



EmpCo & UWG-Novelle

Neue Regeln für Umweltaussagen und Nachhaltigkeitssiegel im
Tourismus

Webseminar am 02.09.2026

mit Rechtsanwalt Florian Dukic; TourLaw- Noll |Hütten |Dukic
Rechtsanwälte

Schön, dass Sie dabei sind!



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Ministerium für Wirtschaft,
Industrie, Klimaschutz und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



NORD
RHEIN
WEST
FALEN

*Tour***LAW**
Noll | Hütten | Dukic Rechtsanwälte

EmpCo & UWG-Novelle

Neue Regeln gegen Greenwashing - ab 27. September 2026

Handlungsempfehlungen für die Tourismuswirtschaft

München, 02.09.2026

Rechtsanwalt Florian Dukic

TourLAW – Noll | Hütten | Dukic

Rechtsanwälte



Florian Dukic
Managing Partner

Frank Hütten
Managing Partner



Experten und Branchenspezialisten

- Branchenspezifische rechtliche Expertise und detaillierte Kenntnisse der Marktmechanismen



Am Puls der Branche

- Vertretung in diversen Ausschüssen des DRV
- Kooperation mit anderen Branchenverbänden
- Mitglied der DGfR



Netzwerk

- Umfangreiches Netzwerk
- Lokal und international



Know How

- Jahrzehntelange Erfahrung und Expertise in Rechtsfragen der Touristik



*Tour***LAW**

Vertreten in diversen Ausschüssen des DRV:

- Recht
- Betrugsbekämpfung
- Compliance
- Datenschutz

1 Einleitung

Ausgangspunkt, EmpCo-Richtlinie, UWG, Zeitachse, Geltungsbereich, Schwarze Liste, per-se-Verbote

2 Strikte Anforderungen an Umweltaussagen

Definitionen

3 Nachhaltigkeitssiegel

Begriff, Zertifizierungssystem, Mindestanforderungen

4 Transparenz bei Zukunftsversprechen

Künftige Umweltaussagen, Umsetzungsplan

5 Kompensationsaussagen

Produkt- vs. unternehmensbezogene Claims

6 Was ist jetzt zu tun? – Praxisbeispiele

To-do, Praxisfälle, Sanktionen, Handlungsempfehlungen

1 Einleitung

Ausgangspunkt · EmpCo-Richtlinie · Zeitachse · Geltungsbereich · Schwarze Liste · per-se-Verbote

Agenda

1. Einleitung

2. Umweltaussagen

3. Nachhaltigkeitssiegel

4. Zukunftsversprechen

5. Kompensations-
aussagen

6. To-do & Praxis



BGH "klimaneutral" (27.06.2024)

Hohe Transparenzanforderungen:
Kompensationsanteil, Art der Projekte,
Emissionsscoptes müssen offengelegt werden.

Handlungsbedarf jetzt!

Neue sog. "per-se-Verbote" gelten. Alle
Umweltaussagen, Siegel und Zukunftsversprechen
müssen geprüft und ggf. angepasst werden.

26.03.2024

27.06.2024

19.02.2026

27.09.2026

Inkrafttreten
EmpCo-RL

BGH-Urteil
"klimaneutral"

UWG-Novelle
verkündet

**Inkrafttreten der
neuen Regeln ohne
Übergangs- und
Aufbrauchsfristen!**

EU-Ebene



Empowering Consumers for the Green Transition

- Richtlinie (EU) 2024/825 vom 28.02.2024
- Schutz vor Greenwashing im B2C-Bereich
- Bessere Verbraucherinformationen
- Vollharmonisiertes Niveau in der gesamten EU
- Inkrafttreten: 26. März 2024



Deutschland



3. Gesetz zur Änderung des UWG

- Verkündet: 19. Februar 2026
- Geltung Umweltregeln: ab 27.09.2026
- Neue Legaldefinitionen in § 2 UWG
- Erweiterung der Schwarzen Liste (Anhang § 3 Abs. 3 UWG)
- Zentrale Instrumente: per-se-Verbote

