[redacted]

14. März 2025

Betreff: Stellungnahme zum BMJ-Diskussionsentwurf | Entwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (3. UWG-Änderungsgesetz)

[redacted],

wir bedanken uns für den Hinweis auf die Veröffentlichung zum Diskussionsentwurf des 3. UWG-Änderungsgesetzes. Auch wenn hier noch keine offizielle Verbändeanhörung eingeleitet wurde, möchten wir die Gelegenheit nutzen, zum vorliegenden Entwurf Stellung zu nehmen.

Vorab und übergeordnet möchten wir ausdrücklich unsere Zustimmung zu dem Vorschlag aussprechen. Insbesondere begrüßen wir, dass der Entwurf nahezu eine 1:1-Umsetzung der europäischen Vorgaben vorsieht und auf zusätzliche Regelungen verzichtet. Zusätzliche Regelungen, die über die europäischen Anforderungen hinausgehen, führen zu unnötiger Komplexität und erschweren den fristgerechten Umsetzungsprozess. Dies lehnen wir ab. Wir begrüßen hingegen, dass weiterhin aus gutem Grund auf die Effizienz der bewährten privaten Rechtsdurchsetzung vertraut wird.

Richtigerweise werden grundsätzlich die konkreten Anforderungen der Richtlinie (EU) 2024/825 zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel umgesetzt. Auf eine Ausnahme werden wir unten näher eingehen. Angesichts des bestehenden Zeitdrucks ist es aus unserer Sicht von besonderer Bedeutung, dass die Anforderungen der Richtlinie ohne zusätzliche Belastungen oder Verzögerungen in nationales Recht umgesetzt werden. Der Entwurf stellt so sicher, dass das Gesetzgebungsverfahren in der anstehenden neuen Legislaturperiode zügig voranschreiten kann. Ein zügiger Abschluss des Gesetzgebungsverfahrens rechtzeitig vor dem Inkrafttreten gewährleistet, dass sich die Unternehmen auf valider Grundlage frühzeitig auf die neue Rechtslage einstellen können. Wegen der Bedeutung der Neuregelung für die Gestaltung der Produkte und Verpackungen reicht dies aber noch nicht aus (vgl. hierzu unten).

Die 1:1-Umsetzung der europäischen Vorgaben ist zudem ein wichtiger Beitrag zur Rechtsklarheit und Rechtssicherheit für Unternehmen, insbesondere in Zeiten, in denen die zurzeit in Brüssel diskutierte Green Claims Directive mit weiteren bürokratischen Hürden und Rechtsunsicherheiten droht.

Zu der konkreten inhaltlichen Umsetzung möchten wir folgendes anmerken:

- **Überschießende Umsetzung bei § 2 Abs. 2 Nr. 5 UWG n. F., § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG n. F. und § 5 Abs. 3 Nr. 4 UWG n. F.**

  Mit § 2 Abs. 2 Nr. 5 UWG-E wird der Begriff der „Umweltaussage" definiert. Dabei knüpft die geplante Legaldefinition an den Rechtsbegriff der „geschäftlichen Handlung" an und weicht damit von der Richtlinie ab, die stattdessen auf den Begriff der „kommerziellen Kommunikation" abstellt. In diese Richtung geht auch die Begründung des Diskussionsentwurfs zu Art. 1 Nr. 1 lit. a), mit der klargestellt wird, dass die Aussage oder Darstellung im Kontext einer kommerziellen Kommunikation stehen müsse oder verwendet werde. Ausdrücklich wird in diesem Zusammenhang festgestellt: *„**Zur Gewährleistung eines angemessenen Schutzumfangs sind an dieses Merkmal nicht allzu hohe Anforderungen zu stellen***." Die Definition einer „geschäftlichen Handlung" in § 2 Abs. 2 Nr. 2 UWG ist aber sehr breit gefasst. Der Anwendungsbereich könnte damit über den der „kommerziellen Kommunikation" hinausgehen und daher der Zielsetzung des Gesetzgebers entgegenstehen. Wir schlagen vor, dass der Text des § 2 Abs. 2 Nr. 5 UWG-E sich wie folgt an den genauen Wortlaut der Richtlinie halten sollte.

