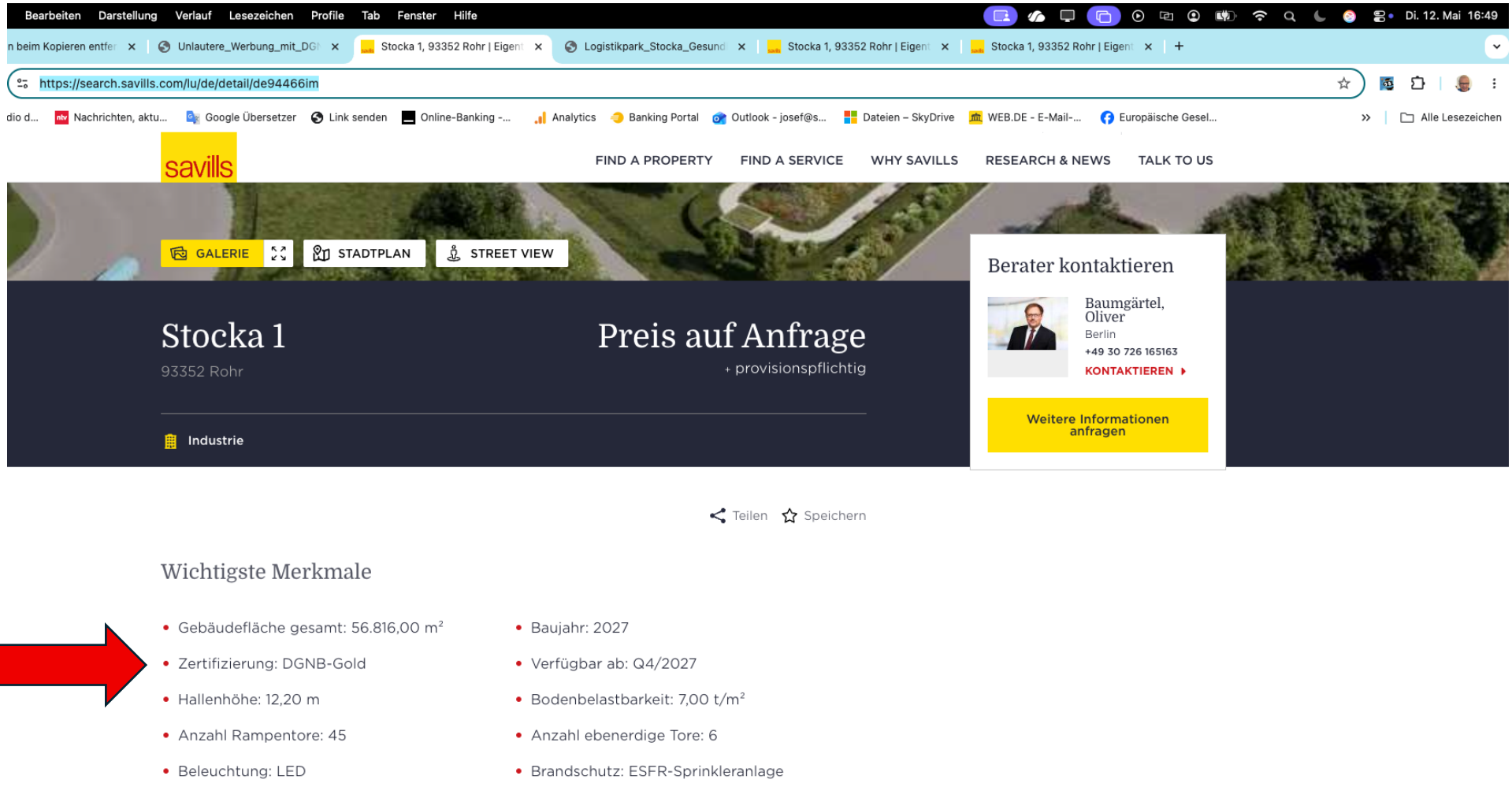
Unlautere Werbung mit DGNB Logo

Erneut (12.05.2026) wurde das Projekt Stocka 1 der Firma Panattoni [1]–
noch vor Erteilung einer Baugenehmigung des Projekts mit einer Zertifizierung DGNB-Gold widerrechtlich beworben.