§ 5 UWG

Irreführungsverbot

- Keine irreführenden Angaben über Umweltvorteile oder -wirkungen
- Maßstab: Durchschnittlich informierter Verbraucher
- Gilt für ausdrückliche und stillschweigende Aussagen

§ 5a UWG

Informationspflicht

- Wesentliche Informationen dürfen nicht vorenthalten werden
- Verbraucher müssen informierte Entscheidung treffen können
- Bereits strenge Praxis durch Abmahn-Rechtsprechung

ACHTUNG: Die EmpCo-Novelle verschärft diese Anforderungen erheblich – sog. “per-se-Verbote” ersetzen die aufwändige Einzelfallprüfung.

**Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
§ 3 Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen alte Fassung**

(1) Unlautere geschäftliche Handlungen sind unzulässig.

(2) Geschäftliche Handlungen, die sich an Verbraucher richten oder diese erreichen, sind unlauter, wenn sie nicht der unternehmerischen Sorgfalt entsprechen und dazu geeignet sind, das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich zu beeinflussen.

(3) Die im Anhang dieses Gesetzes aufgeführten geschäftlichen Handlungen gegenüber Verbrauchern sind stets unzulässig.

(4) Bei der Beurteilung von geschäftlichen Handlungen gegenüber Verbrauchern ist auf den durchschnittlichen Verbraucher oder, wenn sich die geschäftliche Handlung an eine bestimmte Gruppe von Verbrauchern wendet, auf ein durchschnittliches Mitglied dieser Gruppe abzustellen. Geschäftliche Handlungen, die für den Unternehmer vorhersehbar das wirtschaftliche Verhalten nur einer eindeutig identifizierbaren Gruppe von Verbrauchern wesentlich beeinflussen, die auf Grund von geistigen oder körperlichen Beeinträchtigungen, Alter oder Leichtgläubigkeit im Hinblick auf diese geschäftlichen Handlungen oder die diesen zugrunde liegenden Waren oder Dienstleistungen besonders schutzbedürftig sind, sind aus der Sicht eines durchschnittlichen Mitglieds dieser Gruppe zu beurteilen.

→ Jede der in der Anlage (schwarzen Liste) genannten Handlungen ist stets unzulässig, ohne Einzelfallprüfung oder Abwägung

Neu im Zuge der Umsetzung von EmpCo: Schwarze Liste mit neuen “per-se-Verboten” bei Umweltaussagen

Neuer, ergänzter Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG

*→ Schwarze Liste mit zusätzlichen neuen per-se-Verboten zu Umweltaussagen
→ die jeweilige Handlung ist stets unzulässig, ohne Einzelfallprüfung oder Abwägung*

Nr. 2a

Nachhaltigkeitssiegel ohne anerkanntes Zertifizierungssystem oder staatliche Festsetzung

STETS UNZULÄSSIG

Nr. 4a

Allgemeine Umweltaussage ohne nachweisfähige, anerkannte hervorragende Umweltleistung

STETS UNZULÄSSIG

Nr. 4b

Zukunftsversprechen (z.B. "Net Zero 2045") ohne detaillierten, extern geprüften Umsetzungsplan

STETS UNZULÄSSIG

Nr. 4c

Produktbezogene Kompensationsaussagen (z.B. "klimaneutrale Übernachtung", "klimaneutrale Reise")

STETS UNZULÄSSIG

Quelle: Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG (Fassung ab 27.09.2026)

B2C

B2C-Kommunikation

EmpCo betrifft alle Werbung für Waren und Dienstleistungen im B2C-Bereich. B2B-Kommunikation formal nicht erfasst, aber EmpCo-Grundsätze können ausstrahlen.

Tourismus

Besonders betroffen: Anbieter im Tourismus wie Beherbergung, Gastronomie, Erlebnisanbieter, Reiseveranstalter,

Nachhaltigkeitsaussagen sind zentrales Marketinginstrument – und damit besonderes Risiko für Abmahnungen durch Wettbewerber.

