

Diskussionsentwurf

des Bundesministeriums der Justiz

Drittes Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb

A. Problem und Ziel

Nachhaltigkeitsaspekte spielen in der Verbraucherkommunikation von Unternehmen eine wichtige Rolle. Kaufentscheidungen, die Verbraucherinnen und Verbraucher auf Grundlage der von den Unternehmen zur Verfügung gestellten Informationen treffen, tragen dazu bei, dass sich nachhaltige Produkte am Markt durchsetzen. Informierte und sachgerechte Kaufentscheidungen können jedoch nur getroffen werden, wenn Umweltaussagen, Nachhaltigkeitsiegel und Haltbarkeitsangaben von Unternehmen über ihre Produkte und über ihre Unternehmenstätigkeit hinreichend verlässlich sind. Dafür müssen die relevanten Informationen klar und verständlich bereitgestellt werden und irreführende Geschäftspraktiken müssen unterbleiben.

Dementsprechend ist es Ziel der Richtlinie (EU) 2024/825 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2024 zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und durch bessere Informationen (ABl. L, 2024/825, 6.3.2024), zu einem nachhaltigen Konsumverhalten beizutragen. Die Richtlinie ist bis zum 27. März 2026 in nationales Recht umzusetzen. Die neuen Regelungen müssen ab dem 27. September 2026 angewendet werden.

Mit diesem Gesetzentwurf wird Artikel 1 der Richtlinie (EU) 2024/825 umgesetzt, der Änderungen der Richtlinie 2005/29/EG enthält. Darüber hinaus wird auch eine Bestimmung der Richtlinie (EU) 2023/2673 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. November 2023 zur Änderung der Richtlinie 2011/83/EU in Bezug auf im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/65/EG (ABl. L, 2023/2673, 28.11.2023) zum zusätzlichen Schutz von Verbraucherinnen und Verbrauchern auf Online-Schnittstellen umgesetzt.

Dieser Entwurf dient der Erreichung der Ziele der Resolution der Generalversammlung der Vereinten Nationen vom 25. September 2015 „Transformation unserer Welt: die UN-Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“ und trägt insbesondere zur Erreichung des Ziels 12 „Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen“, aber auch zur Erreichung von Ziel 16 bei, das in den Vorgaben 16.3 und 16.10 verlangt, die Rechtsstaatlichkeit zu fördern und den öffentlichen Zugang zu Informationen zu gewährleisten.

B. Lösung

Die Regelungen der Richtlinie (EU) 2024/825 werden im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) umgesetzt. Die bestehende Generalklausel des § 5 Absatz 1 UWG zum Verbot irreführender Praktiken wird hierbei in § 5 Absatz 2 und 3 UWG, in § 5b Absatz 3a UWG sowie im Anhang zu § 3 Absatz 3 UWG konkretisiert. Umweltaussagen müssen entweder klar und in hervorgehobener Weise auf demselben Medium erläutert werden oder auf einer anerkannten hervorragenden Umweltleistung beruhen oder durch ein Nachhaltigkeitsiegel unterlegt werden. Aussagen über zukünftige Umweltleistungen dürfen nur auf

Grundlage eines detaillierten und realistischen Umsetzungsplans mit messbaren und zeitgebundenen Zielen sowie mit klaren, objektiven und öffentlich einsehbaren Verpflichtungen getroffen werden. Nachhaltigkeitssiegel dürfen nur angebracht werden, wenn sie auf einem Zertifizierungssystem beruhen, das eine Überprüfung durch Dritte gewährleistet.

Der durch die Richtlinie (EU) 2023/2673 in die Richtlinie 2011/83/EU über die Rechte der Verbraucher eingefügte Artikel 16e wird im Anhang zu § 3 Absatz 3 UWG umgesetzt. Um die unlautere Beeinflussung von Verbraucherinnen und Verbrauchern beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz in Zukunft noch besser zu verhindern, wird klargestellt, dass die wiederholte Aufforderung, auf einer Online-Schnittstelle eine Auswahl zu treffen, unzulässig ist, wenn eine solche Auswahl bereits getroffen wurde.

C. Alternativen

Keine.

D. Haushaltsausgaben ohne Erfüllungsaufwand

Keine.

E. Erfüllungsaufwand

E.1 Erfüllungsaufwand für Bürgerinnen und Bürger

Durch Vermeidung wiederholter Aufforderungen bei Abschlüssen von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz, eine Auswahl zu treffen, obwohl diese bereits getroffen wurde, verringert sich der Zeitaufwand um rund 8 000 Stunden.

E.2 Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft

Für die Wirtschaft erhöht sich der jährliche Erfüllungsaufwand um rund 37,3 Millionen Euro. Zudem entsteht einmaliger Aufwand von rund 102,8 Millionen Euro. Davon sind 102,2 Millionen Euro der Kategorie Anpassung von Produkten, Fertigungsprozessen und Beschaffungswegen und 640 000 Euro der Kategorie Einführung oder Anpassung digitaler Prozessabläufe zuzuordnen.

Davon Bürokratiekosten aus Informationspflichten:

Davon entfallen 37,3 Millionen Euro auf Bürokratiekosten aus Informationspflichten.

E.3 Erfüllungsaufwand der Verwaltung

Für die Verwaltung ändert sich der Erfüllungsaufwand nicht.

F. Weitere Kosten

Sonstige Kosten für die Wirtschaft, Kosten für soziale Sicherungssysteme sowie Auswirkungen auf Einzelpreise und das Preisniveau, insbesondere auf das Verbraucherpreisniveau, sind nicht zu erwarten.

Diskussionsentwurf des Bundesministeriums der Justiz

Drittes Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb¹⁾

Vom ...

Der Bundestag hat das folgende Gesetz beschlossen:

Artikel 1

Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb in der Fassung der Bekanntmachung vom 3. März 2010 (BGBl. I S. 254), das zuletzt durch Artikel 21 des Gesetzes vom 6. Mai 2024 (BGBl. 2024 I Nr. 149) geändert worden ist, wird wie folgt geändert:

1. § 2 Absatz 2 wird durch die folgenden Absätze 2 und 3 ersetzt:

„(2) Im Sinne dieses Gesetzes ist

1. „allgemeine Umweltaussage“ eine schriftlich oder mündlich, einschließlich über audiovisuelle Medien, getätigte Umweltaussage, die nicht auf einem Nachhaltigkeitsiegel enthalten ist und bei der die Spezifizierung der Umweltaussage nicht klar und in hervorgehobener Weise auf demselben Medium angegeben ist;
2. „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ die Umweltleistung im Einklang mit der Verordnung (EG) Nr. 66/2010 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 über das EU-Umweltzeichen (ABl. L 27 vom 30.1.2010, S. 1), die zuletzt durch die Verordnung (EU) 2017/1941 (ABl. L 275 vom 25.10.2017, S. 9) geändert worden ist, mit nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach DIN EN ISO 14024 Typ I, Ausgabe Juni 2018, die bei der DIN Media GmbH, Berlin zu beziehen ist, die in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union offiziell anerkannt sind, oder mit Umwelthöchstleistungen nach sonstigem geltenden Unionsrecht;
3. „Betriebsstoff“ jeder Bestandteil einer Ware, der wiederholt verbraucht wird und ersetzt oder aufgefüllt werden muss, damit die Ware bestimmungsgemäß funktioniert;
4. „Nachhaltigkeitssiegel“ ein freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauenssiegel, Gütezeichen oder Ähnliches mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit in Bezug auf ihre ökologischen oder sozialen Merkmale oder beides hervorzuheben oder zu fördern, ausgenommen alle verpflichtenden

¹⁾ Artikel 1 Nummer 1 bis 4 Buchstabe a bis e dieses Gesetzes dient der Umsetzung der Richtlinie (EU) 2024/825 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2024 zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und durch bessere Informationen (ABl. L, 2024/825, 6.3.2024). Artikel 1 Nummer 4 Buchstabe f und g dieses Gesetzes dient der Umsetzung der Richtlinie (EU) 2023/2673 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. November 2023 zur Änderung der Richtlinie 2011/83/EU in Bezug auf im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/65/EG (ABl. L, 2023/2673, 28.11.2023).

Kennzeichnungen gemäß dem Recht der Europäischen Union oder dem Recht eines Mitgliedstaats der Europäischen Union;

5. „Umweltaussage“ jede Aussage oder Darstellung im Kontext einer geschäftlichen Handlung, einschließlich Darstellungen durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole wie beispielsweise Etiketten, Markennamen, Firmennamen oder Produktbezeichnungen, die rechtlich nicht verpflichtend ist und in der ausdrücklich oder stillschweigend angegeben wird, dass
 - a) 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, Produktkategorien, Marken oder Gewerbetreibende oder
 - b) die Auswirkung eines Produkts, einer Produktkategorie, einer Marke oder eines Gewerbetreibenden auf die Umwelt im Laufe der Zeit verbessert wurde;
6. „Zertifizierungssystem“ ein System der Überprüfung durch Dritte, durch das bestätigt wird, dass ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit bestimmte Anforderungen erfüllt, das die Verwendung eines entsprechenden Nachhaltigkeits Siegels ermöglicht und dessen Bedingungen, einschließlich seiner Anforderungen, öffentlich einsehbar sind und folgende Kriterien erfüllen:
 - a) das System steht allen Gewerbetreibenden unter transparenten, lauterem und diskriminierungsfreien Bedingungen offen,
 - b) die Anforderungen des Systems werden vom Systeminhaber in Absprache mit geeigneten Sachverständigen und Interessenträgern ausgearbeitet,
 - c) in dem System sind Verfahren für den Umgang mit Verstößen gegen die Anforderungen des Systems festgelegt und es ist der Entzug oder die Aussetzung der Verwendung des Nachhaltigkeitssiegels durch den Gewerbetreibenden im Fall von Verstößen gegen die Anforderungen des Systems vorgesehen und
 - d) die Überwachung der Einhaltung der Anforderungen des Systems durch einen Gewerbetreibenden unterliegt einem objektiven Verfahren und wird von einem Dritten durchgeführt, dessen Kompetenz und dessen Unabhängigkeit sowohl vom Systeminhaber als auch vom Gewerbetreibenden auf internationalen oder unionsweiten Normen und Verfahren oder auf Normen und Verfahren eines Mitgliedstaats der Europäischen Union beruht.

(3) Im Sinne dieses Gesetzes

1. ist „Funktionalität“ die Funktionalität im Sinne des § 327e Absatz 2 Satz 2 des Bürgerlichen Gesetzbuchs;
2. ist „Haltbarkeit“ die Haltbarkeit im Sinne des § 434 Absatz 3 Satz 2 des Bürgerlichen Gesetzbuchs;
3. ist eine „Online-Schnittstelle“ eine solche im Sinne von Artikel 3 Buchstabe m der Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG (Gesetz über digitale Dienste) (ABl. L 277 vom 27.10.2022, S. 1; L 310 vom 1.12.2002, S. 17);

4. ist „Softwareaktualisierung“ eine Aktualisierung, einschließlich einer Sicherheitsaktualisierung, die für den Erhalt der Vertragsgemäßheit von Waren mit digitalen Elementen im Sinne des § 327a Absatz 3 Satz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs, digitalen Inhalten im Sinne des § 327 Absatz 2 Satz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs und digitalen Dienstleistungen im Sinne des § 327 Absatz 2 Satz 2 des Bürgerlichen Gesetzbuchs erforderlich ist, oder eine Funktionsaktualisierung;
 5. sind „Verbraucher“ Verbraucher im Sinne des § 13 des Bürgerlichen Gesetzbuchs;
 6. sind „Waren“ Waren im Sinne des § 241a Absatz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs und Waren mit digitalen Elementen im Sinne des § 327a Absatz 3 Satz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs.“
2. § 5 wird wie folgt geändert:
- a) Absatz 2 Nummer 1 wird wie folgt gefasst:
 - „1. die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung wie Verfügbarkeit, Art, Ausführung, Vorteile, Risiken, Zusammensetzung, ökologische oder soziale Merkmale, Zubehör, Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit, Verfahren oder Zeitpunkt der Herstellung, Lieferung oder Erbringung, Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, Menge, Beschaffenheit, Kundendienst oder Beschwerdeverfahren, geographische oder betriebliche Herkunft, von der Verwendung zu erwartende Ergebnisse oder die Ergebnisse oder wesentlichen Bestandteile von Tests der Waren oder Dienstleistungen;“.
 - b) Absatz 3 wird wie folgt geändert:
 - aa) In Nummer 1 wird nach dem Wort „hervorruff“ das Wort „oder“ durch ein Semikolon ersetzt.
 - bb) In Nummer 2 wird der Punkt am Ende durch ein Semikolon ersetzt.
 - cc) Die folgenden Nummern 3 und 4 werden angefügt:
 - „3. mit Vorteilen für Verbraucher geworben wird, die irrelevant sind und sich nicht aus einem Merkmal des Produkts oder der Geschäftstätigkeit ergeben, oder
 4. mit ihr eine Umweltaussage über die künftige Umweltleistung getroffen wird, ohne klare, objektive, öffentlich einsehbare und überprüfbare Verpflichtungen, die in einem detaillierten und realistischen Umsetzungsplan festgelegt sind, der
 - a) messbare und zeitgebundene Ziele sowie weitere relevante Elemente umfasst, die zur Unterstützung seiner Umsetzung erforderlich sind, wie die Zuweisung von Ressourcen, und
 - b) regelmäßig von einem unabhängigen externen Sachverständigen überprüft wird, dessen Erkenntnisse Verbrauchern zur Verfügung gestellt werden.“
3. Nach § 5b Absatz 3 wird folgender Absatz 3a eingefügt:
- „(3a) Bietet ein Gewerbetreibender einen Dienst an, der Produkte vergleicht und dem Verbraucher Informationen über ökologische oder soziale Merkmale oder über

Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit der Produkte oder der Lieferanten dieser Produkte bereitstellt, so werden Informationen über die Vergleichsmethode, die betreffenden Produkte und die Lieferanten dieser Produkte sowie über die bestehenden Maßnahmen, um die Informationen auf dem neuesten Stand zu halten, als wesentliche Informationen angesehen.“

