

Green Claims 2026:
Finden. Prüfen.
Rechtssicher steuern.

Deloitte Legal Update #13/2026

26. August 2026 | 11:00 – 11:45 Uhr



Ihre Referent:innen



Sebastian von Rüden, LL.M.

Deloitte Legal
Partner



Jana Brun

Deloitte Legal
Senior Manager



Christiane Vrbanić

Sustainability, Risk and Resilience
Senior Manager



Christopher Friedrich

Enterprise Risk
Senior Manager



Das erwartet Sie heute

Agenda: Green Claims | 26. August 2026

- 1** EmpCo-RIL, Änderungen im UWG und regulatorische Anforderungen an Green Claims
- 2** Identifikation bestehender Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation
- 3** Aufbau einer Governance für Green Claims
- 4** Handlungsempfehlungen für Unternehmen



UWG = Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

Das erwartet Sie heute

Agenda: Green Claims | 26. August 2026

- 1** EmpCo-RIL, Änderungen im UWG und regulatorische Anforderungen an Green Claims
- 2 Identifikation bestehender Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation
- 3 Aufbau einer Governance für Green Claims
- 4 Handlungsempfehlungen für Unternehmen



UWG = Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

EmpCo-Richtlinie

Empowering Consumers for the Green Transition

Stärkung der Verbraucher für den grünen Wandel



Hintergrund & Überblick über die wichtigsten Regelungen der
Empowering Consumers for the Green Transition-Richtlinie (EmpCo-RIL)

Die Bedeutung von Umwelt- und Nachhaltigkeitswerbung für Unternehmen

Erkenntnisse aus aktuellen Studien



McKinsey & NielsenIQ
(2023)



Reale Verkaufszahlen

- Analyse von 600.000 Produkten über 5 Jahren (US-Markt)
- Produkte mit ESG-Claims erzielen höheres Umsatzwachstum

→ Nachhaltigkeitsclaims können messbar zu Wachstum beitragen

Deloitte Deutschland
(2024)



Verbrauchereinstellungen

- Repräsentative Befragung (1.022 Personen)
- Nachhaltigkeit ist zentral für Kaufentscheidungen, aber sehr unterschiedliche Prioritäten

→ Konkrete, relevante Claims sprechen Zielgruppen besser an

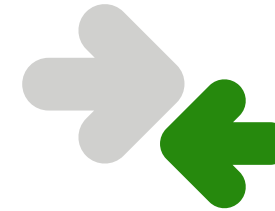
PwC (2024)



Zahlungsbereitschaft

- > 20.000 Verbraucher in 31 Ländern
- Ø 9,7% Aufpreis für nachhaltige Produkte – 80% grundsätzlich zahlungsbereit

→ Nachhaltigkeit kann Preispremium und Wettbewerbsvorteile ermöglichen



53% der umweltbezogenen Aussagen enthalten vage, irreführende oder unbegründete Informationen

1/2

aller Umweltlabels bieten nur eine schwache oder gar keine unabhängige Überprüfung

230

Nachhaltigkeitslabels und 100 Ökostromlabels prägen den EU-Markt, unterscheiden sich jedoch erheblich hinsichtlich ihrer Transparenz



40% der Aussagen verfügen über keine belastbaren Nachweise bzw. Belege

EmpCo: 8 rote Linien für Green Claims (1/2)

Ab 27. September 2026: konkret, transparent und belegbar statt pauschal „grün“

1 Keine pauschalen Claims „Umweltfreundlich“ reicht nicht ✗ vage Begriffe wie “natürlich”, “umweltfreundlich”, “grün” oder “nachhaltig” ohne Spezifizierung oder konkrete Bedeutung	2 Keine unwahren oder täuschenden Claims Wahr und belegbar ✗ schlicht unwahre Behauptungen: Produkte werden als “bio” oder “klimaneutral” ausgezeichnet, obwohl sie es nicht sind ✗ Umweltaussagen werden getroffen, ohne dass nachprüfbare Belege oder Zertifizierungen vorliegen	3 Keine Darstellung gesetzlich vorgeschriebener Eigenschaften als Produktbesonderheit Nur nicht hervorgehobene Erläuterung der Erfüllung gesetzlich vorgegebener Standards ✗ Werbung mit Eigenschaften, die ohnehin gesetzlich vorgeschrieben sind	4 Keine Zukunftsclaims ohne Roadmap Messbar, terminiert und überprüft ✗ „Net Zero 2035“ ohne konkreten Umsetzungsplan
--	---	---	--

EmpCo: 8 rote Linien für Green Claims (2/2)

Ab 27. September 2026: konkret, transparent und belegbar statt pauschal „grün“

5

Keine falsche Angabe
über die Reichweite der
Aussage

Bezug und Reichweite der Aussage
muss eindeutig sein



Treffen einer Umweltaussage zum gesamten Produkt oder zu der gesamten Geschäftstätigkeit, wenn sich die Umweltaussage nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts oder nur auf eine bestimmte Aktivität der Geschäftstätigkeit bezieht

6

Keine Klimaneutralität
durch "Offsetting"

Kompensation ist kein
Produktmerkmal



CO₂-neutral durch Ausgleich: Verbot von produktbezogenen Aussagen zur Klimaneutralität, wenn allein auf Kompensation von Treibhausgasemissionen basierend

7

Verbot nicht zertifizierter
Nachhaltigkeitssiegel

Staatlich oder unabhängig
zertifiziert



Selbst geschaffene Siegel, die wie offizielle Zertifizierungen aussehen, aber keine unabhängige Prüfung durchlaufen haben

8

Verbot der Werbung
mit irrelevanten Claims

Nur Werbung mit relevanten
Angaben



Bewerbung von abgefülltem Trinkwasser als "glutenfrei"

Selbstverständliches darf nicht in einer Weise hervorgehoben werden, dass der Adressat besonderen Vorzug der beworbenen Ware vermutet

Weiter Anwendungsbereich der EmpCo-RIL

Begriff der „Umweltaussage“

§ 2 Abs. 2 Nr. 5 UWG n.F.

