

TaylorWessing | ECOFIDES

Green Claims vs. Greenwashing

04. Juli 2025 | Martin Prohaska-Marchried & Sabrina Hofmeister



TRAVEL INDUSTRY
CLUB TOURISMUS

Aktuelles aus Brüssel – Green Claims bleiben...

Entwurf Omnibus-RL:

- **EU KOM plant, 37 Gesetzesvorhaben bis Ende 2025 zu streichen**
- **CSRD** – gilt dann erstmals ab 2026 – für kleinere Unternehmen ab 2027
- **CSDDD** – Anwendung um ein Jahr auf Juli 2028 verschoben
→ Unternehmen mit < 1000 Mitarbeitern und Jahresumsatz < 50 Mio EUR ausgenommen
- **Rat und Parlament müssen dem Omnibus-Paket allerdings noch zustimmen – Mehrheiten?**

Green Claims Directive (GCD): Rückzug des Richtlinienvorschlags?

- 28.01.2025: erster Trilog
- 24.04.2025: zweiter Trilog
- **jüngster Verhandlungstermin abgesagt → Zustandekommen der Richtlinie aktuell unklar**

Aktuell

UWG

- Irreführungsverbot
- Deutsche und österreichische Rechtsprechung
- „Klimaneutral“ im Fokus bei Produkten

Sept 2026

Empowering-Consumers-RL

- Beschränkungen allgemeiner Umweltaussagen
- Umsetzungsplan für zukünftige Leistungen
- Nachhaltigkeitssiegel

2027/28

Green-Claims-RL

- Standards für ausdrückliche Umweltaussagen
- Verifizierungspflicht
- Neue Regeln für Anbieter:innen von Umweltzeichen

Umwelt-Werberecht in Österreich

- **Ausgangspunkt:** Irreführungsverbot im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
 - **Wahrheitsgrundsatz** – jede Werbeaussage muss wahr sein und darf nicht täuschen
- **Strenge Maßstäbe der Rechtsprechung** bei Umweltthemen, da:
 - die **emotionale Wirkung** die Werbung verstärkt
 - Nachhaltigkeit oft hoch **komplex und schwierig nachzuprüfen** ist
 - Umweltthemen in hohem Maß geeignet sind, den **Kaufentschluss** zu **beeinflussen**
- Wichtig, alle **wesentlichen Informationen und wissenschaftliche Belege** für die Beurteilung offenzulegen:
 - Beispiel Greenwashing-Check von Wizz Air: „Europas Airline mit dem kleinsten CO2-Fußabdruck.“
 - Keine Belege für diese Aussage – zudem ist Flugverkehr grundsätzlich nicht „grün“

Umweltkommunikation 2025

Bezieht sich die Aussage auf Scope I, II oder III Emissionen?

- Aufklärung über den **Umfang** der Emissionen- und der Reduktion für Verbraucher:innen notwendig
- Was sind „**direkte**“ CO₂ Emissionen?

Beschränkt sich die Aussage auf einzelne Produktionsschritte?

- Wie verstehen **Verbraucher:innen** die Aussage?
- Ist dabei klar, was **ausgeklammert** wird?



LG Berlin, 19.09.2023
102 O 15/23



LG Linz, 27.03.2023
3 Cg 69/22k

Und wie treten „Green Claims“ im Tourismus auf?

- Praktisch jede **Aussage mit einem Umwelt- oder Nachhaltigkeitsbezug**, wie zum Beispiel:
 - „Mit Ihrem Aufenthalt sparen Sie 30% an **CO₂-Emissionen**.“
 - „**Umweltschonende** und klimapositive Herstellung“
 - „Bis 2040 sind wir **klimaneutral!**“ – zB in einem Unternehmensleitbild
 - „Buchen Sie Ihren Aufenthalt in unserem **Eco-Sustainable-Apartment**“
- Außerdem:



„CO2-neutral reisen“

Deutsche Umwelthilfe (DUH) reichte Klage gegen Eurowings ein:

