

EmpCo-Richtlinie: Neue Anforderungen an die Nachhaltigkeitskommunikation im Tourismus

Teil 1: Was bedeutet die EmpCo für unsere
Nachhaltigkeitskommunikation?

24.03.2026



Nachhaltigkeits- Kommunikation im Tourismus

Nachhaltigkeit
transparent und sicher
kommunizieren



Ein Webinar des



DTV Webinar 24.03.26 | Nachhaltigkeits-Kommunikation

Wir führen heute durch die Veranstaltung



**Prof. Dr. Martin
Balas**

Scientific Lead, reCET
Professor, Hochschule für nachhaltige
Entwicklung Eberswalde

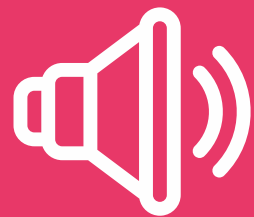


**Ferdinand
Weps**

Head of Operations and
Learning Solutions,
TrainingAid



So haben wir Tourismusakteuren geholfen



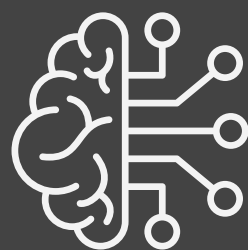
VORTRÄGE



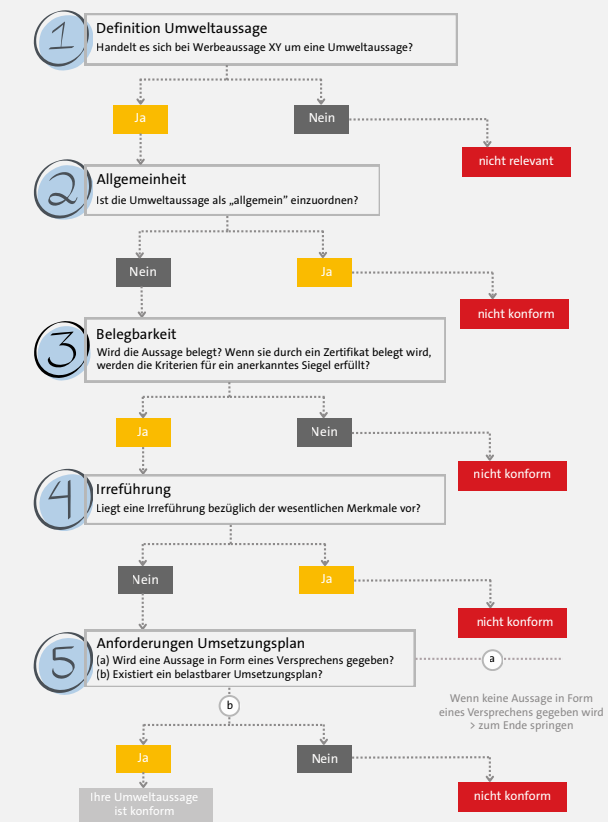
TRAININGS



ANALYSE



NACHHALTIGKEITS
IDENTITÄT



Agenda

- 01** **Worüber sprechen wir?**
Hintergrund und Geltungsbereich
- 02** **Grundregeln** guter Nachhaltigkeits-Kommunikation
- 03** **Hauptpunkte** der Richtlinien
Handlungsempfehlungen +
Umsetzungsbeispiele
- 04** **Nächste Schritte**
Training, Analyse
- 05** **Q&A**

Wir bitten zu beachten, dass wir keine abschließende Auskunft zur Rechtssicherheit geben können. Dies kann nur durch einen Juristen gewährleistet werden.



01

Worüber sprechen wir?

Hintergrund und Geltungsbereich

rechtskonforme Kommunikation

oder: auf was man ab sofort
achten muss

Regulatorische Anforderungen

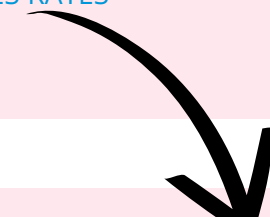
“EmpCo” - Europäische Union (EU)



Directive on **Empowering Consumers** for the Green Transition (ECGT)

Die Richtlinie 2024/825 trat am 27. März 2024 in Kraft und die Mitgliedstaaten haben 2 Jahre Zeit (bis 27.03.2026), sie in nationales Recht umzusetzen. Es gibt dann eine 6-monatige Übergangsfrist bis zum 27.09.2026. Die EmpCo betrifft damit alle EU-Mitgliedstaaten.