  § 5 Abs. 2 Nr. 5 UWG n. F.:

  *„Umweltaussage" jede Aussage oder Darstellung im Kontext einer **kommerziellen Kommunikation**, …*

  Gelten die Inhalte der Richtlinie (EU) 2024/825 nur im Verhältnis gegenüber Verbrauchern (B2C), so geht der vorliegende Vorschlag weiterhin in § 5 Abs. 2 Nr. 1 und Abs. 3 Nr. 4 UWG n. F. darüber hinaus, da er auf Grund der Systematik und des Anwendungsbereichs des UWG ebenfalls das Verhältnis zwischen Unternehmen und weiteren Marktteilnehmern (B2B) erfassen würde. Vor diesem Hintergrund findet daher leider gerade keine inhaltliche 1:1-Umsetzung statt. Unternehmen wird zusätzlicher Prüf- und Dokumentationsaufwand auferlegt, z.B. im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie im Rahmen der vorgeschlagenen Regelung in § 5 Abs. 3 Nr. 4 UWG n. F. Hier müssten künftig über alle Branchen hinweg folgende Voraussetzung erfüllt werden:

  - öffentlich einsehbare und überprüfbare Verpflichtungen
  - Umsetzungsplan
  - messbare und zeitgebundene Ziele
  - Zuweisung von Ressourcen und
  - regelmäßige Überprüfung von einem unabhängigen externen Sachverständigen.

  Wir schlagen daher folgende Formulierung vor, um den Umfang der Regelung nicht über die europäischen Regelungen hinausgehen zu lassen:

  § 5 Abs. 3 Nr. 4 UWG n. F.:

  *„mit ihr **gegenüber Verbrauchern** 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.*"

§ 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG n. F.:

> *„die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung wie Verfügbarkeit, Art, Ausführung, Vorteile, Risiken, Zusammensetzung, ökologische und soziale Merkmale, Zubehör, Verfahren oder Zeitpunkt der Herstellung, Lieferung oder Erbringung, Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, Menge, Beschaffenheit, Kundendienst und Beschwerdeverfahren, geographische oder betriebliche Herkunft, von der Verwendung zu erwartende Ergebnisse oder die Ergebnisse oder wesentlichen Bestandteile von Tests der Waren oder Dienstleistungen;* ***oder gegenüber Verbrauchern Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit"***

Um den Unternehmen eine rechtssichere Umsetzung der neuen Vorgaben des § 5 Abs. 3 Nr. 4 UWG zu ermöglichen und unnötige Abmahnrisiken zu minimieren, sollte in der Gesetzesbegründung eine Klarstellung erfolgen, unter welche konkreten Bedingungen die gesetzlichen Anforderungen an einen „externen Sachverständigen" erfüllt werden.

- **Klarstellung in Anhang Nr. 4c**

In der Begründung des Diskussionsvorschlags zu Nr. 4c des Anhangs wird festgestellt, dass die Norm nur einschlägig sein soll, wenn die betreffende Aussage „lediglich" mit der Kompensation von Treibhausgasemissionen begründet werden kann. Um die Rechtssicherheit insoweit zu erhöhen, wird angeregt, dies auch im verfügenden Teil klarzustellen, z.B. durch die Einfügung von „lediglich":

> *4c. Aussagen zu Umweltauswirkungen bei Kompensation von Treibhausgasemissionen „das Treffen einer Aussage, die sich* ***lediglich*** *auf die Kompensation von Treibhausgasemissionen gründet und nach der ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat";*

Zusätzlich wird angeregt, in der Begründung eine Erläuterung aufzunehmen, was genau hier unter „Kompensation" zu verstehen ist.

- **§ 5 Abs. 3 Nr. 3 n. F. „mit Vorteilen für Verbraucher geworben wird, die irrelevant sind …"**

Die zeichnenden Verbände möchten hinsichtlich § 5 Abs. 3 Nr. 3 n. F. anmerken, dass trotz der wörtlichen Umsetzung unklar sein dürfte, was unter „irrelevant" zu verstehen ist. Erforderlich ist daher eine weitere Erläuterung im Rahmen der Begründung, um wenigstens ansatzweise Rechtssicherheit für die Praxis zu gewährleisten. Keineswegs genügt hierzu der jetzt in der Begründung enthaltene Verweis auf die Notwendigkeit einer Einzelfallprüfung und die Sicht des durchschnittlichen Verbrauchers verbunden mit den Beispielen aus der Richtlinie (glutenfreies Trinkwasser und kunststofffreies Papier).

