



To Dos

1. Lest das Informationsblatt zu Greenwashing und prüft gemeinsam die Internetseite der Grünen Wäsche GmbH!
2. Erklärt in eigenen Worten auf dem Arbeitsblatt,
 - a. was Greenwashing ist,
 - b. wie eure Greenwashing-Methode funktioniert,
 - c. wie diese von der Grünen Wäsche GmbH angewendet wird.
3. Ergänzt mindestens 2 Möglichkeiten, wie ihr euch selbst
 - vor Greenwashing
 - eurer Greenwashing-Methodeschützen könnt.
4. Bereitet euch darauf vor, eure Ergebnisse vor der Klasse zu präsentieren.
5. Ergänze dein Aufgabenblatt während der Präsentation der anderen Gruppen!

Tipp

Diese beiden Seiten helfen dir beim Erkennen und Bewerten von echten Siegeln!

Sie sind auch bequem als App verfügbar!

SIEGELKLARHEIT

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH,
<https://www.siegelklarheit.de/>



SIEGELCHECK
Naturschutzbund
Deutschland e.V. (NABU)
<https://siegelcheck.nabu.de/>





GREENWASHING

Green = Grün (Umweltschutz) –Washing = Waschen (reinwaschen)

WAS VERSTEHT MAN UNTER GREENWASHING?

Gemeint ist damit das „Reinwaschen“ von Umwelt und Nachhaltigkeits-„Sünden“. Dahinter steckt eine **Marketingstrategie**, die Unternehmen in der Öffentlichkeit **umweltfreundlich** und **nachhaltig** erscheinen lässt. Der Begriff Greenwashing ist eine kritische Bezeichnung dieser PR-Methode.

Unternehmen verpassen sich ein „grünes Image“ und wollen so den Schein erwecken, Verantwortung für Natur und Umwelt zu tragen. Das Entscheidende ist, dass das nicht unbedingt der Realität entspricht. Meist werden gezielt Desinformationen verbreitet, um ein Unternehmen ökologischer erscheinen zu lassen. Diese Desinformationen sind nicht nur Unwahrheiten, sondern umfassen auch Verschleierung und Ablenkung von gewissen Aspekten.

WARUM WOLLEN UNTERNEHMEN EIN GRÜNES IMAGE FÜR SICH UND IHRE PRODUKTE?

Ganz einfach: Weil es sich verkauft! In der Gesellschaft zeigt sich, dass die Nachfrage nach **ökologischen** und **fairen** Produkten und Dienstleistungen steigt. Deutschen Verbraucherinnen und Verbrauchern ist es also wichtig, dass Produkte und Dienstleistungen nachhaltig sind. Darüber hinaus sind sie bereit, für nachhaltige Produkte mehr Geld auszugeben.

Der Schutz von Umwelt und Klima bleibt ein wichtiges Thema für die Menschen in Deutschland. **57 Prozent** der Deutschen erachten diese Themen für **sehr wichtig**.

„Die **Mehrzahl** der Menschen nehmen Umweltprobleme ernst, sind emotional betroffen und möchten **nachhaltig konsumieren**.“
*Verhalten sich aber nicht immer so

„**Jungen Menschen** ist die Umwelt besonders wichtig“

Umweltbewusstsein in Deutschland 2022
Ein Indikator einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV)
Umweltbewusstsein in Deutschland 2022
https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/3521/publikationen/umweltbewusstsein_2022_bf-2023_09_04.pdf

Methode 1

VERWENDUNG VON UNGESCHÜTZTEN BEGRIFFEN

Beim Einkaufen findet man auf unzähligen Produkten Slogans,

die die Produkte als „**umweltfreundlich**“, „**nachhaltig**“, „**fair**“ oder „**natürlich**“ bewerben. Diese **Begriffe** sind im schlimmsten Fall nur leere Worte, denn sie sind **rechtlich nicht geschützt** und können ohne Prüfung und Einschränkung verwendet werden. Als „Region“, kann in Deutschland alles definiert werden, was kleiner ist als der Bundesstaat.

