

TWO SIDES

# Greenwashing-Kampagne klärt auf

Mit zunehmendem Fokus auf Nachhaltigkeit in Gesellschaft und Wirtschaft nimmt auch Greenwashing zu. *Two Sides* hat mehr als 2.650 Organisationen kontaktiert, die Greenwashing betrieben haben und irreführende Kommunikation im Bezug auf die Nachhaltigkeit verbreiteten. Bisher haben 1.180 Organisationen ihre irreführende Anti-Papier-Aussagen entfernt.

Wirtschaftliche Interessen sind nach wie vor die treibende Kraft für einen Grossteil des Greenwashings. Viele Organisationen, die sich bei der Kommunikation mit ihren Kunden bisher auf Papier verlassen haben, treiben zunehmend die Abkehr von traditionellen papiergestützten Diensten zu digitalen Plattformen voran, um Kosten zu sparen.

Oft wird dies mit irreführenden und unbegründeten Umweltmarketingbotschaften wie «Verzichten Sie auf Papier und retten Sie einen Baum» oder «Jetzt umsteigen auf digital – der Umwelt zuliebe» gerechtfertigt. Zumeist handelt es sich dabei jedoch um Greenwashing.

Die Präferenzen der Verbraucher werden bei der digitalen Umstellung ignoriert. Ergebnisse aus dem *Two Sides-Trend-Tracker Report 2023* zeigen, dass 55% der europäischen Verbraucher glauben, dass die Umweltargumente der Unternehmen für die Umstellung auf digitale Kommunikation irreführend sind und tatsächlich nur der Kosteneinsparung dienen. Darüber hinaus ergab die Untersuchung, dass 76% die Wahl haben wollen und nicht zu einer digitalen Kommunikation gezwungen werden möchten.

Nachhaltigkeit wird ein immer zentraleres Element der Geschäftspraktiken von Unternehmen. Blosser Behauptungen, die gerade in Mode sind, einfach zu übernehmen, ohne sie belegen zu können, scheint da ein probates Mittel zu sein. Neben den Printprodukten bekommen dies nun auch Tissue-Produkte oder papierbasierte Verpackungen zu spüren. Sie alle sehen sich mit irreführendem und unbegründetem Marketing von Unternehmen konfrontiert, die behaupten, aus unterschiedlichsten Gründen nachhaltig zu sein – einschliesslich neuer und alternativer Faserquellen.

Der Geschäftsführer von *Two Sides Europe*, JONATHAN TAME, sagt: «Diese Greenwashing-Botschaften verstossen nicht nur gegen die Richtlinien von Werberäten und anderen Institutionen, sondern sind auch äusserst schädlich für eine Branche, die für ihre starke und durchweg progressive Umweltbilanz bekannt ist.»

Dabei sei die europäische Druckindustrie ganz im Gegenteil massgeblicher Treiber für einen gesunden Markt für forstwirtschaftliche Erzeugnisse wie Papier und fördere das langfristige Wachstum der Wälder durch nachhaltige Forstwirtschaft. «Viele der Organisationen, an die wir herantreten, sind überrascht zu

erfahren, dass die europäischen Wälder tatsächlich jeden Tag um 1,500 Fussballfelder wachsen.»

Weltweit hat *Two Sides* mittlerweile mehr als 2.650 Organisationen angesprochen, die irreführende Aussagen über Papier verbreitet haben. In Europa haben bis heute 749 Unternehmen unbegründete Behauptungen über Papier entfernt, darunter AXA Insurance, Calor Gas, O2 Telefonica, Menton, Bredband 2 und Citygross, um nur einige zu nennen.

«Es ist von entscheidender Bedeutung, dass wir auch weiterhin gegen diese irreführenden Aussagen vorgehen und sicherstellen, dass die hervorragende Umweltbilanz der Branche anerkannt wird und der Lebensunterhalt von Tausenden von Beschäftigten nicht durch die Verbreitung von irreführendem und opportunistischem Greenwashing-Marketing gefährdet wird», erläutert TAME.

*Two Sides* schätzt, dass aufgrund der enormen Reichweite einiger dieser Organisationen unbegründete Behauptungen eine lang anhaltende schädliche Wirkung auf die Wahrnehmung von Papier durch die Verbraucher haben und einen Sektor bedrohen, der über 640.000 Menschen in mehr als 112.000 europäischen Unternehmen beschäftigt. Auch die finanziellen Auswirkungen von Greenwashing sind weltweit besorgniserregend, wenn diese Botschaften unangefochten bleiben. Eine von *Two Sides* und *Censuswide* im Jahr 2021 durchgeführte Studie ergab, dass allein im europäischen Post- und Mailingsektor durch Greenwashing ein jährlicher Wertverlust von 337 Millionen Euro entsteht.

Die Anti-Greenwashing-Kampagne hat für *Two Sides* weiterhin Priorität. Es geht um nicht weniger als den Appell an Unternehmen, in ihrer Kommunikation keine unbegründeten und irreführenden Aussagen über die Umstellung auf papierlosen Versand zu tätigen.

*Two Sides* wird auch weiterhin aktiv gegen Organisationen vorgehen, die Verbraucher durch vermeintlich umweltfreundliche Behauptungen über die Verwendung von Papier in die Irre führen. Senden Sie alle Fälle von Greenwashing, die Ihnen auffallen, an: > [greenwash@twosides.info](mailto:greenwash@twosides.info)

Weitere Informationen über die *Two Sides*-Kampagne und wie die Organisation unterstützt werden kann:

> [www.twosides.info](http://www.twosides.info)



# PROBLEM. ALTERNATIVE. LÖSUNG.

Was in den gedruckten Heften keinen Platz findet,  
aber nicht auf die nächste Ausgabe warten soll,  
finden Sie in den *Druckmarkt impressions*.

Monatlich als PDF-Magazin.

Wir zeigen Probleme auf, suchen nach Alternativen  
und bieten Lösungsansätze.

Jetzt kostenlos abonnieren.  
[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)