„Umweltaussage“ jede Aussage oder Darstellung im Kontext einer geschäftlichen Handlung, einschließlich Darstellungen durch **Text, Bilder grafische Elemente** oder **Symbole** wie beispielsweise Etiketten, **Markennamen, Firmennamen** oder **Produktbezeichnungen**, die rechtlich nicht verpflichtend ist und in der **ausdrücklich oder stillschweigend** angegeben wird, dass

ein Produkt, eine Produktkategorie, eine Marke oder ein Unternehmer eine positive oder keine Auswirkung auf die Umwelt hat oder weniger schädlich für die die Umwelt ist als andere Produkte, Produktkategorien, Marken oder Unternehmer

oder

die Auswirkung eines Produkts, einer Produktkategorie, einer Marke oder eines Unternehmens auf die Umwelt im Laufe der Zeit verbessert wurde.



- Allgemeine Umweltaussage
- Spezifische Umweltaussage



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.

Beispiele für mögliche „Umweltaussagen“ im Sinne von § 2 Abs. 2 Nr. 5 UWG n.F.



„umweltfreundlich“, „umweltschonend“, „grün“, „naturfreundlich“, „ökologisch“, „umweltgerecht“, „CO2-freundlich“, „energieeffizient“, „biologisch abbaubar“, „100% nachhaltig“ oder ähnliche Aussagen



Eco-Clean-Textilpflege GbR
Biologisch Bauen e.K.
Natur-Möbelwerke AG
Grün-Energiesystem GmbH



Implizierte Aussagen durch Farben (bspw. grüne/blau Hintergrund) und Bilder (bspw. Blätter/Wald) in Kombination mit schriftlichen Aussagen



Verbot der Werbung mit „Allgemeinen Umweltaussagen“ (Nr. 4a. des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG)

§ 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG

„Allgemeine Umweltaussage“:

Eine schriftlich oder mündlich, einschließlich über audiovisuelle Medien, getätigte Umweltaussage, die nicht auf einem **Nachhaltigkeitssiegel** enthalten ist

und bei der die

Spezifizierung der Umweltaussage nicht klar und in hervorgehobener Weise auf demselben Medium angegeben ist.



Anhang zu § 3 Abs. 3 Nr. 4a UWG

Folgende geschäftliche Handlungen sind gegenüber Verbrauchern stets unzulässig:

„Nicht nachweisbare allgemeine Umweltaussage“

das Treffen einer allgemeinen Umweltaussage, wenn der Unternehmer keine ihr zugrunde liegende **anerkannte hervorragende Umweltleistung** nachweisen kann

- Eine Umweltaussage gilt dann als „allgemein“, wenn sie nicht auf einem Nachhaltigkeitssiegel beruht und nicht weiter spezifiziert oder konkretisiert ist.
- Eine allgemeine Umweltaussage ist per se verboten, wenn der werbende Unternehmer keine ihr zugrunde liegende anerkannte hervorragende Umweltleistung nachweisen kann.

Umweltaussage



zulässig, wenn auf einem (gesetzeskonformen)
Nachhaltigkeitssiegel enthalten

Gesetzeskonformes
Nachhaltigkeitssiegel
i.S.d § 2 Abs. 2 Nr. 4 UWG

Umweltaussagen in gesetzeskonformen Nachhaltigkeitssiegeln sind ausdrücklich keine allgemeinen Umweltaussagen. Sie sind anhand der allgemeinen Vorgaben sowie der Zulässigkeit von Nachhaltigkeitssiegeln zu beurteilen.

Umweltaussage



zulässig, wenn allgemeine Umweltaussage auf
anerkannter hervorragender Umweltleistung beruht

Anerkannte
hervorragende
Umweltleistung

= (+), wenn die Umweltleistung im Einklang steht mit

- der Verordnung (EG) Nr. 66/2010 über das EU-Umweltzeichen
- nationalen oder regionalen Umweltkennzeichen nach DIN EN ISO 14024 Typ I
- Umwelthöchstleistungen nach sonstigem geltenden Unionsrecht, z.B. „energieeffizient nach Klasse A“ nach VO (EU) 2017/1369 über die Energieverbrauchskennzeichnung