- **<u>Klarstellung zu Nr. 2a des Anhangs (zu § 3 Abs. 3)</u>**

  Aus Sicht der zeichnenden Verbände bedarf es ferner einer beschränkenden Klarstellung zum neuen Verbotstatbestand des Nr. 2a der „Schwarzen Liste“ dahingehend, dass dieser ausschließlich im B2C-Verhältnis anwendbar ist. Hintergrund ist, dass in Rechtsprechung und Literatur die Tendenz besteht, die Wertungen der Verbotstatbestände im Einzelfall auch auf reine B2B-Sachverhalte zu übertragen (z.B. BGH „Branchenbuch Berg“ (GRUR 2012, 184 Rn. 29), BGH „Identitätsdiebstahl“ (GRUR 2019, 1202 Rn. 29)), obgleich die Verbotstatbestände nach dem einleitenden Wortlaut tatsächlich nur gegenüber Verbrauchern unzulässig sind. Beim Verbotstatbestand des Nr. 2a würde eine solche Übertragung aus folgenden Gründen unangemessen sein:

  - Unterschiedliche Schutzbedürftigkeit: Unternehmen verfügen über die notwendige Expertise, um Nachhaltigkeitsaussagen in ihrem Sektor fachkundig zu bewerten. Daher besteht im B2B-Bereich keine mit Verbrauchern vergleichbare Schutzbedürftigkeit.

  - Mangel an geeigneten Zertifizierungssystemen: Im B2B-Bereich fehlt es schon heute oft an geeigneten Zertifizierungssystemen, die den spezifischen Anforderungen der bestehenden Regelungen gerecht werden. So deckt beispielsweise die EU-Umweltzeichen-Verordnung bisher nur wenige, oft nicht B2B-spezifische Produktkategorien ab.

  - Gefahr des Informationsverlusts: Aus dem zuvor genannten Grund folgt auch, dass ein Verbot oder eine Beschränkung privater Nachhaltigkeitssiegel im B2B-Bereich dazu führen könnte, dass wertvolle Nachhaltigkeitsinformationen ersatzlos entfallen. Das würde den Zielen der Bundesregierung zur Förderung der Nachhaltigkeit zuwiderlaufen.

  - Erhöhter Erfüllungsaufwand: Die Anwendung der Regelung auf den B2B-Bereich würde den Erfüllungsaufwand für Unternehmen signifikant steigern, ohne einen entsprechenden Mehrwert (für die B2B-Kunden) zu schaffen.

  Da es sich bei Nr. 2a des Anhangs um einen neuartigen Verbotstatbestand handelt, ist derzeit nicht absehbar, wie die Rechtsprechung diesen künftig auslegen wird. Um von Beginn an Rechtssicherheit zu schaffen und unnötige finanzielle und zeitliche Belastungen für den B2B-Sektor zu vermeiden, sollte hier eine **Klarstellung in der Definition der Nachhaltigkeitssiegel** (Art. 2 Abs. 2 Ziff. 4 neu) aufgenommen werden wie folgt:

  „Nachhaltigkeitssiegel“ ein freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauenssiegel, Gütezeichen oder Ähnliches mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit ***gegenüber Verbrauchern*** in Bezug auf ihre ökologischen oder sozialen Merkmale oder beides hervorzuheben, ausgenommen …“

  Hilfsweise könnte auch in der Gesetzesbegründung zu Nr. 2a des Anhangs eine Klarstellung erfolgen. So könnte beispielsweise am Ende des zweiten Absatzes der Gesetzesbegründung folgender Zusatz aufgenommen werden:

  „…was die Kaufentscheidung zwischen zwei grundsätzlich vergleichbaren Produkten maßgeblich beeinflussen kann. ***Verbraucherinnen und Verbraucher haben, anders als sonstige Marktteilnehmer im B2B-Bereich, keine spezifische Sachkenntnis, um den durch das Nachhaltigkeitssiegel vermittelten Aussagegehalt einschätzen zu können, weshalb sich hier eine besondere Schutzbedürftigkeit von Verbraucherinnen und Verbrauchern ergibt…“***

- **Klarstellung zu § 2 Abs. 2 Nr. 6d Anforderungen an ein Zertifizierungssystem**

  In der Begründung sollte klargestellt werden, dass die Überwachung durch Dritte in angemessenen Abständen zu erfolgen hat. So wäre z.B. eine jährliche Überprüfung unverhältnismäßig und würde insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) mit hohen Kosten belasten. Dies könnte ansonsten zu einer erheblichen Wettbewerbsverzerrung durch das auferlegte Zertifizierungssystem führen.

  Aus Sicht der Unterzeichnenden wäre eine Überprüfung im Fünfjahresrhythmus oder bei wesentlichen Änderungen am System ausreichend und praxisgerecht. Dies würde bewährten Branchen-Nachhaltigkeitssiegeln weiterhin Bestand ermöglichen und damit auch KMU die Fortführung ihrer Nachhaltigkeitsbemühungen und -kommunikation sichern.