4. Der Anhang wird wie folgt geändert:

a) Nach Nummer 2 wird folgende Nummer 2a eingefügt:

„2a. unzulässiges Anbringen eines Nachhaltigkeitssiegels

das Anbringen eines Nachhaltigkeitssiegels, das weder auf einem Zertifizierungssystem beruht noch von staatlichen Stellen festgesetzt wurde;“.

b) Nach Nummer 4 werden die folgenden Nummern 4a bis 4c eingefügt:

„4a. nicht nachweisbare allgemeine Umweltaussage

das Treffen einer allgemeinen Umweltaussage, wenn der Gewerbetreibende die anerkannte hervorragende Umwelleistung, auf die sich die Umweltaussage bezieht, nicht nachweisen kann;

4b. unwahre Angabe zur Reichweite einer Umweltaussage

das Treffen einer Umweltaussage zum gesamten Produkt oder zu der gesamten Geschäftstätigkeit des Gewerbetreibenden, wenn sich die Umweltaussage nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts oder nur auf eine bestimmte Aktivität der Geschäftstätigkeit des Gewerbetreibenden bezieht;

4c. Aussagen zu Umweltauswirkungen bei Kompensation von Treibhausgasemissionen

das Treffen einer Aussage, die sich auf die Kompensation von Treibhausgasemissionen gründet und nach der ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat;“.

c) Nach Nummer 10 wird folgende Nummer 10a eingefügt:

„10a. Darstellung gesetzlicher Produkthanforderungen als Besonderheit eines Angebots

die Präsentation von Anforderungen, die kraft Gesetzes für alle Produkte in der betreffenden Produktkategorie auf dem Unionsmarkt gelten, als Besonderheit des Angebots des Gewerbetreibenden;“.

d) Nach Nummer 23c werden die folgenden Nummern 23d bis 23j eingefügt:

„23d. Vorenthalten von Informationen über negative Auswirkungen von Softwareaktualisierungen

die Zurückhaltung von Informationen über den Umstand, dass sich eine Softwareaktualisierung negativ auf das Funktionieren von Waren mit digitalen Elementen oder auf die Nutzung digitaler Inhalte oder digitaler Dienstleistungen auswirken wird;

23e. Irreführung über die Notwendigkeit einer Softwareaktualisierung

die Darstellung einer Softwareaktualisierung als notwendig, wenn sie lediglich der Verbesserung der Funktionalitätsmerkmale dient;

23f. Bewerbung von Waren mit intendierter begrenzter Haltbarkeit

jedwede Bewerbung einer Ware, die ein zur Begrenzung ihrer Haltbarkeit eingeführtes Merkmal enthält, obwohl dem Gewerbetreibenden Informationen über dieses Merkmal und seine Auswirkungen auf die Haltbarkeit der Ware zur Verfügung stehen;

23g. unwahre Angaben über die Haltbarkeit

die falsche Behauptung, dass eine Ware unter normalen Bedingungen für eine bestimmte Zeit oder mit einer bestimmten Intensität ohne Beeinträchtigung ihrer Funktion genutzt werden kann;

23h. Irreführung über die Reparierbarkeit

die Präsentation einer Ware als reparierbar, wenn sie es nicht ist;

23i. Irreführung über die Notwendigkeit der Ersetzung von Betriebsstoffen

das Veranlassen des Verbrauchers, Betriebsstoffe einer Ware früher zu ersetzen oder aufzufüllen, als dies aus technischen Gründen notwendig ist;

23j. Vorenthalten von Informationen oder Irreführung über die technische Unvereinbarkeit von Betriebsstoffen, Ersatzteilen oder Zubehör

die Zurückhaltung von Informationen darüber, dass die Funktionalität von Waren beeinträchtigt wird, wenn Betriebsstoffe, Ersatzteile oder Zubehör verwendet werden, die nicht vom ursprünglichen Hersteller der Ware bereitgestellt werden, oder die falsche Behauptung, dass eine solche Beeinträchtigung eintreten wird;“.

e) In Nummer 31 wird der Punkt am Ende durch ein Semikolon ersetzt.

f) In Nummer 32 wird der Punkt am Ende durch ein Semikolon ersetzt.

g) Folgende Nummer 33 wird angefügt:

„33. Beeinflussung und Behinderung auf Online-Schnittstellen beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz

die wiederholte Aufforderung an einen Verbraucher, der Empfänger von Dienstleistungen ist, beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz auf einer Online-Schnittstelle eine Auswahl zu treffen, wenn eine solche Auswahl bereits getroffen wurde, insbesondere durch die Einblendung eines Fenster-Elements auf der Online-Schnittstelle, durch welche die Nutzererfahrung beeinträchtigt wird.“

Artikel 2

Inkrafttreten

- (1) Dieses Gesetz tritt vorbehaltlich des Absatzes 2 am 27. September 2026 in Kraft.
- (2) Artikel 1 Nummer 4 Buchstabe f und g tritt am 19. Juni 2026 in Kraft.

Begründung

A. Allgemeiner Teil

Durch den Regelungsentwurf wird soll der Schutz der Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie der sonstigen Marktteilnehmer vor irreführenden Praktiken im Zusammenhang mit Umweltaussagen von Unternehmen sowie Nachhaltigkeitssiegeln verbessert werden. Zudem soll die Rechtssicherheit erhöht und irreführende Praktiken im Zusammenhang mit Umweltaussagen und Nachhaltigkeitssiegeln unterbunden werden. Dies dient der Stärkung nachhaltiger Konsummuster sowie der Gewährleistung eines fairen Wettbewerbs im Bereich umweltfreundlicher und nachhaltiger Produkte.

Der Entwurf dient der Erreichung der Ziele der Resolution der Generalversammlung der Vereinten Nationen vom 25. September 2015 „Transformation unserer Welt: die UN-Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“ und trägt insbesondere zur Erreichung des Nachhaltigkeitsziels 12, „Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen“, aber auch zur Erreichung von Ziel 16 bei, das mit seinen Zielvorgaben 16.3 und 16.10 verlangt, die Rechtsstaatlichkeit auf nationaler und internationaler Ebene zu fördern und den öffentlichen Zugang zu Informationen zu gewährleisten.

I. Zielsetzung und Notwendigkeit der Regelungen

Der Entwurf setzt die Änderungen der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken) (ABl. L 149 vom 11.6.2005, S. 22) um, die durch die Richtlinie (EU) 2024/825 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2024 zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und durch bessere Informationen (ABl. L, 2024/825, 6.3.2024) veranlasst werden. Darüber hinaus wird auch Artikel 16e der Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. L 304 vom 22.11.2011, S. 64) umgesetzt, der durch die Richtlinie (EU) 2023/2673 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. November 2023 zur Änderung der Richtlinie 2011/83/EU in Bezug auf im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/65/EG (ABl. L, 2023/2673, 28.11.2023) ergänzt wurde.

Umweltschutz- und Nachhaltigkeitsaspekte werden von Verbraucherinnen und Verbrauchern als ein maßgebliches Kriterium herangezogen, wenn es um die Frage geht, ob ein Produkt erworben wird oder welches Produkt aus einer Produktgruppe einem vergleichbaren Produkt eines Wettbewerbers vorzuziehen ist. Umso wichtiger wird es für Unternehmen, die Umwelt- und Nachhaltigkeitseigenschaften der eigenen Produkte oder der eigenen Unternehmenstätigkeit in der geschäftlichen Kommunikation möglichst positiv darzustellen und mit ihnen zu werben. Nicht belastbare, nicht nachvollziehbare oder gar wahrheitswidrige Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen führen dabei nicht nur zur Irreführung von Verbraucherinnen und Verbrauchern und damit zum Kauf von weniger umweltfreundlichen

Produkten, sondern untergraben das Vertrauen in die Richtigkeit wahrheitsgemäßer Werbeaussagen anderer Unternehmen.

Um Unternehmen vor dem Hintergrund der oftmals divergierenden Rechtsprechung zur Umweltwerbung eine klare Handlungsanleitung an die Hand zu geben und die Irreführung von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu vermeiden, wird die bestehende Generalklausel in § 5 Absatz 1 UWG konkretisiert. Die Richtlinie (EU) 2024/825 soll die gesetzlichen Vorgaben für Nachhaltigkeits- und Umweltwerbung europaweit vereinheitlichen; ihre Umsetzung führt zu mehr Rechtssicherheit in Deutschland und reduziert Wettbewerbsnachteile für exportorientierte deutsche Unternehmen.

II. Wesentlicher Inhalt des Entwurfs

Die Umsetzung der lauterkeitsrechtlichen Regelungen der Richtlinie (EU) 2024/825 erfordert die Änderung mehrerer Bestimmungen des UWG sowie die Ergänzung des Anhangs zu § 3 Absatz 3 UWG um stets unzulässige Geschäftspraktiken. Hervorzuheben ist dabei der Regelungskomplex zum Verwenden von Umweltaussagen, der zu Änderungen in § 2 UWG („Begriffsbestimmungen“) und in § 5 UWG („Irreführende geschäftliche Handlungen“) sowie zur Erweiterung der Liste im Anhang zu § 3 Absatz 3 UWG führt.

Es wird klargestellt, dass die Verwendung einer allgemeinen Umweltaussage wie „umweltfreundlich“, die oftmals besonders plakativ und eingängig ist, stets unzulässig ist, wenn die mit ihr herausgestellte hervorragende Umweltleistung nicht nachgewiesen werden kann. Ebenso unzulässig ist es, eine auf das gesamte Produkt bezogene Umweltaussage zu treffen, obwohl die Umweltaussage tatsächlich nur für einen Teilaspekt des beworbenen Produktes zutrifft. Für den Fall, dass eine Umweltaussage eine noch nicht erbrachte, zukünftige Umweltleistung anpreist, muss hinter ihr ein belastbarer, öffentlich einsehbarer Umsetzungsplan stehen. Darüber hinaus gelten für die Werbung mit Aussagen über die Kompensation von Treibhausgasen zusätzliche Anforderungen, da diese besonders geeignet sind, Verbraucherinnen und Verbraucher in die Irre zu führen. Nachhaltigkeitssiegel müssen zukünftig auf einem Zertifizierungssystem beruhen oder staatlich festgesetzt sein.

Flankiert werden die Regelungen zu Umweltaussagen und Nachhaltigkeitssiegeln durch die Erweiterung der für eine Irreführung im Sinne von § 5 UWG wesentlichen Merkmale einer Ware oder einer Dienstleistung, neue Vorgaben für die Darstellung von Produktvergleichen und die Klarstellung, dass das die Werbung mit für Verbraucherinnen und Verbraucher irrelevanten Vorteilen irreführend ist.

Auch verschiedene geschäftliche Praktiken, die im Zusammenhang mit der frühzeitigen Obsoleszenz von Produkten stehen, werden adressiert: Dies betrifft irreführende Informationen hinsichtlich Softwareaktualisierungen, hinsichtlich der Haltbarkeit eines Produktes und hinsichtlich des Austauschs und der Verwendung von Betriebsstoffen, Ersatzteilen und Zubehör.

Zur Umsetzung von Artikel 16e der Richtlinie 2011/83/EU wird die Beeinflussung und Behinderung von Verbraucherinnen und Verbrauchern auf Online-Schnittstellen beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz geregelt und belästigende wiederkehrende Anfragen, eine Entscheidung neu zu treffen – insbesondere durch Einblenden eines Fenster-Elements auf der Online-Schnittstelle (Pop-up-Fenster) –, werden verboten.

III. Alternativen

Keine.

IV. Exekutiver Fußabdruck

Es hat keine wesentliche Einflussnahme gegeben.

V. Gesetzgebungskompetenz

Die ausschließliche Gesetzgebungskompetenz des Bundes für die Änderungen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb ergibt sich aus Artikel 73 Nummer 9 des Grundgesetzes (gewerblicher Rechtsschutz). Das Recht des lautereren Wettbewerbs wird in Deutschland traditionell zum gewerblichen Rechtsschutz gezählt, sodass der Kompetenztitel des Artikels 73 Nummer 9 Alternative 1 GG weit auszulegen ist und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb in Gänze umfasst.

VI. Vereinbarkeit mit dem Recht der Europäischen Union und völkerrechtlichen Verträgen

Der Entwurf ist mit dem Recht der Europäischen Union und völkerrechtlichen Verträgen vereinbar, die die Bundesrepublik Deutschland abgeschlossen hat. Er setzt die Vorgaben der Richtlinie (EU) 2024/825 und der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken sowie Artikel 16e der Richtlinie 2011/83/EU und damit Recht der Europäischen Union in nationales Recht um.

VII. Gesetzesfolgen

1. Rechts- und Verwaltungsvereinfachung

Nationale Verwaltungsverfahren werden durch die Regelungen in Artikel 1 des Entwurfs nicht berührt, da die Durchsetzung des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb überwiegend zivilrechtlich ausgestaltet ist.

2. Nachhaltigkeitsaspekte

Der Entwurf steht im Einklang mit den Leitgedanken der Bundesregierung zur nachhaltigen Entwicklung im Sinne der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie (DNS), die der Umsetzung der UN-Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen dient.

Indem der Entwurf den lauterkeitsrechtlichen Teil von Richtlinien der Europäischen Union umsetzt, leistet er einen Beitrag zur Verwirklichung von Nachhaltigkeitsziel 16, das in seinen Zielvorgaben 16.3 und 16.10 verlangt, die Rechtsstaatlichkeit auf nationaler und internationaler Ebene zu fördern und den öffentlichen Zugang zu Informationen zu gewährleisten. Der Entwurf fördert die Erreichung dieser Zielvorgaben, indem er zu einem kohärenten Rechtsrahmen für Umweltaussagen und Nachhaltigkeitssiegeln beiträgt und irreführenden geschäftlichen Handlungen entgegenwirkt.