[RICHTLINIE \(EU\) 2024/825 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES](#)



“UWG” - Bundesministerium der Justiz



Gesetz **gegen den unlauteren Wettbewerb**

Die Regelungen der Richtlinie (EU) 2024/825 werden im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) umgesetzt und sind ab dem 27.09.2026 in Deutschland verbindlich. Das UWG konkretisiert die gesetzlichen Anforderungen auf Grundlage der EmpCo.

[Dritter Gesetzesentwurf UWG \(noch nicht im Amtsblatt veröffentlicht; Stand 9.12.2024\)](#)





Ist EmpCo nur für Unternehmen mit Sitz in Europa relevant?

Die EmpCo-Richtlinie ist **zielmarktorientiert (d. h. für Verbraucher in EU-Ländern)** und gilt **für alle Personen, die sich in der EU aufhalten**.

Dies umfasst nicht nur EU-Bürger und Personen mit ständigem Wohnsitz, sondern auch Personen, die sich vorübergehend in der EU aufhalten (z. B. Touristen, Geschäftsreisende, Studierende), unabhängig von ihrer Staatsangehörigkeit.

- Die Richtlinie gilt somit **für alle Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen vermarkten, die Handelsgeschäfte innerhalb des EU-Binnenmarktes auslösen können** – unabhängig vom Sitz des Unternehmens.
- In einigen Fällen können in den Ländern, in denen das Unternehmen seinen Sitz hat, strengere rechtliche Bestimmungen gelten, da einige Länder (innerhalb und außerhalb der EU) bereits eigene Gesetze zu diesem Thema haben.

Geht es hier ausschließlich um Umweltthemen?

Während ein starker Schwerpunkt auf Forderungen im Zusammenhang mit ökologischer Nachhaltigkeit liegt, sind im Kontext der Richtlinie **sowohl ökologische als auch soziale Aspekte relevant**, einschließlich Forderungen in Bezug auf soziale, kulturelle und wirtschaftliche Nachhaltigkeit (z. B. Arbeitsbedingungen, Gleichbehandlung, Menschenrechte oder Tierschutz).

Ist EmpCo nur für große Unternehmen relevant?

Die Richtlinie gilt **für Unternehmen jeder Größe**, deren Geschäftstätigkeit auf Verbraucher in der EU ausgerichtet ist/ausgerichtet sein kann. (keine Ausnahmen für KMU wie bei Berichterstattung)

Mehr FAQs in
unserem
Workbook

Aktueller Stand



Bundesgesetzblatt

Teil I

2026 Ausgegeben zu Bonn am 19. Februar 2026 Nr. 43

Drittes Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb¹

Vom 12. Februar 2026

Der Bundestag hat das folgende Gesetz beschlossen:

Artikel 1

Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb in der Fassung der Bekanntmachung vom 3. März 2010 (BGBl. I S. 254), das zuletzt durch Artikel 7 des Gesetzes vom 30. September 2025 (BGBl. 2025 I Nr. 233) geändert worden ist, wird wie folgt geändert:

1. § 2 Absatz 2 wird durch die folgenden Absätze 2 und 3 ersetzt:

