

Een *trendy* verhaal over milieucclaims en greenwashing

Daniël Haije

BMM Najaarsbijeenkomst - Rotterdam

10 oktober 2025



Programma – 10 oktober 2025 (vrij)

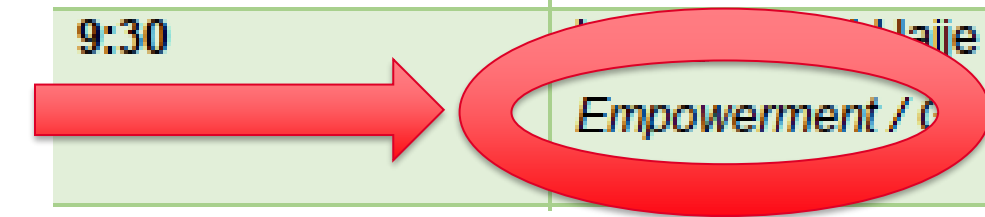
Op vrijdag (congresdag) bieden wij u het volgende programma aan.

8:30	Inschrijving & ontvangst met koffie, thee & versnaperingen
9:15	Opening door dagvoorzitter Thera Adam van Straaten (Eversheds Sutherland, Nederland) (NL)
9:30	Lezing Daniël Haije (Hoogenraad & Haak, Nederland) (NL) <i>Empowerment / Greenwashing</i>

Programma – 10 oktober 2025 (vrij)

Op vrijdag (congresdag) bieden wij u het volgende programma aan.

8:30	Inschrijving & ontvangst met koffie, thee & versnaperingen
9:15	Opening door dagvoorzitter Thera Adam van Straaten (Eversheds Sutherland, Nederland) (NL)
9:30	Thema: <i>Empowerment / Openwashing</i>







Urgency of Near-Term Integrated Climate Action

C.1

Climate change is a threat to human well-being and planetary health (*very high confidence*). There is a rapidly closing window of opportunity to secure a liveable and sustainable future for all (*very high confidence*). Climate resilient development integrates adaptation and mitigation to advance sustainable development for all, and is enabled by increased international cooperation including improved access to adequate financial resources, particularly for vulnerable regions, sectors and groups, and inclusive governance and coordinated policies (*high confidence*). The choices and actions implemented in this decade will have impacts now and for thousands of years (*high confidence*). {3.1, 3.3, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.7, 4.8, 4.9, Figure 3.1, Figure 3.3, Figure 4.2} (Figure SPM.1; Figure SPM.6)

Bron: IPCC, *Climate Change 2023: Synthesis Report – Summary for Policymakers*



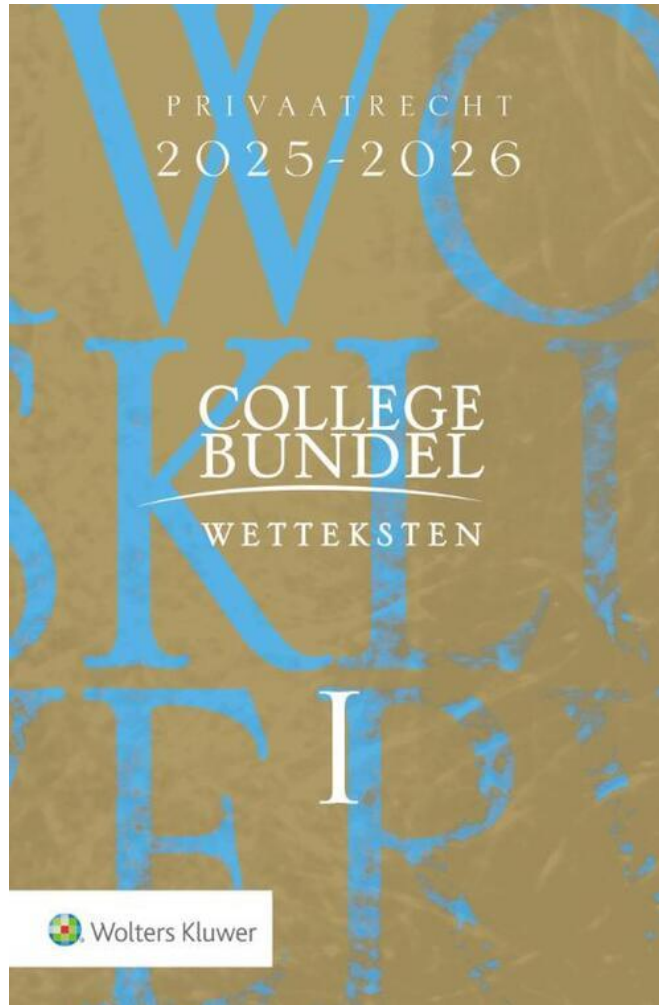
Op het programma



- Juridisch kader milieucclaims
 - Wet
 - Zelfregulering
- Guidance
 - Leidraad duurzaamheidsclaims
 - Richtsnoeren EC
- Komend recht
 - Richtlijn wat betreft het versterken van de positie van de consument voor de groene transitie (a.k.a. de “Empowering Consumers Directive”)
 - Voorstel Richtlijn groene claims (a.k.a. “Green Claims Directive”)
- Trends
- Blik op de toekomst

