



150 Hektar Land wurden mit der Unterstützung von dm auf den HeimatERBE-Flächen bereits für den Umwelt- und Naturschutz gesichert. Bildnachweis: GREENZERO GmbH

26.07.2023 18:54 CEST

dm-drogerie markt bekräftigt sein Ziel umweltneutral zu handeln

„Wir sind davon überzeugt, dass wir mit unseren „Pro Climate“-Produkten einen wirksamen Beitrag für die Umwelt leisten und im Sinne einer lebenswerten Zukunft handeln.“ Das betont Kerstin Erbe, als dm-Geschäftsführerin verantwortlich für das Ressort Produktmanagement und den Bereich Nachhaltigkeit, nach dem Urteil des Landgerichts Karlsruhe, das heute über die Klage der Deutschen Umwelthilfe (DUH) gegen konkrete Details der Produktauslobung „umweltneutrales Produkt“ entschieden hat.

Streitgegenstand der Klage der DUH waren vier benannte dm-Eigenmarkenprodukte mit ihren konkreten Auslobungen zu „klimaneutral“ sowie „umweltneutral“, deren Erläuterungen beziehungsweise Informationen und dahinterstehenden Kompensationsprojekten. Aus der Entscheidung des Landgerichts Karlsruhe folgt nicht, dass die Auslobungen "klimaneutral" und "umweltneutral" per se unzulässig sind, sondern mit anderen Erläuterungen beziehungsweise Informationen wie auch anderen Kompensationsprojekten beziehungsweise wissenschaftlichen Ansätzen in einem anderen Fall zulässig sein können. Das Gericht bekundet, dass die im Rechtsstreit vielfach betonte wissenschaftliche Fundierung des Ansatzes der HeimatERBE GmbH sicher gegeben sei und der eingeschlagene Weg – was auch der Vertreter der DUH so sieht – begrüßenswert sei.

Überdies hat sich dm bereits im Herbst 2022 unabhängig vom heutigen Urteil entschieden, „klimaneutral“ mit dem Label von ClimatePartner in der derzeitigen Form nicht mehr auf seinen Eigenmarkenprodukten auszuloben. Auch seine umweltneutralen „Pro Climate“-Produkte wurden mittlerweile weiterentwickelt. Mit der weiterentwickelten Initiative „Gemeinsam umweltneutral handeln“ verfolgt dm einen bislang einzigartigen, wissenschaftlich fundierten und umfassenden Ansatz. Die mit dem „Umweltneutral handeln“-Siegel gekennzeichneten „Pro-Climate“-Produkte sind nachhaltig optimiert. Ihre Umweltauswirkungen wurden, wo es möglich ist, reduziert. Ihre verbleibenden Auswirkungen kompensiert dm in den fünf Wirkkategorien CO₂-Emissionen, Nährstoffanreicherung, Versauerung, Sommersmog und Ozonabbau durch Investitionen in die Renaturierung von Ökosystemen in Deutschland. Dafür werden die Umweltauswirkungen in den fünf aktuell robust berechenbaren Kategorien nach dem wissenschaftlich anerkannten Methodenstandard „Environmental Prices“ der CE Delft in Umweltkosten umgerechnet und in die ökologische Aufwertung degradierter Flächen mitten in Deutschland investiert. So entsteht Umweltwert, der eingesetzt wird, um die Umweltkosten, die durch Herstellung und Entsorgung der Produkte entstanden sind, auszugleichen.

Begleitet wird der Weg von dm durch Prof. Dr. Matthias Finkbeiner vom Institut für Technischen Umweltschutz der TU Berlin, der erläutert: „Der Ansatz zum umweltneutralen Handeln ist wegweisend und anspruchsvoll. Er ist absolut vorbildliche Praxis, was Wirkungsumfang, Ernsthaftigkeit, Detailtiefe der Produktanalyse und -verbesserung betrifft.“

„Uns geht es um Verbraucherinformation und keinesfalls, wie von der DUH behauptet, um Verbrauchertäuschung“, betont Kerstin Erbe. „Um unsere