„(2) Im Sinne dieses Gesetzes ist

1. „allgemeine Umweltaussage“ eine schriftlich oder mündlich, einschließlich über audiovisuelle Medien, getätigte Umweltaussage, die nicht auf einem Nachhaltigkeitsiegel enthalten ist und bei der die Spezifizierung der Umweltaussage nicht klar und in hervorgehobener Weise auf demselben Medium angegeben ist;
2. „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ die Umweltleistung im Einklang mit
 - a) der Verordnung (EG) Nr. 66/2010,
 - b) nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach DIN EN ISO 14024 Typ I, Ausgabe Juni 2018², die in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union offiziell anerkannt sind, oder
 - c) Umwelthöchstleistungen nach sonstigem geltenden Unionsrecht;
3. „Betriebsstoff“ jeder Bestandteil einer Ware, der wiederholt verbraucht wird und ersetzt oder aufgefüllt werden muss, damit die Ware bestimmungsgemäß funktioniert;
4. „Nachhaltigkeitsiegel“ ein freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauensiegel, Gütezeichen oder Ähnliches mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit gegenüber Verbrauchern in Bezug auf ihre ökologischen oder sozialen Merkmale oder beides hervorzuheben oder zu fördern, ausgenommen alle verpflichtenden Kennzeichnungen gemäß dem Recht der Europäischen Union oder dem Recht eines Mitgliedstaats der Europäischen Union;

¹ Dieses Gesetz dient der Umsetzung der Richtlinie (EU) 2024/825 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2024 zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und durch bessere Informationen (ABl. L 2024/825, 6.3.2024), Richtlinie (EU) 2023/2873 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. November 2023 zur Änderung der Richtlinie 2011/83/EU in Bezug auf im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/65/EG (ABl. L 2023/2873, 28.11.2023).

² Antistich Hinweis: Zu beziehen bei der DIN Media GmbH, Berlin, und in der Deutschen Nationalbibliothek archivmäßig gesichert niedergelegt.

Bundesrat zu Drucksache 8/26

09.01.26

R

Beschluss des Deutschen Bundestages

Drittes Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb

Der Deutsche Bundestag hat in seiner 51. Sitzung am 19. Dezember 2025 zu dem von ihm verabschiedeten **Dritten Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb – Drucksachen 21/1855, 21/2464, 21/3327** – die beigefügte Entschließung unter Buchstabe b auf Drucksache 21/3327 angenommen.



Worum geht es aktuell?

- Auslegungsfragen
 - unbestimmte Rechtsbegriffe
- Konkretisierung angefordert, v.a. Begriff “Nachhaltigkeitssiegel”

02

Grundregeln guter Nachhaltigkeits- Kommunikation



Gute & wirksame Kommunikation

oder: Warum man trotzdem
kommunizieren sollte

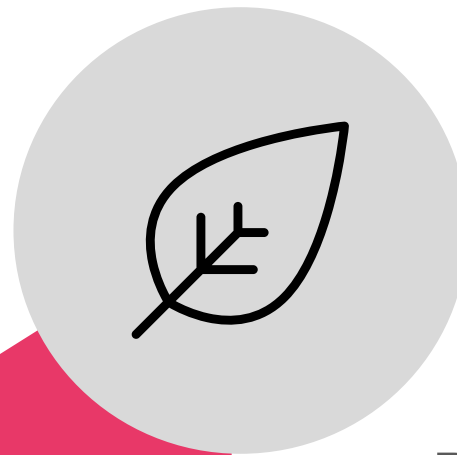
Gut gestaltete Nachhaltigkeits-
Kommunikation überzeugt durch

**ECHTE MEHRWERTE UND
AUTHENTISCHE BEGEISTERUNG!**

NICHT DURCH NAME-DROPPING.

*Der Schwerpunkt liegt nun
bei den Taten, nicht den Worten.*

Was ist eine **Umweltaussage**?



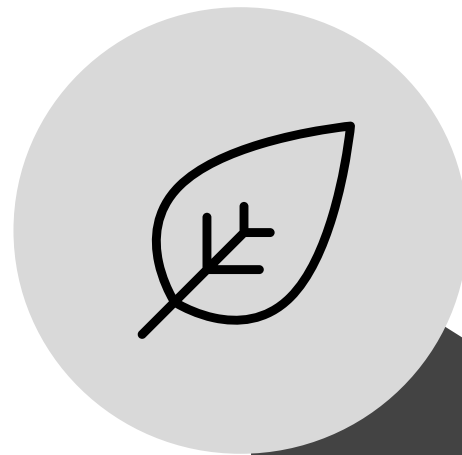
Eine **Beschreibung**
zur eigenen
Nachhaltigkeits-
leistung

Beispiele für Umweltaussagen

- **Beschreibungen** wie z.B. „öko“, „nachhaltig“, „grün“, „umweltschonend“, „klimafreundlich“, „positiv für das Klima“, „Freund der Natur“
- die **Farbe** Grün
- **Symbole**, z.B. Baum oder Blatt
- starker **Natur-Fokus**, z.B. durch Fotos, die einen Umweltvorteil suggerieren könnte

Im Kontext von EmpCo und UWG werden unter "Umwelt" sowohl ökologische als auch **soziale Aspekte** (z.B. Arbeitsbedingungen, Gleichbehandlung, Menschenrechte oder Tierschutz) verstanden.