Juridisch kader

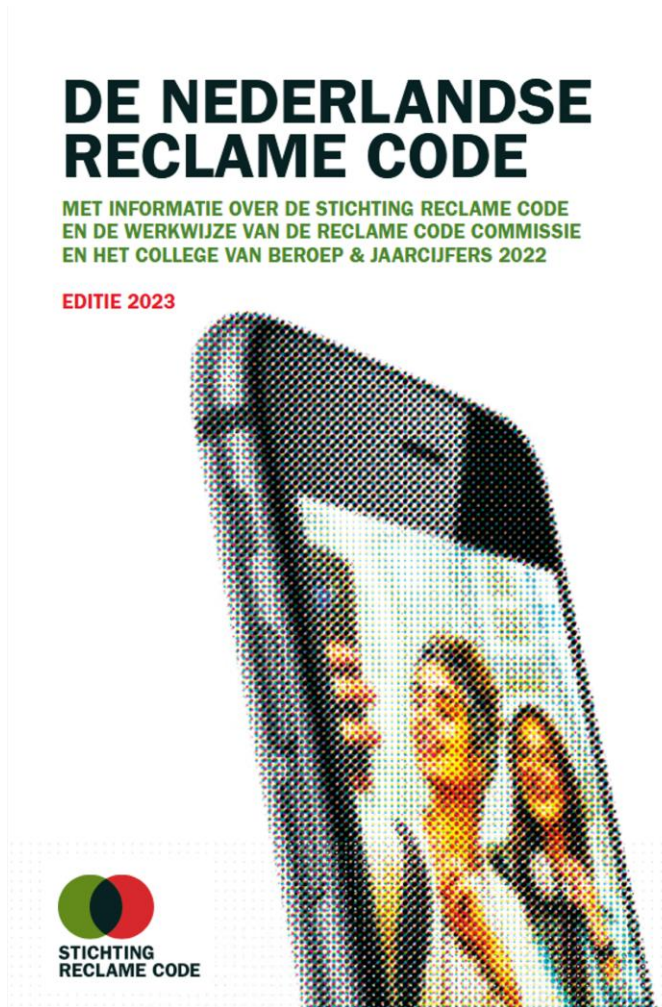
Relevante regelgeving milieucclaims (1)



Wetgeving:

- Richtlijn oneerlijke handelspraktijken 2005/29/EG
 - Art. 6:193a-j BW: Wet oneerlijke handelspraktijken
- Richtlijn misleidende en vergelijkende reclame 2006/114 EG
 - Art. 6:194 BW: misleidende mededeling (B2B)
 - Art. 6:194a BW: vergelijkende reclame
- **Sacties:** Verbod, rectificatie, schadevergoeding, ontbinding overeenkomst, boetes toezichthouder
- **NB:** Specifieke financiële regelgeving: Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) (EU) 2022/2464

Relevante regelgeving milieuclaims (2)



Zelfregulering:

- Nederlandse Reclame Code (NRC)
 - Art. 7 (oneerlijke reclame), art. 8 (misleidende reclame), art. 13 (vergelijkende reclame)
- Code voor Duurzaamheidsreclame (CDR), voorheen de Milieu Reclame Code (MRC)
- **Sancties** Reclame Code Commissie (RCC) en College van Beroep (CvB):
 - Aanbeveling (geen boete, geen verbod, geen rectificatie)
 - Bij etherreclame: na definitief worden uitspraak wordt reclame-uiting niet meer uitgezonden

Wet oneerlijke handelspraktijken: basisnorm

- Een handelaar handelt onrechtmatig jegens een consument indien hij een handelspraktijk verricht die oneerlijk is (art. 6:193b lid 1 BW).
- Handelspraktijk is **oneerlijk** indien handelaar handelt:
 - (a) strijdig met professionele toewijding, en
 - (b) vermogen gemiddelde consument om geïnformeerd besluit te nemen merkbaar is beperkt of kan worden beperktwaardoor de gemiddelde consument een **besluit over een overeenkomst** neemt of kan nemen dat hij anders niet had genomen (“**manipulatievereiste**”) (art. 6:193b lid 2 BW)
- NB: Besluit over een overeenkomst is een ‘laag hekje’