Umweltaussage

Spezifizierung auf demselben Medium

Spezifizierte Umweltaussage



„Klimafreundliche Verpackungen“

„Umweltschonender Produktionsprozess“

„Mit uns reisen Sie klimafreundlich“

„Wir leben nachhaltige Werte, damit die Welt ein Stück besser wird“



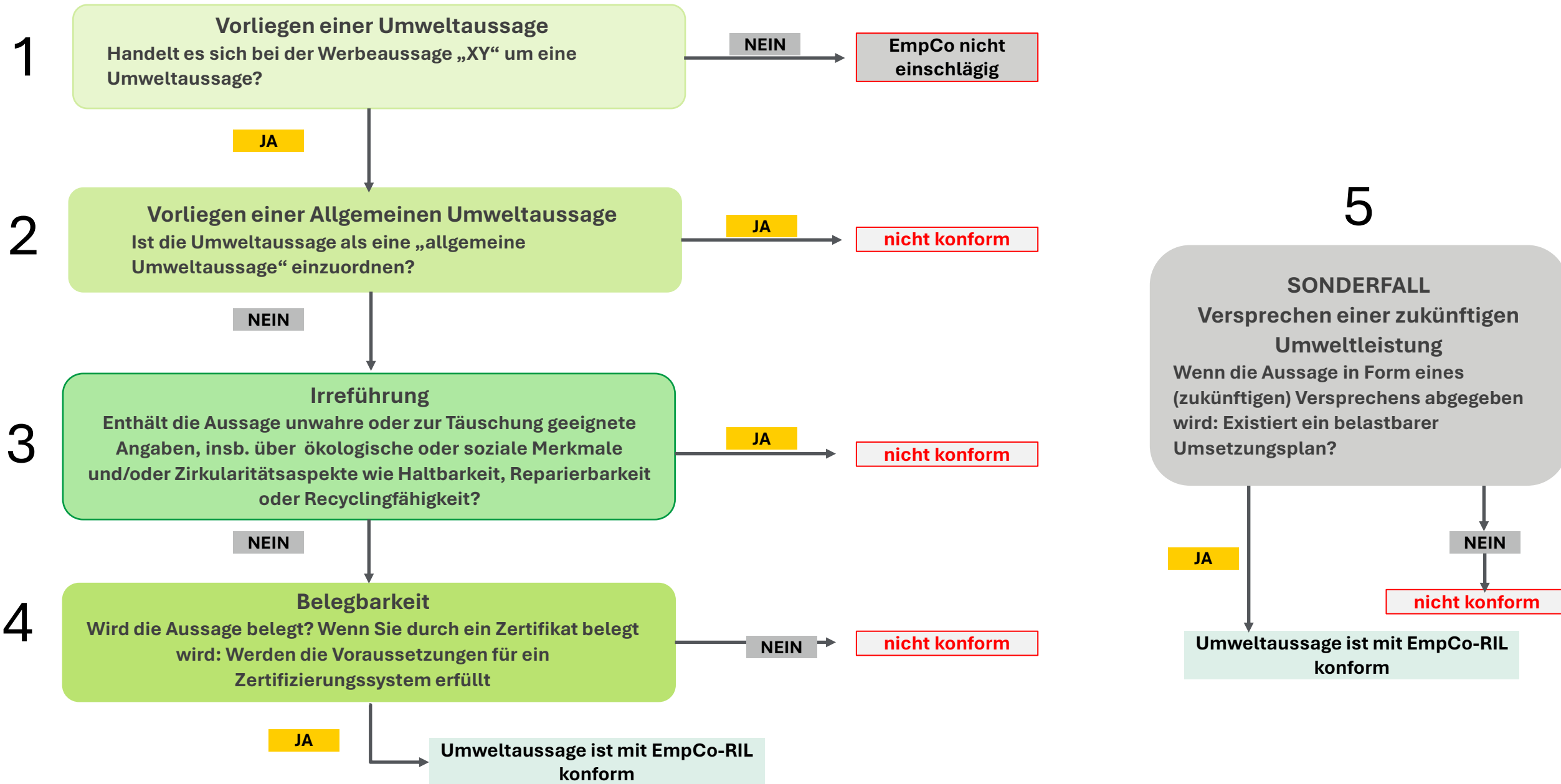
„100 % der für die Herstellung dieser Verpackungen verwendeten Energie stammt aus erneuerbaren Quellen“

„In unserem Produktionsprozess (Messung 2025) wird 50% weniger Wasser verwendet als der Branchendurchschnitt gemäß [zertifizierter Umweltstandard XYZ]“

„Bei uns reisen Sie ausschließlich in Elektro- sowie Wasserstoffbussen“

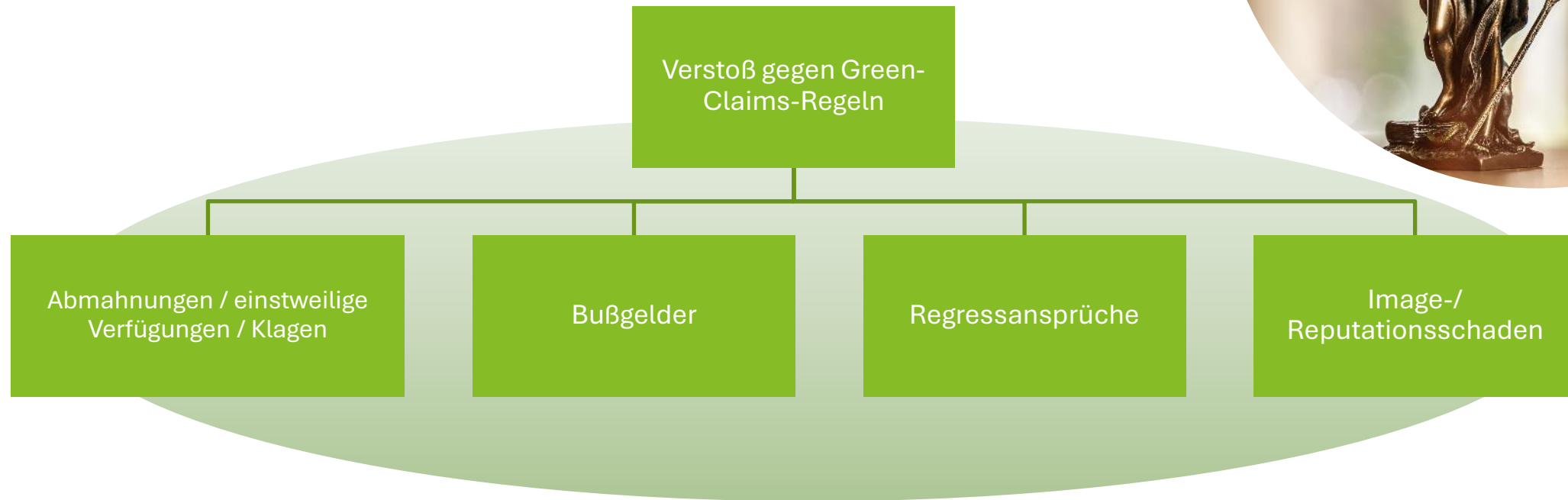
„Wir spenden 2% unseres Gewinns für Naturschutzprojekte in Nationalparks in unserer Region“

Mehrstufige Überprüfung der Konformität einer Umweltaussage mit den Anforderungen der EmpCo-RIL



Rechtsfolgen + Sanktionen

Konsequenzen für irreführende Umweltangaben



Das erwartet Sie heute

Agenda: Green Claims | 26. August 2026

- 1 EmpCo-RIL, Änderungen im UWG und regulatorische Anforderungen an Green Claims
- 2 **Identifikation bestehender Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation**
- 3 Aufbau einer Governance für Green Claims
- 4 Handlungsempfehlungen für Unternehmen



UWG = Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

Deep Dive | Implikationen der EmpCo Directive auf Marketing & Kommunikation

Die EmpCo Directive markiert einen grundlegenden Wandel für Marketing- und Kommunikationsfunktionen im Zusammenhang mit Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen.