  Es ist daher essenziell, eine praxisnahe Regelung zu etablieren, die einerseits die Glaubwürdigkeit der unabhängigen Drittüberwachung ermöglicht, andererseits aber die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit aller Marktteilnehmer berücksichtigt. Grundsätzlich ist es wichtig, den Erhalt von etablierten und nachweislich funktionierenden Branchen-Nachhaltigkeitssiegeln in die Begründungen im Besonderen Teil zu Nummer 6 aufzunehmen. Diese Siegel und die dahinterstehenden Beurteilungssysteme bieten Unternehmen einer bestimmten Branche eine erschwingliche Möglichkeit, ihre Nachhaltigkeitsbemühungen nach außen zu kommunizieren. Staatliche Siegel sind hingegen aufgrund der hohen Kosten häufig keine finanzierbare Alternative für finanzschwächere Unternehmen.

- **Neue Nummer 33 in der Schwarzen Liste (33. „Beeinflussung und Behinderung auf Online-Schnittstellen beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz“)**

  Die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (2005/29/EG) und damit auch das UWG sind bereits in der derzeitigen Form gut geeignet, um alle Formen irreführender Werbung zu bekämpfen. Das betrifft auch die Verwendung von sog. Dark Patterns. Jedenfalls halten wir aber die vorliegende Bezugnahme auf sog. Dark Patterns beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz für einen sehr speziellen Fall, der aus unserer Sicht in dieser Form nicht oder jedenfalls nicht speziell hinsichtlich der genannten Verträge geregelt werden müsste.

- **Erfüllungsaufwand**

  Die zeichnenden Verbände möchten hier übergreifend anmerken, dass die Einschätzungen des Erfüllungsaufwandes für die Wirtschaft im Entwurf nicht ausreichend bemessen sind. Der Entwurf geht davon aus, dass Unternehmen ihre Produkte in der Regel sehr gut kennen und daher der Aufwand für die Identifizierung potenziell unzulässiger Angaben überschaubar bleibt. Bereits die Fallzahl für die gesamte Wirtschaft ist kritisch zu hinterfragen. Allein in einem Ladengeschäft des Lebensmitteleinzelhandels werden bis zu 40.000 unterschiedliche Produkte angeboten, darunter zahlreiche Eigenmarken. Angesichts dessen wurde die den Modellrechnungen zu Grunde liegende Zahl von jedenfalls unter 100.000 Fällen für die gesamte Wirtschaft unrealistisch niedrig angesetzt. Der veranschlagte Zeitaufwand von etwa drei Stunden erscheint den unterzeichnenden Verbänden zu niedrig. Außerdem werden die Ansätze eines Stundenansatzes von 58,40 € für „ein hohes Qualifikationsniveau“ für die Bearbeitung durch Mitarbeitende und 400 € für eine 8-stündige Prüfung durch einen externen Sachverständigen als nicht realistisch angesehen.

Zudem wird der Erfüllungsaufwand für die Zertifizierungssysteme für Nachhaltigkeitssiegel bislang nicht ausreichend berücksichtigt. Etablierte Branchen-Nachhaltigkeitssiegel spielen eine wesentliche Rolle bei der Ermöglichung eines gesunden Wettbewerbs und der Wahrung fairer Marktbedingungen in Bezug auf Nachhaltigkeitskommunikation, gerade für KMU. Daher muss der künftige Erfüllungsaufwand für die Zertifizierungsanforderungen gem. EmpCo verdeutlicht werden. Eine unangemessene teure Zertifizierungs- und Kontrollpflicht könnte bewährte Siegel gefährden, die im Vergleich zu staatlichen Siegeln erschwinglicher sind. Damit würden finanzschwächeren Unternehmen der Zugang zu etablierten Nachhaltigkeitsnachweisen erschwert. Dies würde letztlich dem Ziel der Verbraucherstärkung durch substantiierte Nachhaltigkeitsaufklärung entgegenwirken.

- **Abverkaufsmöglichkeiten**

Die neuen lauterkeitsrechtlichen Vorgaben stellen die Unternehmen bei der Umsetzung vor erhebliche Herausforderungen. Auf Grund der neuen Regelungen für die Werbung mit Umweltaussagen und die Verwendung von Nachhaltigkeitssiegeln müssen Verpackungen von Konsumgütern neugestaltet und an die neuen Rechtsvorschriften angepasst werden. Dies ist rechtssicher erst möglich, wenn der verbindliche neue Gesetzestext im Bundesgesetzblatt veröffentlicht wurde.

