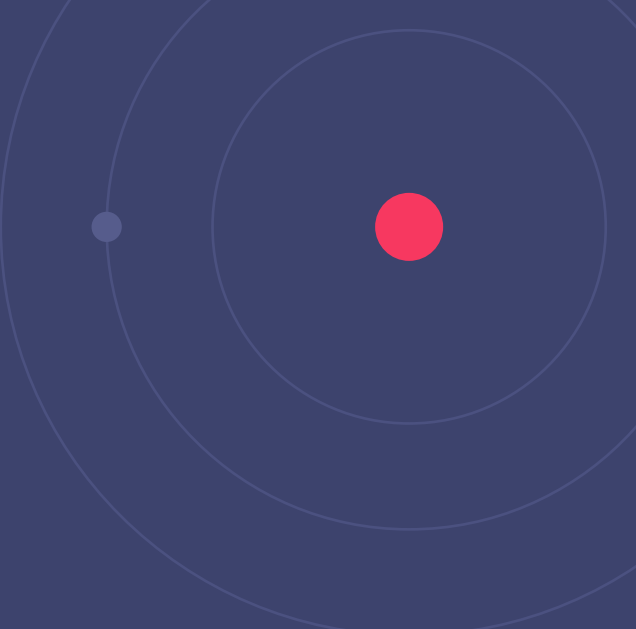




TOP-LOKALVERSORGER

Kommunikationsleitfaden

im Hinblick auf die EmpCo-Richtlinie (UWG)

Für eine transparente Kommunikation der Auszeichnung

Hinweise für ausgezeichnete Versorger | Stand: Juli 2026

HINWEIS

Bitte beachten Sie, dass die nachfolgenden Ausführungen ebenso für die Zertifikate „Vision E-Mobilität“ und „Vision Kommunikationstechnologie“ gelten.

DAS WICHTIGSTE AUF EINEN BLICK

TOP-Lokalversorger ist ein ganzheitliches Leistungssiegel. Die Auszeichnung bescheinigt keine Nachhaltigkeit, sondern bewertet die Gesamtleistung Ihres Unternehmens aus Verbrauchersicht – u. a. Preis-Leistungs-Verhältnis, Servicequalität, Transparenz, Kundenorientierung, regionale Verantwortung und Digitalisierung. Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte sind nur ein Kriterienbereich unter vielen.

Sie dürfen und sollen das Siegel weiterhin verwenden. Entscheidend ist, dass Sie es als das kommunizieren, was es ist: eine ganzheitliche Auszeichnung. Vermeiden sollten Sie eine Darstellung, die das Siegel als Umwelt-, Klima- oder Nachhaltigkeitsnachweis erscheinen lässt.

1

Hintergrund: Die EmpCo-Richtlinie

Die Richtlinie (EU) 2024/825 („Empowering Consumers for the Green Transition“, kurz EmpCo) soll Verbraucher besser vor irreführenden Umweltaussagen und unzuverlässigen Siegeln schützen („Greenwashing“). Sie ändert die EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (2005/29/EG) und wird in Deutschland durch eine Novelle des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) umgesetzt. Die neuen Regeln gelten ab dem 27. September 2026.

Die wichtigsten neuen Vorgaben für Ihre Werbung

- Allgemeine Umweltaussagen wie „umweltfreundlich“, „grün“, „öko“, „klimafreundlich“, „nachhaltig“ oder „energieeffizient“ sind ohne Nachweis einer anerkannten hervorragenden Umweltleistung verboten (Anhang I Nr. 4a UGP-Richtlinie).
- Nachhaltigkeitssiegel dürfen nur noch verwendet werden, wenn sie auf einem Zertifizierungssystem beruhen oder von staatlichen Stellen festgelegt wurden (Nr. 2a). Der Begriff ist weit gefasst und umfasst Siegel mit Bezug auf ökologische oder soziale Merkmale.
- Werbung mit „klimaneutral“ auf Basis von CO₂-Kompensation ist unzulässig (Nr. 4c).
- Umweltaussagen über das gesamte Produkt oder Unternehmen sind unzulässig, wenn sie tatsächlich nur einen Teilaspekt betreffen (Nr. 4b).
- Zukunftsversprechen (z. B. „klimaneutral bis 2035“) erfordern klare, objektive, öffentlich einsehbare und überprüfbare Verpflichtungen samt unabhängiger Überwachung.
- Werbung mit Selbstverständlichkeiten: Gesetzlich ohnehin Vorgeschriebenes darf nicht als Besonderheit des eigenen Angebots dargestellt werden.