Vom Storytelling zum nachweisbasierten Marketing

- Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen müssen **spezifisch, überprüfbar und belastbar belegt** sein
- Allgemeine Werbeaussagen sind **ohne entsprechende Nachweise** nicht mehr zulässig



Klare Grenzen für Green Branding

- Generische Umweltaussagen, selektive Darstellung positiver Umweltaspekte („Cherry Picking“) sowie bestimmte Formen von Klimaneutralitätswerbung werden erheblich eingeschränkt
- Bestehende Kampagnen und Claims müssen **grundlegend überprüft und gegebenenfalls angepasst werden**



Vertrauen verlagert sich: Vom Markenversprechen zum belegbaren Nachweis

- Nachhaltigkeitslabels und Siegel sind nur zulässig, wenn sie auf **anerkannten Zertifizierungssystemen oder offiziellen Anerkennungen** beruhen
 - Fokus auf unternehmenseigene Labels oder Siegel ohne externe Validierung
- **Vertrauen entsteht künftig durch unabhängige Prüfung und Validierung, nicht durch die Marke allein**



Höhere Anforderungen an Inhalte und Kampagnen

- Jede Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussage benötigt eine klare Definition, belastbare Datengrundlagen und eine transparente Methodik
- Zukunftsbezogene Umweltversprechen erfordern eine konkrete Roadmap, messbare Ziele und nachvollziehbare Nachweise



Auswirkungen auf Customer journey & Kommunikation

- Erweiterte Informationsanforderungen hinsichtlich Haltbarkeit, Reparierbarkeit, Lebensdauer, Recyclingfähigkeit und Kreislauffähigkeit von Produkten
- Die Kommunikation verlagert sich von emotionalen Botschaften hin zu **Transparenz, Nachvollziehbarkeit und faktenbasierten Differenzierungsmerkmalen**



Die neue Rolle des Marketings

- Engere Zusammenarbeit mit Nachhaltigkeits-, Rechts-, Compliance- und Risikofunktionen
- Einführung strukturierter Prüf-, Freigabe- und Governance-Prozesse für Green Claims
- Marketing wird Teil eines **regulierten, dokumentierten und prüfungssicheren End-to-End-Prozesses**



KEY TAKEAWAY: Die EmpCo-Richtlinie verändert Marketing von einer primär kreativen Disziplin hin zu einer Funktion, die Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen **belastbar nachweisen, dokumentieren und rechtssicher steuern muss.**

Identifikation bestehender Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation

Ein strukturierter Drei-Schritte-Ansatz schafft Transparenz über bestehende Green Claims und bildet die Grundlage für eine risikobasierte Bewertung.

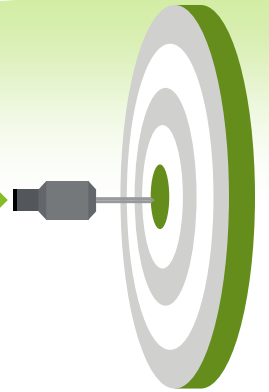
DEFINIEREN



IDENTIFIZIEREN



KLASSIFIZIEREN



ZIEL

Definition eines eindeutigen Scopes für die Identifikation von Green Claims

Identifikation bestehender Green Claims auf Basis des definierten Scopes

Klassifizierung identifizierter Green Claims anhand einer strukturierten Risikobewertung zur Identifikation von Aussagen mit erhöhtem Compliance-Risiko

AKTIVITÄTEN

- Definition von Suchbegriffen/Keywords
- Definition relevanter Kommunikationskanäle
- Festlegung von Sprachen, Marken und Produktbereichen

- Durchführung eines KI- oder toolgestützten Screenings entlang des definierten Scopes
- Identifikation von Green Claims über die definierten Kommunikationskanäle hinweg
- Konsolidierung und Dokumentation der identifizierten Green Claims

- Festlegung relevanter Bewertungskategorien und Scoring-Kriterien
- Durchführung einer risikobasierten Bewertung der identifizierten Green Claims
- Priorisierung kritischer Aussagen und Ableitung des weiteren Prüfungsbedarfs

KI- oder toolgestützte Screenings ermöglichen die effiziente Identifikation von Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen über eine Vielzahl von Kommunikationskanälen hinweg.

Herausforderungen manueller Screenings und Mehrwert von KI- oder Tool-Unterstützung

KI- oder toolgestützte Screenings erhöhen Vollständigkeit, Konsistenz und Effizienz bei der Identifikation von Green Claims und schaffen die Grundlage für eine risikobasierte Bewertung.