DMO

Destinationen & Plattformen

DMOs und Buchungsplattformen sind miterfasst – Haftung möglich, wenn Betreiber sich rechtswidrige Angebote der Leistungsanbieter zu eigen machen.

!

Sanktionsrisiko

Keine behördliche Umweltpolizei.
ABER: Durchsetzung durch Wettbewerber und Verbände
→ Wettbewerbsrechtliche Abmahnung, Unterlassung, Gerichtskosten.

2

Strikte Anforderungen an Umweltaussagen

Definitionen · Praxisbeispiele

Agenda

1. Einleitung

2. Umweltaussagen

3. Nachhaltigkeitssiegel

4. Zukunftsversprechen

5. Kompensations-
aussagen

6. To-do & Praxis

Legaldefinition:

“Jede nicht rechtlich verpflichtende Aussage oder Darstellung – in Text, Bildern, Symbolen, Etiketten, Marken- und Firmennamen, Produktbezeichnungen –, die ausdrücklich oder stillschweigend eine positive, keine oder geringere Umweltwirkung behauptet oder eine Verbesserung im Zeitverlauf suggeriert.”

Erfasste Darstellungsformen

Text & Beschreibungen

Bilder & Grafiken

Symbole & Icons

Etiketten & Labels

Marken- und Firmennamen

Produktbezeichnungen

“Jede nicht rechtlich verpflichtende Aussage oder Darstellung – in Text, Bildern, Symbolen, Etiketten, Marken- und Firmennamen, Produktbezeichnungen –, die ausdrücklich oder stillschweigend eine positive, keine oder geringere Umweltwirkung behauptet oder eine Verbesserung im Zeitverlauf suggeriert.”

„umweltfreundlich“, „umweltschonend“, „ökö“, „grün“, „naturfreundlich“, „ökologisch“, „umweltgerecht“, „klimafreundlich“, „umweltverträglich“, „CO2-freundlich“, „CO2-neutral“, „CO2-positiv“, „klimaneutral“, „energieeffizient“, „biologisch abbaubar“, „biobasiert“ oder ähnliche Aussagen sowie weiter gefasste Aussagen wie „bewusst“, „nachhaltig“ oder „verantwortungsbewusst“, mit denen eine hervorragende Umweltleistung suggeriert wird

A dense collage of various green and eco-friendly logos and brand names. The logos are arranged in a grid-like fashion, overlapping slightly. They include: Green, ftc, LocalHarvest, eco BIND, greenleaves, GREENFUL, ENVIROFIT, eco geek, Envirofit, ecohost.co.uk, Crispy Green, naturalpath, K1, greenia, green BUSINESS, planeteco, we, green rewards, ECO BUY, BRIGHTER PLANET, ecorazzi, RecycleBank, and many others. The logos often feature green leaves, recycling symbols, and the words 'green', 'eco', or 'environmental'.

Inhalte urheberrechtlich geschützt – Weitergabe und Veröffentlichung nur mit Zustimmung von TourLAW – Noll | Hütten | Dukic Rechtsanwälte

Legaldefinition (§ 2 Abs. 2 Nr. 1 UWG-neu):

Allgemeine Umweltaussage =

Umweltaussage, die

(1) nicht auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten ist UND

(2) deren Spezifizierung **nicht klar und hervorgehoben im selben Medium erfolgt**. Kurze, plakative Aussagen ohne objektiv nachprüfbaren Aussagegehalt.

Typische Beispiele – künftig per se unzulässig, wenn nicht zugleich im selben Medium spezifiziert wird:

X umweltfreundlich

X umweltschonend

X öko

X grün

X klimafreundlich

X klimaneutral

X energieeffizient

X nachhaltig

X biologisch abbaubar

X grüne Zukunft

X Nachhaltige Hotels

X besser für die Erde

Amtl. Begründung: "Faktisch in den allermeisten Fällen ein Totalverbot für allgemeine Umweltaussagen" – vom EU-Gesetzgeber bewusst in Kauf genommen!