Die Vorgaben gelten für jede geschäftliche Kommunikation – Website, Werbung, Social Media, Pressearbeit, Geschäftsberichte und Angebotsunterlagen.

2

Einordnung: Was TOP-Lokalversorger ist – und was nicht

TOP-Lokalversorger ist eine ganzheitliche Auszeichnung für Energie- und Wasserversorger. Sie wird seit 2008 jährlich vom Energieverbraucherportal in den Sparten Strom, Gas, Wasser und Wärme vergeben. Grundlage sind ein definierter Kriterienkatalog, eine umfangreiche Selbstauskunft und ein strenges, standardisiertes Prüfverfahren. Bewertet werden zahlreiche verbraucherrelevante Kriterien, darunter Preis-Leistungs-Verhältnis, Servicequalität, Transparenz, Kundenorientierung, regionale Verantwortung und Digitalisierung.

TOP-Lokalversorger ist kein Nachhaltigkeitssiegel und bescheinigt als solches keine Nachhaltigkeit. Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte fließen als ein Kriterienbereich unter vielen in die Gesamtbewertung ein – sie werden geprüft und mit Punkten bewertet, stehen aber nicht im Mittelpunkt und entscheiden nicht allein über die Vergabe. So erhalten beispielsweise ausschließlich Ökostromtarife, die ein EmpCo-konformes Siegel tragen, Punkte in diesem Bereich.

WAS DAS FÜR SIE BEDEUTET

- ✓ Sie dürfen weiterhin damit werben, dass Sie als TOP-Lokalversorger ausgezeichnet wurden.
- ✓ Sie dürfen weiterhin die hohe Servicequalität, Kundenorientierung, Transparenz und Ihr regionales Engagement hervorheben.
- ✓ Sie dürfen selbstverständlich auch über Ihre eigenen Nachhaltigkeitsmaßnahmen berichten.

WICHTIG IST LEDIGLICH, DIESE BEIDEN AUSSAGEN KLAR VONEINANDER ZU UNTERSCHIEDEN

- Die TOP-Lokalversorger-Auszeichnung bestätigt die Erfüllung eines umfangreichen Qualitätskatalogs für ein verbraucherfreundliches Gesamtangebot.
- Eigene Nachhaltigkeitsmaßnahmen beruhen auf den Aktivitäten Ihres Unternehmens und werden nicht durch die Auszeichnung als solche bestätigt.

Diese klare Trennung entspricht den Zielen der EmpCo-Richtlinie und schafft Vertrauen bei Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Wer die Auszeichnung korrekt als Bewertung der Gesamtleistung kommuniziert, trifft mit dem Siegel keine Umweltaussage im Sinne der EmpCo-Richtlinie. Problematisch wird es erst, wenn das Siegel durch Formulierung oder Gestaltungskontext als Umwelt- oder Nachhaltigkeitsnachweis dargestellt wird.

3

Fünf Grundregeln für Ihre Kommunikation

1

Als Gesamtleistungs-Auszeichnung kommunizieren.

Stellen Sie das Siegel stets als Auszeichnung für die Gesamtleistung dar – nie als Beleg für Nachhaltigkeit, Umweltfreundlichkeit oder Klimaschutz.

2

Präzise bleiben.

Nennen Sie das Auszeichnungsjahr und die ausgezeichnete(n) Sparte(n). Die Auszeichnung gilt für das jeweilige Kalenderjahr und Ihr lokales Versorgungsgebiet. Verwenden Sie keine abgelaufenen Siegel in aktueller Werbung.

3

Auf den Gestaltungskontext achten.

Auch die Platzierung zählt: Wird das Siegel unmittelbar neben Öko-Claims, grünen Naturmotiven oder Klimaneutral-Logos gezeigt, kann beim Verbraucher der Eindruck eines Umweltsiegels entstehen. Trennen Sie die Siegelkommunikation optisch und inhaltlich von Umweltwerbung.

4

Kriterien transparent machen.