ZENTRALE HERAUSFORDERUNGEN



Hohe Anzahl und Vielfalt von Kommunikationskanälen



Unterschiedliche Sprachen erhöhen die Komplexität



Dezentrale Marketing- und Vertriebsorganisationen erschweren eine vollständige Erfassung



Laufende Änderungen bestehender sowie die Erstellung neuer Claims führen zu einem kontinuierlichen Überprüfungsbedarf



Uneinheitliche Formulierungen erschweren die konsistente Identifikation vergleichbarer Aussagen



MEHRWERT VON KI- ODER TOOL-UNTERSTÜTZUNG



Skalierbare Analyse großer Datenmengen



Effiziente Identifikation von Green Claims über Kanäle und Sprachen hinweg



Konsistente Anwendung definierter Suchkriterien



Reduzierung des Risikos von übersehenen Claims



Effiziente Konsolidierung und Strukturierung identifizierter Green Claims



Schaffung einer belastbaren Datengrundlage für die anschließende Risikobewertung und die Priorisierung kritischer Green Claims

Das erwartet Sie heute

Agenda: Green Claims | 26. August 2026

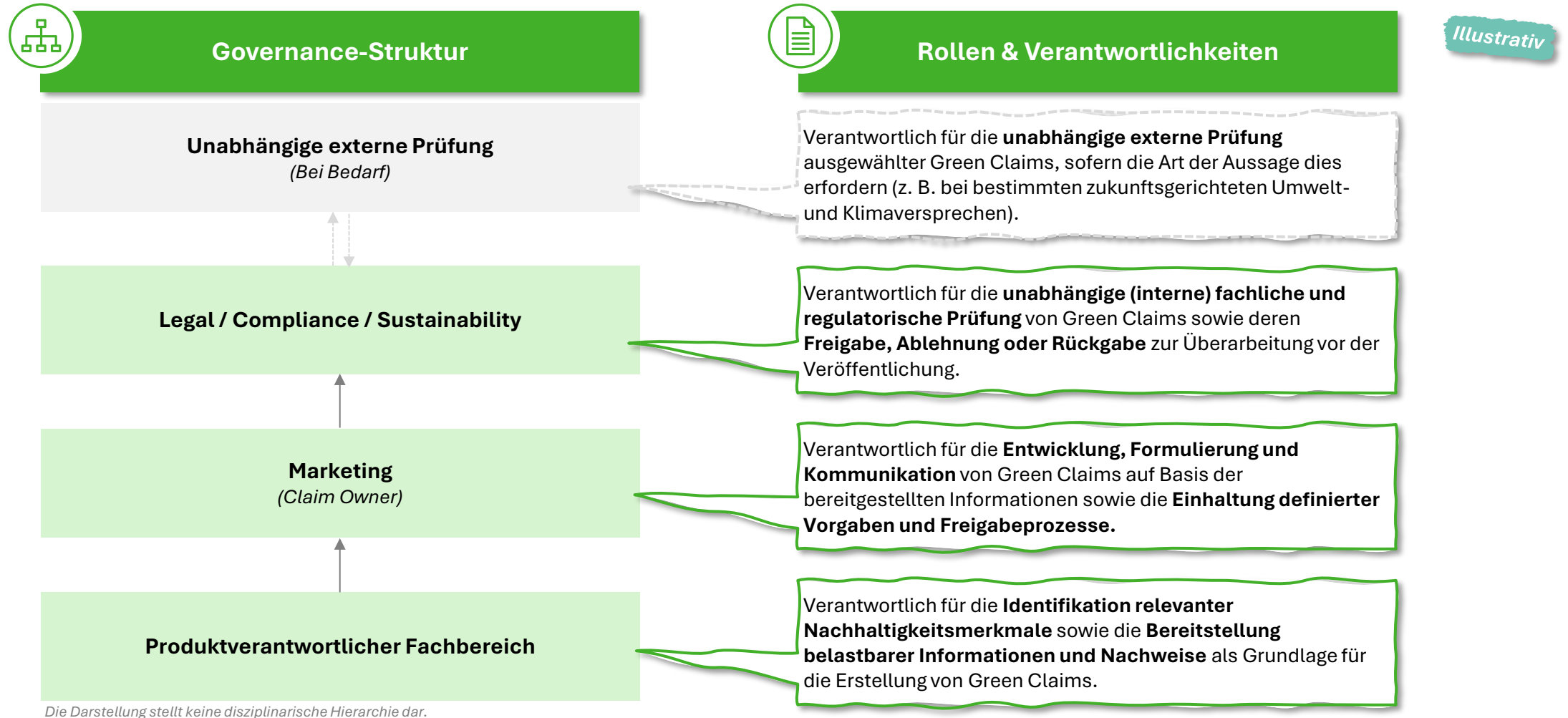
- 1 EmpCo-RIL, Änderungen im UWG und regulatorische Anforderungen an Green Claims
- 2 Identifikation bestehender Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation
- 3 Aufbau einer Governance für Green Claims**
- 4 Handlungsempfehlungen für Unternehmen



UWG = Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

Beispielhafte Governance für Green Claims

Eine klare Governance mit definierten Verantwortlichkeiten stellt sicher, dass Green Claims auf belastbaren Nachweisen beruhen, fachlich validiert und vor ihrer Veröffentlichung unabhängig geprüft und freigegeben werden.

