

05.09.25

R - U - Wi

Gesetzentwurf der Bundesregierung

Entwurf eines Dritten Gesetzes 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 nur getroffen werden, wenn Umweltaussagen, Nachhaltigkeitsiegel und Haltbarkeitsangaben von Unternehmen über ihre Produkte und über ihre Unternehmenstätigkeit 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 Entwurf wird Artikel 1 der Richtlinie (EU) 2024/825 umgesetzt, der Änderungen der Richtlinie 2005/29/EG enthält. Darüber hinaus werden auch zum zusätzlichen Schutz von Verbraucherinnen und Verbrauchern vor sogenannten Dark Patterns auf Online-Schnittstellen Bestimmungen 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) 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.

Fristablauf: 17.10.25

besonders eilbedürftige Vorlage gemäß Artikel 76 Absatz 2 Satz 4 GG

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 Nachhaltigkeitssiegel 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, soweit nicht von staatlicher Stelle anerkannt, nur angebracht werden, wenn sie auf einem Zertifizierungssystem beruhen.

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 eine in Artikel 16e Absatz 1 Satz 2 der Richtlinie (EU) 2011/83/EU ausdrücklich genannte unlautere Praktik von Unternehmen im Anhang zu § 3 Absatz 3 UWG ergänzt.

C. Alternativen

Keine.

D. Haushaltsausgaben ohne Erfüllungsaufwand

Keine.

E. Erfüllungsaufwand**E.1 Erfüllungsaufwand für Bürgerinnen und Bürger**

Für Bürgerinnen und Bürger verringert sich der jährliche Zeitaufwand um rund 25 000 Stunden.

E.2 Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft

Für die Wirtschaft erhöht sich der jährliche Erfüllungsaufwand um rund 52,2 Millionen Euro. Zudem entsteht einmaliger Aufwand von rund 355,84 Millionen Euro. Davon sind 355,1 Millionen Euro der Kategorie Anpassung von Produkten, Fertigungsprozessen und Beschaffungswegen und 688 000 Euro der Kategorie Einführung oder Anpassung digitaler Prozessabläufe zuzuordnen.

Der Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft fällt nicht unter die One in, one out-Regelung der Bundesregierung, da er vollständig auf einer 1:1-Umsetzung von EU-Richtlinien beruht.

Davon Bürokratiekosten aus Informationspflichten:

Davon entfallen 52,2 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.

05.09.25

R - U - Wi

Gesetzentwurf
der Bundesregierung

**Entwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes
gegen den unlauteren Wettbewerb**Bundesrepublik Deutschland
Der Bundeskanzler

Berlin, 5. September 2025

An die
Präsidentin des Bundesrates
Frau Ministerpräsidentin
Anke Rehlinger

Sehr geehrte Frau Bundesratspräsidentin,

hiermit übersende ich gemäß Artikel 76 Absatz 2 Satz 4 des Grundgesetzes den
von der Bundesregierung beschlossenenEntwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den
unlauteren Wettbewerb

mit Begründung und Vorblatt.

Der Gesetzentwurf ist besonders eilbedürftig, weil das Rechtssetzungsvorhaben Regelungen zweier europäischer Richtlinien umsetzt, die zur Vermeidung eines Vertragsverletzungsverfahrens bis zum 27. März 2026 (EmpCo-RL) bzw. bei der RL 2023/2673 in Bezug auf im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge (DMFSD) bis zum 19. Dezember 2025 in nationales Recht umgesetzt werden müssen.

Fristablauf: 17.10.25

besonders eilbedürftige Vorlage gemäß Artikel 76 Absatz 2 Satz 4 GG

Federführend ist das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz.

Die Stellungnahme des Nationalen Normenkontrollrates gemäß § 6 Absatz 1 NKRG ist als Anlage beigelegt.

Mit freundlichen Grüßen

Friedrich Merz

Entwurf eines Dritten Gesetzes 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
 - a) der Verordnung (EG) Nr. 66/2010,
 - b) nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach DIN EN ISO 14024 Typ I, Ausgabe Juni 2018², die in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union offiziell anerkannt sind, oder
 - c) 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 Vertrauensiegel, Gütezeichen oder Ähnliches mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit gegenüber Verbrauchern in Bezug auf ihre ökologischen oder

¹ Artikel 1 Nummer 1 bis 3 und Nummer 7 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, 5 und Nummer 7 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).