Verweisen Sie bei der Siegelwerbung auf eine Fundstelle, unter der Verbraucher Informationen zur Auszeichnung und den Kriterien finden (z. B. Link auf www.top-lokalversorger.de).

5

Eigene Umweltaussagen separat absichern.

Aussagen wie „Ökostrom“, „klimaneutral“ oder „nachhaltig“ müssen Sie eigenständig EmpCo-konform belegen – das TOP-Lokalversorger-Siegel ist hierfür kein Nachweis und darf nicht als solcher angeführt werden.

4

Do's & Don'ts

✓ So machen Sie es richtig	✗ Das sollten Sie vermeiden
Siegel mit Jahr und Sparte verwenden: „TOP-Lokalversorger 2026 in der Sparte Strom“	Siegel ohne Jahres- und Spartenbezug oder mit abgelaufener Gültigkeit einsetzen
Auszeichnung mit den tatsächlichen Kriterien erklären: Preis-Leistung, Service, Transparenz, regionales Engagement	Das Siegel als „Nachhaltigkeitsauszeichnung“, „Umweltsiegel“ oder „Öko-Auszeichnung“ bezeichnen
Auf die Kriterien verlinken (www.top-lokalversorger.de/philosophie), damit Verbraucher die Bewertung nachvollziehen können	Aus dem Siegel Umweltaussagen ableiten: „ausgezeichnet nachhaltig“, „prämiert grün“, „TOP-Lokalversorger = klimafreundlich“
Siegel dem ausgezeichneten Unternehmen bzw. der ausgezeichneten Sparte zuordnen	Das Siegel auf einzelne Produkte oder Tarife übertragen, die nicht Gegenstand der Auszeichnung sind
Siegelkommunikation optisch von Öko- und Klimawerbung trennen	Das Siegel gestalterisch in einen Nachhaltigkeitskontext rücken (z. B. direkt neben „klimaneutral“-Logos oder in der Rubrik „Unsere Umweltsiegel“)
Bei Rückfragen von Kunden oder Presse auf die ganzheitliche Bewertung verweisen	Das Siegel in Nachhaltigkeitsberichten oder Ausschreibungen als Umwelt- oder Nachhaltigkeitsnachweis anführen

5

Formulierungsbeispiele

✓ Empfohlen	✗ Vermeiden
Website: „Die Stadtwerke Musterstadt sind TOP-Lokalversorger 2026 in den Sparten Strom und Gas – ausgezeichnet für ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis, Servicequalität, Transparenz und regionales Engagement. Mehr zu den Kriterien: www.top-lokalversorger.de “	„TOP-Lokalversorger 2026 – das Siegel für nachhaltige Energie aus Ihrer Region.“
Pressemitteilung: „Das Energieverbraucherportal hat uns erneut als TOP-Lokalversorger ausgezeichnet. Geprüft wurden u. a. Preisgestaltung, Servicequalität, Transparenz und regionale Verantwortung.“	„Ausgezeichnet nachhaltig: Wir tragen erneut das TOP-Lokalversorger-Siegel.“
Social Media: „Wir sind TOP-Lokalversorger 2026! Die Auszeichnung würdigt unsere Gesamtleistung – von fairen Preisen über guten Service bis zum Engagement vor Ort.“	„TOP-Lokalversorger = 100 % grüne Energie – offiziell bestätigt!“
Tarifwerbung: Siegel neben allgemeinen Unternehmens- und Serviceaussagen platzieren; Umweltaussagen zu einzelnen Tarifen separat und mit eigenem Nachweis treffen.	Das Siegel als Beleg in einer Ökostrom-Anzeige einsetzen („geprüfte Nachhaltigkeit“) oder direkt neben Klimaneutral-Claims abbilden.

6

Zusatzzertifikate „Vision E-Mobilität“ und „Vision Kommunikationstechnologie“

Neben der Auszeichnung TOP-Lokalversorger können Unternehmen die Zusatzzertifikate „Vision E-Mobilität“ und „Vision Kommunikationstechnologie“ erwerben. Sie würdigen das Engagement und die Angebote beim Ausbau zukunftsweisender Infrastruktur – bei der Elektromobilität bzw. der Kommunikations- und Breitbandtechnologie. Auch für diese Zertifikate gelten die Vorgaben der EmpCo-Richtlinie. Da beide Themen inhaltlich nahe an Umwelt-, Energie- und Klimafragen liegen, ist bei der Kommunikation besondere Sorgfalt geboten.