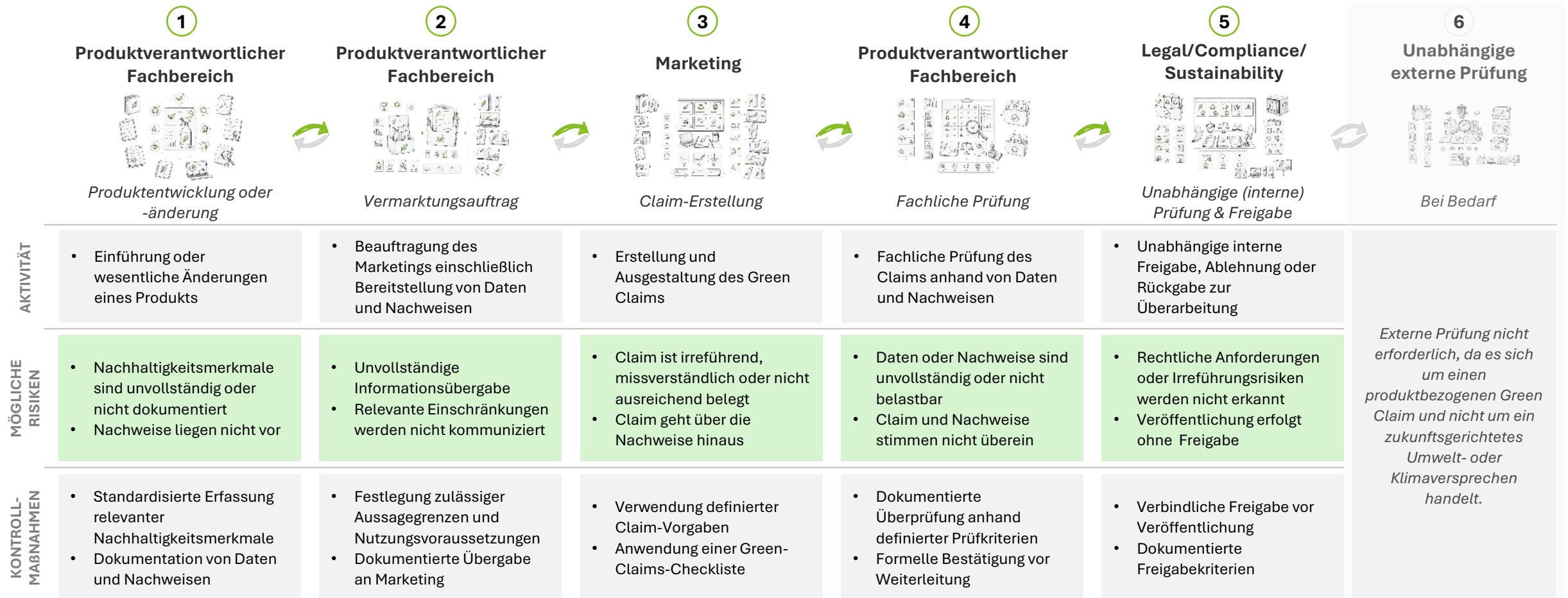


-----> Bei bestimmten zukunftsgerichteten Umwelt- und Klimaversprechen kann zusätzlich eine unabhängige externe Prüfung erforderlich sein.

Beispielhafter Prozess ohne Einbindung einer externen Prüfung

Der nachfolgende Prozess zeigt die Erstellung, Prüfung und Freigabe eines produktbezogenen Green Claims ohne zusätzliche externe Prüfung.

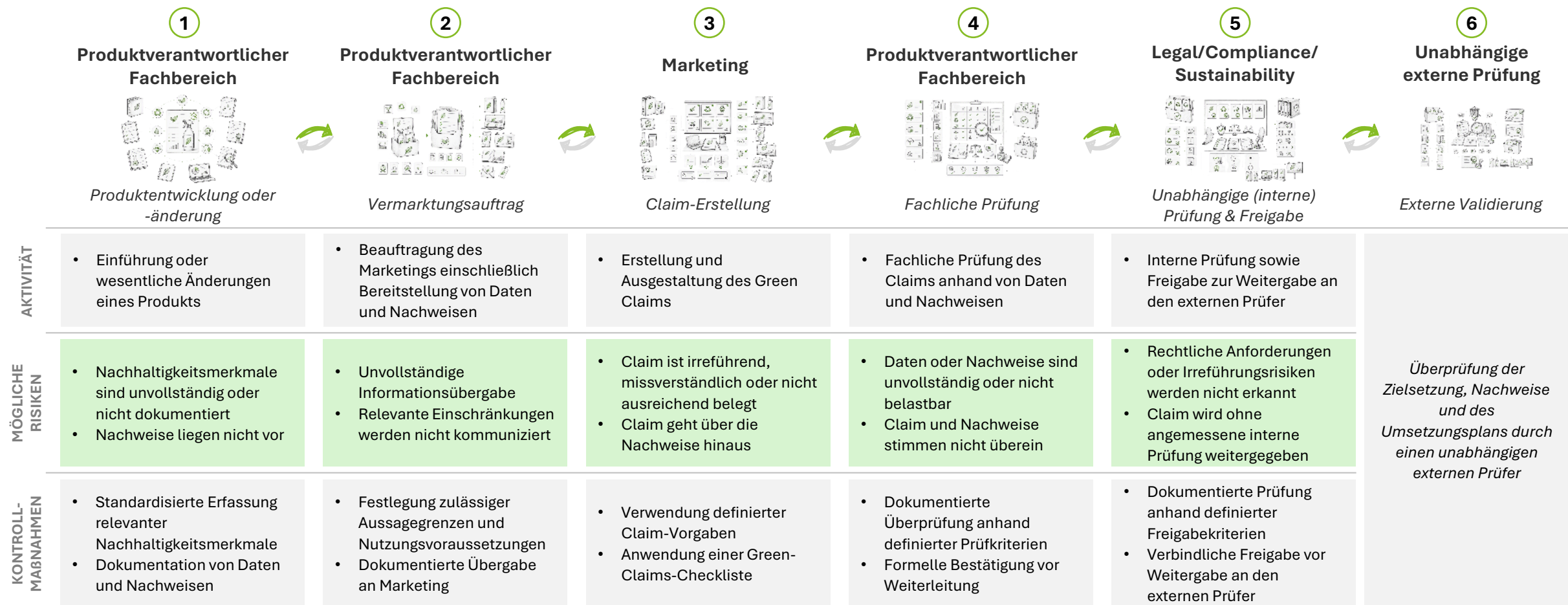
„Die Verpackung besteht zu 80 % aus recyceltem Material.“



Beispielhafter Prozess mit Einbindung einer externen Prüfung

Der nachfolgende Prozess zeigt die Erstellung, interne Prüfung und Freigabe eines zukunftsgerichteten Umweltversprechens unter Einbindung einer unabhängigen externen Prüfung.