Im Sinne des systemischen Zusammendenkens der Nachhaltigkeitsziele leistet der Entwurf damit gleichzeitig einen Beitrag zur Erreichung von Ziel 12 „Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen“. Dieses Nachhaltigkeitsziel verlangt mit seiner Zielvorgabe 12.8, bis 2030 sicherzustellen, dass die Menschen überall über einschlägige Informationen und das Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung und eine Lebensweise in Harmonie mit der Natur verfügen. Der Entwurf fördert die Erreichung dieser Zielvorgabe, indem er durch das Unterbinden irreführender umweltbezogener Werbung nachhaltige Kaufentscheidungen ermöglicht, sodass umweltfreundliche Produkte und Unternehmen sich besser am Markt durchsetzen können. Dies wiederum schafft Anreize für eine Verbesserung bereits

entwickelter Produkte und fördert zugleich auch das nachhaltige Design noch zu entwickelnder Produkte und Dienstleistungen.

Indem der Entwurf irreführende produktbezogene Aussagen über die Kompensation von Treibhausgasen reguliert, trägt er jedenfalls mittelbar auch zum Erreichen des Ziels 13 „Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen“ bei.

Damit berücksichtigt der Entwurf die Querverbindungen zwischen den Zielen für nachhaltige Entwicklung und deren integrierenden Charakter, der für die Erfüllung von Ziel und Zweck der UN-Agenda 2030 von ausschlaggebender Bedeutung ist.

Der Entwurf folgt damit den Nachhaltigkeitsprinzipien der DNS „(1.) Nachhaltige Entwicklung als Leitprinzip konsequent in allen Bereichen und bei allen Entscheidungen anwenden“, „(2.) Global Verantwortung wahrnehmen“, „(3.) Natürliche Lebensgrundlagen erhalten“ und „(4.) Nachhaltiges Wirtschaften stärken“.

3. Haushaltsausgaben ohne Erfüllungsaufwand

Die Gesetzesänderungen und ihr Vollzug führen weder bei Bund und Ländern noch bei den Gemeinden zu Mehrausgaben oder Mindereinnahmen.

4. Erfüllungsaufwand

4.1 Erfüllungsaufwand der Bürgerinnen und Bürger nach Vorgaben

Veränderung des jährlichen Erfüllungsaufwands:

Fallzahl	Zeitaufwand pro Fall (in Minuten)	Sachkosten pro Fall (in Euro)	Zeitaufwand insgesamt (in Stunden)	Sachkosten (in Tsd. Euro)
5.000.000	-0,1	0	-8.333	0

Der Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz vereinfacht sich für Bürgerinnen und Bürger. Zukünftig sollen doppelte Abfragen unterbleiben, wenn zuvor schon eine Entscheidung getroffen worden ist (§ 3 Absatz 3 und Nummer 33 des Anhangs UWG-E).

Unter den verschiedenen Kreditformen ist der Ratenkredit in Deutschland am beliebtesten: Im Jahr 2022 wurden laut Schufa rund 9,1 Millionen Ratenkredite abgeschlossen. Für andere Kredite (Autofinanzierungen, Immobilienkredite etc.) wird eine Zahl von rund 5 Millionen angesetzt. Dieser Wert fällt nicht höher aus, weil rund zwei Drittel der Bürgerinnen und Bürger überhaupt keine Finanzierung nutzen (nach einer Umfrage auf Statista). Des Weiteren werden laut dem Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. rund 4,7 Millionen Lebensversicherungen pro Jahr neu abgeschlossen. Für weitere Finanzdienstleistungen nach § 1 Absatz 1a des Kreditwesengesetzes (KWG) wie z. B. eine Anlageberatung oder die Anschaffung und die Veräußerung von Finanzinstrumenten im fremden Namen für fremde Rechnung werden weitere rund 20 Millionen Abschlüsse angesetzt, u. a. vor dem Hintergrund, dass es laut Deutsche Aktieninstitut e. V. (DAI) in Deutschland über 12 Millionen Aktionäre gibt. Zusammengenommen ergibt dies etwa 40 Millionen Abschlüsse im Jahr. Da nur der Fernabsatz betroffen ist, werden mangels weiterer Informationen 50 Prozent der Abschlüsse angesetzt. Nach freier Annahme wird erwartet, dass die Hälfte der Dienstleister bei der Hälfte ihrer Produkte doppelte Abfragen nutzen. Das ergibt eine grob geschätzte Fallzahl von rund 5 Millionen Abschlüssen.

Da es sich um eine doppelte Abfrage handelt und diese damit schon bekannt ist, wird mit einem schnellen Wegklicken bzw. Übergehen gerechnet und darum 0,1 Minuten pro Fall

als reine Vermutung angesetzt. Das mit der Fallzahl multipliziert ergibt eine jährliche Entlastung der Bürgerinnen und Bürger um 8 333 Stunden.

4.2 Erfüllungsaufwand der Wirtschaft nach Vorgaben

Das Konzept zur Erhöhung der Transparenz des Umstellungsaufwands für die Wirtschaft sowie zu dessen wirksamer und verhältnismäßiger Begrenzung wurde durch die Bestimmung der Erfüllungsaufwandskategorien angewandt.

Im Folgenden wird die Schätzung des Erfüllungsaufwands der Wirtschaft für die einzelnen Vorgaben dargestellt. Dabei liegen keine belastbaren Informationen vor. Darum wurden in der Regel auf der Basis von freien Annahmen Modelle entwickelt, um eine sehr grobe Schätzung vornehmen zu können. Dies gilt sowohl für die Fallzahlen und Sachkosten als auch für die Zeitangaben und Löhne, die zumeist nach eigenen Einschätzungen aus dem Leitfaden zur Ermittlung und Darstellung des Erfüllungsaufwands in Regelungsvorhaben der Bundesregierung (fortan nur „Leitfaden“) genutzt worden sind.

Vorgabe 4.2.1 (Informationspflicht): Unzulässige Angaben zu Produkten und Dienstleistungen; § 5 Absatz 2 Nummer 1, Absatz 3 Nummer 3 und § 3 Absatz 3 und die Nummern 2a, 4a, 4b, 4c, 10a, 23g, 23h, 23i und 23j des Anhangs UWG-E

Einmaliger Erfüllungsaufwand:

Fallzahl	Zeitaufwand pro Fall (in Stunden)	Lohnsatz pro Stunde (in Euro)	Sachkosten pro Fall (in Euro)	Personalkosten (in Tsd. Euro)	Sachkosten (in Tsd. Euro)
78.500	3	58,40	0	13.753	0
Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro)				13.753	

Viele Informationen dürfen auf Produkten und Dienstleistungen nicht mehr abgebildet werden, sodass die entsprechenden Beschriftungen abgeändert werden müssen. Diese Vorgabe betrachtet also die Änderung im Hinblick auf die künftig verbotenen Informationen, vornehmlich durch Löschung eben dieser. Aufwände für Belege und Zertifizierungen, um beispielsweise Aussagen bestehen lassen zu können, werden in anderen Vorgaben betrachtet. Folgende Aspekte sind künftig zu beachten:

Wesentliche Angaben zu Produkten und Dienstleistungen müssen wahr sein. Zu den wesentlichen Merkmalen gehören künftig auch ökologische und soziale Merkmale und Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit und Recyclingfähigkeit (§ 5 Absatz 2 Nummer 1 in Verbindung mit § 3 Absatz 3 und den Nummern 4b, 23g und 23h des Anhangs). Umweltaussagen müssen zudem überprüfbar oder zertifiziert sein (§ 3 Absatz 3 in Verbindung mit den Nummern 2a und 4a des Anhangs). Es darf nicht mit Vorteilen für Verbraucher geworben werden, die irrelevant sind und sich nicht aus einem Merkmal des Produkts oder der Geschäftstätigkeit ergeben (§ 5 Absatz 3 Nummer 3). Aussagen zur Kompensation von Treibhausgasemissionen werden ebenso untersagt (§ 3 Absatz 3 in Verbindung mit Nummer 4c des Anhangs) wie die Anpreisung von Produktbesonderheiten, welche in Wirklichkeit gesetzlichen Anforderungen entsprechen (§ 3 Absatz 3 in Verbindung mit Nummer 10a des Anhangs). Auch darf ein früherer Ersatzbedarf von Betriebsstoffen als technisch notwendig nicht angegeben werden (§ 3 Absatz 3 in Verbindung mit Nummer 23i des Anhangs). Angaben zur technischen Unvereinbarkeit von Betriebsstoffen, Ersatzteilen oder Zubehör von anderen Herstellern müssen gegeben werden und wahr sein (Sowieso- bzw. indirekte Kosten, die nicht berücksichtigt werden; § 3 Absatz 3 in Verbindung mit Nummer 23j des Anhangs). Indirekte Effekte, wie Kostenersparnisse für Verbraucher sowie Gewinneinbußen von Unternehmen, werden vom Erfüllungsaufwand nicht erfasst.

Die Vorgabe zu unzulässigen Angaben zu Produkten und Dienstleistungen bezieht sich inhaltlich auf viele verschiedene Wirtschaftsbereiche. Amtliche oder nichtamtliche Fallzahlen diesbezüglich liegen nicht vor. Potenziell sind viele Unternehmen betroffen, insbesondere aus dem produzierenden Gewerbe (speziell Lebensmittel und Drogerie), Bau, Finanzen, Schiff- und Flugverkehr. Es wird angenommen, dass von den Unternehmen in diesen Segmenten (laut Unternehmensregister des Statistischen Bundesamtes) kaum unzulässige Angaben getroffen werden, welche nicht auch nach der geltenden Rechtsprechung untersagt sind (etwa 11 Prozent – in der Regel 10 Prozent, im Bereich Lebensmittel und Drogerie 20–30 Prozent). Da diese Regelung im dem Bereich Business-to-Consumer (B2C) angewendet wird, muss der entsprechende Anteil der Unternehmen berücksichtigt werden. In Deutschland gibt es laut dem Statistischen Unternehmensregister rund 3 250 000 Unternehmen und laut Listflix insgesamt rund 927 000 B2C-Unternehmen. Wenn diese beiden Werte zueinander in Relation gesetzt werden, sind rund 28,5 Prozent aller Unternehmen dem Bereich B2C zuzuordnen. Da keine gesonderten Informationen darüber vorliegen, wie hoch der Anteil der B2C-Unternehmen in den oben genannten Branchen ist, wird hier der Wert mit 28,5 Prozent angenommen. Es wird deshalb von ungefähr 15 700 Unternehmen ausgegangen, welche ihre Angaben abändern müssen (insgesamt 500 000 Unternehmen in den genannten Branchen; 0,11 mit lt. Annahme unzulässigen Angaben; 0,285 B2C-Bereich). Pro Unternehmen wird nach freier Annahme mit 5 betroffenen Produkten oder Dienstleistungen gerechnet. Somit sind rund 78 500 Produkte und Dienstleistungen betroffen.

Es wird angenommen, dass die Unternehmen ihre Produkte sehr gut kennen und somit das Identifizieren von potentiell unzulässigen Angaben keinen allzu großen Aufwand verursacht. Dennoch muss das Gesetz auf die einzelnen Produkte ausgelegt werden (Einarbeitung in die Vorgabe), müssen interne Gespräche über das Zutreffen und die Abänderung geführt werden, müssen Vorlagen angepasst (Datenaufbereitung) und muss die Beschriftung/Kennzeichnung abgeändert und abgebildet/veröffentlicht werden. Insgesamt wird für die Überarbeitung bzw. Löschung von unzulässigen Angaben zu Produkten und Dienstleistungen anhand des Leitfadens Anhang 5 ein Zeitaufwand von gerundet 3 Stunden angenommen (Standardaktivitäten mit hoher Komplexität 1 und 3 sowie Standardaktivitäten mit mittlerer Komplexität 7, 8 und 9).

Bei einem Lohnsatz von 58,40 Euro pro Stunde für ein hohes Qualifikationsniveau der Gesamtwirtschaft nach Anhang 7 des Leitfadens beträgt der einmalige Erfüllungsaufwand insgesamt rund 13,8 Millionen Euro und ist der Kategorie „Anpassung von Produkten, Fertigungsprozessen und Beschaffungswegen“ zuzuordnen.

Vorgabe 4.2.2 (Informationspflicht): Umweltaussagen müssen objektive Verpflichtungen enthalten, deren Umsetzung regelmäßig extern zu prüfen ist; § 5 Absatz 3 Nummer 4 und Nummer 4a des Anhangs UWG-E

Veränderung des jährlichen Erfüllungsaufwands:

Fallzahl	Zeitaufwand pro Fall (in Stunden)	Lohnsatz pro Stunde (in Euro)	Sachkosten pro Fall (in Euro)	Personalkosten (in Tsd. Euro)	Sachkosten (in Tsd. Euro)
8 750	21	58,40	400	10.731	3.500
Änderung des Erfüllungsaufwands (in Tsd. Euro)				14.231	

Einmaliger Erfüllungsaufwand:

Fallzahl	Zeitaufwand pro Fall (in Stunden)	Lohnsatz pro Stunde (in Euro)	Sachkosten pro Fall (in Euro)	Personalkosten (in Tsd. Euro)	Sachkosten (in Tsd. Euro)
52 500	22	58,40	400	67.452	21.000

Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro)	88.452
----------------------------------	--------

Umweltaussagen über die künftige Umwelleistung müssen klare, objektive, öffentlich einsehbare und überprüfbare Verpflichtungen enthalten, die in einem detaillierten und realistischen Umsetzungsplan festgelegt sind. Dieser Plan muss messbare Ziele umfassen und regelmäßig von unabhängigen externen Sachverständigen überprüft werden. Es entsteht für jene Unternehmen Erfüllungsaufwand, welche Umweltaussagen formgerecht weiterhin abbilden möchten.