Was ist eine **Umweltaussage**?



Umweltzeichen können alle freiwilligen, öffentlichen oder privaten **Vertrauens- oder Qualitätszeichen** sein.

Ein **Zeichen**

Drei Grundregeln für Nachhaltigkeits-Kommunikation

#1 Wahre und umfassende Darstellung

- ✓ klar und eindeutig
- ✓ verständlich
- ✓ keine Auslassungen

#2 Wirklich bessere Leistung als herkömmliche Produkte

- ✓ zuverlässige Beweise
- ✓ tatsächlich bessere Leistung

#3 Nachweisbare Umweltleistung

- ✓ akkreditiertes Siegel
- ✓ belastbare Umsetzungspläne



03

Hauptpunkte der Richtlinien

Handlungsempfehlungen + Umsetzungsbeispiele

5 Hauptpunkte

basierend auf dem Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) und den Anforderungen der EmpCo-Richtlinie.

1

Definition Umweltaussage

Wird mit der Aussage ausdrücklich oder unterschwellig **ein Umweltvorteil vermittelt**?

Als „**Umweltaussage**“ gilt jede geschäftliche Handlung, die in jedweder Form marketingwirksam oder absatzfördernd eingesetzt wird, und durch die eine positive oder geringere Umweltwirkung oder ein sonstiger Umweltvorteil behauptet wird.

2

Allgemeinheit

Ist die Umweltaussage so eindeutig formuliert, dass klar wird, **was die konkrete Umweltwirkung ist**?

Eine Umweltaussage gilt dann als „**allgemein**“, wenn sie nicht weiter spezifiziert oder konkretisiert ist, und ist damit künftig nicht mehr als solche zulässig.

3

Belegbarkeit

Wird die behauptete Umweltwirkung mit nachvollziehbaren, **seriösen Belegen oder Zertifikaten** untermauert?

Basiert eine Umweltaussage auf einem offiziellen **Zertifikat oder Siegel**, oder wird dadurch belegt, muss dieses gewisse Anforderungen erfüllen.

4

Irreführung

Werden alle Umwelt- und Sozialaspekte **vollständig** und so dar gestellt, dass sie nicht zu Missverständnissen führen?

Umwelt- und Sozialmerkmale sowie Zirkularitäts-Aspekte zählen künftig zu den „**wesentlichen Merkmalen**“ eines Produkts oder einer Dienstleistung und müssen deshalb **korrekt, vollständig und nicht irreführend** dargestellt werden, sobald sie beworben werden.

5

Anforderungen Umsetzungsplan

Liegt für **zukünftige Umweltversprechen** ein realistischer, messbarer und öffentlich einsehbarer Plan vor?

Als irreführend werden auch Umweltaussagen mit einer **zukünftigen Umweltleistung** eingestuft, wenn kein realistischer, öffentlich einsehbarer **Umsetzungsplan** mit messbaren Zielen und objektiven Verpflichtungen vorliegt.

5 Hauptpunkte

basierend auf dem Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) und den Anforderungen der EmpCo-Richtlinie.

1

Definition Umweltaussage

Wird mit der Aussage ausdrücklich oder unterschwellig **ein Umweltvorteil vermittelt**?

Als „**Umweltaussage**“ gilt jede geschäftliche Handlung, die in jedweder Form marketingwirksam oder absatzfördernd eingesetzt wird, und durch die eine positive oder geringere Umweltwirkung oder ein sonstiger Umweltvorteil behauptet wird.

2

Allgemeinheit

Ist die Umweltaussage so eindeutig formuliert, dass klar wird, **was die konkrete Umweltwirkung ist**?