„Wir werden bis 2035 Klimaneutralität in unserer Produktion erreichen.“



Das erwartet Sie heute

Agenda: Green Claims | 26. August 2026

- 1 EmpCo-RIL, Änderungen im UWG und regulatorische Anforderungen an Green Claims
- 2 Identifikation bestehender Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation
- 3 Aufbau einer Governance für Green Claims
- 4 Handlungsempfehlungen für Unternehmen**



UWG = Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

Die nächsten Schritte bis zur Green-Claims-Readiness

Von der Claim-Inventur bis zum dokumentierten Freigabeprozess



Q&A Session



**VIELEN DANK FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT!**



Deloitte Legal

Ihr Kontakt



Sebastian von Rüden, LL.M.

Partner | Deloitte Legal
Digitale Wirtschaft, IP/IT
Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz
Fachanwalt für Informationstechnologierecht
Tel.: +49 211 877 255 44
E-Mail: svonrueden@deloitte.de



Jana Brun

Senior Associate | Deloitte Legal
Digitale Wirtschaft, IP/IT
Tel.: +49 302 546 850 29
E-Mail: jabrun@deloitte.de



Christiane Vrbanić

Senior Manager | Deloitte GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Sustainability, Risk and Resilience
Tel.: +49 211 877 250 03
E-Mail: cvrbanic@deloitte.de



Christopher Friedrich

Senior Manager | Deloitte GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Enterprise Risk
Tel.: +49 211 877 281 74
E-Mail: chfriedrich@deloitte.de



A part of Deloitte

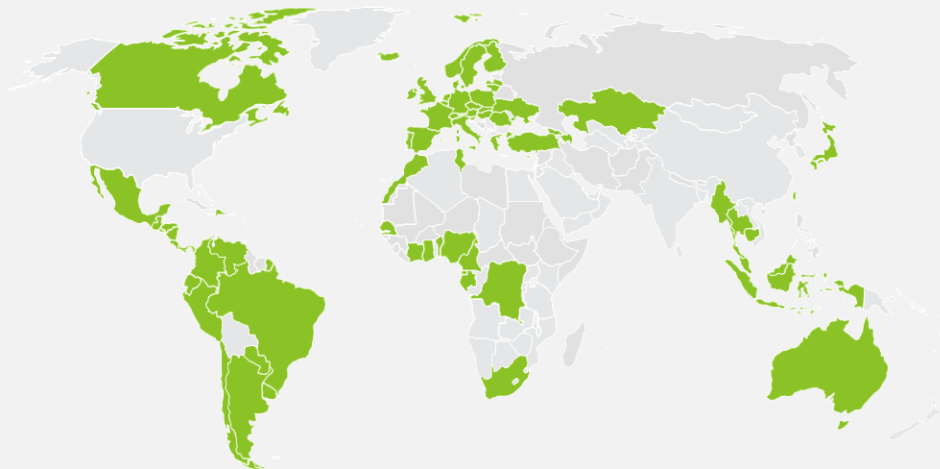
Renowned for our global reach and business know-how, one relationship provides endless connections

We bring the scale and consistency of Deloitte Legal...

The Deloitte Legal practices have the same DNA and track record of getting things done.

Deloitte Legal presence

 **70+** countries  **3,100+** legal professionals



collaborating seamlessly
across borders and with other Deloitte service lines

... with a different legal perspective

Traditional legal services provide event-based specialist advice. Deloitte seeks out solutions aimed at delivering enduring business value. Deloitte Legal offers an integrated legal service focused on the delivery of a solution to a business challenge or opportunity leveraging our skills in each of these key areas.



Jurisdictional advisory, legal function strategy process and technology, and outsourced legal managed services.

As part of Deloitte, our legal service offering is inherently **broader, global, cross functional, industry informed, technology enabled**, with a focus on doing and advising in our business solution centered approach.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL) is the largest private professional services network in the world, recording revenues of \$70.5 billion in fiscal year 2025. With more than 470,000 people worldwide, DTTL member firms deliver services in audit, risk & financial advisory, tax, legal, and consulting in more than offices in 150 countries and territories.