Werbung mit allgemeinen Umweltaussagen ist nur noch zulässig, wenn eine der folgenden Voraussetzungen erfüllt ist:

- die Aussage erfolgt im Rahmen eines anerkanntermaßen verlässlichen Nachhaltigkeitsiegels (dazu später mehr),
oder
- das Unternehmen kann eine herausragende Umweltleistung belegen.

Herausragende Umweltleistung belegen heißt:

Umweltaussagen nur dann erlaubt, wenn sie

- **im selben Medium**
- **zugleich**
- **konkret erläutert und präzisiert werden**

→ In diesem Fall handelt es sich rechtlich nicht mehr um eine „allgemeine Umweltaussage“, sondern um eine spezifizierte.

3

Nachhaltigkeitssiegel

Begriff · Zertifizierungssystem · Mindestanforderungen · Checkliste

Agenda

1. Einleitung

2. Umwelt-aussagen

3. Nachhaltigkeitssiegel

4. Zukunftsversprechen

5. Kompensations-
aussagen

6. To-do & Praxis

Legaldefinition (§ 2 Abs. 2 Nr. 4 UWG-neu):

Freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauensiegel/Gütezeichen, das ein Produkt, Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit in Bezug auf ökologische oder soziale Merkmale hervorheben soll. Ausgenommen: verpflichtende Kennzeichnungen nach EU- oder nationalem Recht.

✗ UNZULÄSSIG (Nr. 2a)

- Eigene Unternehmens-Label ohne externe Kontrolle
- "Selbst erfundene" Green Labels
- Siegel ohne öffentlich einsehbare Bedingungen
- Siegel ohne unabhängige Drittprüfung



✓ ZULÄSSIG

- EU-Umweltzeichen (Ecolabel, VO Nr. 66/2010)
- Nationale Typ-I-Siegel nach DIN EN ISO 14024
- Siegel auf Basis anerkannter Systeme (z.B. GSTC, TÜV)
- Von staatlichen Stellen festgesetzte Kennzeichnungen