Eine Umweltaussage gilt dann als „**allgemein**“, wenn sie nicht weiter spezifiziert oder konkretisiert ist, und ist damit künftig nicht mehr als solche zulässig.

3

Belegbarkeit

Wird die behauptete Umweltwirkung mit nachvollziehbaren, **seriösen Belegen oder Zertifikaten** untermauert?

Basiert eine Umweltaussage auf einem offiziellen **Zertifikat oder Siegel**, oder wird dadurch belegt, muss dieses gewisse Anforderungen erfüllen.

4

Irreführung

Werden alle Umwelt- und Sozialaspekte **vollständig** und so dargestellt, dass sie nicht zu Missverständnissen führen?

Umwelt- und Sozialmerkmale sowie Zirkularitäts-Aspekte zählen künftig zu den „**wesentlichen Merkmalen**“ eines Produkts oder einer Dienstleistung und müssen deshalb **korrekt, vollständig und nicht irreführend** dargestellt werden, sobald sie beworben werden.

5

Anforderungen Umsetzungsplan

Liegt für **zukünftige Umweltversprechen** ein realistischer, messbarer und öffentlich einsehbarer Plan vor?

Als irreführend werden auch Umweltaussagen mit einer **zukünftigen Umweltleistung** eingestuft, wenn kein realistischer, öffentlich einsehbarer **Umsetzungsplan** mit messbaren Zielen und objektiven Verpflichtungen vorliegt.

Eine Umweltaussage ist...

1 Definition Umweltaussage

2 Allgemeinheit

3 Belegbarkeit

4 Irreführung

5 Anforderungen Umsetzungsplan

- jede öffentlich zugängliche Aussage im **Kontext einer geschäftlichen Handlung** - richtet sich an den Verbraucher (B2C) oder andere Marktteilnehmer (B2B).
- Im Kontext von EmpCo und UWG werden unter "Umwelt" sowohl ökologische als auch soziale Aspekte verstanden.
- einschließlich Darstellungen durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole (Bildsprache)
- die explizit oder implizit behauptet, oder den Eindruck erweckt, dass das Produkt eine **positive oder keine Auswirkung** auf die Umwelt hat, weniger schädlich ist als andere, oder im Laufe der Zeit verbessert wurde.
- auch in Form von **zukünftigen Versprechen**.





1

Definition
Umweltaussage

2

Allgemeinheit

3

Belegbarkeit

4

Irreführung

5

Anforderungen
Umsetzungsplan

Handlungsempfehlungen

Klare und eindeutige Beschreibungen

Bei pauschalen Aussagen wie „nachhaltig“ und „umweltfreundlich“ ist immer zu **hinterfragen, ob deren Einsatz einen klaren Mehrwert bringt.**

Wenn dies erforderlich ist und solche Umweltaussagen verwendet werden, sollte diese **klar und eindeutig, ohne Übertreibung** formuliert sein.

Unser Tipp

Wenn Begriffe wie “nachhaltig” und “umweltfreundlich” fallen, fragen Sie zuerst:

„Hilft es, diese Formulierung hier zu verwenden?“

→ **Wenn ja:** sicherstellen, dass **alle erforderlichen Angaben vorliegen.**

→ **Wenn nein:** lieber beschreiben, **was genau gemeint** ist (welche “gute” Tat)

➔ 1 Definition Umweltaussage

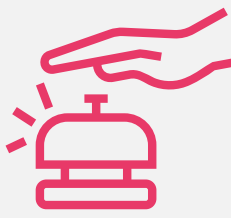
2 Allgemeinheit

3 Belegbarkeit

4 Irreführung

5 Anforderungen Umsetzungsplan

Beispiel Hotel



So klingt es oft:

„Entdecken Sie unser nachhaltiges und umweltfreundliches Hotel – für ein grünes Urlaubserlebnis!“

Das ist das Problem:

- Aneinanderreihung leerer Begriffe.
- Kein erkennbarer Mehrwert für den Gast.

So geht es besser:

„Unsere Energie für Sie!

Der Strom unseres Hotels kommt zu 100% aus erneuerbaren Energien aus der Region.