- Werbung für „**CO2-neutrale**“ Reiseoptionen:
 - Kompensation durch **Unterstützung von einem von 13 Klimaschutzprojekten** oder
 - Kompensation durch **Beimischung von SAF**

- OLG Köln:

- **Verbraucher** erwarten **weder eine Neutralität des Flugs selbst**, noch eine **Neutralisierung über mehrere 100 Jahre**
- Allerdings geht aus der Werbung selbst nicht hervor, wie die Neutralität **konkret erreicht** wird, wann und wie sie erfolgt und inwieweit sich die Kompensationen zusammensetzen
- Nach der BGH-Entscheidung muss diese Aufklärung bereits **auf der Werbung selbst** erfolgen, daher: **irreführend**



OLG Köln, Deutschland,
Urteil vom 13.12.2024,
6 U 45/24

„Gösser CO₂ neutral gebraut“

- Verein für Konsumenteninformation (VKI) klagte und bekam Recht (rechtskräftig)
- Werbung:
 - Idyllische Naturlandschaft
 - Wander:innen, die die frische Bergluft genießen
 - nachhaltiges Bier, das den Durst stillt und zugleich **CO₂-neutral gebraut wird**
- Kundenwahrnehmung: Wie wird „**gebraut**“ verstanden? Gesamter Herstellungsprozess ab der Ernte, inklusive energieaufwendige **Mälzen der Gerste mit Methangas (Erdgas)**?
- Urteil: "CO₂-neutral gebraut" **ist irreführend**, da unklar blieb, welche **konkreten Schritte** im Brauprozess CO₂-neutral sind.



LG Linz, Österreich,
Urteil vom 27.03.2023,
3 Cg 69/22k

Was droht vor Gericht?

- **Klage auf Unterlassung**
 - *Mitbewerber und bestimmte Vereinigungen können klagen*
 - *IdR: Kombination mit einstweiliger Verfügung*
 - *Aufwändige und kostenintensive Prozessführung*
 - *Ersatz der Kosten des Gegners bei Prozessverlust*
- **Beseitigung des „Greenwashing“**
 - *Überkleben von Plakaten*
 - *Rückholung von Werbematerialien (beispielsweise am POS)*
- **Urteilsveröffentlichung**
 - *z.B. auf der Startseite der Website für 30 Tage mit Überschrift „IM NAMEN DER REPUBLIK“ – idR parallel dazu in einer Tageszeitung*
- **Reputationsschaden - „Greenwashing-Check“ des VKI**



VKI, Greenwashing-Check vom 24.10.2023

Werbung mit „Klimaneutralität“

1. Wie wurde eine „Klimaneutralität“ erreicht?

- Aufteilung zwischen Einsparungen und Kompensationsprojekten
- Tauglichkeit von Waldschutzprojekten?

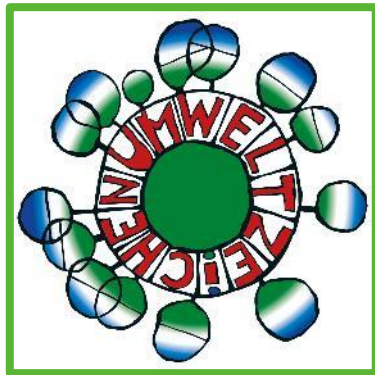
2. Wie wird über die Erreichung informiert?

- Nach BGH: Aufklärung bereits in der Werbung
- Verweis auf eine Webseite = nicht ausreichend, weil die Reduktion und die Kompensation keine gleichwertigen Maßnahmen zur Herstellung von Klimaneutralität sind – es gilt der Grundsatz des Vorrangs der Reduktion gegenüber Kompensation
- QR-Code?