Wet oneerlijke handelspraktijken: uitwerking norm



- Handelspraktijk is **in het bijzonder oneerlijk** als sprake is van:
 - **misleidende** handelspraktijken: 6:193c t/m 6:193g BW
 - **agressieve** handelspraktijken: 6:193h en 6:193i BW
- De artikelen 6:193g en 6:193i BW bevatten zwarte lijsten van handelspraktijken die onder alle omstandigheden onrechtmatig zijn.
- Handelspraktijken op de zwarte lijsten: geen manipulatievereiste (dat wordt verondersteld)
- NB: Reclameoverdrijving (art. 6:193b lid 4 BW):
“De gangbare en rechtmatige reclamepraktijk waarbij overdreven uitspraken worden gedaan of uitspraken die niet letterlijk dienen te worden genomen, maken een reclame op zich niet oneerlijk”

Misleidende handelspraktijk: misleidende handeling



- Feitelijk **onjuiste informatie**, of info die de gemiddelde consument kan misleiden, al dan niet door algemene presentatie, t.a.v. (art. 6:193c lid 1 BW):
 - a. bestaan/aard product;
 - b. voornaamste kenmerken: beschikbaarheid, samenstelling, klantenservice/klachten, procedé, geschiktheid, hoeveelheid, te verwachten resultaten (etc.);
 - c. verplichtingen handelaar, symbool sponsoring, erkenning;
 - d. prijs(voordeel);
 - e. noodzaak onderdeel/vervanging/reparatie;
 - f. hoedanigheid etc. handelaar;
 - g. rechten consument, risico's consument;
- waardoor de gemiddelde consument een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen, dat hij anders niet had genomen (**manipulatievereiste**).
- NB: Aan lijstje sub b. wordt toegevoegd (27 september 2026):
milieu- of sociale kenmerken, circulariteitsaspecten zoals duurzaamheid, repareerbaarheid of recycleerbaarheid

Misleidende handelspraktijk: misleidende omissie

- Art. 193d BW: Iedere handelspraktijk waarbij **essentiële informatie**, nodig voor gemiddelde consument om **geïnformeerd besluit** over transactie te nemen, wordt **weggelaten**, **waardoor** de gemiddelde consument een **besluit** over een overeenkomst neemt of kan nemen dat hij **anders niet** had genomen.
= ook: essentiële informatie verborgen houden door onduidelijk, onbegrijpelijk, dubbelzinnig, te laat, commerciële oogmerk niet laten blijken, etc.
- Bij beoordeling of sprake is van een misleidende omissie rekening houden met:
 - feitelijke **context**,
 - **beperkingen** in het communicatiemedium,
 - maatregelen om **informatie langs andere wegen** ter beschikking van consument te stellen



De gemiddelde consument – HvJEU Compass Banca



Arrest

- HvJEU 14 november 2024, C-646/22 (*Compass Banca*)

Casus

- Italiaanse bank *Compass Banca* bood persoonlijke leningen aan, met optionele verzekeringen.
- Volgens de Italiaanse toezichthouder AGCM werd ten onrechte gesuggereerd dat de verzekering verplicht was.

Prejudiciële vraag

- Moet het begrip *gemiddelde consument* worden geherinterpreteerd in het licht van gedragswetenschap?
- Kunnen cognitieve vertekeningen (zoals framing) worden meegenomen bij de beoordeling van oneerlijke handelspraktijken?

De gemiddelde consument – HvJEU Compass Banca



Traditioneel (Gut Springenheide)

- Redelijk geïnformeerd, omzichtig en oplettend.
- Consument handelt rationeel, neemt verantwoordelijkheid.
- "*Information paradigm*": als correcte info wordt verstrekt, is consument beschermd.

Gedragswetenschappelijke kritiek

- Consumenten nemen vaak niet alle info op.
- Voorspelbare denkfouten beïnvloeden beslissingen.
- Bedrijven kunnen daarop inspelen, zeker online (*dark patterns*, gepersonaliseerde beïnvloeding).