Damit es für Sie nicht nur hell, sondern auch gemütlich ist, achten wir bei unserem Leuchtkonzept auf wohlige Wärme “

Mehr Infos: [hier](#)



Bild: OpenAI, ChatGPT/DALL-E 3 (20.03.2026)

➔ 1 Definition Umweltaussage

2 Allgemeinheit

3 Belegbarkeit

4 Irreführung

5 Anforderungen Umsetzungsplan

Beispiel Destination



So klingt es oft:

„Genießen Sie einen klimabewussten Aufenthalt in unserer Region!

Buchen Sie jetzt bei einem unserer nachhaltigen Partnerbetriebe.“

Das ist das Problem:

- „Klimabewusst" ohne Substanz.
- Vorsicht bei der Aussage “Nachhaltig” (Umweltaussage). Kein konkreter Mehrwert erkennbar.



So geht es besser:

„Buchen Sie jetzt bei unseren Partnerbetrieben.

Partnerbetriebe sind besonders engagiert und haben sich gemeinsam mit uns zu einer verantwortungsvollen Handlungsweise **im Rahmen der Zertifizierung Nachhaltiges Reiseziel** bekannt. Denn Nachhaltigkeit ist ein Gemeinschaftswerk.

Eine Übersicht der Anforderungen finden Sie hier: [Link].“

① Definition
Umweltaussage

➔ ② **Allgemeinheit**

③ Belegbarkeit

④ Irreführung

⑤ Anforderungen
Umsetzungsplan

Allgemeinheit

Allgemeine Umweltaussagen sind
nicht zulässig.

Aussagen gelten als „allgemein“, wenn
sie nicht diese Bedingungen erfüllen:

- In der Aussage wird klar erläutert,
worin die **konkrete
Umweltleistung** besteht.
- Die Erläuterung zur
Umweltleistung ist als
Zusatzinformation deutlich
erkennbar.
- Die Erläuterung ist im gleichen
Medium **sichtbar und lesbar
platziert**.

Beispiele

positiv für das Klima

klimafreundlich

Freund der Natur

*im Einklang mit Nachhaltigkeitszielen
die Welt zu einem besseren Ort machen*

*Maßnahmen für zukünftige
Generationen*

verantwortungsbewusst

die Werte lebend

ohne schlechtes Gewissen

① Definition
Umweltaussage

➔ ② **Allgemeinheit**

③ Belegbarkeit

④ Irreführung

⑤ Anforderungen
Umsetzungsplan

Handlungsempfehlungen

Konkrete Maßnahmen benennen!

- hervorheben, **was tatsächlich erreicht wird**, und durch **konkrete Maßnahmen** untermauern: welcher (Umwelt)aspekt?, wie stark/ genau?, wie gemessen?
- **Vage Aussagen** in diesem Kontext **vermeiden** (vage Begriffe wie „bewusst“ oder „verantwortungsvoll“)
- auch **keine übertreibenden Beschreibungen**

Unser Tipp

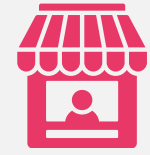
Auf Nummer sicher gehen:

Nicht nur „nachhaltig“ SAGEN, sondern ZEIGEN, welche konkreten Aspekte **glaubwürdige Beweise** für die Nachhaltigkeit liefern.

Faustregel:

Wenn Du die Aussage nicht sofort in Zahlen, Kriterien und Maßnahmen übersetzen kannst, dann ist sie wahrscheinlich unzulässig.

Beispiel: Touristische Aktivität mit Nachhaltigkeitsfokus aber ohne Zertifizierung



1 Definition
Umweltaussage

2 Allgemeinheit

3 Belegbarkeit

4 Irreführung

5 Anforderungen
Umsetzungsplan

So klingt es oft:

„Unsere Stadt neu erleben - mit der umweltfreundlichen Green City Tour.“

Die Green City Tour bringt nachhaltige Bildung direkt auf die Straßen.“



Das ist das Problem:

- keine touristische Aktivität ist umweltfreundlich.
- Es geht um den besonderen Zugang zu Bildung, nicht das nachhaltig (das ist kein wahrer Mehrwert).
- Der Name selbst kann kritisch sein. (auch rechtlich geschützte Markennamen können Greenwashing sein)
- keine Eigen-Logos! Nur "echte" Zertifizierungen zählen.