Empowering-Consumers-Richtlinie

- Umsetzung in Österreich bis zum 27. März 2026; Anwendbarkeit ab dem 27. September 2026
- Erhebliche Beschränkungen, teils Verbot, für **allgemeine Umweltaussagen** („grün“/„nachhaltig“)
- Neue Anforderungen für Werbung mit **zukünftigen Umweltaussagen** („CO₂-neutral bis 2030“)
- Neue Regulierung der Verwendung von **Nachhaltigkeitssiegeln**



EmpCo-RL – neue „per se Verbote“ bei Umweltwerbung

- Ergänzung der „Schwarzen Liste“ – folgende Handlungen sind künftig immer verboten:
 - Allgemeinen Umweltaussagen ohne **anerkannte hervorragende Umweltleistung**;
 - Umweltaussage zum gesamten Produkt oder der gesamten Geschäftstätigkeit des Gewerbetreibenden, wenn sie sich **nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts oder eine bestimmte Aktivität** bezieht;
 - Verwendung eines **Nachhaltigkeitssiegels**, das nicht auf einem Zertifizierungssystem beruht und nicht von staatlichen Stellen festgesetzt wurde;
 - Werbeaussagen, die sich auf die **Kompensation von Treibhausgasemissionen** stützen und wonach ein **Produkt** hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat
(= **Verbot der CO₂-neutral-Werbung für Produkte auf der Basis von CO₂-Kompensationen!**)
→ daher wird auch „CO₂-neutral reisen“ ab dem 27.09.2026 per se verboten!
- CO₂-neutral-Werbung für **Unternehmen** auf der Basis von CO₂-Kompensationen?

Was sind eigentlich **Umweltaussagen**?

- „Eine „**Umweltaussage**“ ist eine **Aussage** oder **Darstellung**, [...], einschließlich Darstellungen durch Text, Bilder, **grafische Elemente** oder Symbole wie beispielsweise **Etiketten**, **Markennamen**, **Firmennamen** oder **Produktbezeichnungen**, im Kontext einer **kommerziellen** Kommunikation, in der ausdrücklich oder stillschweigend angegeben wird, dass
 - ein **Produkt**, eine Produktkategorie, eine **Marke** oder ein **Gewerbetreibender**
 - eine **positive** oder **keine** **Auswirkung** auf die Umwelt hat
 - oder **weniger** **schädlich** für die Umwelt ist **als** andere Produkte bzw. Gewerbetreibende
 - oder seine bzw. **ihre** **Auswirkung** im Laufe der Zeit **verbessert** wurde.“



Umweltwerbung mit dem Nachhaltigkeitsbericht?



- **Adressatenkreis:** Investor:innen oder auch Verbraucher:innen?
- „**Push-Reporting**“ – wenn der Bericht aktiv in der kommerziellen Kommunikation verwendet wird
- **Ausnahme im Entwurf der Green-Claims-RL (falls diese beschlossen wird...)**
 - Gilt nicht für ausdrückliche Umweltaussagen im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichtserstattung

Klimaneutral, umweltfreundlich, ökologisch - **allgemeine Umweltaussagen**



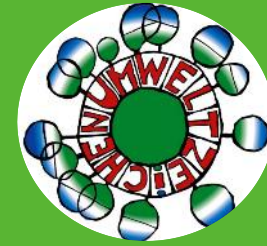
Nach EmpCo-RL grundsätzlich verboten, außer:

- Spezifizierung in demselben Medium ODER
- bei Nachweis einer „**anerkannten hervorragenden Umweltleistung**“ wie beispielsweise durch:
 - EU-Ecolabel
 - Äquivalentes **Umweltzeichen** ISO 14024 Typ I (Österreichisches Umweltzeichen, Blauer Engel)
 - Sonstige „**Top-Performance**“ nach EU-Recht

→ **Verbot** von Neutralitätsaussagen für Produkte!

Nachhaltigkeitssiegel

- „**Nachhaltigkeitssiegel**“: freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauenssiegel, mit dem Ziel, ein Produkt, Verfahren oder Unternehmen in Bezug auf **ökologische oder soziale Aspekte** herauszuheben oder zu fördern
 - **Verbot der Selbstzertifizierung – wichtig für eigene „Green Labels“:**
 - Zertifizierung nur durch öffentliche Stellen oder qualifiziertes Zertifizierungssystem, z.B. Nordic Swan, Ecolabel
 - **Anforderungen an das Zertifizierungssystem (durch Dritte):**
 - Steht allen Gewerbetreibenden offen
 - Anforderungen vom Systeminhabende mit Sachverständige:n ausgearbeitet
 - Umgang mit Verstößen muss festgelegt sein (inkl. Entzug des Siegels)
 - Überwachung nach objektivem Verfahren und durch einen Dritte - wie etwa nach **ISO 17065** „Konformitätsbewertung“
- **Gewerbetreibende – Systeminhabende – unabhängige:r Prüfer:in**



„Grüne Brauerei“ – Selbstzertifizierung?