Nach einer Studie des Umweltbundesamtes hatten umweltfreundliche Produkte im Jahr 2022 einen Marktanteil von rund 14 Prozent bei staatlich regulierten Umweltzeichen wie der Energieverbrauchskennzeichnung (Pkw, Haushaltsgroßgeräte, Leuchtmittel und Fernseher), Bio-Siegeln (Lebensmitteln) und dem Blauen Engel (Hygienepapieren, Wasch- und Reinigungsmittel; Internetauftritt des Bundesumweltamtes). Dieser Anteil bezieht sich auf die wenigen oben genannten Branchen aus dem produzierenden Gewerbe. Auf Basis dieses Anteils wird angenommen, dass der gleiche Anteil Umweltaussagen trifft, die nicht begründet werden. Da die Zahl der Produkte unbekannt ist, wird ersatzweise die Zahl der 660 000 Unternehmen im produzierenden Gewerbe in Deutschland (Statistisches Unternehmensregister des Statistischen Bundesamtes) herangezogen. Diese Regelung wird im Bereich B2C angewendet. Daher wird analog zur vorherigen Vorgabe der entsprechende Wert mit 28,5 Prozent angenommen. Für den Dienstleistungssektor spielt Nachhaltigkeit öfter keine Rolle, weshalb nur 1 Prozent der 2,6 Millionen Dienstleistungsunternehmen in Deutschland herangezogen wird (also 26 000). Außerdem wird erwartet, dass jedes Unternehmen etwa fünf Produkte oder Dienstleistungen anbietet und 20 Prozent der Unternehmen ihre Umweltaussagen begründen (der Rest löscht sie, siehe Vorgabe 4.2.1). Das ergibt zusammen rund 52 500 Produkte und Dienstleistungen $((660\ 000 \cdot 0,14 \cdot 0,285) + 26\ 000) \cdot 5 \cdot 0,2$.

Vor dem Hintergrund, dass laut Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung der Anteil umweltfreundlicher Produkte bis 2030 auf 34 Prozent steigen soll, wird angenommen, dass innerhalb von sechs Jahren pro Jahr 8 750 neue Produkte mit nachvollziehbaren Umweltaussagen versehen werden. Darüber hinaus wird dieser Betrag auch als Fluktuation der neuen Produkte gesehen.

Für das Aufstellen und die Abbildung von Umweltaussagen mit klaren, objektiven und überprüfbaren Verpflichtungen in einem Umsetzungsplan wird anhand des Leitfadens (Anhang 5) ein gemittelter Zeitaufwand von insgesamt 22 Stunden pro Produkt und Dienstleistung für den einmaligen Erfüllungsaufwand angenommen (in hoher Komplexität bei den Standardaktivitäten 1, 2, 4, 7, 8 und 9, in einfacher Komplexität bei den Standardaktivitäten 11 und 12).

Beim laufenden Erfüllungsaufwand entfällt die einmalige Einarbeitung, da sich neue Unternehmen bei Zertifizierungen sowieso an geltende Regeln halten müssen. Daher wird hier der Wert von 21 Stunden angesetzt.

Bei einem Lohnsatz von 58,40 Euro pro Stunde für ein hohes Qualifikationsniveau der Gesamtwirtschaft (vgl. Leitfaden Anhang 7) betragen die Personalkosten jährlich rund 10,7 Millionen Euro und einmalig rund 67,5 Millionen Euro.

Zudem kommen Sachkosten für die externe Prüfung in Höhe von rund 400 Euro pro Fall dazu (8 Stunden nach Standardaktivität 13 bei hoher Komplexität des Anhangs 5 des Leitfadens und einem Lohnsatz von 47,70 Euro für Tätigkeiten von sonstigen Wirtschaftsdienstleistungen bei hoher Komplexität). Das ergibt insgesamt laufende Sachkosten in Höhe von 3,5 Millionen Euro und 21 Millionen einmalige Sachkosten.

Zusammengenommen beläuft sich damit der laufende Erfüllungsaufwand aus Informationspflichten auf rund 14,2 Millionen Euro und der einmalige Erfüllungsaufwand auf 88,5

Millionen Euro der Kategorie „Anpassung von Produkten, Fertigungsprozessen und Beschaffungswegen“.

Vorgabe 4.2.3 (Informationspflicht): Auskunftspflichten eines Gewerbetreibenden, welcher Produkte vergleicht und darüber informiert; § 5b Absatz 3a UWG-E

Veränderung des jährlichen Erfüllungsaufwands:

Fallzahl	Zeitaufwand pro Fall (in Stunden)	Lohnsatz pro Stunde (in Euro)	Sachkosten pro Fall (in Euro)	Personalkosten (in Tsd. Euro)	Sachkosten (in Tsd. Euro)
600	1	59,30	0	36	0
Änderung des Erfüllungsaufwands (in Tsd. Euro)				36	

Einmaliger Erfüllungsaufwand:

Fallzahl	Zeitaufwand pro Fall (in Stunden)	Lohnsatz pro Stunde (in Euro)	Sachkosten pro Fall (in Euro)	Personalkosten (in Tsd. Euro)	Sachkosten (in Tsd. Euro)
600	2	59,30	0	71	0
Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro)				71	

Vergleichsportale, die Verbraucherinnen und Verbraucher Informationen über ökologische oder soziale Merkmale oder über Aspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit der Produkte oder der Lieferanten dieser Produkte bereitstellen, müssen den Verbraucherinnen und Verbrauchern folgende Informationen zur Verfügung stellen: die Vergleichsmethode, die betreffenden Produkte und die Lieferanten dieser Produkte sowie die bestehenden Maßnahmen, um die Informationen auf dem neuesten Stand zu halten.

Nach einer Studie der WIK-Consult GmbH zum Thema „Vergleichsportale in Deutschland“ aus dem Jahr 2018 gab es 114 Vergleichsportale in Deutschland. Es liegen keine gesicherten Informationen darüber vor, wie viele der Vergleichsportale die geforderten Informationen ohnehin zur Verfügung stellen. Nach freier Annahme wird davon ausgegangen, dass die Hälfte dieser Vorgabe bereits nachkommt (rund 60 Portale). Ferner wird angenommen, dass jedes Portal 10 Produkttypen und/oder Dienstleistungsarten im Jahr vergleicht (mehrere Vergleiche desselben Typs würden mehrfach hier hineinspielen, außer es ist ein dauerhafter Vergleich). Das ergibt 600 Fälle.

Für das erstmalige Bereitstellen der geforderten Informationen für Verbraucherinnen und Verbraucher durch Anpassungen der Homepage wird der Zeitaufwand gemäß Leitfaden Anhang 5 auf rund 2 Stunden pro Fall geschätzt (Standardaktivitäten mit hoher Komplexität 1 und 8 sowie Standardaktivitäten mit mittlerer Komplexität 2, 7 und 12 – die nötigen Informationen müssen identifiziert, zusammengetragen, besprochen, aufbereitet und veröffentlicht werden). Da die Informationen auf dem neusten Stand gehalten werden müssen und immer wieder neue Produkte verglichen werden, entsteht auch laufender Aufwand mit der gleichen Fallzahl. Allerdings ist eine Einarbeitung nicht mehr erforderlich, weshalb ein laufender Zeitaufwand von rund einer Stunde pro Fall geschätzt wird.

Als Lohnsatz werden 59,30 Euro gemäß Anhang 7 des Leitfadens für ein hohes Qualifikationsniveau für den Wirtschaftszweig Information und Kommunikation angesetzt.

Zusammengenommen ergibt das einen laufenden Erfüllungsaufwand von rund 36 000 Euro und einen einmaligen Erfüllungsaufwand in Höhe von rund 71 000 Euro der Kategorie „Einführung oder Anpassung digitaler Prozessabläufe“.

Vorgabe 4.2.4 (Informationspflicht): Nachhaltigkeitssiegel müssen auf einem Zertifizierungssystem oder staatlichen Stellen beruhen; § 3 Absatz 3 und Nummer 2a des Anhangs UWG-E

Veränderung des jährlichen Erfüllungsaufwands:

Fallzahl	Zeitaufwand pro Fall (in Stunden)	Lohnsatz pro Stunde (in Euro)	Sachkosten pro Fall (in Euro)	Personalkosten (in Tsd. Euro)	Sachkosten (in Tsd. Euro)
4.500	8	58,40	4.500	2.102	20.250
Änderung des Erfüllungsaufwands (in Tsd. Euro)				22.352	

Nachhaltigkeitssiegel dürfen nur dann benutzt werden, wenn sie auf einem Zertifizierungssystem beruhen oder von staatlichen Stellen festgesetzt wurden. Für jene Unternehmen, welche weiterhin ein Siegel nutzen wollen, entsteht so Erfüllungsaufwand.

Die Verwendung von Nachhaltigkeitssiegeln, die auf einem Zertifizierungssystem beruhen oder von staatlichen Stellen vergeben werden, betrifft nach einer Recherche vor allem die Branchen zur Herstellung von chemischen Mitteln (Drogerieerzeugnisse), Lebensmitteln, Kleidung und Papier. Im Statistischen Unternehmensregister des Statistischen Bundesamtes sind in diesen Branchen rund 40 000 Unternehmen registriert. Diese Vorgabe wird im Bereich B2C angewendet. Daher wird analog zu vorherigen Vorgaben der entsprechende Wert mit 28,5 Prozent angenommen. Pro Unternehmen wird nach freier Annahme mit zwei betroffenen Produkten gerechnet. Es wird geschätzt, dass aufgrund der Aufwände nur etwa 20 Prozent der Unternehmen die Kriterien zur Abbildung eines Nachhaltigkeitssiegels erfüllen wollen und werden. Das ergibt eine Fallzahl von rund 4 500 Produkten. Da die Zertifizierung jährlich erneuert werden muss, fallen für diese Produkte laufende Kosten an.

Der Zeitaufwand pro Fall wird gemäß Anhang 5 des Leitfadens auf rund 8 Stunden geschätzt (Standardaktivitäten mit hoher Komplexität 1, 2, 3, 7). Bei einem Lohnsatz von 58,40 Euro pro Stunde für ein hohes Qualifikationsniveau der Gesamtwirtschaft nach Anhang 7 des Leitfadens betragen die jährlichen Personalkosten insgesamt rund 2,1 Millionen Euro.

Für die jährlichen Zertifizierungen entstehen Sachkosten. Aufgrund einer Recherche bei mehreren Anbietern wird hier ein gemittelter Wert von jährlich 1 500 Euro angenommen. Des Weiteren wird angenommen, dass für das Erstellen von Nachweisen, u. a. durch Laboruntersuchungen, noch vergleichsweise höhere Kosten entstehen, weshalb zusätzliche 3 000 Euro pro Jahr anfallen. Somit entstehen insgesamt Sachkosten pro Fall in Höhe von 4 500 Euro für die Verwendung eines Nachhaltigkeitssiegels und 20 Millionen Euro über alle Unternehmen hinweg.

Somit entsteht ein jährlicher Erfüllungsaufwand von insgesamt rund 22,4 Millionen.

Vorgabe 4.2.5 (Informationspflicht): Verpflichtende Informationen über negative Auswirkungen von Softwareaktualisierungen auf das Funktionieren von digitalen Waren und Dienstleistungen; § 3 Absatz 3 und Nummer 23d des Anhangs UWG-E

Veränderung des jährlichen Erfüllungsaufwands:

Fallzahl	Zeitaufwand pro Fall (in Stunden)	Lohnsatz pro Stunde (in Euro)	Sachkosten pro Fall (in Euro)	Personalkosten (in Tsd. Euro)	Sachkosten (in Tsd. Euro)
7.125	1,5	59,30	0	634	0
Änderung des Erfüllungsaufwands (in Tsd. Euro)				634	

Bei Softwareaktualisierungen dürfen Informationen über negative Auswirkungen dieser Updates auf das Funktionieren von Waren mit digitalen Elementen oder auf die Nutzung digitaler Inhalte oder digitaler Dienstleistungen nicht vorenthalten werden. Entsprechend müssen die Anbieter neue Informationen bereitstellen und eventuell auch ermitteln.

Diese Vorgabe betrifft Unternehmen, die Datenverarbeitungsgeräte herstellen sowie Dienstleistungen der Informationstechnologie erbringen. Das sind nach dem Statistischen Unternehmensregister des Statistischen Bundesamtes rund 100 000 Unternehmen. Es liegen keine Informationen darüber vor, wie viele der betroffenen Unternehmen dieser Vorgabe ohnehin nachkommen und wie viele von ihnen auch Systeme mit Updates verkaufen, weshalb 25 Prozent der Unternehmen herangezogen werden (25 000). Diese Vorgabe wird im Bereich B2C angewendet. Daher wird der entsprechende Wert mit 28,5 Prozent angenommen (s. auch vorherige Vorgaben). Es wird hier nicht auf einzelne Updates abgestellt, sondern auf Unternehmen, da angenommen wird, dass die Software-Aktualisierungen eher nicht für jedes Produkt in Interaktion mit vielen anderen Produkten untersucht werden. Es wird erwartet, dass die Unternehmen für ihre verpflichtenden Informationen über negative Auswirkungen von Softwareaktualisierungen mehrere Standardformulierungen entwickeln und verwenden dürften.

Für fortlaufende Software-Updates und für neue Software mit deren Aktualisierungen wird regelmäßiger Erfüllungsaufwand für die Überprüfung der Informationen anfallen, um technischen Weiterentwicklungen auf dem Markt sowie Produktbesonderheiten gerecht werden zu können. Dafür werden rund 1,5 Stunden pro Unternehmen und Jahr geschätzt (Standardaktivitäten mit mittlerer Komplexität 2, 7, 8 und 9 sowie Standardaktivitäten mit einfacher Komplexität 4, 5 und 12). Die erstmalige Entwicklung der allgemeinen Sätze wird vermutlich mehr Zeit in Anspruch nehmen. Allerdings werden beim Erfüllungsaufwand die laufenden Aufwände zu dem Zeitpunkt betrachtet, bei dem sich eine Vorgabe etabliert hat.

Als Lohnsatz werden 59,30 Euro gemäß Anhang 7 des Leitfadens für ein hohes Qualifikationsniveau für den Wirtschaftszweig Information und Kommunikation angesetzt.

Zusammengenommen ergibt das einen laufenden Erfüllungsaufwand aus Informationspflichten von rund 630 000 Millionen Euro.