So geht es besser:

„Unsere Stadt neu erleben - spannende Challenges rund um Umwelt & Natur erwarten Dich.“

In den City Tour Challenges lernen sie, wie man das Stadtklima verbessern kann – mit Spaß, Neugier und jeder Menge Ideen für eine grünere Stadt!“

1 Definition
Umweltaussage

2 Allgemeinheit

3 Belegbarkeit

4 Irreführung

5 Anforderungen
Umsetzungsplan

Beispiel: Hotel mit Nachhaltigkeitssiegel



So klingt es oft:

„Als zertifiziertes Hotel sind wir führend im Umweltschutz und setzen Maßstäbe für eine bessere Welt – für Mensch, Natur und zukünftige Generationen.“

Das ist das Problem:

- **Übertriebene Behauptungen.** Die Aussage nutzt die vorhandene Zertifizierung als Sprungbrett für übertriebene Behauptungen – „führend im Umweltschutz“ und „Maßstäbe setzen“ gehen weit über das hinaus, was eine Zertifizierung tatsächlich belegt.
- **Emotionaler Überbau ohne Substanz.** „Für Mensch, Natur und zukünftige Generationen“ ist ein emotionaler Appell, der den tatsächlichen Beitrag des Hotels ins Grenzenlose überhöht.

So geht es besser:

*„Unser Hotel ist mit dem EU Ecolabel zertifiziert. **Das bedeutet konkret:** Wir nutzen 100 % Ökostrom, reduzieren unseren Wasserverbrauch durch wassersparende Armaturen und setzen auf Reinigungsmittel mit geprüfter Umweltverträglichkeit.“*

Mehr Beispiele
in unserem
Workbook

FAZIT

oder: Warum man trotzdem kommunizieren sollte

- Man hat noch Zeit
- Aufwand nicht unterschätzen

**ECHTE MEHRWERTE UND
AUTHENTISCHE BEGEISTERUNG!**

04

Nächste Schritte

Training, Analyse

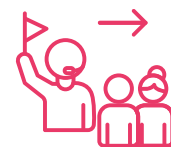


Deine Roadmap

[trainingaid.org/
roadmap](https://trainingaid.org/roadmap)



Tourismusbetriebe



1

Selbstcheck

Was kommunizieren Sie und **warum**?

Link zum
Herunterladen

2

Aktionsplan

Wo müssen Sie
Prioritäten setzen?

Online-Kurs „Fit für EmpCo“



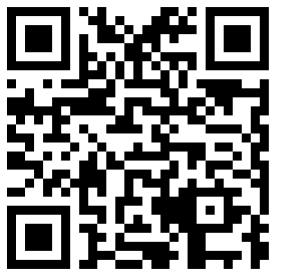
+ Workbook

3

Umsetzung

Wie werden Sie über
Nachhaltigkeit
kommunizieren?





Destinationsmanagement



1

Claim Check & Analyse

- ✓ Kernbotschaften
- ✓ Nachhaltigkeitskontext

2

Strategie

- ✓ interner Workflow
- ✓ Partnermanagement

3

Umsetzung

- ✓ Checklisten & Tools
- ✓ Leitlinien
- ✓ Trainings

Bedarfe
definieren

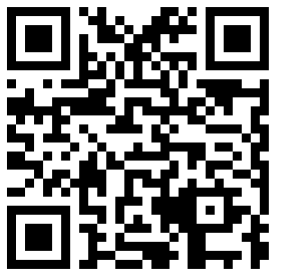
Schritte
konkretisieren

Belegstruktur
erarbeiten

**Sie wissen nicht,
wo Sie anfangen
sollen?**



[trainingaid.org/
roadmap](https://trainingaid.org/roadmap)



**E-Mail-Adresse
hier**



**Nachhaltigkeits-
Kommunikations-
Lotse**

05

Q&A

Gibt es Fragen?



Danke!



Prof. Dr. Martin Balas

kontakt@recet.de



Ferdinand Weps

ferdinand@trainingaid.org