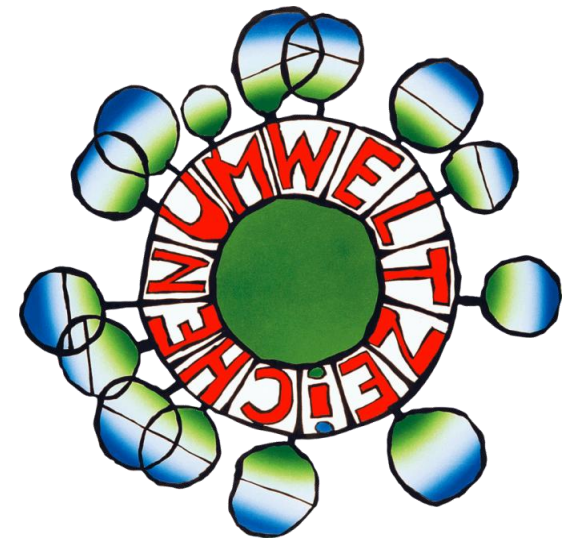
LG Linz, Österreich, Urteil vom
27.03.2023, 3 Cg 69/22k

Österreichisches Umweltzeichen

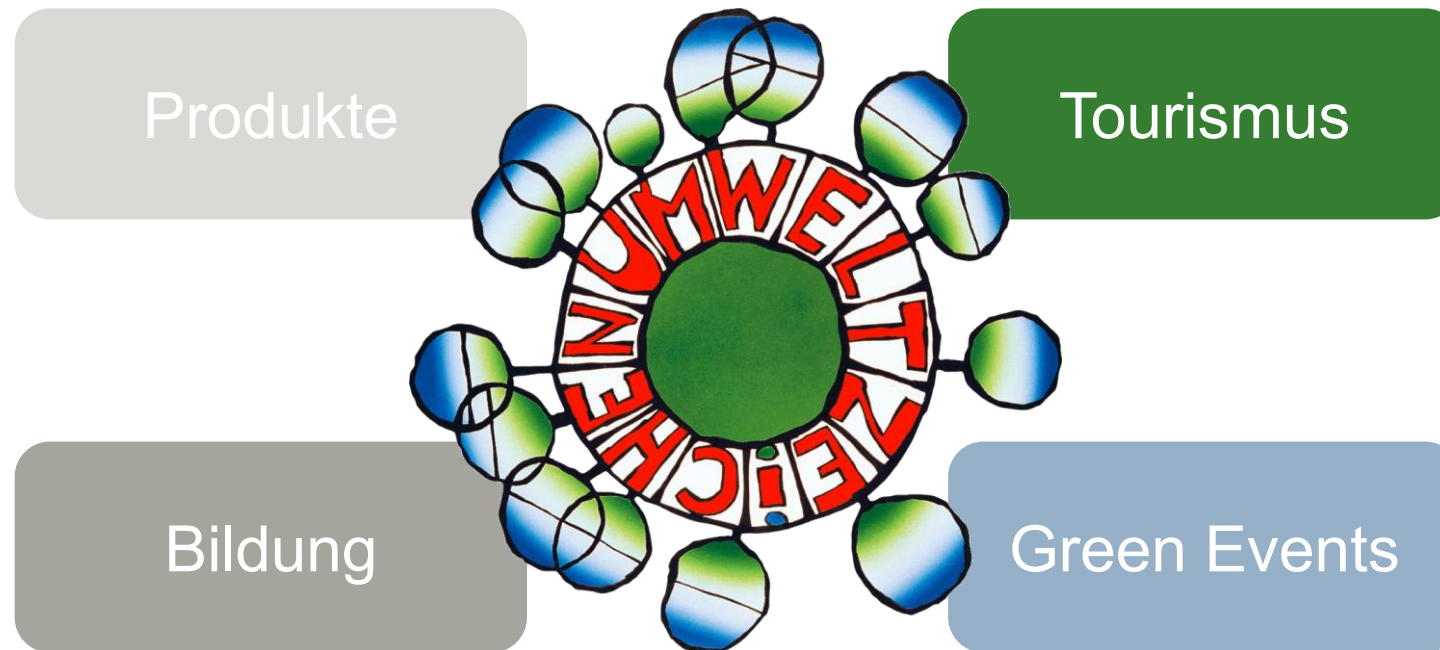
- Staatliches Gütesiegel (Gründung 1990)
- Träger ist das Klimaschutzministerium – BMLUK
- Im neuen Regierungsprogramm (2025-2029) verankert
- Kontrollstelle ist der Verein für Konsumenteninformation (VKI)
- Typ I – Umweltzeichen (nach ISO 14024)