² Amtlicher Hinweis: Zu beziehen bei der DIN Media GmbH, Berlin, und in der Deutschen Nationalbibliothek archivmäßig gesichert niedergelegt.

sozialen Merkmale oder beides hervorzuheben oder zu fördern, ausgenommen alle verpflichtenden Kennzeichnungen gemäß dem Recht der Europäischen Union oder dem Recht eines Mitgliedstaats der Europäischen Union;

5. „Umweltaussage“ jede Aussage oder Darstellung im Kontext einer kommerziellen Kommunikation, 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 Unternehmer eine positive oder keine Auswirkung auf die Umwelt hat oder weniger schädlich für die Umwelt ist als andere Produkte, Produktkategorien, Marken oder Unternehmer oder
 - b) die Auswirkung eines Produkts, einer Produktkategorie, einer Marke oder eines Unternehmers 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 Nachhaltigkeitsiegels ermöglicht und dessen Bedingungen, einschließlich seiner Anforderungen, öffentlich einsehbar sind und folgende Kriterien erfüllen:
 - a) das System steht allen Unternehmern unter transparenten, lauterer 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 Unternehmer im Fall von Verstößen gegen die Anforderungen des Systems vorgesehen und
 - d) die Überwachung der Einhaltung der Anforderungen des Systems durch einen Unternehmer unterliegt einem objektiven Verfahren und wird von einem Dritten durchgeführt, dessen Kompetenz und dessen Unabhängigkeit sowohl vom Systeminhaber als auch vom Unternehmer 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 Fähigkeit der Waren, ihre Funktionen ihrem Zweck entsprechend zu erfüllen;
2. ist „Haltbarkeit“ die Fähigkeit der Waren, ihre erforderlichen Funktionen und ihre Leistung bei normaler Verwendung zu behalten;
3. ist eine „Online-Schnittstelle“ eine solche im Sinne von Artikel 3 Buchstabe m der Verordnung (EU) 2022/2065;
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.“
2. § 5 wird wie folgt geändert:
 - a) Absatz 2 Nummer 1 wird durch die folgende Nummer 1 ersetzt:

„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 die Angabe „hervorruft oder“ durch die Angabe „hervorruft;“ ersetzt.
 - bb) In Nummer 2 wird die Angabe „gerechtfertigt ist.“ durch die Angabe „gerechtfertigt ist;“ ersetzt.
 - cc) Nach Nummer 2 werden die folgenden Nummern 3 und 4 eingefügt:

„3. mit Vorteilen für Verbraucher geworben wird, die irrelevant sind und sich nicht aus einem Merkmal der Ware, der Dienstleistung oder der Geschäftstätigkeit ergeben, oder

4. 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.“
3. Nach § 5b Absatz 3 wird der folgende Absatz 3a eingefügt:

„(3a) Bietet ein Unternehmer 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. § 5c wird wie folgt geändert:

a) Absatz 1 wird durch den folgenden Absatz 1 ersetzt:

„(1) Die Verletzung von Verbraucherinteressen durch unlautere geschäftliche Handlungen ist verboten, wenn es sich um einen weitverbreiteten Verstoß gemäß Artikel 3 Nummer 3 der Verordnung (EU) 2017/2394 in der Fassung vom 19. Dezember 2024 oder einen weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension gemäß Artikel 3 Nummer 4 der Verordnung (EU) 2017/2394 in der Fassung vom 19. Dezember 2024 handelt.“

b) Absatz 2 wird wie folgt geändert:

aa) Nummer 1 wird durch die folgende Nummer 1 ersetzt:

„1. eine unlautere geschäftliche Handlung nach § 3 Absatz 3 in Verbindung mit den Nummern 1 bis 31 oder 33 des Anhangs vorgenommen wird,“.

bb) Nummer 4 wird durch die folgende Nummer 4 ersetzt:

„4. eine unlautere geschäftliche Handlung nach § 3 Absatz 1 fortgesetzt vorgenommen wird, die durch eine vollziehbare Anordnung der zuständigen Behörde im Sinne des Artikels 3 Nummer 6 der Verordnung (EU) 2017/2394 in der Fassung vom 19. Dezember 2024 oder durch eine vollstreckbare Entscheidung eines Gerichts untersagt worden ist, sofern die Handlung nicht bereits von den Nummern 1 bis 3 erfasst ist.“

5. § 9 Absatz 2 Satz 2 wird durch den folgenden Satz ersetzt:

„Dies gilt nicht für unlautere geschäftliche Handlungen nach den §§ 3a, 4 und 6 sowie nach den Nummern 32 und 33 des Anhangs.“

6. § 19 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 2 wird durch die folgenden Absätze 2 bis 4 ersetzt:

„(2) Die Ordnungswidrigkeit nach Absatz 1 kann mit einer Geldbuße bis zu fünfzigtausend Euro geahndet werden.

(3) Gegenüber einem Unternehmer mit einem Jahresumsatz von mehr als 1,25 Millionen Euro kann abweichend von Absatz 2, auch in Verbindung mit § 30 Absatz 2 Satz 2 des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten, die Ordnungswidrigkeit nach Absatz 1 mit einer Geldbuße bis zu 4 Prozent des Jahresumsatzes geahndet werden. Jahresumsatz nach Satz 1 ist die Summe aller Umsatzerlöse, die der Unternehmer in dem der Behördenentscheidung vorausgegangenen Geschäftsjahr in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union erzielt hat, die von dem Verstoß betroffen sind. Der Jahresumsatz kann geschätzt werden. Liegen keine Anhaltspunkte für eine Schätzung des Jahresumsatzes vor, beträgt das Höchstmaß der Geldbuße zwei Millionen Euro.

(4) § 17 Absatz 2 des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten ist auf die Festsetzung der Geldbuße gegen einen Unternehmer nicht anzuwenden.“

b) Der bisherige Absatz 3 wird zu Absatz 5 und nach der Angabe „Verordnung (EU) 2017/2394“ wird die Angabe „in der Fassung vom 19. Dezember 2024“ eingefügt.

c) Der bisherige Absatz 4 wird zu Absatz 6.

7. Der Anhang wird wie folgt geändert:

a) Nach Nummer 2 wird die 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 Unternehmer keine ihr zugrunde liegende anerkannte hervorragende Umweltleistung nachweisen kann;

4b. unwahre Angabe zur Reichweite einer Umweltaussage

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

d) Nach Nummer 23c wird die folgende Nummer 23d eingefügt:

„23d. irreführende Angaben zur Softwareaktualisierung, Haltbarkeit und Reparierbarkeit

Irreführung über Angaben zur Softwareaktualisierung, Haltbarkeit und Reparierbarkeit bei Waren im Sinne im Sinne des § 241a Absatz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs und bei Waren mit digitalen Elementen im Sinne des § 327a Absatz 3 Satz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs:

- a) 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;

- b) die Darstellung einer Softwareaktualisierung als notwendig, wenn sie lediglich der Verbesserung der Funktionalitätsmerkmale dient;
 - c) jedwede kommerzielle Kommunikation über eine Ware, die ein zur Begrenzung ihrer Haltbarkeit eingeführtes Merkmal enthält, obwohl dem Unternehmer Informationen über dieses Merkmal und seine Auswirkungen auf die Haltbarkeit der Ware zur Verfügung stehen;
 - d) 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;
 - e) die Präsentation einer Ware als reparierbar, wenn sie es nicht ist;
 - f) das Veranlassen des Verbrauchers, Betriebsstoffe einer Ware früher zu ersetzen oder aufzufüllen, als dies aus technischen Gründen notwendig ist;
 - g) 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 Buchstabe b wird die Angabe „gemacht wird.“ durch die Angabe „gemacht wird;“ ersetzt.
- f) In Nummer 32 wird die Angabe „schuldet.“ durch die Angabe „schuldet;“ ersetzt.
- g) Nach Nummer 32 wird die folgende Nummer 33 eingefügt:
- „33. Beeinflussung und Behinderung auf Online-Schnittstellen beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz
- die stärkere Hervorhebung bestimmter Auswahlmöglichkeiten, wenn ein Verbraucher, der Empfänger von Dienstleistungen ist, aufgefordert wird, eine Entscheidung zu treffen.“