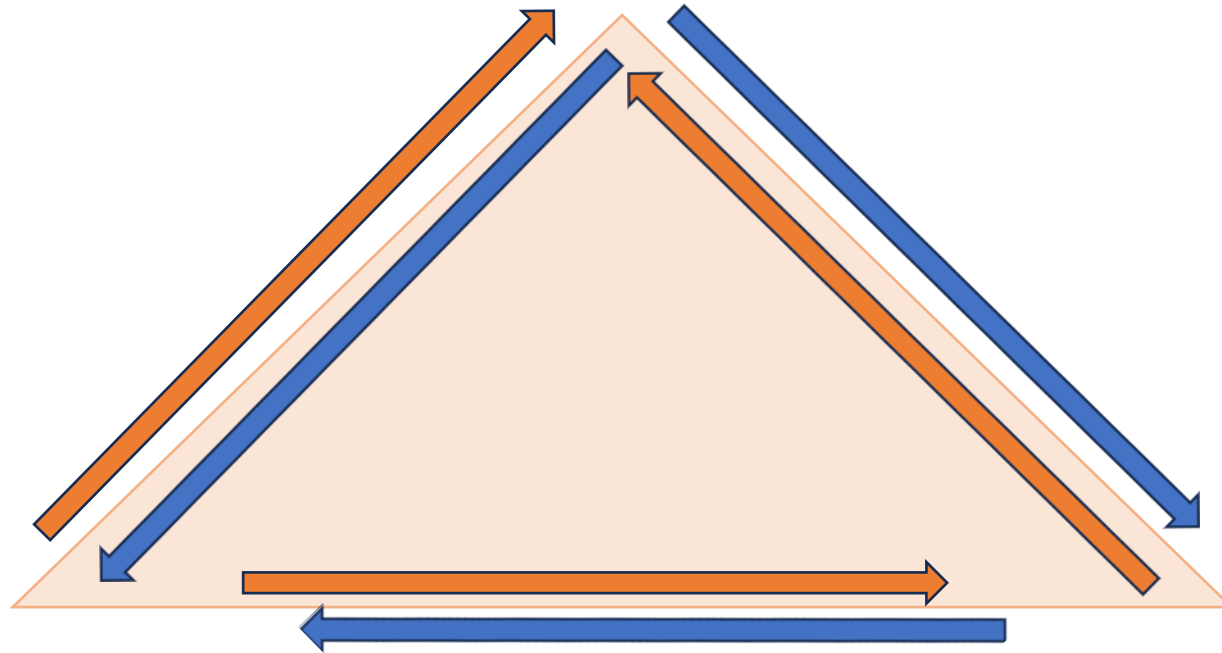


3-Personen-Verhältnis:

Systeminhaber

Unternehmer

Unabhängiger
Dritter



3-Personen-Verhältnis: Systeminhaber – Unternehmer – unabhängiger Dritter

- ✓ Organisatorische Unabhängigkeit der Zertifizierungsstelle
- ✓ Bedingungen und Anforderungen des Systems öffentlich einsehbar
- ✓ Offenheit für alle Gewerbetreibenden, die die Kriterien erfüllen
- ✓ Vergabekriterien mit ihrerseits unabhängigen Sachverständigen und Interessenträgern entwickelt (inkl. Umwelt- und Sozialverbände)
- ✓ Anerkannte Verfahren (z.B. ISO, ISEAL)
- ✓ Regelmäßige Überwachung der Einhaltung und Sanktionen
- ✓ Objektive Verfahren und qualifizierte, unabhängige Drittaudits

4

Transparenz bei Zukunftsversprechen

Kuenftige Umweltaussagen · Umsetzungsplan · Externe Pruefung

Agenda

1. Einleitung

2. Umwelt-aussagen

3. Nachhaltigkeitssiegel

4. Zukunftsversprechen

5. Kompensations-
aussagen

6. To-do & Praxis

Typische Zukunftsclaims:

"Klimaneutral bis 2030" · "Net Zero 2045" · "Wir werden bis 2035 emissionsfrei" · "100% erneuerbare Energie bis 2030"

Anforderungen an den Umsetzungsplan (Nr. 4b, § 2 Abs. 2 Nr. 7 UWG-neu):

- 1 Klare, objektive, öffentlich einsehbare Verpflichtungen
- 2 Messbare und zeitgebundene Ziele sowie Angaben zu erforderlichen Ressourcen
- 3 Detaillierter und realistischer Umsetzungsplan
- 4 Regelmäßige Überprüfung durch einen unabhängigen externen Sachverständigen
- 5 Plan und Prüfergebnisse öffentlich zugänglich und für Verbraucher einsehbar
- 6 Externe Erstellung empfohlen (Gesetz: möglich durch das Unternehmen selbst)



Bloße Absichtserklärungen oder unverbindliche Zielsetzungen reichen künftig nicht mehr aus – Externe Prüfung (Audit) wird dringend empfohlen.

5

Kompensationsaussagen

Produktbezogene Claims · Unternehmensbezogene Claims · BGH-Rechtsprechung

Agenda

1. Einleitung

2. Umwelt-aussagen

3. Nachhaltig-keitssiegel

4. Zukunfts-versprechen

5. Kompensations-
aussagen

6. To-do & Praxis

PRODUKTBEZOGEN

✗ Per-se-VERBOTEN (Nr. 4c)

Beispiele:

- "Klimaneutrale Übernachtung"
- "Klimaneutrale Reise"
- "CO2-neutrales Zimmer"
- "Emissionsfreies Pauschalangebot"



Jede Aussage, die ein Produkt als emissionsneutral/-reduziert darstellt und auf Kompensation beruht – stets unzulässig.

UNTERNEHMENSBEZOGEN

⚠ Möglich, aber streng reguliert

Pflichtangaben in der Werbung:

- Anteil der Kompensation an der Klimaneutralität
- Art der Kompensationsprojekte + Tauglichkeit
- Berücksichtigte Emissionen (Scope 1, 2, 3)
- Verhältnis Kompensation zu echter Reduktion
- Konformität mit BGH-Urteil "klimaneutral" (27.06.2024)

ABER: Transparenz muss in der Werbung selbst erscheinen – nicht nur auf Nachfrage oder im Kleingedruckten.