Was bringt's?

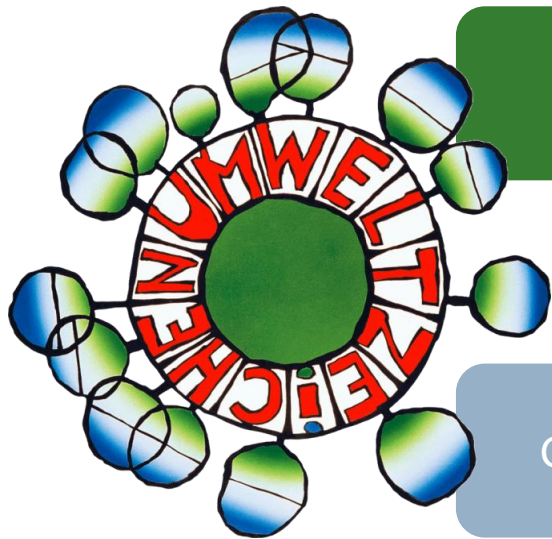
- Orientierungshilfe & Marketinginstrument
- Zeichen für Verantwortung und Start eines laufenden Prozesses
- Glaubwürdigkeit
- Vereinbarkeit mit EmpCO-RL Vorgaben



Österreichisches Umweltzeichen - Anwendungsbereiche



Österreichisches Umweltzeichen - Anwendungsbereiche



Tourismus

Green Events

Richtlinie UZ72

Richtlinie UZ82

Richtlinie UZ200

Richtlinie UZ62

Richtlinie UZ75

Reiseangebote

Destinationen

Tourismus-, Gastronomie- &
Kulturbetriebe

Meetings und Events

Messestände

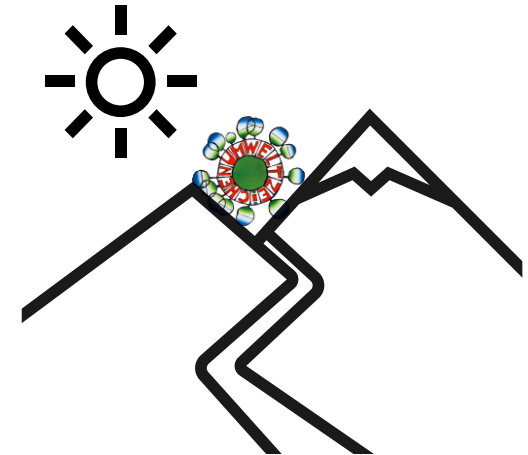
Österreichisches Umweltzeichen – Tourismusbetriebe (UZ200)

Ablauf

- Anmeldung & Förderungsbeantragung
- Umsetzung und Nachweis der Kriterien
- Externes Audit
- Verleihung durch das Ministerium
- 4 Jahre Zeichennutzung → Kontinuierlicher Prozess