Bei den Begriffen „Fairtrade“, „Bio“ und „Öko“ ist das zum Beispiel anders. Diese sind **rechtlich geschützt** und dürfen nur verwendet werden, wenn das Produkt auch wirklich bestimmte Kriterien erfüllt!



Unter Verwendung folgender Bilddateien selbst erstellt
© freesvg.org – SVG ID: 21372, 1395



To Dos

1. Lest das Informationsblatt zu Greenwashing und prüft gemeinsam die Internetseite der Grünen Wäsche GmbH!
2. Erklärt in eigenen Worten auf dem Arbeitsblatt,
 - a. was Greenwashing ist,
 - b. wie eure Greenwashing-Methode funktioniert,
 - c. wie diese von der Grünen Wäsche GmbH angewendet wird.
3. Ergänzt mindestens 2 Möglichkeiten, wie ihr euch selbst
 - vor Greenwashing
 - eurer Greenwashing Methodeschützen könnt.
4. Bereitet euch darauf vor, eure Ergebnisse vor der Klasse zu präsentieren.
5. Ergänze dein Aufgabenblatt während der Präsentation der anderen Gruppen!

Tipp

Diese beiden Seiten helfen dir beim Erkennen und Bewerten von echten Siegeln!
Sie sind auch bequem als App verfügbar!

SIEGELKLARHEIT

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH,
<https://www.siegelklarheit.de/>



SIEGELCHECK
Naturschutzbund
Deutschland e.V. (NABU)
<https://siegelcheck.nabu.de/>





GREENWASHING

Green = Grün (Umweltschutz) –Washing = Waschen (reinwaschen)

WAS VERSTEHT MAN UNTER GREENWASHING?

Gemeint ist damit das „Reinwaschen“ von Umwelt und Nachhaltigkeits-„Sünden“. Dahinter steckt eine **Marketingstrategie**, die Unternehmen in der Öffentlichkeit **umweltfreundlich** und **nachhaltig** erscheinen lässt. Der Begriff Greenwashing ist eine kritische Bezeichnung dieser PR-Methode.

Unternehmen verpassen sich ein „grünes Image“ und wollen so den Schein erwecken, Verantwortung für Natur und Umwelt zu tragen. Das Entscheidende ist, dass das nicht unbedingt der Realität entspricht. Meist werden gezielt Desinformationen verbreitet, um ein Unternehmen ökologischer erscheinen zu lassen. Diese Desinformationen sind nicht nur Unwahrheiten, sondern umfassen auch die Verschleierung und Ablenkung von gewissen Aspekten.

WARUM WOLLEN UNTERNEHMEN EIN GRÜNES IMAGE FÜR SICH UND IHRE PRODUKTE?

Ganz einfach: Weil es sich verkauft!
In der Gesellschaft zeigt sich, dass die Nachfrage nach **ökologischen** und **fairen** Produkten und Dienstleistungen steigt. Deutschen Verbraucherinnen und Verbraucher ist es also wichtig, dass Produkte und Dienstleistungen nachhaltig sind. Darüber hinaus sind sie bereit, für nachhaltige Produkte mehr Geld auszugeben.



Methode 2

MEHR SCHEIN ALS SEIN

Bilder und Farben sagen oft mehr als 1000 Worte. Glückliche Tiere, grüne Wiesen, idyllische Landschaften. So erwecken Unternehmen und Produkte einen „umweltschonenden“ Eindruck. Der richtige Einsatz lässt Emotionen in uns aufkommen. Darüber hinaus rufen Bilder und Farben Assoziationen bei uns Menschen hervor.

Auch ein Trick:

Die Verwendung von umweltfreundlichen Farben und ungebleichtem Karton, um den Schein zu erwecken, die Verpackung sei recycelbar und ressourcenschonend produziert.



To Dos

1. Lest das Informationsblatt zu Greenwashing und prüft gemeinsam die Internetseite der Grünen Wäsche GmbH!
2. Erklärt in eigenen Worten auf dem Arbeitsblatt,
 - a. was Greenwashing ist,
 - b. wie eure Greenwashing-Methode funktioniert,
 - c. wie diese von der Grünen Wäsche GmbH angewendet wird.
3. Ergänzt mindestens 2 Möglichkeiten, wie ihr euch selbst
 - vor Greenwashing
 - eurer Greenwashing Methodeschützen könnt.
4. Bereitet euch darauf vor, eure Ergebnisse vor der Klasse zu präsentieren.
5. Ergänze dein Aufgabenblatt während der Präsentation der anderen Gruppen!