UNTERNEHMENSBEZOGEN

Frage:

Welche „Scopes“ des Greenhouse Gas Protocol berücksichtigt ?

Im Zusammenhang mit **Kompensationsaussagen („klimaneutral“)** verlangt die Rechtsprechung, dass offengelegt wird, **welche Emissionen in die Berechnung einbezogen wurden** – also welche „**Scopes**“ des Greenhouse Gas Protocol berücksichtigt sind:

Beispiel: Kompensationsaussage Hotelunternehmen

- **Scope 1:** Direkte Emissionen aus eigenen Quellen, z. B. Heizkessel, eigene Fahrzeuge, eigene Anlagen.
- **Scope 2:** Indirekte Emissionen aus zugekaufter Energie (Strom, Wärme, Kälte, Dampf), die das Unternehmen nutzt.
- **Scope 3:** Alle übrigen indirekten Emissionen der Wertschöpfungs- und Lieferkette, z. B. Anreise der Gäste, eingekaufte Waren und Dienstleistungen, Abfall, Geschäftsreisen.



Das Unternehmen muss klar angeben, ob seine Klimaneutralitäts- oder Kompensationsaussage nur auf Teile der Emissionen (z. B. Scope 1+2) oder auf die gesamten Emissionen inklusive Scope 3 gestützt wird – andernfalls ist die Aussage nach UWG als irreführend und unzulässig zu bewerten

6

Was ist jetzt zu tun? Praxisbeispiele

Bestandsaufnahme · Praxisfälle · Sanktionen · Handlungsempfehlungen

Agenda

1. Einleitung

2. Umwelt-aussagen

3. Nachhaltig-keitssiegel

4. Zukunfts-versprechen

5. Kompensations-
aussagen

6. To-do & Praxis

To-do: Bestandsaufnahme & Bereinigung – jetzt handeln!

1 Systematische Bestandsaufnahme

- Website, Buchungstrecken, Social Media prüfen
- Kataloge, Printmaterialien, Produktnamen prüfen
- Alle Umweltclaims, Siegel und Zukunftsversprechen erfassen

2 Analyse & Klassifikation

- Allgemeine Umweltclaims identifizieren
- Siegel auf EmpCo-Konformität prüfen
- Zukunftsversprechen auf Umsetzungsplan prüfen

3 Bereinigung – "Das muss weg!"

- Unzulässige Claims entfernen – auch online und aus älteren Social-Media-Posts
- Kataloge ggf. stoppen (nach Abmahnung: sofort)
- Buchungstrecken und DMO-Inhalte anpassen

4 Neugestaltung der Kommunikation

- Allgemeine Claims konkretisieren oder streichen
- Nur EmpCo-konforme Siegel verwenden
- Zukunftsversprechen mit Umsetzungsplan unterlegen

Achtung: Alles, was online abrufbar und rechtswidrig ist, muss entfernt werden – auch ältere Social-Media-Posts.

Kritischer Claim	Rechtl. Problem	Lösung
"Uns ist Nachhaltigkeit wichtig"	Allg. Umweltaussage (Nr. 4a)	Konkrete Massnahmen im selben Medium nennen oder streichen
"Nachhaltige Hotels" / "Für eine grüne Zukunft"	Allg. Umweltaussage (Nr. 4a)	Spezifizierung mit Zertifikat oder messbaren Angaben
"Klimaneutrales Biohotel" (Kompensation)	Als Produktclaim per se verboten (Nr. 4c)	Allenfalls als Unternehmensclaim zulässig, aber nur mit Transparenz einschließlich Scope 1/2/3
"Klimaneutral 2030" / "Net Zero 2045"	Zukunftsversprechen (Nr. 4b)	Detaillierter, extern geprüfter Umsetzungsplan erforderlich
"Zertifiziert nachhaltig" (Eigenlabel)	Siegel ohne System (Nr. 2a)	Externe Zertifizierung nachweisen, Standards offenlegen
"Hostels sind umweltfreundlicher"	Allg. Umweltaussage (Nr. 4a) in Form einer pauschalen Vergleichsaussage	Zugleich im gleichen Medium konkrete Kennzahlen (Energie, Emissionen) nennen