Tipp: Parallel-Zertifizierung mit EU-Ecolabel

- Nachhaltigkeitssiegel der EU (TYP I Umweltzeichen nach ISO 14024)
- In AUT idente Zertifizierungsstelle und -tool wie Österreichisches Umweltzeichen
- Ähnliche Kriterien (wenige Zusatzangaben für EU-Ecolabel)
- Rabatt auf die Gebühren im Falle von einer Parallel-Zertifizierung



Kompensationsmaßnahmen

- „**Compensation Claims**“ sind Green Claims, wonach aufgrund von **Kompensationsmaßnahmen** ein Produkt oder ein Unternehmen **neutrale, reduzierte oder positive Auswirkungen** auf die CO₂-Bilanz hat:
 - **EmpCo-RL**: als Begründung für die Werbung mit „klimaneutral“ oder positiven Auswirkungen von **Produkten** auf die CO₂-Bilanz nicht mehr zulässig
 - **GC-RL in der Fassung des Rates**:
„Kompensationsaussagen“ bleiben als Begründung für die gleiche Werbung von **Unternehmen** **zulässig**, aber Netto-Null-Ziel muss zielstrebig und nach einem Umsetzungsplan verfolgt werden
 - **GC-RL in der Fassung des Parlaments**:
„Kompensationsaussagen“ als Begründung für die gleiche Werbung von **Unternehmen** **nicht mehr zulässig**, außer für in einem späteren Rechtsakt zu definierende „**Restemissionen**“

UM 017938139



UM 017938366



OLG Frankfurt am Main 10.11.2022,

6 U 104/22:

- Der Durchschnittskunde versteht den Begriff „klimaneutral“ im Sinne einer ausgeglichenen CO₂-Bilanz
- Dem Kunden ist regelmäßig bekannt, dass die Neutralität durch Vermeidung oder Kompensation erreicht werden kann
- Bezugsobjekt der Aussage – Unternehmen oder Produkt?
- Werden bestimmte Emissionen (z.B. Scope-3-Emissionen) ausgeklammert?

„Contribution Claims“ als Lösung?

- „**Contribution Claim**“ = eine ausdrückliche Umweltaussage über finanzielle Beiträge zu Umweltinitiativen **außerhalb der eigenen Wertschöpfungskette**, die **nicht für Kompensationszwecke** eingesetzt wird
 - „based on carbon credits that are counted towards national climate targets of the country hosting the emissions reduction or removals underlying the credit“
- „Compensation Claims“ sind in der Kommunikation von „Contribution Claims“ zu **trennen**.



**ClimatePartner
zertifiziertes Produkt**
climate-id.com/000001



Zukunftspläne – nur mehr mit detailliertem Umsetzungsplan



Zukunftspläne nach der EmpCo-RL:

- Klare, objektive, öffentliche, überprüfbare Verpflichtungen
- Zeit- und zielgebundener Umsetzungsplan
- Finanzierungsplan unter Berücksichtigung technologischer Entwicklungen
- Regelmäßiges Monitoring durch unabhängige:n Sachverständige:n
- Zurverfügungstellung der Überprüfungen durch Sachverständige:n an Verbraucher:innen

Modell für Umsetzungsplan → next slide



1. THG-Bilanzierung (E1-6)

- Corporate Carbon Footprint
- Scope 1
- Scope 2
- Scope 3



2. Übergeordnetes Klimaziel (E1-4)

- Science Based
- 1,5 Grad Ziel
- Long Term Target z.B. Net Zero



3. Emissionsreduktionspotential (E1-3)

- Hotspot Identifikation (inkl. Impacts)
- Dekarbonisierungshebel
- Maßnahmen (Szenariobasiert)
- Gebundene Emissionen



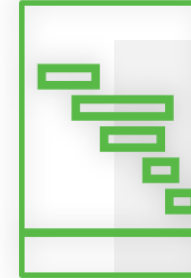
4. Zwischenziele (E1-4)

- Near/Mid Term Target
- Jährliche Reduktion



5. Klima-Roadmap (E1-4)

- Zeitplan
- Verantwortlichkeiten
- Innovationsplanung



6. Transition Plan (E1-1)

- Klima-Roadmap als Basis
- Finanzplanung / Investitionskosten
- Integration in Geschäftsstrategie
- Genehmigung durch Aufsichtsorgane