Artikel 2

Inkrafttreten

- (1) Dieses Gesetz tritt vorbehaltlich des Absatzes 2 am 27. September 2026 in Kraft.
- (2) Artikel 1 Nummer 4, 5, 6 und 7 Buchstabe e bis g tritt am 19. Juni 2026 in Kraft.

EU-Rechtsakte:

1. 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 vom 24. Oktober 2017 (ABl. L 275 vom 25.10.2017, S. 9) geändert worden ist

2. Verordnung (EU) 2017/2394 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2017 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 (ABl. L 345 vom 27.12.2017, S. 1), die zuletzt durch die Verordnung (EU) 2024/3228 vom 19. Dezember 2024 (ABl. L, 2024/3228, 30.12.2024) geändert worden ist
3. 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 1.12.2022, S. 17)

Begründung

A. Allgemeiner Teil

Durch den Regelungsentwurf wird der Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor irreführenden Praktiken im Zusammenhang mit Umweltaussagen von Unternehmen sowie Nachhaltigkeitssiegeln verbessert. Zudem wird die Rechtssicherheit erhöht und irreführende Praktiken im Zusammenhang mit Umweltaussagen und Nachhaltigkeitssiegeln werden unterbunden. 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 zum zusätzlichen Schutz von Verbraucherinnen und Verbrauchern vor sogenannten Dark Patterns auf Online-Schnittstellen 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 Ver-

braucherinnen und Verbrauchern und damit zum Kauf von weniger umweltfreundlichen Produkten, sondern untergraben darüber hinaus auch das Vertrauen in die Richtigkeit wahrheitsgemäßer Werbeaussagen anderer Unternehmen.

Um Unternehmen vor dem Hintergrund der vielfältigen 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 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) konkretisiert. Die Richtlinie (EU) 2024/825 soll die gesetzlichen Vorgaben für Nachhaltigkeits- und Umweltwerbung europaweit vereinheitlichen; ihre Umsetzung führt zu mehr Rechtssicherheit in der Bundesrepublik 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 Produkts 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 besondere Anforderungen, da diese Aussagen 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 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 Produkts und hinsichtlich des Austauschs und der Verwendung von Betriebsstoffen, Ersatzteilen und Zubehör.

Zur Umsetzung von Artikel 16e der Richtlinie 2011/83/EU (Verbraucherrechte-Richtlinie), der durch die Richtlinie (EU) 2023/2673 eingefügt wurde, wird der Anhang zu § 3 Absatz 3 UWG um ein ausdrücklich in Artikel 16e Absatz 1 Satz 2 der Richtlinie 2011/83/EU aufgeführtes Verbot der Beeinflussung und Behinderung von Verbraucherinnen und Verbrauchern auf Online-Schnittstellen beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz ergänzt.