Bereits im Dezember 2024 wurden Panattoni und DGNB auf dieses Fehlverhalten hingewiesen – die DGNB hat aber offensichtlich nach wie vor keine Konsequenzen aus dieser fortwährenden **unlauteren Werbung** gezogen.

Internet- Stand 12.5.2026, 16:49



[1] Der Projektant Panattoni ist natürlich auch für Werbe- Aussagen seiner Vertriebspartner zu seinem Projekt verantwortlich zu machen und müsste sofort nach Bekanntgabe (25.02.2026 Mail von EGGBI an DGNB!) des nach wie erfolgenden Missbrauchs diesen Partner anhalten, die irreführende "Nachhaltigkeitswerbung" unmittelbar - also sofort - einzustellen!

Erst nach meiner Beschwerde beim DGNB-Präsidium am 11.05.2026, nach mehrfachen unbeantworteten Anzeigen seit Februar 2026 an die für die Markenrechte zuständige Marketingabteilung der DGNB wurde am 12.05.2026 der Inhalt geändert:

Aussagen neu: ***Zertifizierung "DGNB- Gold wird angestrebt"*** ***Verfügbar ab Q2/2028***
Baujahr 2027 (Hinweis: noch liegt keine Baugenehmigung vor, die Nachbargemeinden haben bereits mit Klagen gedroht…)
Erneut wurden keine Sanktionen ausgesprochen!

Dabei stünden der DGNB eine Reihe von Konsequenzen bei Verletzung der Statuten zur Verfügung:

Wenn ein Projektant schon vor Erteilung der Baugenehmigung mit dem DGNB-Zeichen wirbt, bewegt er sich auf ziemlich dünnem Eis. Die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen hat klare Regeln, wann und wie ihr Zertifikat bzw. Label verwendet werden darf.

Typische Konsequenzen könnten sein:

1. Abmahnung und Unterlassungsaufforderung

Die DGNB kann den Projektanten zunächst formell auffordern, die unzulässige Nutzung sofort zu stoppen. Das ist meist der erste Schritt. (Erfolgte bereits im Frühjahr 2025 nach mehrmonatiger Verzögerung – erstmalige Missbrauch Meldung Anfang Dezember 2024!)

2. Entzug bzw. Verweigerung der Zertifizierung

Wenn das Projekt überhaupt zur Zertifizierung angemeldet ist, kann die DGNB das Verfahren stoppen oder später die Zertifizierung verweigern. Gerade wenn der Eindruck entsteht, dass bewusst irreführend geworben wurde.

3. Vertragsstrafen oder Sanktionen

Falls bereits ein Lizenz- oder Nutzungsvertrag für das DGNB-System besteht (z. B. über einen Auditor), können vertragliche Strafzahlungen greifen.

4. Rechtliche Schritte (Wettbewerbsrecht)

Die unberechtigte Nutzung kann als irreführende Werbung gelten (§ 5 UWG in Deutschland). Neben der DGNB könnten auch Wettbewerber dagegen vorgehen.

5. Reputationsschaden

In der Praxis oft fast gravierender:

Vertrauen bei Investoren, Käufern und Behörden kann stark leiden, wenn Nachhaltigkeitslabels „vorgezogen“ oder missbräuchlich eingesetzt werden.

Wird hier ein finanzstarker Partner seitens der DGNB vor Konsequenzen von unlauterer Werbung "geschützt?"

Wie stellt sich DGNB selbst dar?