Vorgabe 4.2.6 (Weitere Vorgabe): Verbot kommerzieller Kommunikation und Bewerbung von Produkten, wenn absichtlich Teile mit reduzierter Haltbarkeit verwendet werden; § 3 Absatz 3 und Nummer 23f des Anhangs UWG-E

Jedwede kommerzielle Kommunikation und Bewerbung von Produkten, bei denen bewusst Teile mit reduzierter Haltbarkeit verwendet werden, wird verboten. Insbesondere neue Produkte, welche noch nicht breit am Markt vertreten sind und von den Verkaufsstellen wiederbestellt werden könnten, sind so kaum mehr zu verkaufen. Denn Hersteller dürfen sich nicht mehr an die Verkaufsstellen proaktiv wenden. Insofern haben Unternehmen bei diesen Produkten die Möglichkeit, diese entweder nicht mehr zu produzieren oder sie mit Teilen mit angemessener Haltbarkeit zu versehen. Während der erste Fall keinen Einfluss auf den Aufwand hat, entstehen im zweiten Fall Umrüstungskosten, um die Produkte weiter vermarkten zu können.

Dennoch wird hier kein einmaliger Erfüllungsaufwand angenommen. Zunächst tritt die Vorgabe erst im Herbst 2026 in Kraft und – unabhängig von der Vorgabe – müssen die Unternehmen ohnehin ihre Produkte permanent den Anforderungen des Marktes anpassen. Bei vielen Produkten dürfte das bis Herbst 2026 erfolgt sein. Alternativ könnten sich neue Produkte bis dahin schon am Markt festgesetzt haben. Des Weiteren können die Unternehmen in andere regionale Märkte ausweichen und ihre Produkte dort vertreiben, sofern das Verbot in diesen Märkten nicht greift (entgangene Gewinne werden im Erfüllungsaufwand nicht berücksichtigt). Laufender Erfüllungsaufwand entsteht deshalb nicht, weil das gesetzmäßige Unterlassen eines Handelns/Verkaufs, keinen Aufwand erzeugt.

Vorgabe 4.2.7 (Weitere Vorgabe): Verbot erneuter Abfragen bei Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz; § 3 Absatz 3 und Nummer 33 des Anhangs UWG-E

Einmaliger Erfüllungsaufwand:

Fallzahl	Zeitaufwand pro Fall (in Stunden)	Lohnsatz pro Stunde (in Euro)	Sachkosten pro Fall (in Euro)	Personalkosten (in Tsd. Euro)	Sachkosten (in Tsd. Euro)
1.200	8	59,30	0	569	0
Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro)				669	

Dies ist die Spiegelvorgabe zur Bürgervorgabe (Vorgabe 4.1. „Unzulässige Angaben zu Produkten und Dienstleistungen“) und der nachfolgenden Vorgabe. Einmalig müssen hier die Finanzdienstleister im Fernabsatzgeschäft doppelte Abfragen löschen.

Es gibt laut dem Statistischen Unternehmensregister des Statistischen Bundesamtes 8 553 Finanzdienstleistungsunternehmen. Es wird angenommen, dass die Hälfte von ihnen doppelte Anfragen nutzt. Da ferner erwartet wird, dass Änderungen des Abfragemanagements über alle Produkte des Fernabsatzes hinweg gleichzeitig abgeschaltet werden können und diese Vorgabe im Bereich B2C angewendet wird, wird die Fallzahl von rund 1 200 ($8\,553 \cdot 0,5 \cdot 0,285$) genutzt. Nach einer Schätzung dauert das Abstellen einer Abfrage etwa 8 Stunden. Als Lohnsatz werden 59,30 Euro verwendet (hohes Qualifikationsniveau des Bereichs Information und Kommunikation des Anhangs 7 des Leitfadens).

Zusammengenommen ergibt das einen einmaligen Erfüllungsaufwand in Höhe von 570 000 Euro der Kategorie „Einführung oder Anpassung digitaler Prozessabläufe“.

4.3 Erfüllungsaufwand der Verwaltung nach Vorgaben

Für die Verwaltung entsteht kein Erfüllungsaufwand.

5. Weitere Kosten

Sonstige Kosten für die Wirtschaft, die über die bereits erläuterten Kosten hinausgehen, Kosten für soziale Sicherungssysteme, Auswirkungen auf Einzelpreise und das Preisniveau, insbesondere auf das Verbraucherpreisniveau, sind nicht zu erwarten. Insbesondere ist nicht mit einer allgemeinen Verteuerung von Produkten und Dienstleistungen zu rechnen.

6. Weitere Gesetzesfolgen

Jedenfalls mittelfristig ist zu erwarten, dass sich die Anzahl der in der geschäftlichen Kommunikation verwendeten Umweltaussagen und Nachhaltigkeitslabel reduziert und nur solche Aussagen und Label verbleiben beziehungsweise sich neu am Markt durchsetzen, die den lauterkeitsrechtlichen Anforderungen genügen. Die Abnahme der Anzahl der verwendeten Werbeaussagen kann zu einer Verbesserung der Qualität der am Markt verbleibenden Aussagen und Siegel führen, die es Verbraucherinnen und Verbrauchern erleichtert, zielgerichtet die Produkte oder Unternehmen auszuwählen, die ihren umwelt- und nachhaltigkeitsbezogenen Ansprüchen genügen. Weitere Gesetzesfolgen, insbesondere gleichstellungspolitische und demografische Auswirkungen, sind nicht zu erwarten.

VIII. Befristung; Evaluierung

Der Entwurf sieht zur Umsetzung der Richtlinie (EU) 2024/825 und des Artikels 16e der Richtlinie 2011/83/EU Änderungen bestehender Gesetze vor. Diese sind auf Grund der

unbefristeten Geltung der umzusetzenden Richtlinien für eine unbestimmte Zeit erforderlich. Daher ist eine Befristung nicht vorgesehen.

Der Entwurf setzt die die Richtlinie 2005/29/EG betreffenden Regelungen der Richtlinie (EU) 2024/825 1:1 um. Spätestens zum 27. September 2031 wird die Richtlinie (EU) 2024/825 einschließlich der hierzu in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union getroffenen Regelungen auf europäischer Ebene überprüft. Hierzu wird die Europäische Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat einen Bericht über die Anwendung der Richtlinie vorlegen. Gegenstand des Berichts wird insbesondere auch eine Bewertung des Beitrags der Richtlinie (EU) 2024/825 zur Stärkung der Verbraucherrechte, insbesondere der Wirksamkeit der harmonisierten Kennzeichnung und der harmonisierten Mitteilung zur Verbesserung der Verfügbarkeit von gewerblichen Haltbarkeitsgarantien, sein. Darüber hinaus werden in dem Bericht der Gesamtbeitrag der Richtlinie (EU) 2024/825 zur Beteiligung der Verbraucher am ökologischen Wandel und ihre Auswirkungen auf die Unternehmer bewertet.

Aufgrund dieser Umstände ist trotz Überschreitens des Schwellenwerts von 1 Million Euro Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft ausnahmsweise auf eine Evaluierung zu verzichten, da eine zusätzliche nationale Evaluierung der Richtlinienumsetzung über die Evaluierung auf EU-Ebene hinausgehenden Erkenntnisse zu erwarten sind, die den damit verbundenen Aufwand rechtfertigen würden.

B. Besonderer Teil

Zu Artikel 1 (Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb)

Zu Nummer 1

Zu Buchstabe a

Mit der Einfügung des § 2 Absatz 2 UWG n. F. werden Teile der Änderungen in Artikel 1 Nummer 1 Buchstabe b der Richtlinie (EU) 2024/825, nämlich die in Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe o, p, q, r, s, und v der Richtlinie 2005/29/EG neu eingeführten Definitionen, in nationales Recht umgesetzt.

Die neuen Definitionen in Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe ca, t, u und w der Richtlinie 2005/29/EG werden wegen ihres Bezugs zu Definitionen des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB) gesondert im neu eingefügten § 2 Absatz 3 UWG n. F. umgesetzt. Darüber hinaus enthält § 2 Absatz 3 UWG n. F. auch die Definition des Begriffes „Online-Schnittstelle“, die im Zusammenhang mit der Umsetzung des neuen Artikels 16e Absatz 1 Satz 2 der Richtlinie 2011/83/EU steht.

Die Ersetzung von § 2 Absatz 2 UWG durch § 2 Absatz 2 und 3 UWG n. F. dient dem Erhalt der Übersichtlichkeit von § 2 UWG, der im Rahmen des Gesetzes zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht vom 17.08.2021 (BGBl. I S. 3504) alphabetisch sortiert wurde. Die durch die Richtlinie (EU) 2024/825 neu in die Richtlinie 2005/29/EG eingefügten nachhaltigkeitsbezogenen Definitionen werden in dem neu eingefügten § 2 Absatz 2 UWG n. F. zusammengefasst. Auch mit Blick auf die besondere Bedeutung der Rechtsprechung zur Konkretisierung der zahlreichen Generalklauseln und unbestimmten Rechtsbegriffe im UWG wurde zur Gewährleistung der Verständlichkeit gerichtlicher Entscheidungen, die vor Inkrafttreten dieses Gesetzes ergangen sind, auf eine Einpflegung der Definitionen in § 2 Absatz 1 verzichtet, da diese – jedenfalls teilweise – zu einer Änderung der Nummerierung und damit zu einer schlechteren Verständlichkeit früherer Gerichtsentscheidungen geführt hätte.

Die Definitionen der neu eingefügten Absätze 2 und 3, welche ebenfalls alphabetisch angeordnet wurden, ergänzen die des Absatzes 1 und stehen mit ihnen auf gleicher Stufe.

Zu Absatz 2

Zu Nummer 1

Die Begriffsbestimmung der „allgemeinen Umweltaussage“ gibt die neu eingefügte Definition in Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe p der Richtlinie 2005/29/EG wieder und setzt sie in nationales Recht um. Nach dieser neuen Definition der Richtlinie 2005/29/EG ist eine allgemeine Umweltaussage „eine schriftlich oder mündlich getätigte Umweltaussage, einschließlich über audiovisuelle Medien, die nicht auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten ist und bei der die Spezifizierung der Aussage nicht auf demselben Medium klar und in hervorgehobener Weise angegeben ist“.

Die allgemeine Umweltaussage stellt eine Unterform der Umweltaussage im Sinne des Artikels 2 Absatz 1 Buchstabe o der Richtlinie 2005/29/EG dar, der mit § 2 Absatz 2 Nummer 5 UWG n. F. umgesetzt wird.

Erwägungsgrund 9 der Richtlinie (EU) 2024/825 nennt als Beispiele für allgemeine Umweltaussagen „umweltfreundlich“, „umweltschonend“, „grün“, „naturfreundlich“, „ökologisch“, „umweltgerecht“, „klimafreundlich“, „umweltverträglich“, „CO₂-freundlich“, „energieeffizient“, „biologisch abbaubar“ und „biobasiert“. Erfasst sind aber auch ähnliche Aussagen, soweit mit ihnen eine hervorragende Umweltleistung suggeriert wird oder sie einen entsprechenden Eindruck entstehen lassen. Allgemeine Umweltaussagen sind damit kurze, plakative Aussagen, die für sich genommen keinen anhand objektiver Kriterien überprüfbareren Aussagegehalt haben. Durch ihre Kürze und Schlagwortartigkeit sind sie für Verbraucherinnen und Verbraucher besonders einprägsam. Aus ihnen geht nicht unmittelbar hervor, welcher Umweltaspekt betroffen ist, auf welchen Abschnitt des Lebenszyklus eines Produkts sie sich beziehen oder wie die behauptete Wirkung konkret erreicht werden soll. Damit ist die Gefahr einer Irreführung bei allgemeinen Umweltaussagen besonders hoch, sofern diese nicht durch ein Umweltsiegel oder gesetzlich definierte Anforderungen unterlegt sind.

Maßgebliches Abgrenzungskriterium zur näher spezifizierten ausdrücklichen Umweltaussage ist, dass die allgemeine Umweltaussage entweder gar nicht oder nicht klar und in hervorgehobener Weise auf demselben Medium erläutert wird. Erwägungsgrund 9 nennt insoweit die Spezifizierung der Aussage „im selben Fernseh- oder Radiowerbespot, auf der Produktverpackung oder auf der Online-Verkaufsoberfläche“ und illustriert die Abgrenzung mit folgendem Beispiel: „[Die] Aussage „klimafreundliche Verpackungen“ [wäre] eine allgemeine Aussage, während die Aussage „100 % der für die Herstellung dieser Verpackungen verwendeten Energie stammen aus erneuerbaren Quellen“ eine spezifische Aussage ist [...]“.

Dabei hängen die Anforderungen, die an den Grad der Spezifizierung der Aussage auf demselben Medium gestellt werden, auch von den Eigenschaften des Mediums ab, wie beispielsweise dem auf der Produktverpackung zur Verfügung stehenden Platz oder der für einen Werbespot zur Verfügung stehenden Zeit.

Zu Nummer 2

Mit § 2 Absatz 2 Nummer 2 UWG n. F. wird die Begriffsbestimmung des neu eingefügten Artikels 2 Absatz 1 Buchstabe s der Richtlinie 2005/29/EG umgesetzt. Die Begriffsbestimmung definiert, dass unter einer „anerkannten hervorragenden Umweltleistung“ Umweltleistungen zu verstehen sind, die „[entweder] *im Einklang mit der Verordnung (EG) Nr. 66/2010*

des Europäischen Parlaments und des Rates²⁾, [oder im Einklang] mit nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach EN ISO 14024 Typ I, die in den Mitgliedstaaten offiziell anerkannt sind, oder [im Einklang] mit Umwelthöchstleistungen nach sonstigem geltenden Unionsrecht [stehen]“. Die betreffende anerkannte hervorragende Umweltleistung sollte sich dabei auf die gesamte Aussage beziehen.

Eine anerkannte hervorragende Umweltleistung liegt damit zum einen vor, wenn die Anforderungen an europäische, nationale oder regionale Umweltkennzeichen erfüllt sind. Hierdurch wird sichergestellt, dass die im europäischen Recht vorgesehenen Mindestanforderungen an die Vergabe von Umweltkennzeichen nicht durch ungeprüfte Aussagen unterlaufen werden. Die an eine anerkannte hervorragende Umweltleistung zu stellenden Anforderungen sind zudem auch dann erfüllt, wenn die Voraussetzungen einer besonderen Umweltfreundlichkeit im europäischen Recht selbst definiert sind.