In diesem Zusammenhang ist zu beachten, dass Vorlaufzeiten von Verpackungen stark vom jeweiligen Artikel, Ursprungs-/Produktionsland und der Ernte-/Produktionshäufigkeit abhängen. So gibt es Verpackungen, die 6 bis 12 Monate vor dem Verkaufsstart bereits zwischen Hersteller und Handel final abgestimmt werden und teilweise im Lager verbleiben bis sie mit Waren befüllt in den Verkauf kommen. Darüber hinaus können diese Waren und Produkte weitere unterschiedlich große Zeiträume in den Verkaufsstellen verbringen. Sollten Artikel sich weniger gut verkaufen, kann sich der Abverkauf auch deutlich über 15 Monate erstrecken. Darüber hinaus werden Verpackungsmaterialien in der Regel in hohen Auflagen (teilweise sogar Mindestauflagen) vorproduziert. Dadurch kann die Lieferfähigkeit auch in angespannten Märkten (geringe Verfügbarkeit von Verpackungen) und existierenden Vorlaufzeiten von notwendigen Druckereien sichergestellt werden. Abgesehen davon können Unternehmen durch höhere Auflagen auch positive Skaleneffekte erzielen. Des Weiteren wird für die Sicherstellung einer kontinuierlichen Anlieferung auch fertig produzierte und verpackte Ware im Lager bevorratet. Auch Produkte mit langen Mindesthaltbarkeitsdaten, wie z. B. Konservendosen, werden oft in großen Mengen auf Vorrat gekauft. Der Abverkauf kann sich je nach Abverkaufsstärke und Länge des Mindesthaltbarkeitsdatums über mehrere Monate erstrecken. Einige Non-Food-Produkte – wie zum Beispiel Bücher oder Werbebroschüren – können problemlos Jahre im Markt verbleiben.

Daher geht Art. 4 Abs. 1 der Richtlinie 2024/825 zwar in die richtige Richtung, weil danach die neuen Regeln bereits bis zum 27.03.2026 veröffentlicht, aber erst ab dem 27.09.2026 von den Mitgliedstaaten angewandt werden müssen. Der damit den Unternehmen gewährte Zeitraum von sechs Monaten zur rechtssicheren Anpassung an die neuen Vorgaben reicht aber im Hinblick auf die unternehmerischen Realitäten nicht aus. Es besteht die Gefahr, dass Verpackungen und bereits verpackte Produkte in großem Umfang vernichtet werden müssen, weil diese bereits vor dem 27.03.2026 vorproduziert wurden, ab dem 27.09.2026 aber nicht mehr angeboten werden dürfen. In der Folge müssten sowohl qualitativ einwandfreie Produkte als auch das dazugehörige Verpackungsmaterial vernichtet werden.

Praxisgerecht wären unbefristete Abverkaufsmöglichkeiten. Um den Bedürfnissen der Unternehmen zu genügen, nachhaltiges Wirtschaften nicht zu konterkarieren und unnötige Umweltbelastungen zu vermeiden, sind daher bei einer Veröffentlichung des Gesetzes im Bundesgesetzblatt bis zum 27.03.2026 folgende Spielräume für die Unternehmen erforderlich, soweit dies mit den EU-Vorgaben der Richtlinie 2024/825 in Einklang zu bringen ist:

- Das erstmalige Inverkehrbringen von vorproduzierten Verpackungsmaterialien (z. B. bedruckter Milchkarton) und Produkten (z.B. Werbebroschüren oder Bücher), die den neuen Anforderungen nicht entsprechen, muss innerhalb einer Frist von 12 Monaten nach Inkrafttreten der Neuregelungen am 26.9.2026, also bis zum 26.09.2027, zulässig sein.
- Ein Abverkauf der bis zum 26.09.2027 in Verkehr gebrachten Waren sollte auch danach unbefristet zulässig sein.
- Zur Vermeidung von Rechtsunsicherheiten wäre es in diesem Zusammenhang wünschenswert, das erstmalige Inverkehrbringen als „die Einfuhr oder das erstmalige Bereitstellung zum Verkauf innerhalb des EWR“ zu definieren.

Für Rückfragen stehen wir selbstverständlich zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

[redacted]
Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.
Lobbyregister: R000534

[redacted]
Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI)
Lobbyregister: R000398

[redacted]
Bundesverband Druck und Medien e.V.
Lobbyregister: R004690

[redacted]
DDV Deutscher Dialogmarketing Verband e.V.
Lobbyregister: R000076

[redacted]
DIHK | Deutsche Industrie- und Handelskammer

[redacted]
Handelsverband Deutschland - HDE - e. V.
Lobbyregister: R000479

[redacted]
Markenverband e.V.
Lobbyregister: R000805

[redacted]
VAUNET Verband Privater Medien e. V.
Lobbyregister: R001119

[redacted]
Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V.
Lobbyregister: R000872