> *"DGNB, das steht für Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen. Bei der DGNB handelt es sich um einen unabhängigen Non-Profit-Verein, der im Jahr 2007 gegründet wurde und sich zu Europas größtem Netzwerk für nachhaltiges Bauen entwickelt hat".* (Homepage)

Bedauerlicherweise finden sich im Präsidium der DGNB vorwiegend Architekten, Vertreter von Bau-Industrie- und Banken, aber kein einziger Vertreter von Umweltverbänden (nachhaltiger Flächen- Boden- Umwelt- Artenschutz, Umweltmedizin (gesundes, emissionsminimiertes Bauen, Verbraucherschutz und "kritischer Chemie" (mögliche Schadstoffe aus Bauprodukten!) und finanziert sich durch Mitgliedsbeiträge und Zertifizierungskosten.

Greenwashing mit nicht zertifizierter "Nachhaltigkeit" durch Panattoni ?

Mit dieser "Nachhaltigkeitswerbung" unter widerrechtlicher Nutzung des DGNB - Logos wurde hier bereits 2024 "nachhaltig" auch die Glaubwürdigkeit der DGNB geschädigt, weil diese offensichtlich nicht in der Lage ist, den eigenen Markenschutz auch konsequent durch "eigene Kontrolle der Geschäftspartner" zu gewährleisten, und möglicherweise aus wirtschaftlichen Gründen mit den zweifellos erforderlichen Maßnahmen gegen wiederholte missbräuchliche Logonutzung vorzugehen.

Einflussnahme auf Grundstückverkauf?

2024/2025 wurde mehrfach der Grundstückbesitzer Franz Rösl befragt, ob er tatsächlich – obwohl auch Vorsitzender der Interessensgemeinschaft "Interessensgemeinschaft gesunder Boden" – bereit ist, über 30 ha Naturlandschaft der wirtschaftlichen Nutzung und massiver Versiegelung preiszugeben:

03.07.2025 Mittelbayerische Zeitung, "Steht ein billiger Deal bevor?"

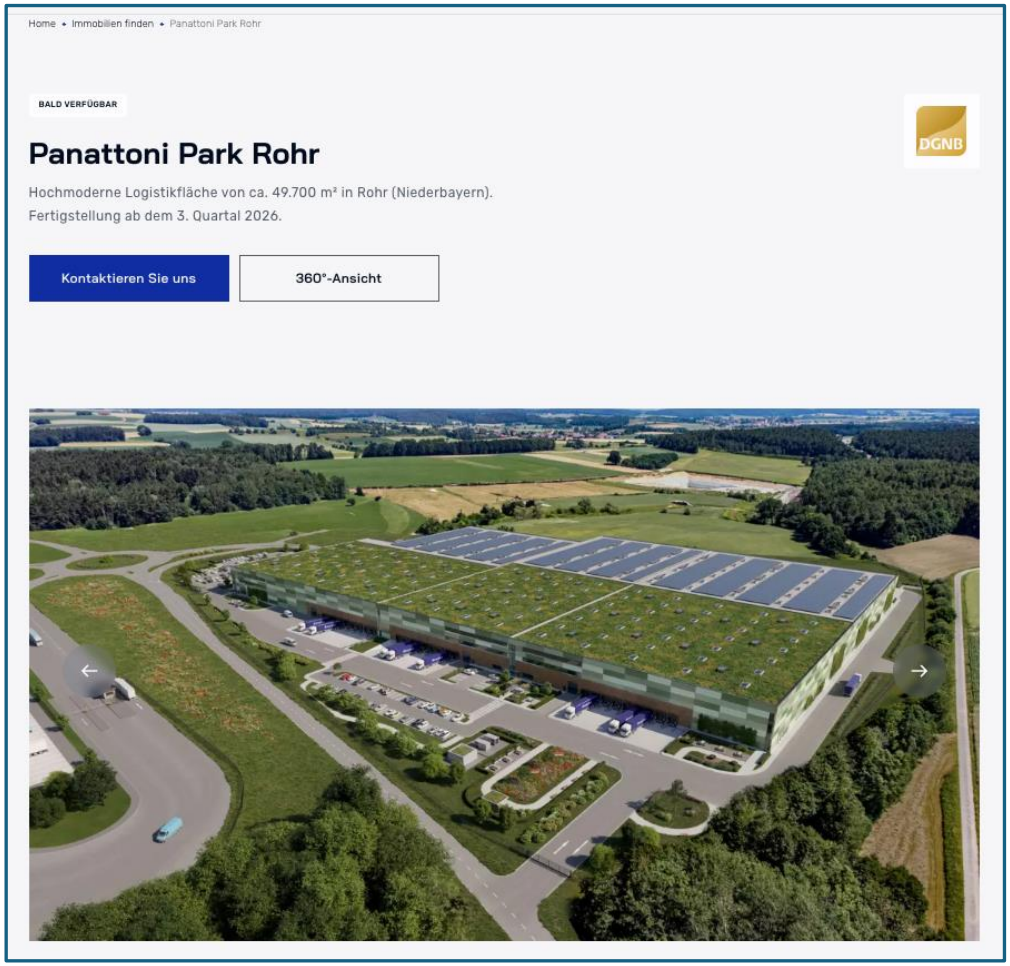
> *„Der Unternehmer erklärt gegenüber unserer Zeitung: „Der Verkaufsprozess ist noch offen, also noch nicht entschieden.“ Nach wie vor bestehe eine Reservierungsvereinbarung.* ***Auf die Frage, ob er „Nachhaltigkeitsthemen“ – diese hatte Rösl vor gut einem Jahr als wichtigen Punkt für einen Verkauf genannt*** *– durch Amazon inzwischen erfüllt sehe, antwortet er: „Das ist ein extrem komplexes Thema, welches sich im Prozess befindet.“*
> *"Rösl sagt auf Anfrage der Mediengruppe Bayern zu den Argumenten der Gegner: Diese „sollte man aus meiner Sicht im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsthemen besprechen.“*
> *Mehr Infos dazu im Kapitel 19 "Grundstückverkäufer" von Logistikpark Stocka (2)*