Erwägungsgrund 10 der Richtlinie (EU) 2024/825 nennt die höchste „Klasse A“ (hohe Effizienz) der Verordnung (EU) 2017/1369³⁾ als ein Beispiel für Umwelthöchstleistungen im Hinblick auf ein bestimmtes ökologisches Merkmal nach anderem gültigen Unionsrecht.

Relevant wird die Definition bei der von Artikel 1 Nummer 4 der Richtlinie (EU) 2024/825 vorgesehenen Ergänzung des Anhangs der Richtlinie 2005/29/EG – konkret beim Verbot des Treffens einer allgemeinen Umweltaussage bei Nichtnachweisbarkeit der anerkannten hervorragenden Umweltleistung, welches in der neuen Nummer 4a des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. umgesetzt wird.

Zu Nummer 3

Die Begriffsbestimmung „Betriebsstoff“ setzt die neu eingefügte Definition in Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe v der Richtlinie 2005/29/EG um, die einen Betriebsstoff als jeden Bestandteil einer Ware beschreibt, der wiederholt verbraucht wird und ersetzt oder aufgefüllt werden muss, damit die Ware bestimmungsgemäß funktioniert. Relevant wird diese Begriffsbestimmung bei den ebenfalls neu eingefügten Per-se-Verboten in Nummer 23i (Irreführung über die Notwendigkeit der Ersetzung von Betriebsstoffen) und Nummer 23j (Vorhalten von Informationen oder Irreführung über Unverträglichkeiten von Betriebsstoffen) des Anhangs I der Richtlinie 2005/29/EG, die mit den neuen Nummern 23i und 23j des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. in nationales Recht umgesetzt werden.

Zu Nummer 4

Die Definition des Nachhaltigkeitssiegels setzt die in Artikel 1 Nummer 1 Buchstabe b der Richtlinie (EU) 2024/825 enthaltene Änderung um, die vorgibt, dass Artikel 2 Absatz 1 der Richtlinie 2005/29/EG um folgenden Buchstaben q ergänzt wird: Das Nachhaltigkeitssiegel wird dort definiert als *„ein freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauenssiegel, Gütezeichen oder Ähnliches, mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit in Bezug auf ihre ökologischen oder sozialen Merkmale oder beides hervorzuheben oder zu fördern, ausgenommen alle verpflichtenden Kennzeichnungen gemäß Unionsrecht oder nationalem Recht“*.

Im Vergleich zur Umweltaussage nach § 2 Absatz 2 Nummer 5 UWG n. F. ist der Anwendungsbereich eines Nachhaltigkeitssiegels nicht auf Umweltaspekte beschränkt, sondern kann sich etwa auch auf soziale Merkmale eines Produkts, eines (Herstellungs-)Verfahrens oder der Geschäftstätigkeit beziehen.

²⁾ Verordnung (EG) Nr. 66/2010 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 über das EU-Umweltzeichen (ABl. L 27 vom 30.1.2010, S. 1).

³⁾ Verordnung (EU) 2017/1369 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 4. Juli 2017 zur Festlegung eines Rahmens für die Energieverbrauchskennzeichnung und zur Aufhebung der Richtlinie 2010/30/EU (ABl. L 198 vom 28.7.2017, S. 1).

Zu Nummer 5

Der Begriff der Umweltaussage ist im neu eingefügten Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe o der Richtlinie 2005/29/EG verankert. Es handelt sich um den weit gefassten Oberbegriff zu „allgemeinen“ und „ausdrücklichen“ Umweltaussagen, dessen Voraussetzungen für die Anwendbarkeit der Tatbestände der § 5 Absatz 3 Nummer 4 und des Anhangs Nummer 4b zu § 3 Absatz 3 vorliegen müssen. Erforderlich ist, dass eine Aussage oder Darstellung vorliegt, in der ausdrücklich oder stillschweigend angegeben wird, dass ein Produkt, eine Produktkategorie, eine Marke oder ein Gewerbetreibender eine positive Auswirkung oder keine Auswirkung auf die Umwelt hat oder im Vergleich weniger schädlich für die Umwelt ist oder seine bzw. ihre Auswirkung (auf die Umwelt) im Laufe der Zeit verbessert. Hierbei ist für das Vorliegen einer Umweltaussage die verwendete Form einer Aussage oder einer Darstellung nicht maßgeblich. Beispielfhaft werden im neuen Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe o der Richtlinie 2005/29/EG Darstellungen durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole wie beispielsweise Etiketten, Markennamen, Firmennamen oder Produktbezeichnungen genannt. Durch die nicht abschließende Aufzählung soll neben einer Illustration möglicher Anwendungsfälle auch eine gewisse Entwicklungsoffenheit der Legaldefinition erreicht werden.

Erfasst werden nur Aussagen, die im Kontext einer geschäftlichen Handlung getroffen werden, nicht aber Aussagen, die anderen Zwecken dienen, z. B. solche im Rahmen gesetzlich vorgeschriebener Berichte.

Des Weiteren ist es notwendig, dass die Aussage oder Darstellung im Kontext einer kommerziellen Kommunikation steht oder verwendet wird. Zur Gewährleistung eines angemessenen Schutzzumfangs sind an dieses Merkmal nicht allzu hohe Anforderungen zu stellen.

Zu Nummer 6

Die Ausgestaltung und die Kriterien eines „Zertifizierungssystems“ werden durch Artikel 1 Nummer 1 Buchstabe b der Richtlinie (EU) 2024/825 vorgegeben und sind im neuen Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe r der Richtlinie 2005/29/EG verankert. Relevant wird die Definition bei dem neu eingefügten Per-se-Verbot in Nummer 2a des Anhangs zu § 3 Absatz 3 UWG, das die Verwendung von Nachhaltigkeitssiegeln nur noch dann zulässt, wenn sie auf einem Zertifizierungssystem beruhen oder durch eine staatliche Stelle reguliert sind.

Besonders hervorzuheben ist das Erfordernis, dass die Zertifizierung (des Nachhaltigkeitssiegels) durch eine Person zu erfolgen hat, die sowohl vom Gewerbetreibenden als auch vom Siegelinhaber unabhängig ist. Notwendig ist also grundsätzlich ein Dreipersonenverhältnis.

Nach Erwägungsgrund 7 der Richtlinie (EU) 2024/825 ist es Aufgabe des Gewerbetreibenden, vor Verwendung des Nachhaltigkeitssiegels sicherzustellen, dass das Siegel bzw. das dem Siegel zugrundeliegende Zertifizierungssystem den Mindestanforderungen an Transparenz und Glaubwürdigkeit entspricht. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass der Gewerbetreibende nicht verpflichtet ist, im Detail zu überprüfen, ob der (Zertifizierungs-)Systeminhaber tatsächlich diese Voraussetzungen im Einzelnen einhält.

Zu Absatz 3

Der neu eingefügte § 2 Absatz 3 UWG n. F. enthält fortan eine alphabetische Aufzählung aller Begriffsbestimmungen, die teilweise oder vollständig auf Definitionen des Bürgerlichen Gesetzbuchs oder auf Definitionen aus einem Rechtsakt der Europäischen Union verweisen.

Zu Nummer 1

§ 2 Absatz 3 Nummer 1 UWG n. F. enthält die Begriffsbestimmung der „Funktionalität“ und setzt die neu eingefügte Definition des Artikels 2 Absatz 1 Buchstabe w der Richtlinie 2005/29/EG in nationales Recht um. Diese bestimmt, dass „Funktionalität“ im Sinne der Richtlinie 2005/29/EG derjenigen Definition von „Funktionalität“ in Artikel 2 Nummer 9 der Richtlinie (EU) 2019/771⁴⁾ entspricht. Artikel 2 Absatz 9 der Richtlinie (EU) 2019/771 ist seinerseits in § 327e Absatz 2 Satz 2 des Bürgerlichen Gesetzbuchs umgesetzt, sodass dieser im Rahmen des UWG zur Anwendung kommt.

Zu Nummer 2

§ 2 Absatz 3 Nummer 2 UWG n. F. enthält die Begriffsbestimmung der „Haltbarkeit“ und setzt die neu eingefügte Definition des Artikels 2 Absatz 1 Buchstabe t der Richtlinie 2005/29/EG in nationales Recht um. Diese bestimmt, dass „Haltbarkeit“ im Sinne der Richtlinie 2005/29/EG derjenigen Definition von „Haltbarkeit“ in Artikel 2 Nummer 13 der Richtlinie (EU) 2019/771 entspricht. Artikel 2 Nummer 13 der Richtlinie (EU) 2019/771 ist seinerseits in § 434 Absatz 3 Satz 2 des Bürgerlichen Gesetzbuchs umgesetzt, sodass dieser im Rahmen des UWG zur Anwendung kommt.

Zu Nummer 3

Die neue Nummer 33 des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F., die zur Umsetzung des Teils von Artikel 1 Nummer 3 der Richtlinie (EU) 2023/2673 aufgenommen wurde, der Artikel 16e in die Richtlinie 2011/83/EU neu einfügt, nennt in der deutschen Sprachfassung zwar den Begriff „Online-Benutzeroberfläche“. Dabei scheint es sich jedoch um einen Übersetzungsfehler zu handeln. Vielmehr scheint - parallel zur englische Sprachfassung Richtlinie (EU) 2023/2673 - „Online-Schnittstelle“ gemeint. „Online-Schnittstellen“ sind dabei solche im Sinne von Artikel 3 Buchstabe m der Verordnung (EU) 2022/2065. Daher wird mit § 2 Absatz 3 Nummer 3 UWG n. F. eine Begriffsbestimmung von „Online-Schnittstelle“ ins UWG aufgenommen, die einen entsprechenden Verweis enthält.

Zu Nummer 4

§ 2 Absatz 3 Nummer 4 UWG n. F. enthält die Begriffsbestimmung der „Softwareaktualisierung“ und setzt die neu eingefügte Definition des Artikels 2 Absatz 1 Buchstabe u der Richtlinie 2005/29/EG in nationales Recht um. Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe u der Richtlinie 2005/29/EG verweist seinerseits auf die Begriffe „Waren mit digitalen Elementen“ und „digitale Inhalte und digitale Dienstleistungen“ nach der Richtlinie (EU) 2019/770 und der Richtlinie (EU) 2019/771, die mit § 327a Absatz 3 Satz 1 und § 327 Absatz 2 Satz 1 und Satz 2 des Bürgerlichen Gesetzbuchs in nationales Recht umgesetzt worden sind. Darüber hinaus umfasst der Begriff der Softwareaktualisierung nach dieser Vorschrift auch Funktionsaktualisierungen; dabei kann es sich um Aktualisierungen, insbesondere Updates und Upgrades handeln, die – anders als Aktualisierungen nach den Richtlinien (EU) 2019/770 und 2019/771 – nicht vertraglich geschuldet sind, sondern dem Verbraucher vom Unternehmer, ggf. gegen Zahlung eines Preises, außerhalb dieser vertraglichen Verpflichtung angeboten werden.

Zu Nummer 5

§ 2 Absatz 3 Nummer 5 UWG n. F. enthält die vormalis in § 2 Absatz 2 UWG a. F. enthaltene Bestimmung, dass für den Verbraucherbegriff § 13 des Bürgerlichen Gesetzbuchs

⁴⁾ Richtlinie (EU) 2019/771 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 2019 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte des Warenkaufs, zur Änderung der Verordnung (EU) 2017/2394 und der Richtlinie 2009/22/EG sowie zur Aufhebung der Richtlinie 1999/44/EG (ABl. L 136 vom 22.5.2019, S. 28).

entsprechend anwendbar ist. Inhaltliche Änderungen ergeben sich durch die Überführung in § 2 Absatz 3 Nummer 5 UWG n. F. nicht.

Zu Nummer 6

Nach dem neu eingefügten Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe ca der Richtlinie 2005/29/EG richtet sich die Definition von „Waren“ nach der Definition in Artikel 2 Nummer 5 der Richtlinie (EU) 2019/771. Dieser definiert „Waren“ zum einen als „bewegliche körperliche Gegenstände“ und zählt dazu zum anderen auch „Waren mit digitalen Inhalten“, d. h. „bewegliche körperliche Gegenstände, die in einer Weise digitale Inhalte oder digitale Dienstleistungen enthalten oder mit ihnen verbunden sind, dass die Waren ihre Funktionen ohne diese digitalen Inhalte oder digitalen Dienstleistungen nicht erfüllen könnten“.

Die Definition des Artikels 2 Nummer 5 der Richtlinie (EU) 2019/771 ist im Bürgerlichen Gesetzbuch zweiteilig umgesetzt: Artikel 2 Nummer 5 Buchstabe a der Richtlinie (EU) 2019/771 wird durch § 241a Absatz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs umgesetzt und Artikel 2 Nummer 5 Buchstabe a der Richtlinie (EU) 2019/771 mit der Definition von Waren mit digitalen Elementen in § 327a Absatz 3 Satz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs.

Zu Nummer 2

Zu Buchstabe a

Die Ergänzung der in § 5 Absatz 2 Nummer 1 UWG enthaltenen Aufzählung der wesentlichen Merkmale einer Ware oder Dienstleistung um „ökologische oder soziale Merkmale“ und „Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit“ setzt die Änderung des Artikels 6 Absatz 1 Buchstabe b der Richtlinie 2005/29/EG in nationales Recht um. Hierbei handelt es sich überwiegend um eine Klarstellung, die dem gestiegenen Interesse an nachhaltigen Kaufentscheidungen Rechnung trägt, das dazu führt, dass Nachhaltigkeitsaspekte regelmäßig als wesentliche Merkmale von Produkten oder Dienstleistungen angesehen werden.