Tipp

Diese beiden Seiten helfen dir beim Erkennen und Bewerten von echten Siegeln!

Sie sind auch bequem als App verfügbar!

SIEGELKLARHEIT

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH,
<https://www.siegelklarheit.de/>



SIEGELCHECK
Naturschutzbund
Deutschland e.V. (NABU)
<https://siegelcheck.nabu.de/>





GREENWASHING

Green = Grün (Umweltschutz) –Washing = Waschen (reinwaschen)

WAS VERSTEHT MAN UNTER GREENWASHING?

Gemeint ist damit das „Reinwaschen“ von Umwelt und Nachhaltigkeits-„Sünden“. Dahinter steckt eine **Marketingstrategie**, die Unternehmen in der Öffentlichkeit **umweltfreundlich** und **nachhaltig erscheinen** lässt. Der Begriff Greenwashing ist eine kritische Bezeichnung dieser PR-Methode.

Unternehmen verpassen sich ein „grünes Image“ und wollen so den Schein erwecken, Verantwortung für Natur und Umwelt zu tragen. Das Entscheidende ist, dass das nicht unbedingt der Realität entspricht. Meist werden gezielt Desinformationen verbreitet, um ein Unternehmen ökologischer erscheinen zu lassen. Diese Desinformationen sind nicht nur Unwahrheiten, sondern umfassen auch die Verschleierung und Ablenkung von gewissen Aspekten.

WARUM WOLLEN UNTERNEHMEN EIN GRÜNES IMAGE FÜR SICH UND IHRE PRODUKTE?

Ganz einfach: Weil es sich verkauft!
In der Gesellschaft zeigt sich, dass die Nachfrage nach **ökologischen** und **fairen** Produkten und Dienstleistungen steigt. Deutschen Verbraucherinnen und Verbraucher ist es also wichtig, dass Produkte und Dienstleistungen nachhaltig sind. Darüber hinaus sind sie bereit, für nachhaltige Produkte mehr Geld auszugeben.



Methode 3

LEUCHTTURM-PROJEKTE

Firmen machen ein (kleines) umweltfreundliches Projekt oder stellen einen minimalen Teil ihrer Produktion um. Das bewerben sie dann extrem stark. Durch die breite Werbung kann somit ein „grünes“ Image bei uns Verbrauchern erzeugt werden. **Beim Kunden bleibt der Eindruck: „Toll, die sind ja umweltfreundlich!“**

Zum Beispiel bieten Modekonzerne nur eine von ganz vielen Kollektion aus Bio-Baumwolle an oder ein Lebensmittelhersteller hat bei einem Produkt eine nachhaltige Verpackung.

Der Großteil ist immer noch aus umweltbelastenden Materialien.

Darüber hinaus sagt die Verwendung von umweltfreundlichen Materialien noch nichts darüber aus, wie z.B. Arbeitsbedingungen in der Produktion gestaltet sind.



Gruppe 4

SCHÖNKLINGENDE FORMULIERUNGEN

To Dos

1. Lest das Informationsblatt zu Greenwashing und prüft gemeinsam die Internetseite der Grünen Wäsche GmbH!
2. Erklärt in eigenen Worten auf dem Arbeitsblatt,
 - a. was Greenwashing ist,
 - b. wie eure Greenwashing-Methode funktioniert,
 - c. wie diese von der Grünen Wäsche GmbH angewendet wird.
3. Ergänzt mindestens 2 Möglichkeiten, wie ihr euch selbst
 - vor Greenwashing
 - eurer Greenwashing Methodeschützen könnt.
4. Bereitet euch darauf vor, eure Ergebnisse vor der Klasse zu präsentieren!
5. Ergänze dein Aufgabenblatt während der Präsentation der anderen Gruppen!