Kundinnen und Kunden möglichst umfassend und transparent zu informieren, bauen wir unser Informationsangebot zu „Umweltneutral handeln“ und unseren „Pro Climate“-Produkten kontinuierlich aus. Ziel ist es, die Ökobilanz-Ergebnisse der fünf Wirkkategorien für die „Pro Climate“-Produkte sukzessive auf den Produktseiten der dm.de auszuweisen.“

Bewusster Konsum spielt eine entscheidende Rolle, um unseren Planeten für zukünftige Generationen zu erhalten. Dazu können wir alle einen Beitrag leisten. „Wir von dm übernehmen Verantwortung und haben es uns zur Aufgabe gemacht, umweltfreundliche Produkte und Lösungen zu entwickeln, um unseren Kundinnen und Kunden nachhaltigere Produktalternativen bieten zu können. Bewussten Konsum zu fördern, erschwert das heutige Urteil jedoch, da der Sachverhalt ohne Auslobungen wie „klimaneutral“ oder „umweltneutral“ schwer transparent zu kommunizieren ist“, erläutert Kerstin Erbe.

dm wird nun die schriftliche Begründung des Gerichts auswerten und dann gemeinsam mit GREENZERO über das weitere Vorgehen entscheiden. GREENZERO ist verantwortlich für den wissenschaftlich fundierten Ansatz der Umweltneutralität.

Zum Siegel „Umweltneutral handeln“

Mit dem Siegel „Umweltneutral handeln“ des dm-Partners GREENZERO sind „Pro Climate“-Produkte bei dm gekennzeichnet, die nachhaltig optimiert, deren Umweltauswirkungen möglichst reduziert und deren verbleibende Auswirkungen in fünf Kategorien mehrdimensional kompensiert werden. Grundlage sind Ökobilanzierungen von Produkten aus dem drogistischen Kernbereich, etwa von Shampoo und Toilettenpapier. Bei der Produktentwicklung werden nicht nur die Treibhausgasemissionen, wie CO₂-Emissionen, sondern auch die Umweltauswirkungen Nährstoffanreicherung, Versauerung, Sommersmog und Ozonabbau betrachtet und, wo es möglich ist, reduziert.

Verbleibende Umweltauswirkungen werden in fünf aktuell robust berechenbaren Kategorien nach dem wissenschaftlich anerkannten Methodenstandard „Environmental Prices“ der CE Delft in Umweltkosten umgerechnet. Für die Kompensation werden die Umweltkosten von dm in Renaturierungsprojekte auf ehemaligen Industrieflächen von HeimatERBE mitten in Deutschland investiert. Dort werden wertvolle Lebensräume für

Pflanzen und Tiere geschaffen und damit dem Verlust von Biodiversität entgegengewirkt – Umweltwert entsteht. Dieser wird eingesetzt, um die Umweltkosten, die durch die Herstellung und Entsorgung der Produkte entstanden sind, zu kompensieren.

Über dm-drogerie markt

Bei [dm-drogerie markt](#) arbeiten europaweit mehr als 71.600 Menschen in über 3.900 Märkten. In den derzeit 14 europäischen Ländern konnte dm im Geschäftsjahr 2021/2022 einen Umsatz von 13,6 Milliarden Euro erreichen. Die mehr als 46.300 dm-Mitarbeiter in Deutschland erwirtschafteten in diesem Zeitraum einen Umsatz von 9,9 Milliarden Euro. dm wurde zudem von den Kundinnen und Kunden zum besten Drogeriemarkt und beliebtesten der untersuchten Einzelhändler beim „Kundenmonitor 2022“ gewählt. dm arbeitet stetig daran, Prozesse innerhalb des Unternehmens zu verbessern und seiner Verantwortung für nachhaltige Entwicklung gerecht zu werden. Einen Einblick in die vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten in den unterschiedlichen Bereichen erhalten Sie in unserem „Bericht zur Zukunftsfähigkeit“ [dm.de/nachhaltigkeitsbericht](https://www.dm.de/nachhaltigkeitsbericht).

Kontaktpersonen



So erreichen Sie das dm-Presseteam

Pressekontakt
herbert.arden@dm.de
+49 721 5592 1195

Herbert Arthen

Pressekontakt
Pressesprecher
herbert.arden@dm.de
+49 721 5592 1195