De gemiddelde consument – HvJEU Compass Banca



Bevestiging + nuance

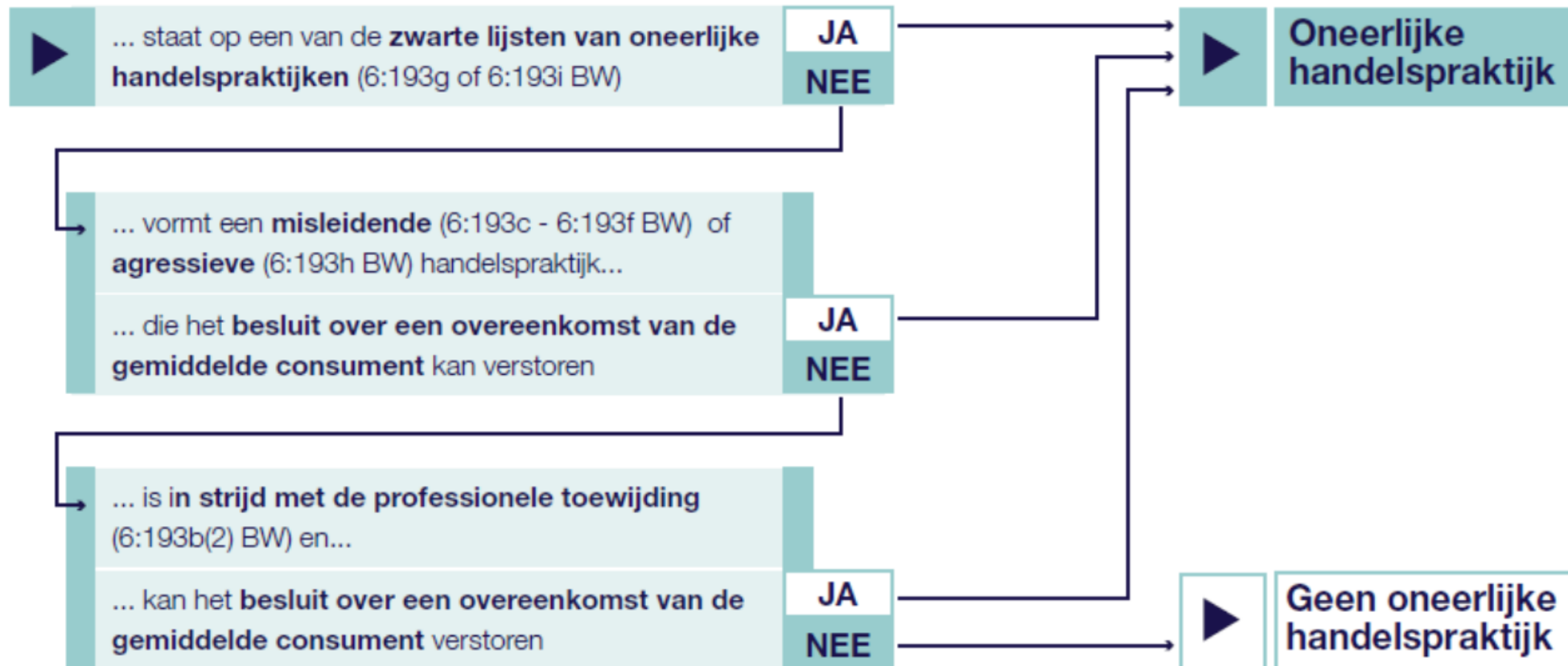
- Standaard gemiddelde consument blijft formeel gehandhaafd.
- MAAR: rechter mag cognitieve vertekeningen meenemen, **mits aangetoond** dat die het gedrag wezenlijk verstoren.

Implicaties voor de praktijk

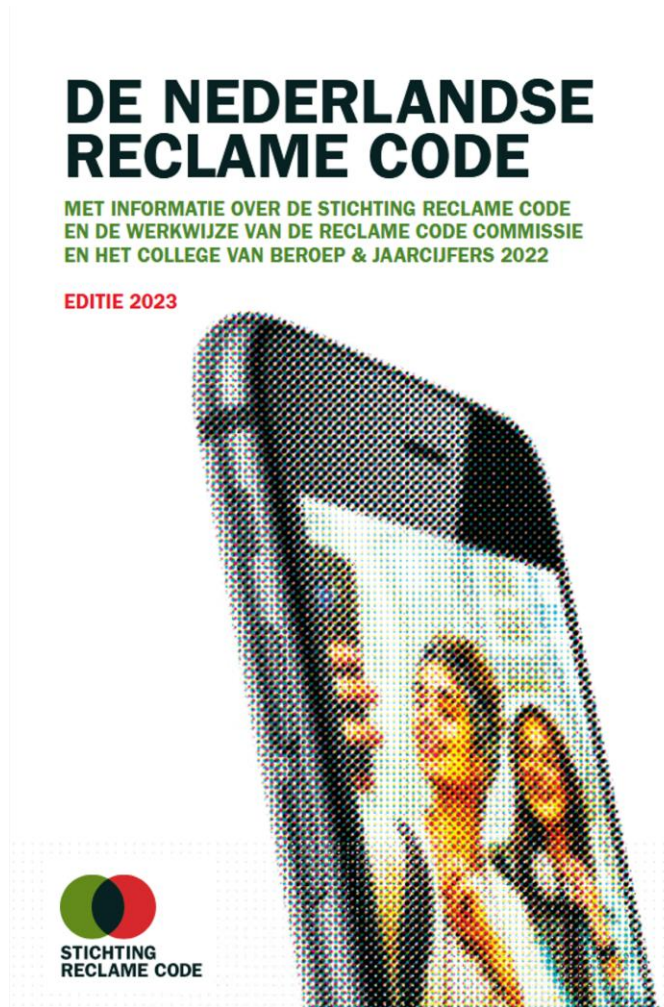
- Rechter mag (nog steeds) toetsen aan abstracte maatman.
- Gedragswetenschap kan relevante onderbouwing bieden.
- Geen omslag naar volledig empirische toets, maar wel meer ruimte voor realisme in beoordeling.

Oneerlijke handelspraktijk: schematisch

De handelspraktijk:



Code voor Duurzaamheidsreclame



- Duurzaamheidsclaims op **duidelijke, specifieke, juiste** en **ondubbelzinnige** wijze presenteren
- Duidelijk **onderscheid tussen ambitie en bereikte resultaat**
 - Duidelijke, objectieve en verifieerbare doelen, met concrete plannen om doelen te bereiken
- Alle duurzaamheidsclaims moeten **aantoonbaar juist** zijn. Adverteerder draagt bewijslast. Hoe absoluiter geformuleerd, hoe zwaarder de eisen aan het bewijsmateriaal
- Duidelijkheid als claims betrekking hebben op uitsluitend bepaalde **bestanddelen of aspecten**
- Claim afwezigheid schadelijk bestanddeel vergt bewijs mindere schadelijkheid vervangend bestanddeel
- Eerlijk **vergelijken**
- **Keurmerken**: herkomst moet duidelijk zijn en verwarring over betekenis uitgesloten

Guidance

Guidance: EC-Richtsnoeren OHP



MEDEDELING VAN DE COMMISSIE

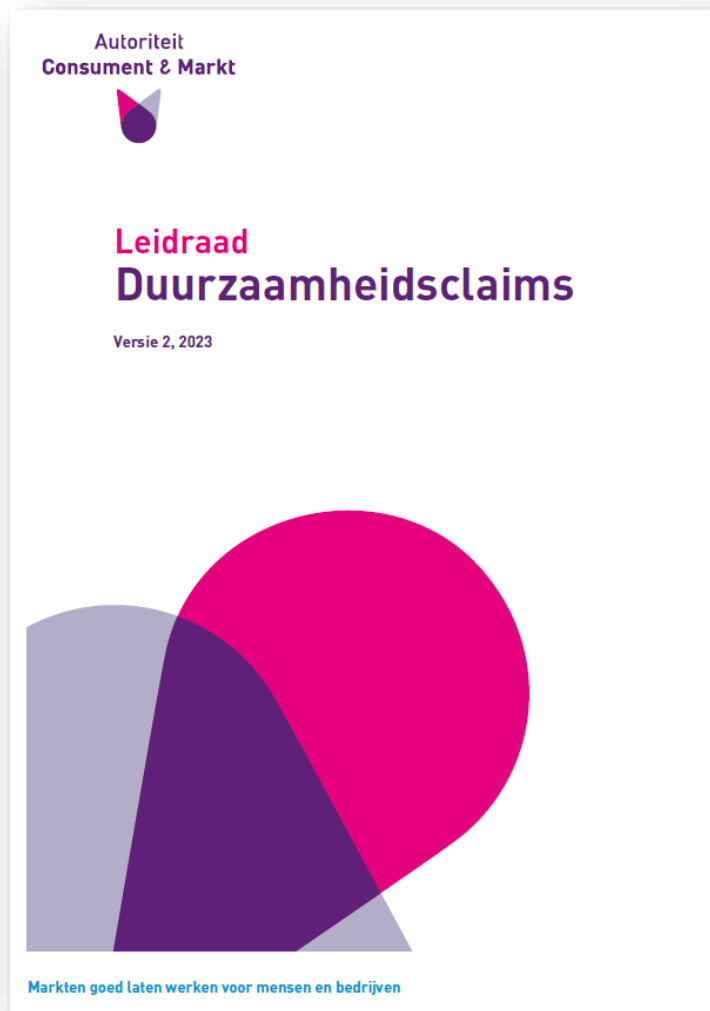
Richtsnoeren met betrekking tot de uitlegging en toepassing van Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt

(Voor de EER relevante tekst)

(2021/C 526/01)

- Paragraaf 4.1.1 (“Milieuclaims”)
- Claims moeten o.g.v. art. 6 en 7 Richtlijn OHP **duidelijk specifiek, juist en ondubbelzinnig** zijn, zodat ze niet misleiden
- Op grond van art. 12 Richtlijn OHP moeten handelaren hun claims met bewijzen kunnen staven
- Ook beeldmateriaal en algemene productpresentatie moeten realistisch zijn en het voordeel niet overdrijven
- **Vage, niet-onderbouwde termen** als “eco”, “groen”, “milieuvriendelijk”, “klimaatneutraal”, “bewust” of “verantwoord” zijn al snel misleidend