Tipp

Diese beiden Seiten helfen dir beim Erkennen und Bewerten von echten Siegeln!

Sie sind auch bequem als App verfügbar!

SIEGELKLARHEIT

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH,
<https://www.siegelklarheit.de/>



SIEGELCHECK
Naturschutzbund
Deutschland e.V. (NABU)
<https://siegelcheck.nabu.de/>





GREENWASHING

Green = Grün (Umweltschutz) –Washing = Waschen (reinwaschen)

WAS VERSTEHT MAN UNTER GREENWASHING?

Gemeint ist damit das „Reinwaschen“ von Umwelt und Nachhaltigkeits-„Sünden“. Dahinter steckt eine **Marketingstrategie**, die Unternehmen in der Öffentlichkeit **umweltfreundlich** und **nachhaltig erscheinen** lässt. Der Begriff Greenwashing ist eine kritische Bezeichnung dieser PR-Methode.

Unternehmen verpassen sich ein „grünes Image“ und wollen so den Schein erwecken, Verantwortung für Natur und Umwelt zu tragen. Das Entscheidende ist, dass das nicht unbedingt der Realität entspricht. Meist werden gezielt Desinformationen verbreitet, um ein Unternehmen ökologischer erscheinen zu lassen. Diese Desinformationen sind nicht nur Unwahrheiten, sondern umfassen auch die Verschleierung und Ablenkung von gewissen Aspekten.

WARUM WOLLEN UNTERNEHMEN EIN GRÜNES IMAGE FÜR SICH UND IHRE PRODUKTE?

Ganz einfach: Weil es sich verkauft!
In der Gesellschaft zeigt sich, dass die Nachfrage nach **ökologischen** und **fairen** Produkten und Dienstleistungen steigt. Deutschen Verbraucherinnen und Verbraucher ist es also wichtig, dass Produkte und Dienstleistungen nachhaltig sind. Darüber hinaus sind sie bereit, für nachhaltige Produkte mehr Geld auszugeben.

Der Schutz von Umwelt und Klima bleibt ein wichtiges Thema für die Menschen in Deutschland. **57 Prozent** der Deutschen erachten diese Themen für **sehr wichtig**.

„Die **Mehrzahl** der Menschen nehmen Umweltprobleme ernst, sind emotional betroffen und möchten **nachhaltig konsumieren**.“
*Verhalten sich aber nicht immer so

„**Jungen Menschen** ist die Umwelt besonders wichtig“

Umweltbewusstsein in Deutschland 2022
© 2022, basierend auf repräsentativen Bevölkerungsumfragen

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV)
Umweltbewusstsein in Deutschland 2022
https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/3521/publikationen/umweltbewusstsein_2022_bf-2023_09_04.pdf

Methode 4

SCHÖNKLINGENDE FORMULIERUNGEN

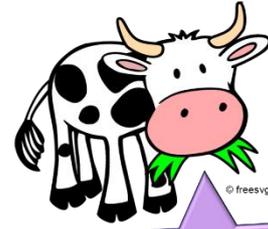
Um die Käufer zu überzeugen, werden Sachen einfach so formuliert, dass es sich positiv und gut anhört. Beispielsweise wird in Berichten die Schwachstelle zum Verbesserungspotential oder eine umweltschädliche Anbautechnik wird im Vergleich zu einem noch größeren Übel als bessere Option verkauft.

Vereinfacht gesagt: Man „feiert“ sich dafür, die Umwelt „nicht ganz so viel zu schädigen“.



Gruppe 5

Werben mit gesetzlichen „MUSS“



© feesvg.org – SVG ID: 24623

ICH BEKOMME NUR
QS-ZERTIFIZIERTES FUTTER!

To Dos

1. Lest das Informationsblatt zu Greenwashing und prüft gemeinsam die Internetseite der Grünen Wäsche GmbH!
2. Erklärt in eigenen Worten auf dem Arbeitsblatt,
 - a. was Greenwashing ist,
 - b. wie eure Greenwashing-Methode funktioniert,
 - c. wie diese von der Grünen Wäsche GmbH angewendet wird!
3. Ergänzt mindestens 2 Möglichkeiten, wie ihr euch selbst
 - vor Greenwashing
 - eurer Greenwashing Methodeschützen könnt.
4. Bereitet euch darauf vor, eure Ergebnisse vor der Klasse zu präsentieren!
5. Ergänze dein Aufgabenblatt während der Präsentation der anderen Gruppen!

Tipp

Diese beiden Seiten helfen dir beim Erkennen und Bewerten von echten Siegeln!

Sie sind auch bequem als App verfügbar!

SIEGELKLARHEIT

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH,
<https://www.siegelklarheit.de/>



SIEGELCHECK
Naturschutzbund
Deutschland e.V. (NABU)
<https://siegelcheck.nabu.de/>





GREENWASHING

Green = Grün (Umweltschutz) –Washing = Waschen (reinwaschen)

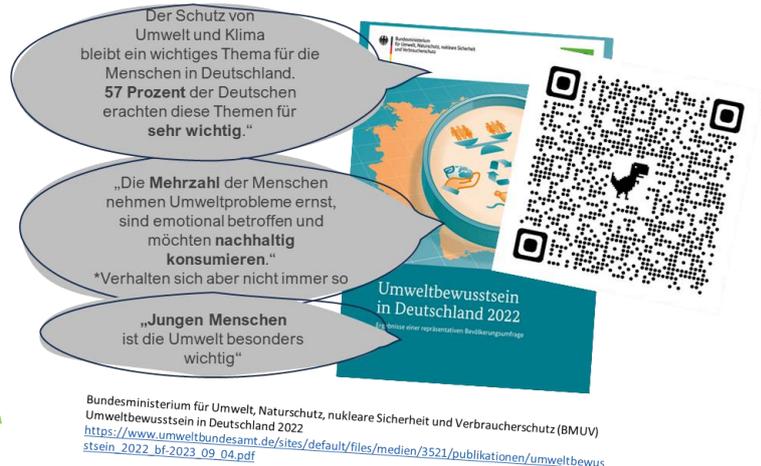
WAS VERSTEHT MAN UNTER GREENWASHING?

Gemeint ist damit das „Reinwaschen“ von Umwelt und Nachhaltigkeits-„Sünden“. Dahinter steckt eine **Marketingstrategie**, die Unternehmen in der Öffentlichkeit **umweltfreundlich** und **nachhaltig erscheinen** lässt. Der Begriff Greenwashing ist eine kritische Bezeichnung dieser PR-Methode.

Unternehmen verpassen sich ein „grünes Image“ und wollen so den Schein erwecken, Verantwortung für Natur und Umwelt zu tragen. Das Entscheidende ist, dass das nicht unbedingt der Realität entspricht. Meist werden gezielt Desinformationen verbreitet, um ein Unternehmen ökologischer erscheinen zu lassen. Diese Desinformationen sind nicht nur Unwahrheiten, sondern umfassen auch die Verschleierung und Ablenkung von gewissen Aspekten.

WARUM WOLLEN UNTERNEHMEN EIN GRÜNES IMAGE FÜR SICH UND IHRE PRODUKTE?

Ganz einfach: Weil es sich verkauft!
In der Gesellschaft zeigt sich, dass die Nachfrage nach **ökologischen** und **fairen** Produkten und Dienstleistungen steigt. Deutschen Verbraucherinnen und Verbraucher ist es also wichtig, dass Produkte und Dienstleistungen nachhaltig sind. Darüber hinaus sind sie bereit, für nachhaltige Produkte mehr Geld auszugeben.



Methode 5

WERBEN MIT GESETZLICHEN „MUSS“

„Wir verwenden keine Plastikstrohhalm!“

Toll, oder?

Nein.

Die Antwort darauf sollte sein: „Schön, denn das dürft ihr auch gar nicht mehr!“

Eine beliebte Marketingstrategie von vielen Unternehmen ist es, sich damit zu profilieren, dass Sie sich an gesetzliche Vorgaben halten.

Sie stellen sich so dar, als würden sie freiwillig Anstrengungen unternehmen, die Umwelt zu schützen. Dabei folgen sie eigentlich nur den gesetzlichen Regeln.