Worauf es ankommt

Kommunizieren Sie die Vision-Zertifikate als Auszeichnung für Innovationskraft, Angebotsvielfalt und zukunftsorientiertes Engagement im jeweiligen Bereich – nicht als Beleg für Nachhaltigkeit, Umweltfreundlichkeit oder Klimaschutz. Insbesondere „Vision E-Mobilität“ darf nicht so dargestellt werden, als bescheinige es eine ökologische oder klimabezogene Leistung. Umweltbezogene Aussagen (z. B. „klimafreundliche Mobilität“, „grüner Strom“, „nachhaltig“) müssen Sie – unabhängig vom Zertifikat – eigenständig und EmpCo-konform belegen.

- Stellen Sie das jeweilige Zertifikat als Auszeichnung für Ihr Angebot bzw. Engagement im Bereich E-Mobilität oder Kommunikationstechnologie dar – nicht als Umwelt- oder Nachhaltigkeitsnachweis.
- Nennen Sie das Zertifikat präzise mit Namen und Gültigkeitszeitraum (Nutzungslizenz für 12 Monate); verwenden Sie keine abgelaufenen Zertifikate.
- Trennen Sie das Zertifikat optisch und inhaltlich von Umwelt- und Klima-Claims, Öko-Logos und grünen Naturmotiven.
- Verweisen Sie auf eine Fundstelle mit Informationen zu Zertifikat und Kriterien (z. B. www.top-lokalversorger.de/zertifikate).
- Sichern Sie alle Umweltaussagen im Umfeld unabhängig vom Zertifikat eigenständig und EmpCo-konform ab.

Im Übrigen gelten die fünf Grundregeln (Abschnitt 3) und die Do's & Don'ts (Abschnitt 4) sinngemäß auch für die Vision-Zertifikate. Prüfen Sie vor jeder Veröffentlichung zusätzlich die Checkliste (Abschnitt 7).

7 Checkliste vor jeder Veröffentlichung

- ☐ Wird das Siegel als ganzheitliche Auszeichnung dargestellt – ohne Begriffe wie „nachhaltig“, „grün“, „öko“, „klimafreundlich“ in direktem Bezug auf das Siegel?
- ☐ Sind Auszeichnungsjahr und Sparte(n) korrekt angegeben und ist das Siegel noch gültig?
- ☐ Bezieht sich die Werbung auf das ausgezeichnete Unternehmen bzw. die ausgezeichnete Sparte (nicht auf einzelne, nicht ausgezeichnete Produkte)?
- ☐ Ist eine Fundstelle mit Informationen zu Auszeichnung und Kriterien angegeben (z. B. Link auf www.top-lokalversorger.de)?
- ☐ Steht das Siegel gestalterisch getrennt von Umwelt- und Klima-Claims, Öko-Logos und Naturmotiven?
- ☐ Sind alle Umweltaussagen im Umfeld (z. B. „Ökostrom“) eigenständig belegt und EmpCo-konform – unabhängig vom Siegel?
- ☐ Wird nicht mit gesetzlichen Selbstverständlichkeiten als Besonderheit geworben?
- ☐ Sind alle Kanäle geprüft (Website, Social Media, Print, E-Mail-Signaturen, Fahrzeugbeschriftung, Geschäftsbericht)?

8 Fragen & Kontakt

Bei Fragen zur Verwendung des Siegels oder zu konkreten Kommunikationsmaßnahmen wenden Sie sich gerne an uns:

✉ service@top-lokalversorger.de

☎ 0211 598978-42

➔ www.top-lokalversorger.de

Wir beobachten die regulatorischen Entwicklungen auf europäischer und nationaler Ebene laufend und entwickeln das Prüf- und Vergabeverfahren kontinuierlich weiter.

Rechtlicher Hinweis: Dieser Leitfaden dient als praktische Orientierungshilfe und ersetzt keine Rechtsberatung. Für die rechtliche Bewertung Ihrer konkreten Werbemaßnahmen – insbesondere eigener Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen – empfehlen wir die Abstimmung mit Ihrer Rechtsabteilung oder externem Rechtsrat.