Guidance: ACM-Leidraad Duurzaamheidsclaims



1. Gebruik juiste, duidelijke, specifieke en volledige duurzaamheidsclaims
2. Onderbouw duurzaamheidsclaims met feiten en houd ze actueel
3. Maak eerlijke vergelijkingen met andere producten of concurrenten
4. Beschrijf toekomstige duurzaamheidsambities concreet en meetbaar
5. Zorg dat visuele claims en keurmerken behulpzaam zijn voor consumenten en niet verwarrend

Komend recht

Komend recht: Greenwashing-richtlijn (EU 2024/825)



- Aangenomen op **26 maart 2024**, implementatie uiterlijk **26 maart 2026**, bepalingen worden van kracht op **26 september 2026**
- Nieuwe verboden (Bijlage I Richtlijn OHP):
 - **Duurzaamheidskeurmerken** die niet op een certificeringsregeling zijn gebaseerd of niet door overheidsinstantie is ingesteld
 - **Generieke milieucclaims** zonder bewijs “erkende voortreffelijke milieuprestaties”
 - Milieucclaim over volledig product of bedrijfsactiviteit, terwijl claim **slechts op een bepaald aspect** betrekking heeft
 - O.b.v. **GHG-compensatie** claimen dat een product een neutrale, verminderde of positieve klimaatimpact heeft
 - **Voldoen aan wettelijke vereisten** presenteren als onderscheidend voordeel

Komend recht: Greenwashing-richtlijn (EU 2024/825)



- Strengere eisen aan **ambitieclaims**.
 - Duidelijke, objectieve, openbare en verifieerbare verplichtingen
 - Vastgelegd in “uitvoerig” en realistisch uitvoeringsplan, met meetbare doelen
 - Onafhankelijk geverifieerd door een onafhankelijke expert
 - Wiens bevindingen beschikbaar worden gesteld aan consument
- Strengere eisen voor **aanbieders van vergelijkingen op duurzaamheid**
 - Transparantie over methode, vergeleken producten, leveranciers van vergeleken producten
 - Databronnen en actualiteit

Komend recht (?): Voorstel Richtlijn groene claims



- Minimumnormen voor **onderbouwing**, **communicatie** en **controle** van vrijwillige milieclaims
- Lex specialis t.o.v. Richtlijn OHP, toepasselijk op claims gericht op EU-consumenten
- Kernverplichtingen:
 - Claims moeten gebaseerd zijn op wetenschappelijke beoordeling
 - Claims mogen voldoen aan wettelijke plicht niet als uniek voordeel presenteren
 - Claims moeten informatie geven over hele productlevenscyclus óf aangeven als dat niet zo is
 - Claims mogen geen significant nadeel elders verhullen
 - Claims moeten vergezeld gaan van onderbouwing (QR-code of weblink is OK)

Komend recht (?): Voorstel Richtlijn groene claims



CO₂-compensatieclaims

- Transparante opgave vereist (bijv. percentage CO₂ gecompenseerd)

Verificatieplicht (!)

- Door onafhankelijke, geaccrediteerde instantie
- Certificering nodig vóór gebruik van claim
- Uitzonderingen mogelijk voor eenvoudige claims + technische documentatie

Sancties

- GDPR-stijl: boetes tot **4% jaaromzet**
- **Kleine bedrijven** kunnen versoepelde regels krijgen

Inwerkingtreding

- ????

Trends

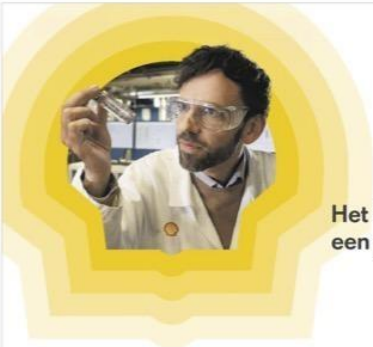
**TREND 1:
BESCHEIDENHEID SIERT
DE VERVUILER**

Uit EC-richtsnoeren OHP

- **Zwaar vervuilende bedrijfstakken** moeten erop toezien dat hun milieucclaims in relatieve zin correct zijn, bv. “minder schadelijk voor het milieu” in plaats van “milieuvriendelijk” (...). Hierdoor kan de gemiddelde consument zich een beter beeld vormen van de relatieve gevolgen van het product. (...) **De rechter of autoriteiten kunnen van zwaar vervuilende bedrijfstakken verlangen dat zij in hun milieucclaims aan de consument laten blijken dat het milieueffect van een product per saldo negatief is.**

Iedereen kent Shell van olie en gas (1)

22-12-2023 12:53 De Telegraaf



Het begint met een proef in het lab.

En voor je het weet bouw je een fabriek die biobrandstof maakt voor schoner vervoer.

Iedereen kent Shell van olie en gas. Intussen werken we op steeds meer plekken in Nederland ook aan schonere energie. Zo bouwen we bij Rotterdam een fabriek die afval (zoals gebruikt frituurvet en plantenresten) kan omzetten in biobrandstoffen. Hiermee kunnen we de uitstoot van vrachtwagens tot 90% verminderen.

