GREENWASHING

IRREFÜHRENDE UMWELTAUSSAGEN ENTFERNEN

Seit mehr als einem Jahrzehnt setzt sich die ›Anti-Greenwash‹-Kampagne von *Two Sides* gegen irreführende Umweltaussagen ein, die die Umweltbilanz von Papierkommunikation und papierbasierten Verpackungen zu Unrecht in Verruf bringen. Weltweit haben 1.500 Organisationen nach Gesprächen mit *Two Sides* unbegründete, papierfeindliche Aussagen entfernt oder geändert.

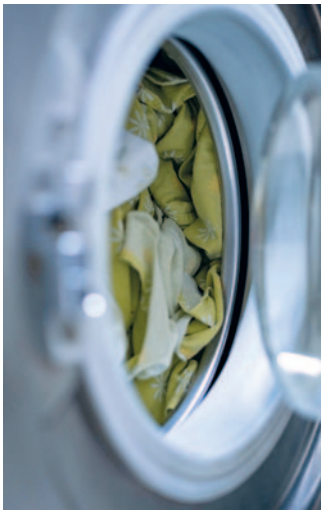
Text: Two Sides

Von Banken und Versorgungsunternehmen bis hin zu Einzelhändlern, Versicherern und Organisationen des öffentlichen Sektors nutzen Unternehmen Umweltbotschaften wie ›Go Green – Go Paperless‹ oder ›Entscheiden Sie sich für die elektronische Rechnungsstellung und retten Sie einen Baum‹, um ihre Kunden dazu zu bewegen, auf digitale Kommunikation umzusteigen.
Auch wenn diese Botschaften als Nachhaltigkeitsmassnahmen dargestellt werden, dienen sie in erster Linie der Senkung der Betriebskosten und nicht der Verringerung der Umweltbelastung.

Nach den Ergebnissen des *Two Sides Trend Tracker Reports* 2025, einer europaweiten Verbraucher-Umfrage, sind sich 56% der europäischen Verbraucher dessen bewusst. Zudem wollen 76% der Verbraucher selbst entscheiden, wie sie Mitteilungen erhalten und lehnen es ab, zu digitalen Optionen gedrängt zu werden.
Ausserdem beobachtet *Two Sides* Aussagen zu Verpackungen auf Papierbasis, darunter unbegründete Behauptungen, wonach alternative Fasermaterialien von Natur aus nachhaltiger seien als Papier aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern oder dass der Verzicht auf Papierverpackungen automatisch die Umweltbelastung reduziere. Auch dies sind lediglich Behauptungen, die nicht belegt werden können.

Konsequenzen

Greenwashing führt zu einer Irreführung der Verbraucher, kann Kaufentscheidungen beeinflussen, das Vertrauen in echte Nachhaltigkeitsinitiativen untergraben und Branchen sowie Unternehmen mit einer soliden Umweltbilanz in unfairer Weise schaden.
Die Druck-, Papier- und Papierverpackungsbranche hat massiv in nachhaltige Forstwirtschaft, verantwortungsvolle Produktion und Recycling-Infrastruktur investiert, ist jedoch weiterhin mit unzutreffenden Behauptungen konfrontiert, die suggerieren, dass der Verzicht auf Papier automatisch der Umwelt zugute käme.
Derlei Anti-Papier-Botschaften haben konkrete Konsequenzen. Jedes Mal, wenn ein Unternehmen seine Kunden ohne Belege dazu auffordert, ‹papierlos zu arbeiten, um Bäume zu retten›, verstärkt dies falsche Vorstellungen über ein nachwachsendes und in hohem Maße recycelbares Material und fördert gleichzeitig Entscheidungen, die auf ungenauen Umweltinformationen beruhen. Diese Behauptungen haben zudem erhebliche wirtschaftliche Auswirkungen. Eine von *Two Sides* in Auftrag gegebene Studie ergab, dass ›Greenwashing‹ allein dem europäischen Versand- und Postsektor jährlich mehr als 337 Mio. € durch geringere Papiermengen und sinkendes Verbrauchervertrauen kosten könnte.



Greenwashing schadet der Papier- und Druckindustrie in hohem Masse nicht nur monetär, sondern fügt den Branchen einen immensen Image-Verlust bei.

»Die meisten Unternehmen wollen die Verbraucher nicht absichtlich in die Irre führen. Doch müssen Umweltbehauptungen auf Fakten beruhen, nicht auf Annahmen oder Marketing-Slogans«, sagt sagt Jonathan Tame, Geschäftsführer von *Two Sides Europe*. »Die Behauptung, dass die Entscheidung für digitale Lösungen Bäume rettet oder die umweltfreundlichere Option ist, birgt die Gefahr, das Vertrauen der Verbraucher zu untergraben.«
Verbraucher verdienen korrekte Informationen und keine irreführenden Marketingbotschaften.
Inzwischen hat *Two Sides* in Europa mehr als 950 Marken wie *Acerta*, *Barclays*, *TSB* und weitere, davon überzeugt, irreführende Botschaften aus ihrer Kommunikation zu streichen.
Angesichts immer strengerer Umweltvorschriften, darunter die Richtlinie über umweltbezogene Angaben und der Kodex für umweltbezogene Angaben, tragen Organisationen Verantwortung dafür, dass alle umweltbezogenen Aussagen korrekt, fundiert und transparent sind. *Two Sides* möchte Unternehmen ermutigen, alle Mitteilungen zu überprüfen, die aus Umweltgründen von der Verwendung von Papier abraten und sicherzustellen, dass diese durch glaubwürdige wissenschaftliche Belege gestützt sind.

> greenwash@twosides.info