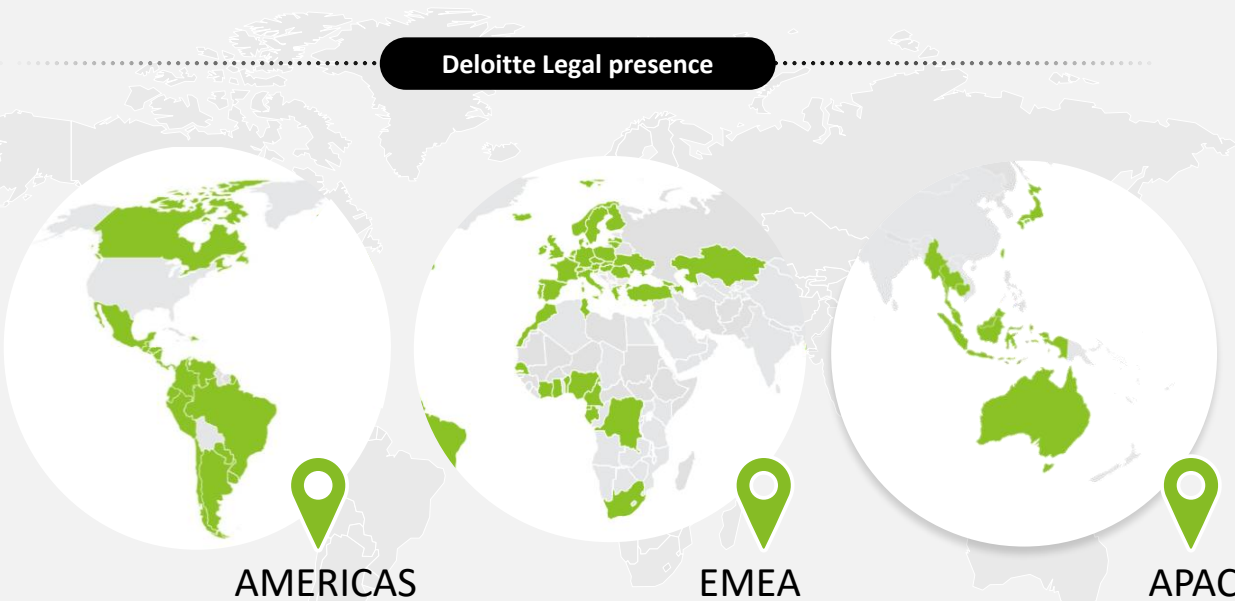
A part of Deloitte

Renowned for our global reach and business know-how, one relationship provides endless connections

We bring the scale and consistency of Deloitte...

...where Deloitte Legal practices have the same DNA and track record of getting things done.

Deloitte Legal practices

- Deloitte Legal presence
- 
- AMERICAS EMEA APAC
- collaborating seamlessly
across borders and with other Deloitte service lines
- | | | |
|------------------------|--------------------------|--------------------|
| 1. Argentina | 26. Ghana | 51. Panama |
| 2. Australia | 27. Greece | 52. Paraguay |
| 3. Austria | 28. Guatemala | 53. Peru |
| 4. Azerbaijan | 29. Honduras | 54. Poland |
| 5. Belgium | 30. Hong Kong SAR, China | 55. Portugal |
| 6. Benin | 31. Hungary | 56. Romania |
| 7. Brazil | 32. Iceland | 57. Senegal |
| 8. Cameroon | 33. Indonesia | 58. Singapore |
| 9. Canada | 34. Ireland | 59. Slovakia |
| 10. Chile | 35. Italy | 60. South Africa |
| 11. Colombia | 36. Ivory Coast | 61. Spain |
| 12. Costa Rica | 37. Japan | 62. Sweden |
| 13. Cyprus | 38. Kazakhstan | 63. Switzerland |
| 14. Czech Rep. | 39. Latvia | 64. Taiwan |
| 15. Dem Rep of Congo | 40. Lithuania | 65. Thailand |
| 16. Denmark | 41. Luxembourg | 66. Tunisia |
| 17. Dominican Republic | 42. Malaysia | 67. Turkey |
| 18. Ecuador | 43. Malta | 68. Ukraine |
| 19. El Salvador | 44. Mexico | 69. Uruguay |
| 20. Equatorial Guinea | 45. Morocco | 70. United Kingdom |
| 21. Finland | 46. Myanmar | 71. Venezuela |
| 22. France | 47. Netherlands | |
| 23. Gabon | 48. Nicaragua | |
| 24. Georgia | 49. Nigeria | |
| 25. Germany | 50. Norway | |

Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL) is the largest private professional services network in the world, recording revenues of \$70.5 billion in fiscal year 2025. With more than 470,000 people worldwide, DTTL member firms deliver services in audit, risk & financial advisory, tax, legal, and consulting in more than offices in 150 countries and territories.



Deloitte Legal bezieht sich auf die Rechtsberatungspraxen der Mitgliedsunternehmen von Deloitte Touche Tohmatsu Limited, deren verbundene Unternehmen oder Partnerfirmen, die Rechtsdienstleistungen erbringen.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen (zusammen die „Deloitte-Organisation“). DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen, die sich gegenüber Dritten nicht gegenseitig verpflichten oder binden können. DTTL, jedes DTTL-Mitgliedsunternehmen und verbundene Unternehmen haften nur für ihre eigenen Handlungen und Unterlassungen und nicht für die der anderen. DTTL erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.deloitte.com/de/UeberUns.

Deloitte bietet branchenführende Leistungen in den Bereichen Audit und Assurance, Steuerberatung, Consulting, Financial Advisory und Risk Advisory für nahezu 90% der Fortune Global 500®-Unternehmen und Tausende von privaten Unternehmen an. Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Unsere Mitarbeitenden liefern messbare und langfristig wirkende Ergebnisse, die dazu beitragen, das öffentliche Vertrauen in die Kapitalmärkte zu stärken, die unsere Kunden bei Wandel und Wachstum unterstützen und den Weg zu einer stärkeren Wirtschaft, einer gerechteren Gesellschaft und einer nachhaltigen Welt weisen. Deloitte baut auf eine über 175-jährige Geschichte auf und ist in mehr als 150 Ländern tätig. Erfahren Sie mehr darüber, wie die rund 457.000 Mitarbeitenden von Deloitte das Leitbild „making an impact that matters“ täglich leben: www.deloitte.com/de.

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen und weder die Deloitte Legal Rechtsanwaltsgesellschaft mbH noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen noch deren verbundene Unternehmen (zusammen die „Deloitte Organisation“) erbringen mit dieser Veröffentlichung eine professionelle Dienstleistung. Diese Veröffentlichung ist nicht geeignet, um geschäftliche oder finanzielle Entscheidungen zu treffen oder Handlungen vorzunehmen. Hierzu sollten Sie sich von einem qualifizierten Berater in Bezug auf den Einzelfall beraten lassen.

Es werden keine (ausdrücklichen oder stillschweigenden) Aussagen, Garantien oder Zusicherungen hinsichtlich der Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen in dieser Veröffentlichung gemacht, und weder DTTL noch ihre Mitgliedsunternehmen, verbundene Unternehmen, Mitarbeiter oder Bevollmächtigten haften oder sind verantwortlich für Verluste oder Schäden jeglicher Art, die direkt oder indirekt im Zusammenhang mit Personen entstehen, die sich auf diese Veröffentlichung verlassen. DTTL und jede ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen.