auf mögliche EmpCo-Risiken überprüft und gegebenenfalls aktualisiert werden.

3. Auf der Webseite fehlen nun Inhalte, PDF-Dateien und die Inhalte sind teilweise nicht mehr plausibel?

Empfehlung: Website-Inhalte systematisch prüfen und risikobehaftete Aussagen bis zur fachlichen Klärung entfernen, präzisieren oder mit geeigneten Belegen versehen. Die anschließende Aktualisierung sollte gemeinsam mit den zuständigen Fachbereichen erfolgen.

C. Beispiele zum besseren Nachvollziehen der EmpCo-Richtlinie

Neubau/Sanierung/Wärme

Empfehlung: Den IST-SOLL-Zustand des Gebäudebestands in einem nachvollziehbaren Dekarbonisierungspfad dokumentieren und daraus überprüfbare Angaben für die externe Kommunikation ableiten.

1. Darf ich noch "klimaneutraler Neubau" sagen?

Nein. Zulässig ist: Das Projekt xy wird nach KfW 55 Standard geplant.

2. Wie ist es mit Zukunfts-Aussagen: "Bis 2045 klimaneutraler Bestand"?

Die ist weiterhin möglich, jedoch immer mit Bezug auf einen dokumentierten IST-SOLL-Vergleich.

3. Beispiel "100% Ökostrom im Haus": Darf man so formulieren?

Zulässig: Mit dem Mieter-Strom können Sie Ihre Stromversorgung direkt über den Anbieter beziehen.

4. Beispiel Wärmepumpe

Nicht erlaubt: „Die eingesetzten Wärmepumpen sind klimafreundlich.“

Erlaubt: „Das Gebäude ist mit einer Wärmepumpe der Jahres-Arbeitszahl (JAZ) xy ausgestattet.“

5. Beispiel Strom / Photovoltaik / Mieterstrom?

Siehe Angaben unter 3. Nicht erlaubt: "Wohnen mit 100% grünem Strom" Zulässig: „Auf dem Dach des Gebäudes xy befindet sich eine PV-Anlage. Diese erzeugt xy kWh Strom/a.“

6. Beispiel Baustoffe: Holz, Recycling, Beton?

Nicht erlaubt: "Dieses Gebäude ist aus nachhaltigem Holz und Recycling-Beton gebaut" Zulässig: "Das Tragwerk des Gebäudes xy ist zu 60% aus Holz aus FSCzertifizierter Forstwirtschaft (Nachweis: Zertifikat-Nr. XXX) hergestellt. Der für die Herstellung des Tragwerkes verwendete Beton des Gebäudes xy hat einen 30%igen Recycling-Anteil nach DIN-Norm xy. Diese Angaben kommen aus der LCA nach DIN-Norm xy“.

7. Beispiel Neubau

Nicht erlaubt: "Das Unternehmen baut nachhaltig." Erlaubt: "Neubau aus Holz-Hybrid-Bauweise“.

8. Beispiel innovative Mobilitätskonzepte und "autoarmes Quartier"

"Autoarm", „innovatives Mobilitätskonzept“ oder "nachhaltige Mobilität" nicht mehr verwenden, sondern ersetzen durch Beschreibung der konkret vorgenommenen oder geplanten Maßnahmen: z.B. "0,3 Stellplätze / WE, 2 Carsharing-Stationen mit E-Autos sind am Gebäude xy vorhanden, 250 überdachte Fahrradplätze stehen am Gebäude xy zur Verfügung, ÖPNV-Anbindung des Gebäudes xy in 150m“.

9. Dürfen wir mit dem Energieausweis werben?

Ja, die Frage ist wie. Bedarfs- oder Verbrauchsausweis angeben; Energiebedarf oder verbrauch plus Effizienzklasse nennen, Baujahr, Energieträger nennen. Nicht den Ausweis als "Nachhaltigkeitszertifikat" oder "Umweltsiegel" darstellen, denn er ist keiner.

Vermietung/Quartiersmarketing/Wohnumfeld

10. Beispiel Vermietungsanzeige: Was ist nicht zulässig, was ist zulässig?

Nicht erlaubt: “Beziehen Sie eine nachhaltige 3-Zimmer-Wohnung!”

Zulässig: "3-Zimmer-Wohnung, Baujahr 2024, geplant und/oder umgesetzt nach KfW 40 (oder 55, oder…), Beheizung über Luft-Wasser-Wärmepumpe, auf dem Dach des Gebäudes ist eine PV-Anlage installiert, Nachweise: (Link)

11. Beispiel Quartiersmarketing Nicht erlaubt: "Ein grünes Quartier"

Erlaubt: "Quartier XY: 60% der Dächer sind mit einer extensiven/intensiven Dachbegrünung versehen, Beheizung über kaltes Nahwärmenetz, Nachweis DGNB-Quartier Gold (Nachweise verlinken)

12. Beispiel "biodivers, bienenfreundlich, naturnah"

Diese Begriffe nicht mehr verwenden, sondern konkret schreiben, was gemacht wird z.B. „in den Außenanlagen des Gebäudes xy wurden seit dem Jahr xy ausschließlich Pflanzen verwendet, die wenig Wasser benötigen wie z.B. xy (Nachweis)“

13. Flyer zur Auslage

Auf Flyern den Verweis auf einen Klimabeitrag vorerst nicht mehr verwenden.

Personal

13. Beispiel Aussagen zur Arbeitgebermarke

Nicht erlaubt: „komm in ein grünes, nachhaltiges Team“, „Das Unternehmen ist ein umweltfreundlicher, nachhaltiger Arbeitgeber“, „Das Unternehmen setzt sich für eine nachhaltige Zukunft ein“

Erlaubt: Thema Mobilität: XY Zuschuss zum Deutschlandticket

Thema Verpflegung: Unser Kaffee von regionaler Rösterei mit Bio- und Fairtrade-Siegel (Nachweis)

D. Der Kurz-Check als Hilfestellung vor jeder Veröffentlichung

Vor jeder Formulierung checken:

1. Ist die Aussage ohne Verwendung der kritischen Wörter und dazu konkret, eindeutig nachweisbar und nicht täuschend?

2. Meint sie das ganze Unternehmen, das ganze Quartier, das ganze Gebäude oder jeweils nur einen Teil? Bitte klar sagen, was gemeint ist, was wird wo und wie konkret umgesetzt.

3. Haben wir zu der Aussage einen extern geprüften Nachweis und ist er verlinkt, direkt auffindbar?

4. Werbe ich eventuell mit einer gesetzlichen Anforderung als Besonderheit? Auch dies ist unzulässig.

5. IST-SOLL-Darstellung des Dekarbonisierungspfades als Quelle nutzen