Aussagen über die „sozialen Merkmale“ eines Produktes können sich nach Erwägungsgrund 3 der Richtlinie (EU) 2024/825 auf die gesamte Wertschöpfungskette des Produktes beziehen. Umfasst sind beispielsweise auch Aussagen über Arbeitsbedingungen. Aber auch Beiträge zu sozialen Initiativen und ethische Verpflichtungen wie der Tierschutz sind umfasst.

Zu Buchstabe b

Zu Doppelbuchstabe aa

Es handelt sich um eine rein redaktionelle Anpassung, die wegen der Anfügung der Nummern 3 und 4 notwendig geworden ist.

Zu Doppelbuchstabe bb

Es handelt sich um eine rein redaktionelle Anpassung, die wegen der Anfügung der Nummern 3 und 4 notwendig geworden ist.

Zu Doppelbuchstabe cc

Mit der Einfügung des neuen § 5 Absatz 3 Nummer 3 UWG n. F. wird der neu eingefügte Artikel 6 Absatz 2 Buchstabe e der Richtlinie 2005/29/EG in nationales Recht umgesetzt. Demnach kann es im Einzelfall eine irreführende geschäftliche Handlung darstellen, wenn mit Vorteilen für Verbraucherinnen und Verbraucher geworben wird, die irrelevant sind und sich nicht aus einem Merkmal des Produkts oder der Geschäftstätigkeit ergeben.

Wann eine Werbebotschaft einen „Vorteil“ im Sinne von § 5 Absatz 3 Nummer 3 UWG darstellt, ist aus Sicht der die Produkte nachfragenden Verbraucherinnen und Verbraucher und sonstigen Marktteilnehmer zu beurteilen. Da diese zunehmend Wert auf den Erwerb nachhaltiger Produkte legen, können neben unmittelbaren wirtschaftlichen Vorteilen für Verbraucherinnen und Verbraucher auch behauptete positive Auswirkungen auf die Umwelt als relevanter Vorteil in Betracht kommen.

Wann der beworbene Vorteil als „irrelevant“ im Sinne von § 5 Absatz 3 Nummer 3 UWG anzusehen ist, ist abhängig vom jeweiligen Einzelfall. Es bedarf einer Gesamtabwägung aller Umstände aus Sicht eines objektiven Durchschnittsverbrauchers. Eine Irrelevanz eines beworbenen Vorteils könnte laut Erwägungsgrund 5 der Richtlinie (EU) 2024/825 beispielsweise bei der Bewerbung abgefüllten Trinkwassers als „glutenfrei“ oder eines Papiers als „kunststofffrei“ gegeben sein.

Mit der Einfügung des neuen § 5 Absatz 3 Nummer 4 UWG n. F. wird der neu geschaffene Artikel 6 Absatz 2 Buchstabe d der Richtlinie 2005/29/EG in nationales Recht umgesetzt. Ziel des neuen Tatbestandes ist, eine höhere Belastbarkeit von zukunftsbezogenen Werbeaussagen zu erreichen. Denn insbesondere, wenn mit zukünftigen Engagements und langfristig angelegten Transformationsprozessen geworben wird, profitieren die werbenden Unternehmen bereits ab Verwendung der Umweltaussage und nicht erst ab Abschluss des Engagements oder ab Erreichung eines selbstgesteckten (umweltbezogenen) Ziels. Umfasst sind beispielsweise Werbeaussagen hinsichtlich des Übergangs zur CO₂- oder Klimaneutralität innerhalb eines bestimmten Zeitraums.

Zum Nachweis der Belastbarkeit von Aussagen über zukünftige Umweltleistungen ist die Erstellung eines detaillierten und realistischen Umsetzungsplans erforderlich. Aus diesem Umsetzungsplan müssen die selbstgesteckten, zeitgebundenen Ziele und Verpflichtungen zum Erreichen der künftigen Umweltleistung u. a. mess- und nachvollziehbar hervorgehen. Der Umsetzungsplan sollte entweder durch das werbende Unternehmen selbst oder im Auftrag des Unternehmens durch einen Dritten erstellt werden. Nach Erwägungsgrund 4 der Richtlinie (EU) 2024/825 sollte eine Überprüfung der Aussagen durch einen externen Sachverständigen erfolgen, der die Fortschritte des Gewerbetreibenden regelmäßig überprüft; Gewerbetreibende sollen hiernach die Ergebnisse der Überprüfungen den Verbrauchern zur Verfügung stellen.

Die selbstgesetzten Verpflichtungen müssen öffentlich einsehbar und im Zusammenhang mit der Umweltaussage über künftige Umweltleistungen dargestellt werden. Dies kann etwa durch die Verwendung eines QR-Codes auf dem Produkt, das die Werbeaussage über künftige Umweltleistungen enthält, erreicht werden. Dies verbessert die digitale Umsetzbarkeit und trägt zur Einsparung von Verpackungsmaterial bei.

Zu Nummer 3

Zu Absatz 3a

Der neu eingefügte § 5b Absatz 3a UWG n. F. setzt Artikel 7 Absatz 7 der Richtlinie 2005/29/EG in nationales Recht um und soll Belastbarkeit und Transparenz von Produktvergleichen über ökologische oder soziale Merkmale und über Zirkularitätsaspekte verbessern. Hierdurch wird die Änderung des § 5 Absatz 2 Nummer 1 UWG für den Bereich der Produktvergleiche nachvollzogen und auch hier dem gestiegenen Verbraucherinteresse an Nachhaltigkeitsaspekten Rechnung getragen. Denn insbesondere kostenlosen Produktvergleichen, die für Verbraucherinnen und Verbraucher einfach und schnell zugänglich sind, kommt bei zunehmender Produktvielfalt eine entscheidende Rolle zu. Verbraucherinnen und Verbraucher können so ohne eigene Kenntnisse und mit geringem Zeitaufwand eine Fülle von Produkten auf bestimmte Merkmale filtern lassen, um darauf aufbauend die vermeintlich nachhaltigste Kaufentscheidung zu treffen.

Vor dem Hintergrund der gestiegenen Verbrauchererwartungen an Detailtiefe und Qualität des Vergleichs wird klargestellt, dass Informationen über die Vergleichsmethode, die betreffenden Produkte und die Lieferanten dieser Produkte sowie die bestehenden Maßnahmen, um die Informationen auf dem neuesten Stand zu halten, als wesentliche Informationen anzusehen sind.

Zu Nummer 4

Die neu eingefügten Nummern 2a, 4a bis 4c, 10a, 23d bis 23j des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. setzen Artikel 1 Nummer 4 der Richtlinie (EU) 2024/825 um, der bestimmt, dass der Anhang der Richtlinie 2005/29/EG um 11 weitere Verhaltensweisen ergänzt werden soll, die stets – ohne Wertungsmöglichkeit – verboten sein sollen. Die Nummern 2a und 4a bis 4c betreffen dabei die Verwendung von Nachhaltigkeitssiegel und (Umwelt-) Aussagen, wohingegen Nummer 10a die Darstellung gesetzlicher Produkthanforderungen als Besonderheit eines Angebots reguliert und die Nummern 23d bis 23j den Bereich der (frühzeitigen) Obsoleszenz von Produkten betreffen.

Die neu eingefügte Nummer 33 (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. setzt demgegenüber den Teil des Artikels 1 Nummer 4 der Richtlinie (EU) 2023/2673 in nationales Recht um, der in die Richtlinie 2011/83/EU den neuen Artikel 16e „Zusätzlicher Schutz in Bezug auf Online-Schnittstellen“ einfügt.

Zu Buchstabe a

Die neu eingefügte Nummer 2a des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. setzt die Änderung des Anhangs I der Richtlinie 2005/29/EG – hier die Einfügung einer Nummer 2a – in nationales Recht um. Die Anbringung eines Nachhaltigkeitssiegels ist damit in Zukunft nur noch zulässig, wenn dieses auf einem Zertifizierungssystem beruht, das den Anforderungen des § 2 Absatz 2 Nummer 6 UWG entspricht.

Die Änderung dient dazu, die Belastbarkeit, Glaubwürdigkeit und Transparenz von Nachhaltigkeitssiegeln, die sich beispielsweise auf Produktmerkmale, Produktionsverfahren oder die Geschäftstätigkeit eines Gewerbetreibenden beziehen, sicherzustellen. Denn in die durch ein Nachhaltigkeitssiegel nachgewiesenen Eigenschaften setzen Verbraucherinnen und Verbraucher regelmäßig ein gesteigertes Maß an Vertrauen, was die Kaufentscheidung zwischen zwei grundsätzlich vergleichbaren Produkten maßgeblich beeinflussen kann.

Nach dem Willen des europäischen Gesetzgebers soll der Gefahr der Irreführung von Verbraucherinnen und Verbrauchern durch nicht belastbare Nachhaltigkeitssiegel durch ein Verbot des Anbringens von Nachhaltigkeitssiegeln, die weder auf einem Zertifizierungssystem beruhen noch von staatlicher Stelle festgesetzt wurden, begegnet werden.

Was unter einem Zertifizierungssystem im Sinne der Nummer 2a des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. zu verstehen ist, definiert § 2 Absatz 2 Nummer 6 UWG n. F. Von besonderer Wichtigkeit ist dabei, dass die Nachhaltigkeitseigenschaft, die durch das jeweilige Nachhaltigkeitssiegel herausgestellt wird, von einem vom Gewerbetreibenden zu unterscheidenden Dritten unabhängig und unvoreingenommen überprüft wird.

Beispiele für von staatlichen Stellen festgesetzte Nachhaltigkeitssiegel sind Logos, die vergeben werden, wenn die Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009⁵⁾ oder der

⁵⁾ Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 über die freiwillige Teilnahme von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 761/2001, sowie der Beschlüsse der Kommission 2001/681/EG und 2006/193/EG (ABl. L 342 vom 22.12.2009, S. 1).

Verordnung (EG) Nr. 66/2010⁶⁾ eingehalten werden. Auch können bestimmte Gewährleistungsmarken im Sinne von Artikel 27 der Richtlinie (EU) 2015/2436 des Europäischen Parlaments und des Rates⁷⁾ Nachhaltigkeitsiegel darstellen, wenn sie ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit etwa in Bezug auf die ökologischen oder sozialen Merkmale bewerben.

Zu Buchstabe b

Zu Nummer 4a

Nummer 4a des Anhangs zu § 3 Absatz 3 UWG setzt die durch Artikel 2 Buchstabe b der Richtlinie (EU) 2024/825 neu in den Anhang zur Richtlinie 2005/29/EG eingefügte Nummer 4a um. Die hinter allgemeinen Umweltaussagen stehenden Begriffe wie „umweltfreundlich“, „grün“ oder „biologisch abbaubar“ sind von ihrem Aussagegehalt her unklar, rufen bei Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie sonstigen Marktteilnehmern aber oftmals den Eindruck inhaltlich geprüfter besonderer Umwelteigenschaften hervor. Das allgemein gestiegene Umweltbewusstsein hat zudem zu einer verstärkten Beachtung umweltbezogener Werbung geführt. Um den berechtigten Verbrauchererwartungen im Hinblick auf derartige allgemeine Umweltaussagen zu entsprechen und eine Irreführung des Verkehrs zu vermeiden, stuft Nummer 4a allgemeine Umweltaussagen als unlauter ein, bei denen der Unternehmer das mit der Aussage konkludent erklärte Vorliegen einer anerkannten hervorragenden Umwelleistung nicht nachweisen kann.

Zu Nummer 4b

Die neue Nummer 4b des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. erklärt es für stets unzulässig, Umweltaussagen in der Art und Weise zu treffen, dass sie sich ausdrücklich oder konkludent auf das gesamte Produkt oder die gesamte Geschäftstätigkeit des Gewerbetreibenden beziehen, wenn sie tatsächlich nur auf einen Teil des Produktes oder einen (nicht repräsentativen) Teil der Geschäftstätigkeit des Gewerbetreibenden zutreffen. Als Anwendungsbeispiel nennt Erwägungsgrund 11 der Richtlinie (EU) 2024/825 den Fall, dass ein Produkt als „mit Recyclingmaterial hergestellt“ vermarktet wird, um den Eindruck zu erwecken, dass das gesamte Produkt aus Recyclingmaterial besteht, obwohl tatsächlich nur die Verpackung aus Recyclingmaterial besteht. Bezogen auf die Geschäftstätigkeit eines Gewerbetreibenden wäre beispielsweise eine Aussage umfasst, die den Eindruck erwecken soll, dass der Gewerbetreibende ausschließlich Energie aus erneuerbaren Quellen nutzt, obwohl für zahlreiche seiner Anlagen fossile Brennstoffe genutzt werden. In beiden Fällen sind die Aussagen irreführend.

Zu Nummer 4c

Nach der neuen Nummer 4c des Anhangs I der Richtlinie 2005/29/EG, welche durch die neue Nummer 4c des Anhang (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. in nationales Recht umgesetzt wird, ist es zukünftig stets unzulässig, eine Aussage zu treffen, nach der ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat, wenn diese Aussage lediglich mit der Kompensation von Treibhausgasemissionen begründet werden kann. Denn der Verwendung von Begrifflichkeiten wie „klimaneutral“, „CO₂-positiv“ oder „klimaschonend“ bei der Bewerbung eines Produktes kann nach Erwägungsgrund 12 der Richtlinie (EU) 2024/825 Verbraucherinnen und Verbraucher zu der irrigen Annahme verleiten, dass das Produkt selbst, seine Herstellung, der

⁶⁾ Verordnung (EG) Nr. 66/2010 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 über das EU-Umweltzeichen (ABl. L 27 vom 30.1.2010, S. 1).

⁷⁾ Richtlinie (EU) 2015/2436 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Dezember 2015 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (ABl. L 336 vom 23.12.2015, S. 1).

Verbrauch oder seine Entsorgung keine oder vergleichsweise geringere Auswirkungen auf die Umwelt habe.