Benieuwd hoe we ook schonere energie bereikbaar maken voor Nederland? Scan de QR-code.



#PoweringProgress



<https://paper.telegraaf.nl/data/841/readerreader.html?i=1703245951695f1prefered0/package/841/pub/2782/page/45>

CvB 13 november 2024, dossier 2024/00022-CvB (Shell)

Reclame-uitingen (10 stuks):

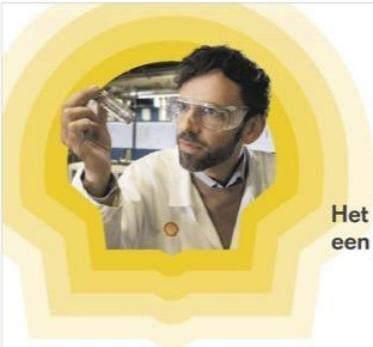
- Reclames over laadpalen, windmolens, biobrandstoffen
- Medium: abri's, banners, print, tv/bios, online

Kern van de klacht

- Misleidend duurzaam imago
- Shell benadrukt kleine duurzame initiatieven, en laat essentiële info weg over fossiele kernactiviteiten
- Contrast tussen marketing en werkelijke investeringspraktijk
- Schending art. 3.1 CDR – Misleidende claim of omissie
- Schending art. 3.2 CDR – Ambitieclaim zonder toelichting

Iedereen kent Shell van olie en gas (2)

22-12-2023 12:53 De Telegraaf



Het begint met een proef in het lab.

En voor je het weet bouw je een fabriek die biobrandstof maakt voor schoner vervoer.

Iedereen kent Shell van olie en gas. Intussen werken we op steeds meer plekken in Nederland ook aan schonere energie. Zo bouwen we bij Rotterdam een fabriek die afval (zoals gebruikt frituurvet en plantenresten) kan omzetten in biobrandstoffen. Hiermee kunnen we de uitstoot van vrachtwagens tot 90% verminderen.

Benieuwd hoe we ook schonere energie bereikbaar maken voor Nederland? Scan de QR-code.



#PoweringProgress



<https://paper.telegraaf.nl/data/841/reader.html?b=1703245951695f1prefereed0/package/841/pub/2782/page/45>

Oordeel CvB

- Over beoordeling als campagne: reclame-uitingen worden **individueel** beoordeeld. Geen toets als “geheel” ondanks massaliteit
- Over **fossiele context**: in bepaalde uitingen verwijzing naar fossiele activiteiten van Shell (“Iedereen kent Shell van olie en gas”). Geen misleidende omissie
- Waar die context ontbreekt: *“Weliswaar kan worden aangenomen dat de gemiddelde consument Shell kent als leverancier van fossiele brandstoffen [...], maar dat neemt niet weg dat een verwijzing naar die fossiele activiteiten in dit geval noodzakelijk is om tot uitdrukking te brengen dat die activiteiten nog steeds de kernactiviteiten van Shell vormen.”* **Misleidende omissie**

TREND 2:
VAAG DOEN IS EXIT

Duurzaam geteelde pinda's



RCC 19 september 2024, dossier 2024/00239 (*Calvé*)

Klachten (samengevat):

- a. Claim wekt de suggestie dat *het hele product* duurzaam is
- b. Claim suggereert dat *alle pinda's* duurzaam geteeld zijn
- c. Term “duurzaam geteeld” is onvoldoende onderbouwd (absolute claim zonder bewijs)

RCC-oordeel (o.g.v. CDR):

- Klacht **a** ongegrond: claim slaat duidelijk op de pinda's
- Klachten **b en c** gegrond:
 - De claim is **onduidelijk** geformuleerd
 - QR-code biedt onvoldoende verduidelijking
 - **Onvoldoende bewijs** dat pinda's echt duurzaam geteeld zijn (mass balance, 95% in pot gecertificeerd)

Fossielvrij/KLM (1)



Rechtbank Amsterdam 20 maart 2024, IER 2024/37 (Fossielvrij/KLM)

- WAMCA-zaak
- Eerste zaak bij civiele rechter over greenwashing in NL
- KLM zou consumenten misleiden met onduidelijke en te rooskleurige duurzaamheidsclaims
- Rechtbank: 15 van 19 onderzochte uitingen misleidend en onrechtmatig
- Het ging om claims als:
 - *“Samen op weg naar een duurzamere toekomst”*
 - *“Join us in creating a more sustainable future”*

Fossielvrij/KLM (2)



Toetsingskader:

- Wet OHP (art. 6:193a e.v. BW)
- Rechter gebruikt OHP-Richtsnoeren EC, ACM-Leidraad duurzaamheidsclaims en CDR als guidance

Kernpunten uit de beoordeling:

- Vage en algemene milieucclaims zoals “duurzaam” zijn misleidend zonder toelichting
- CO₂-compensatie mag niet worden gepresenteerd als uitstootreductie
- Ambities van KLM zijn onvoldoende concreet en schetsen een te rooskleurig beeld
- KLM mag reclame maken voor vliegreizen
- KLM hoeft niet te rectificeren

Fossielvrij/KLM (3)



- Rechter past EC-Richtsnoeren zeer direct toe – rechtstreekse norminvulling
- Illustratie van verschuiving richting strengere eisen aan milieueclaims.