1

Umfassende Bestandsaufnahme

Alle Umweltaussagen, Siegel und Zukunftsversprechen systematisch erfassen – Website, Kataloge, Social Media, Buchungstrecken

2

Allgemeine Claims vermeiden

Allgemeine Umweltwerbung streichen oder durch konkrete, belegbare Aussagen mit Fakten im selben Medium ersetzen

3

EmpCo-konforme Siegel nutzen

Nur Siegel mit anerkanntem Zertifizierungssystem verwenden (EU-Ecolabel, GSTC, TÜV-zertifiziert usw.)

4

Zukunftsversprechen absichern

Net-Zero- und Klimaziel-Claims nur mit konkretem, extern geprüfem und öffentlich zugänglichem Umsetzungsplan

5

Inhalte aktuell halten

Regelmässig aktualisieren; bei Rechtszweifeln konservativ formulieren; juristischen Rat einholen

Weiterführend: Handlungsleitfaden der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) mit konkreten EmpCo-Empfehlungen
<https://www.germany.travel/de/trade/handlungsleitfaden-empco.html>

Checkliste – Die wichtigsten Prüfpunkte auf einen Blick

Vor dem 27.09.2026: Prüfen Sie Ihre gesamte Nachhaltigkeitskommunikation anhand dieser Checkliste

Allgemeine Umweltaussagen

Entfernen oder konkretisieren

Keine Claims wie 'umweltfreundlich', 'grün', 'klimaneutral', 'nachhaltig' ohne spezifischen Nachweis oder Spezifizierung im selben Medium

Nachhaltigkeitssiegel

Prüfen & ggf. ersetzen

Kein Siegel ohne anerkanntes Zertifizierungssystem (kein Eigenlabel!) – nur EU-Ecolabel, GSTC, ISO-Typ-I-Siegel u.ä. zulässig

Produktbezogene Kompensation

Sofort entfernen

Keine Claims wie 'klimaneutrale Übernachtung' oder 'klimaneutrale Reise' – diese sind ab 27.09.2026 per se verboten

Zukunftsversprechen

Plan erstellen oder Claim entfernen

'Klimaneutral 2030', 'Net Zero 2045' o.ä. nur mit öffentlich zugänglichem, detailliertem und extern geprüfem Umsetzungsplan

Unternehmensbezogene Kompensation

Angaben ergänzen

Kompensationsanteil, Art der Projekte, berücksichtigte Emissionsscopings (1/2/3) und Tauglichkeit der Projekte müssen in der Werbung selbst transparent dargestellt werden

Online & Social Media

Systematisch bereinigen

Alle rechtswidrigen Inhalte auf Website, Buchungsstrecke, Social Media (auch ältere Posts) entfernen – alles Abrufbare zählt

⚠ Stichtag: 27. September 2026 – Handeln Sie jetzt! Alle Kanäle bis dahin vollständig überprüfen und bereinigen.

Noch Fragen?

Wir freuen uns auf Ihre Fragen und den Austausch!



Hinweis

Diese Präsentation ersetzt keine individuelle Rechtsberatung

Kontakt

*Tour***LAW**



Telefon 089 / 38 15 30 095
Fax 089 / 38 15 30 096



Donnersbergerstr. 41
80634 München



kanzlei@nhdra.de
www.tourlaw.de

A scenic view of a half-timbered house and a windmill in a park-like setting. The house on the left is white with dark wooden beams and a tiled roof. The windmill on the right is made of wood and stone, with four large sails. The scene is set on a green lawn with trees in the background under a blue sky with clouds.

**Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!**