Für Werbung mit CO₂-Kompensationaussagen gelten daher zukünftig besondere Anforderungen: Die Bewerbung eines Produktes mit einer CO₂-Kompensationaussage (bspw.: „dieses Produkt ist klimaneutral“) wird als irreführend eingestuft, wenn die Klimaneutralität des Produktes beispielsweise „nur“ durch den Erwerb von CO₂-Zertifikaten erreicht wird. Eine produktbezogene CO₂-Kompensationaussage wie „klimaneutral“ ist hingegen aber weiter zulässig, wenn das Produkt über den gesamten Lebenszyklus hinweg (Produktion, Gebrauch, Entsorgung) CO₂-neutral ist. Erwägungsgrund 12 der Richtlinie (EU) 2024/825 stellt außerdem klar, dass Unternehmen nicht daran gehindert werden, für ihre Investitionen in Umweltinitiativen (einschließlich Erwerb von CO₂-Zertifikaten) zu werben.

Zu Buchstabe c

Zu Nummer 10a

Durch die neu in den Anhang zu § 3 Absatz 3 UWG eingefügte Nummer 10a wird in Konkretisierung der bestehenden Nummer 10 klargestellt, dass es stets unlauter ist, eine für eine bestimmte Produktgruppe verpflichtend vorgeschriebene Eigenschaft als Besonderheit eines bestimmten Angebots darzustellen. Dies betrifft beispielsweise das Werben mit der Nichtverwendung eines chemischen Stoffes, wenn die Verwendung des Stoffes bei der betreffenden Produktgruppe bereits nicht mehr zulässig ist.

Ob eine Eigenschaft als Besonderheit eines bestimmten Angebots beworben wird, hängt von den Umständen des Einzelfalls ab. Jedenfalls sollte die Erläuterung, dass ein Produkt bestimmte verpflichtend vorgegebene Standards erfüllt, weiterhin möglich sein, soweit klar erkennbar ist, dass die Erfüllung bestimmter Vorgaben nicht als Alleinstellungsmerkmal eines Angebots dargestellt wird.

Zu Buchstabe d

Die neu eingefügten Nummern 23d bis 23j des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. beziehen sich auf Praktiken im Zusammenhang mit frühzeitiger Obsoleszenz, also der frühzeitigen Alterung von Produkten.

Zu Nummer 23d

Stets unzulässig ist zukünftig das Zurückhalten von Informationen über den Umstand, dass eine Softwareaktualisierung sich negativ auf die Funktionsfähigkeit von Waren mit digitalen Elementen oder auf die Nutzung digitaler Inhalte oder digitaler Dienstleistungen auswirken wird. Als Anwendungsbeispiel nennt Erwägungsgrund 17 der Richtlinie (EU) 2024/825, dass Gewerbetreibende, die Verbraucherinnen oder Verbraucher auffordern, das Betriebssystem ihres Smartphones zu aktualisieren, die Information zurückhalten, dass sich die Aktualisierung negativ auf die Funktionsweise oder andere Merkmale, wie die Batterienutzung oder die allgemeine Performance auswirken wird.

Dabei ist jedoch zu beachten, dass nicht alle Gewerbetreibenden – insbesondere nicht diejenigen, die ein Produkt lediglich vertreiben, – Kenntnisse über die tatsächlichen Auswirkungen von Softwareaktualisierungen haben oder haben müssen. Nach Erwägungsgrund 17 der Richtlinie (EU) 2024/825 ist im Allgemeinen davon auszugehen, dass nur Gewerbetreibende, die für die Entwicklung von Softwareaktualisierungen verantwortlich sind, über derartige Informationen verfügen, während sich Gewerbetreibende ansonsten auf zuverlässige Informationen verlassen können, die ihnen beispielsweise von Softwareentwicklern bereitgestellt werden.

Der Begriff der Softwareaktualisierung ist im neu eingefügten § 2 Absatz 3 Nummer 4 UWG n. F. legaldefiniert. Er umfasst neben vertraglich geschuldeten Aktualisierungen im Sinne der §§ 327e Absatz 2 Nummer 3, 327f Absatz 1, 475b Absatz 3 Nummer 2, 475 b Absatz 4 Nummer 2 BGB auch Funktionsaktualisierungen, die nicht vertraglich geschuldet sind, sondern dem Verbraucher darüber hinaus, ggf. gegen Zahlung eines Preises, angeboten werden.

Waren mit digitalen Elementen sind solche im Sinne des § 327a Absatz 3 Satz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs, digitale Inhalte oder digitale Dienstleistungen sind solche im Sinne des § 327 Absatz 2 Satz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs.

Zu Nummer 23e

Zur Vermeidung der Irreführung von Verbraucherinnen und Verbrauchern soll es nach der neu eingefügten Nummer 23e des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. zukünftig stets unzulässig sein, eine Softwareaktualisierung als notwendig darzustellen, wenn sie lediglich der Verbesserung von Funktionalitätsmerkmalen dient. Dahinter steht der Gedanke, dass Verbraucherinnen und Verbraucher grundsätzlich frei, informiert und individuell entscheiden sollen, welche Softwareaktualisierung sie vornehmen und welche nicht. Dafür darf ihnen beispielsweise nicht die Information vorenthalten werden, ob es sich bei einer Softwareaktualisierung um ein Sicherheitsupdate handelt, das zur sicheren Nutzung des Produktes notwendig ist, oder ob die Softwareaktualisierung „lediglich“ der Verbesserung der Funktionalität des Produktes dient.

Zu Nummer 23f

Von besonderer Bedeutung beim Komplex der stets unzulässigen Geschäftspraktiken im Zusammenhang mit frühzeitiger Obsoleszenz ist die neu eingefügte Nummer 23f des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F., die die Bewerbung von Waren mit intendierter begrenzter Haltbarkeit wesentlich einschränkt: Sollten einem Gewerbetreibenden Informationen darüber vorliegen, dass eine Ware ein Merkmal enthält, welches mit der Intention eingefügt wurde, die Haltbarkeit der Ware zu begrenzen, so ist zukünftig jedwede Bewerbung dieser Ware unzulässig.

Unter Bewerbung ist dabei jede Mitteilung zu verstehen, die unmittelbar oder mittelbar der Bewerbung der Ware dient. Die Herstellung und Bereitstellung von Waren auf dem Markt sind jedoch laut Erwägungsgrund 19 der Richtlinie (EU) 2024/825 nicht erfasst.

Nummer 23f des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. richtet sich primär an Gewerbetreibende, die auch Hersteller der Ware sind. Andere Gewerbetreibende – wie etwa solche, die die Ware lediglich vertreiben, – sind nur dann erfasst, wenn ihnen belastbare Informationen über die geplante frühzeitige Obsoleszenz tatsächlich zur Verfügung stehen.

Für die Vertragswidrigkeit einer Ware infolge der Verwendung von minderwertigen Stoffen oder Verfahren sollten laut Erwägungsgrund 19 der Richtlinie (EU) 2024/825 weiterhin die in der Richtlinie (EU) 2019/771 festgelegten Vorschriften über die Vertragsmäßigkeit der Waren gelten. Diese sind im nationalen Recht in § 434 des Bürgerlichen Gesetzbuchs umgesetzt.

Zu Nummer 23g

Als stets unzulässige irreführende Geschäftspraxis gilt zukünftig auch die falsche Behauptung, dass eine Ware unter normalen Nutzungsbedingungen eine bestimmte Haltbarkeit aufweist. Als Anwendungsfall nennt Erwägungsgrund 20 der Richtlinie (EU) 2024/825, dass ein Gewerbetreibender Verbraucherinnen und Verbraucher darüber informiert, dass eine Waschmaschine bei normalem Gebrauch gemäß der Gebrauchsanweisung voraussichtlich für eine bestimmte Anzahl von Waschgängen halten wird, obwohl dies bei der tatsächlichen

Verwendung der Waschmaschine unter den vorgegebenen Bedingungen nicht der Fall ist. Allerdings sollen sich Gewerbetreibende, die nicht auch die Hersteller der Waren sind, wie etwa der bloße Verkäufer einer Ware, auf zuverlässige Informationen verlassen können, die ihnen vom Hersteller zur Verfügung gestellt werden.

Für die Vertragswidrigkeit von Waren aufgrund gelegentlicher Fehler bei der Herstellung der Waren sollten laut Erwägungsgrund 20 der Richtlinie (EU) 2024/825 weiterhin die in der Richtlinie (EU) 2019/771 festgelegten Vorschriften über die Vertragsmäßigkeit der Waren gelten. Diese sind im nationalen Recht in § 434 des Bürgerlichen Gesetzbuchs umgesetzt.

Zu Nummer 23h

Die Darstellung einer Ware als reparierbar, wenn sie es tatsächlich nicht ist, ist zukünftig nach der neuen Nummer 23h des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. – ohne Wertungsmöglichkeit – stets unzulässig.

Zu Nummer 23i

Stets unzulässig ist es auch, Verbraucherinnen und Verbraucher dazu zu veranlassen, einen Betriebsstoff früher zu ersetzen oder aufzufüllen, als es aus technischen Gründen notwendig gewesen wäre. Denn dies könnte Verbraucherinnen und Verbraucher zu nicht notwendigen Produktkäufen veranlassen. Als Anwendungsbeispiel nennt Erwägungsgrund 23 der Richtlinie (EU) 2024/825, dass Verbraucherinnen und Verbraucher über die Einstellungen des Druckers aufgefordert werden, Druckerpatronen zu ersetzen, bevor diese tatsächlich leer sind, um sie zum Kauf zusätzlicher Druckerpatronen anzuregen, auch wenn das noch nicht erforderlich gewesen wäre.

Zu Nummer 23j

Ebenfalls stets unzulässig sind nach der neuen Nummer 23j des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. Äußerungen über Auswirkungen der Verwendung von herstellerfremden Betriebsstoffen, Ersatzteilen oder Zubehör in zwei gegensätzlichen Varianten: einerseits das Zurückhalten von Informationen über Funktionsbeeinträchtigungen, andererseits die wahrheitswidrige Behauptung, es gäbe eine Funktionsbeeinträchtigung, obwohl dies gar nicht der Fall wäre.

Die neue Regelung dient der Angebotstransparenz und soll mittelbar zur Reduzierung nicht notwendiger Ersatzkäufe und zur Vermeidung der damit einhergehenden erhöhten Abfallmenge beitragen. In der Regel verfügt jedoch nur der Hersteller einer Ware über entsprechende Informationen. Andere Gewerbetreibende – wie beispielsweise Verkäufer – sollen sich laut Erwägungsgrund 24 der Richtlinie (EU) 2024/825 auf zuverlässige Informationen verlassen können, die ihnen beispielsweise durch Informationen des Herstellers zur Verfügung stehen.

Zu Buchstabe e

Es handelt sich um eine rein redaktionelle Änderung.

Zu Buchstabe f

Es handelt sich um eine rein redaktionelle Änderung wegen der Ergänzung von Nummer 33 des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F.

Zu Buchstabe g

Zu Nummer 33

Artikel 1 Nummer 4 der Richtlinie (EU) 2023/2673 bestimmt u. a., dass in der Richtlinie 2011/83/EU in Bezug auf im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge ein neuer Artikel 16e mit der Überschrift „Zusätzlicher Schutz in Bezug auf Online-Benutzeroberflächen“ eingefügt werden soll. Dieser neue Artikel 16e wird mit der Einfügung der neuen Nummer 33 des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. in nationales Recht umgesetzt.

Dabei ist zu beachten, dass die Verwendung der Begrifflichkeit „Online-Benutzeroberfläche“ in der deutschen Fassung der Richtlinie (EU) 2023/2673 einen Übersetzungsfehler darstellt. „Online-Benutzeroberfläche“ ist wie in der englischen Fassung der Richtlinie (EU) 2023/2673 als „Online-Schnittstelle“ zu verstehen, was auch dem in Artikel 16e der Richtlinie 2011/83/EU genannten Verweis auf Artikel 3 Buchstabe m der Verordnung (EU) 2022/2065 (Digital Services Act) entspricht.

Artikel 16e der Richtlinie 2011/83/EU betrifft manipulative Praktiken, die geeignet sind, die freie und informierte Entscheidung von Verbraucherinnen und Verbrauchern in unzulässiger Weise maßgeblich zu beeinflussen (sog. Dark Patterns). Online-Schnittstellen sind dabei als solche im Sinne von Artikel 3 Buchstabe m des Digital Services Act zu verstehen. Sie umfassen also Software, einschließlich Webseiten und Teile von diesen, sowie Anwendungen, einschließlich Mobil-Apps. Finanzdienstleistungen sind solche im Sinne von Artikel 2 Nummer 12 der Richtlinie 2011/83/EU.

Der neue Artikel 16e Absatz 1 Satz 2 der Richtlinie 2011/83/EU bestimmt, dass die Mitgliedstaaten mindestens eine von drei genannten Praktiken von Unternehmen verbieten müssen. Bei den Praktiken handelt es sich „um die stärkere Hervorhebung bestimmter Auswahlmöglichkeiten, wenn Verbraucher [...] aufgefordert werden, eine Entscheidung zu treffen (a), um die wiederholte Aufforderung an Verbraucher [...] eine Auswahl zu treffen, wenn eine solche Auswahl bereits getroffen wurde [...] (b), und um die Erschwerung des Verfahrens zur Beendigung eines Dienstes im Vergleich zur Anmeldung bei diesem Dienst (c)“.

Wegen der belastigenden Wirkung von immer wiederkehrenden Anfragen – insbesondere durch Pop-up-Fenster –, die den Verbraucher dazu verleiten können, eine bereits getroffene Entscheidung zu revidieren, nur damit die immer wiederkehrenden Aufforderungen enden („click fatigue“), wurde die in Artikel 16e Absatz 1 Satz 2 Buchstabe b der Richtlinie 2011/83/EU genannte Praktik in die Liste der stets unzulässigen aggressiven geschäftlichen Handlungen im Anhang (zu § 3 Absatz 3) UWG aufgenommen.

Zu Artikel 2 (Inkrafttreten)

Zu Absatz 1

Die Bestimmungen dieses Gesetzes mit Ausnahme von Artikel 1 Nummer 4 Buchstabe e bis g treten am 27. September 2026 in Kraft.

Zu Absatz 2

Artikel 1 Nummer 4 Buchstabe f und g treten am 19. Juni 2026 in Kraft.