Kritiek op de uitspraak (Verschuur/Valk):

- Toegewezen verklaring voor recht zonder concreet verbod of rectificatie – beperkte impact. Belang bij de vordering onvoldoende onderbouwd
- Meer uitleg verwacht bij het manipulatievereiste

NB:

- Greenhushing?

TREND 3:
KEURMERKEN ONDER
DRUK

Consumenten en keurmerken



- Onderzoek Motivaction i.o.v. Milieu Centraal onder 1.000 respondenten:
 - Een op de drie consumenten kan betrouwbare duurzaamheidskeurmerken niet onderscheiden van neplogo's of valse claims.
 - Bijna de helft (43%) van de consumenten wil een verbod op misleidende logo's of nepkeurmerken.
- Greenwashing-richtlijn: verbod op duurzaamheidskeurmerken die niet op een certificeringsregeling zijn gebaseerd of niet door overheidsinstantie is ingesteld -> ingangsdatum 27 september 2026
- Tip: www.keurmerkenwijzer.nl

Keurmerk “Climate-Neutral Certified”



- Uitgangspunt: **verwijzen naar keurmerk “Climate-Neutral Certified”** mag
- Losse claim ‘klimaatneutraal’ op basis van keurmerk “Climate-Neutral Certified” is no-go. Koppelen aan keurmerk & toelichten (want precieze betekenis keurmerk is onbekend bij consument)!
- CNG-certificeringseisen: niet écht klimaatneutraal, meer ‘*op weg naar klimaatneutraal*’

CvB (aanb. bev.) 6 juli 2022, 2022/00472 (Arla)

CvB 7 nov 2023, dossier 2023/00050 – CVB (Wakker Dier/Marley Spoon)

RCC 2 juli 2024, dossier 2024/00205 (PLUS)

TREND 4:
AMBITIE- PRAATJES
VULLEN GEEN GAATJES

Shell

CvB 6 maart 2024, dossier 2023/00346-CVB

- “*Veranderen voor een schonere toekomst*” is **onvoldoende concreet**
- CvB verwijst naar vuistregel 4 Leidraad ACM (beschrijf duurzaamheidsambities concreet en meetbaar)
- Vermelding “*Zoek online naar Shell*” niet genoeg
- Strijdigheid met art. 3.2 CDR, duurzaamheidsambities moeten **duidelijk, objectief en verifieerbaar** zijn, met concrete plannen



Primark



RCC 23 oktober 2023, 2023/00301 (*Primark*)

- Klacht over teksten als “We maken onze kleding circulair, zodat de wereld blijft draaien”
- Context billboards:
 - **Slogans** vallen op
 - Toelichtende teksten (bijv. “Tegen 2027 zal onze kleding recyclebaar zijn”) zijn **moeilijk leesbaar** van een afstand
 - Consument zal niet de moeite nemen om **QR-code** te scannen (zeker niet als de QR zich bijna op de grond bevindt)
- De slogans zijn **te absoluut, onvoldoende duidelijk** dat sprake is van een **ambitie**
- Bovendien:
 - Haalbaarheid ambitie niet voldoende aangetoond
 - Concrete plannen ontbreken: bewijs!

Blik op de toekomst

Blik op de toekomst



- Handhaving in voedingssector door de ACM
- Meer toezeggingsbesluiten ACM
- Toename in handhaving tussen concurrenten
- Stroom klachten bij de RCC gaat door
- Green Claims Directive wordt aangenomen, maar in afgezwakte vorm (Pre-vetting? Micro-ondernemingen?)
- Milieubewustheid van advocaten en rechters bij zaken over handhaving van IE-rechten zet zich door

A man and a woman are standing in a grassy field with a vineyard in the background. The sun is setting in the distance, creating a warm orange glow. The woman is on the left, wearing a light blue tank top and dark pants, holding a tennis racket. The man is on the right, wearing a white t-shirt with 'DJESSE' on the back, camouflage pants, and a red cap. The word 'VRAGEN?' is written in large white letters in the center of the image.

VRAGEN?



Daniël Haije

Partner | Lawyer (Advocaat)

T +31 (0)20 305 30 60

E dh@hoogenhaak.nl