7. Monitoring (E1-4-9)

- Jährliche THG-Bilanzierung
- Kennzahlen
- Klima-Roadmap & Transition Plan

Quelle: ECOFIDES Consulting GmbH

Wesentliche Inhalte der Green-Claims-Richtlinie

- **Ausdrückliche Umweltaussagen:** Mindestanforderungen für den **Nachweis einer Umweltaussage:**

- Auf Grundlage **wissenschaftlich** anerkannter Methoden
- Nach einer **Lebenszyklusanalyse** und in Bezug auf alle wesentlichen Umweltauswirkungen
- Spezifizierung, ob **gesamtes Produkt/Unternehmen** oder nur Teile betroffen sind
- Nachweis, ob durch Verbesserung **eine Verschlechterung in anderen Auswirkungsbereichen**
- Klare **Differenzierungspflicht** zwischen eigenen Verbesserungen und Kompensationsmaßnahmen



- **Vorab-Überprüfung** und Vereinfachungen

- Zwingende **Vorab-Überprüfung aller Umweltaussagen und Umweltzeichen** durch unabhängige Verifizierungsstelle
- Ausstellung eines **Konformitätszertifikats**, gültig für bis zu fünf Jahre
- **Entfall der Vorab-Überprüfung** je nach Fassung der GC-RL

- Einbeziehung von **Kleinstunternehmen und KMU?**

Greenhushing – Vernichtung von Good Will und Markenwert?



Praxisbeispiele I

- Nachhaltige Unterkünfte & zertifizierte Hotels
 - ❌ **Nicht sagen:** „Dieses Hotel ist nachhaltig & umweltfreundlich.“
 - ✅ **Besser:** „Übernachte in einem Hotel mit Österreichischem Umweltzeichen, das 100 % Ökostrom nutzt und Bio-Küche serviert.“
- Sanfte Mobilität: Mit Bahn oder E-Bike durch Österreich
 - ❌ **Nicht sagen:** „Österreich ist einfach nachhaltig zu bereisen.“
 - ✅ **Besser:** „Steig in den Nachtzug und wache in den Alpen auf – mit dem ÖBB Nightjet reist du klimafreundlich & entspannt nach Österreich.“
- Regionale Kulinarik & Zero-Waste-Küche
 - ❌ **Nicht sagen:** „Genieße nachhaltige Spezialitäten aus Österreich.“
 - ✅ **Besser:** „Kosten Sie österreichische Spezialitäten direkt vom Erzeuger – von Slow Food Presidio-Käse bis zu Bio-Weinen aus der Wachau.“



Quelle: [Leitfaden Green Claims im Tourismus \(ÖW\)](#)

Praxisbeispiele II

- Sanfter Wintertourismus: Nachhaltig Skifahren & mehr
 - ❌ **Nicht sagen:** „Skifahren in Österreich ist umweltfreundlich.“
 - ✅ **Besser:** „Entdecke Skigebiete, die erneuerbare Energie nutzen & klimafreundliche Anreise fördern – wie Werfenweng mit autofreien Angeboten.“
- Nachhaltige Events & Kultur genießen
Quelle: Leifdaten Green Claims im Tourismus (ÖW)
 - ❌ **Nicht sagen:** „Österreich bietet nachhaltige Events & Kultur.“
 - ✅ **Besser:** „Erleben Sie Festivals, die auf Regionalität & Umweltbewusstsein setzen – wie das Wiener Filmfestival mit Mehrwegsystemen & Bio-Catering.“
- Natur & Nationalparks nachhaltig entdecken
 - ❌ **Nicht sagen:** „Durch und durch nachhaltig in unseren Wäldern.“
 - ✅ **Besser:** „Wandere auf zertifizierten Trails, begleite Ranger in geschützten Nationalparks & entdecke Österreichs Natur mit minimalem Fußabdruck.“

Quelle: Leitfaden Green Claims im Tourismus (ÖW)



Nutzen Sie die Zeit bis September 2026

Screening Ihrer Nachhaltigkeits-Kommunikation

Inwieweit fällt Ihre Kommunikation unter die Vorgaben der EmpCo-RL?