Die Tatsache, dass zwischenzeitlich die Projektanten massiv mit dem Logo DGNB- GOLD ihr Projekt öffentlich als besonders nachhaltig bereits vermarkteten - sollte sicherlich diesen ohnedies "Alibi-Entscheidungsprozess des Grundverkäufers" für die "Außenwirkung" massiv beeinflussen – aber auch Behörden, Umweltverbände "beruhigen".

Für die Allgemeinheit stellte sich dieser Panattoni- Internetauftritt eindeutig so dar, als wäre das Projekt bereits jetzt (noch vor Erteilung der Baugenehmigung) als besonders "nachhaltig" zertifiziert.

Erst nach einer Beschwerde durch EGGBI im Dezember sah sich die DGNB ("Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen") veranlasst, Panattoni aufzufordern, die widerrechtliche Verwendung des Logos zu beenden – dies ohne völlig ohne "Sanktionen",
praktisch als Einladung, die Praxis, mit DGNB GOLD zu werben fortgesetzt werden konnte und auch 2026 wieder angezeigt werden musste. Erneut dauerte es mehr als 2 Monate, bis DGNB darauf reagierte - erneut ohne Sanktionen.
(Dies stellt eindeutig eine Vorzug- Behandlung von Panattoni als kapitalkräftiger Kunde)

Die Bürgerintiative gegen diesen Logistikpark, vor allem aber die Umweltverbände sollten auf dieses rechtswidrige "Greenwashing" vor allem bei den künftigen Verhandlungen und in den Medien hinweisen.



Betrifft nur die Halle 2 ("Panattoni"- nicht die Amazon Halle) Homepage "panattonieurope.com" Stand Mai 2024
mit besonderer Bewerbung der "Nachhaltigkeit"
damals noch mit der Aussage Fertigstellung ab dem 3.Quartal 2026!
Mehr Infos Überblick sämtliche EGGBI Publikationen zum Logistikpark und
"Panattoni – systematisches "Greenwashing mit DGNB- Werbung?"