Gruppe 6 Zertifizierter Schein

To Dos

1. Lest das Informationsblatt zu Greenwashing und prüft gemeinsam die Internetseite der Grünen Wäsche GmbH!
2. Erklärt in eigenen Worten auf dem Arbeitsblatt,
 - a. was Greenwashing ist,
 - b. wie eure Greenwashing-Methode funktioniert,
 - c. wie diese von der Grünen Wäsche GmbH angewendet wird!
3. Ergänzt mindestens 2 Möglichkeiten, wie ihr euch selbst
 - vor Greenwashing
 - eurer Greenwashing Methodeschützen könnt.
4. Bereitet euch darauf vor, eure Ergebnisse vor der Klasse zu präsentieren!
5. Ergänze dein Aufgabenblatt während der Präsentation der anderen Gruppen!

Tipps

Diese beiden Seiten helfen dir beim Erkennen und Bewerten von echten Siegeln!

Sie sind auch bequem als App verfügbar!

SIEGELKLARHEIT

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH,
<https://www.siegelklarheit.de/>



SIEGELCHECK
Naturschutzbund
Deutschland e.V. (NABU)
<https://siegelcheck.nabu.de/>





GREENWASHING

Green = Grün (Umweltschutz) –Washing = Waschen (reinwaschen)

WAS VERSTEHT MAN UNTER GREENWASHING?

Gemeint ist damit das „Reinwaschen“ von Umwelt und Nachhaltigkeits-„Sünden“. Dahinter steckt eine **Marketingstrategie**, die Unternehmen in der Öffentlichkeit **umweltfreundlich** und **nachhaltig erscheinen** lässt. Der Begriff Greenwashing ist eine kritische Bezeichnung dieser PR-Methode.

Unternehmen verpassen sich ein „grünes Image“ und wollen so den Schein erwecken, Verantwortung für Natur und Umwelt zu tragen. Das Entscheidende ist, dass das nicht unbedingt der Realität entspricht. Meist werden gezielt Desinformationen verbreitet, um ein Unternehmen ökologischer erscheinen zu lassen. Diese Desinformationen sind nicht nur Unwahrheiten, sondern umfassen auch die Verschleierung und Ablenkung von gewissen Aspekten.

WARUM WOLLEN UNTERNEHMEN EIN GRÜNES IMAGE FÜR SICH UND IHRE PRODUKTE?

Ganz einfach: Weil es sich verkauft!
In der Gesellschaft zeigt sich, dass die Nachfrage nach **ökologischen** und **fairen** Produkten und Dienstleistungen steigt. Deutschen Verbraucherinnen und Verbraucher ist es also wichtig, dass Produkte und Dienstleistungen nachhaltig sind. Darüber hinaus sind sie bereit, für nachhaltige Produkte mehr Geld auszugeben.

Der Schutz von Umwelt und Klima bleibt ein wichtiges Thema für die Menschen in Deutschland. **57 Prozent** der Deutschen erachten diese Themen für **sehr wichtig**.

„Die **Mehrzahl** der Menschen nehmen Umweltprobleme ernst, sind emotional betroffen und möchten **nachhaltig konsumieren**.“
*Verhalten sich aber nicht immer so

„**Jungen Menschen** ist die Umwelt besonders wichtig“

Umweltbewusstsein in Deutschland 2022
Ein Indikator einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV)
Umweltbewusstsein in Deutschland 2022
https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/3521/publikationen/umweltbewusstsein_2022_bf-2023_09_04.pdf

Methode 6

ZERTIFIZIERTER SCHEIN

„*Vertraue keinem Siegel, das du nicht selbst erstellt hast.*“

Unternehmen lieben Siegel, um die Vorteile ihrer Produkte hervorzuheben. Sie wecken Vertrauen bei den Konsumenten und geben ein Sicherheitsgefühl.

Problem hierbei:

Man weiß oft nicht wirklich, wer dieses Siegel vergeben hat und welche Maßstäbe dafür eingehalten werden mussten.

Es ist auch nicht verboten, dass Unternehmen eigene Siegel erfinden und diese benutzen.