- Verwenden Sie allgemeine Umweltaussagen?
- Kommunizieren Sie künftige grüne Pläne?
- Entspricht Ihr Nachhaltigkeitssiegel den Vorgaben der EmpCo-RL?

Aufarbeitung mit ausreichender Vorlaufzeit

- Spezifizierung von Aussagen – was ist dabei zu beachten?
- Struktur und Dokumentation im Nachhaltigkeitsmanagement
- Erarbeitung von neuen Nachhaltigkeitsinhalten
- Zertifizierung mit entsprechendem Nachhaltigkeitssiegel
- Nutzung der neuen Inhalte für andere Stakeholder (z.B.: Bank)

Rechtlich am neuesten Stand bleiben → kommt die Green Claims Richtlinie?

Melden Sie sich bei Fragen gerne bei uns!

TaylorWessing

ECOFIDES

Kontakt Sabrina Hofmeister

Sabrina Hofmeister ist geschäftsführende Gesellschafterin der ECOFIDES Consulting GmbH und setzt seit ihrem Studium an der BOKU Wien einen Schwerpunkt auf das Thema Nachhaltigkeit.

Highlights aus dem Tourismusbereich und relevanten Inhalten sind:

- Begleitung Ausseerland Salzkammergut am Weg zur Zertifizierung als „**nachhaltige Tourismusdestination**“ (**Österreichisches Umweltzeichen**, laufend)
- **Über 40 Beratungen von österreichischen Tourismusbetrieben und Eventagenturen**
- Begleitung eines **Multi-Stakeholderprozesses für eine nationale Zertifizierungs- und Kennzeichnungsstrategie** (Österreich Werbung)
- **Diverse Treibhausgasbilanzen und Klimafahrpläne** (branchenübergreifend)
- **LCA (Ökobilanz)** nach ISO 14044 im Bereich Medizinprodukte:
<https://www.dovepress.com/getfile.php?fileID=95226>

sabrina.hofmeister@ecofides.at

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/sabrina-hofmeister>



Sabrina Hofmeister

ECOFIDES Consulting
GmbH

ESG Beratung, **branchenübergreifende Referenzen**

Beraterin für das **Österreichische Umweltzeichen** und **EU Ecolabel**

Expert:innenbeirat für die österreichische Stellungnahme für die GCD , **BMK – AUT Klimaschutzministerium**

Lektorin für ESG Modul – Governance Excellence Lehrgang, **WU Executive Academy**

Moderatorin und Speakerin, **diverse Fachkonferenzen**

Kontakt Martin Prohaska-Marchried

Martin Prohaska-Marchried ist Partner und Head of IP bei Taylor Wessing in CEE.

Highlights der Beratung und Vertretung zu Green Claims 2023 und 2024

- Vertretung der österreichischen Tochtergesellschaft einer deutschen Fluglinie gegen den Verein für Konsumenteninformation in einem der ersten Verfahren zur Werbung mit Green Claims vor Gericht.
- Gemeinsam mit der Österreich Werbung und vionmo in 2024 die Publikation „Green Claims im Tourismus“ mit Praxistipps zur Nachhaltigkeitskommunikation im österreichischen Tourismus.
- Rechtliche Begleitung bei der Entwicklung und bei dem Markenschutz einer europäischen Green Brand für Ferienimmobilien, siehe <https://www.interhome.de/news/2024/2024-08-08-Nachhaltigkeitslabel-Interhome/>

m.prohaska@taylorwessing.com

<https://at.linkedin.com/in/martinprohaskamarchried>



**Dr. Martin
Prohaska-
Marchried**

Partner, Wien

Notable Practitioner: "He is very good at unfair competition advice.", Intellectual Property – **Chambers Global 2024**

Martin Prohaska-Marchried, "a dedicated, meticulous and thoughtful lawyer who understands the business needs of his clientele, and incorporates them seamlessly into legal strategy", **WTR 1000 2024**

"... hoch qualifiziert in der Vertragsgestaltung", **JUVE Handbook Austria 2023/2024**