III. Exekutiver Fußabdruck

Aufgrund der ersten gemeinsamen Stellungnahme mehrerer Wirtschaftsverbände (Bundesverband der Deutschen Industrie e. V., Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V., Bundesverband Druck und Medien e. V., Deutscher Dialogmarketing Verband e. V., Deutsche Industrie- und Handelskammer, Handelsverband Deutschland e. V., Markenverband e. V., VAUNET – Verband Privater Medien e. V., Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e. V.) zum Diskussionsentwurf wurde der Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft überarbeitet. Nach der Überarbeitung gingen folgende weitere Stellungnahmen ein, aufgrund derer der Erfüllungsaufwand erneut überarbeitet wurde: zweite gemeinsame Stellungnahme mehrerer Wirtschaftsverbände (Bundesverband der Deutschen Industrie e. V., Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V., BDZV - Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger e. V., Bundesverband Druck und Medien e. V., Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V. (bevh), Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) e. V., Deutscher Dialogmarketing Verband e. V., Deutsche Industrie- und Handelskammer, Handelsverband Deutschland - HDE - e. V., Markenverband e. V., MVFP Medienverband der freien Presse e. V., VAUNET – Verband Privater Medien e. V., Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e. V.), Stellungnahme des Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft e. V. - BDL, des bft: Bundesverband freier und unabhängiger Tankstellen e. V., des DEHOGA - Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e. V.. Ebenfalls wegen der ersten gemeinsamen Stellungnahme der Wirtschaftsverbände und wegen der Stellungnahme der Deutschen Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht e. V. (GRUR) wurde eine Klarstellung aufgenommen, dass die Regelung des § 5 Absatz 3 Nummer 3 UWG-E nur im Verhältnis von Unternehmern zu Verbrauchern gilt. Aufgrund der Stellungnahme des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. wurde in der Begründung zu § 5 Absatz 3 Nummer 3 UWG-E klargestellt, welche Qualifikation unabhängige externe Sachverständige aufweisen müssen. Wegen der Stellungnahme der GRUR wurde im gesamten Entwurf der Begriff „Gewerbetreibender“ durch „Unternehmer“ ersetzt und es wurden die Definitionen von „Funktionalität“ und „Haltbarkeit“ in § 2 Absatz 3 Nummer 1 und 2 UWG-E ausformuliert. Aufgrund der Stellungnahmen der GRUR, der Deutschen Umwelthilfe e. V., des Der Mittelstand BVMW e. V., des Verbraucherzentrale Bundesverbands - vzbv e. V., des Bundesverbands der Deutschen Luftverkehrswirtschaft e. V. – BDL, des Deutscher Reiseverband e. V. - DRV und des ZVEI e. V. - Verband der Elektro- und Digitalindustrie wurde der Begriff „Werbung“ in § 2 Absatz 2 Nummer 5 UWG n.F. und in Nummer 23d Buchstabe c) des Anhangs in „kommerzielle Kommunikation“ geändert. Wegen der Stellungnahme des vzbv e. V. wurde das Regelungskonzept des Warenbegriffes überarbeitet und in die neue Nummer 23d des Anhangs überführt. Aufgrund der Stellungnahmen der GRUR, des Bundesverbands deutscher Banken e. V., des DER MITTELSTAND – ZGV e. V., des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V., des Bitkom e. V. und der zweiten gemeinsamen Wirtschaftsstellungnahme wurde nur ein Dark Pattern gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern beim Fernabsatz von Finanzdienstleistungen verboten.

IV. Alternativen

Keine.

V. Gesetzgebungskompetenz

Die ausschließliche Gesetzgebungskompetenz des Bundes für die Änderungen des UWG ergibt sich aus Artikel 73 Nummer 9 des Grundgesetzes (gewerblicher Rechtsschutz). Das Recht des lautereren Wettbewerbs wird in der Bundesrepublik Deutschland traditionell zum gewerblichen Rechtsschutz gezählt, sodass der Kompetenztitel des Artikels 73 Nummer 9 Alternative 1 GG weit auszulegen ist und das UWG 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 lauterkeitsrechtlichen Vorgaben der Richtlinie (EU) 2024/825 und der Richtlinie (EU) 2023/2673 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 Nachhaltigkeitsiegel 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

Erfüllungsaufwand für Bürgerinnen und Bürger

lfd. Nr.	Norm (§§); Bezeichnung der Vorgabe	Jährliche Fallzahl und Einheit	Jährlicher Aufwand pro Fall (in Minuten bzw. Euro)	Jährlicher Erfüllungsaufwand (in Stunden bzw. Tsd. Euro) oder „geringfügig“ (Begründung)	Einmalige Fallzahl und Einheit	Einmaliger Aufwand pro Fall (in Minuten bzw. Euro)	Einmaliger Erfüllungsaufwand (in Stunden bzw. Tsd. Euro) oder „geringfügig“ (Begründung)
4.1	§ 3 Absatz 3 und Nummer 33; Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz	5 000 000 Abfragen	Zeitaufwand: -0,3 Minuten Sachaufwand: 0 Euro	Zeitaufwand: - 25 000 Stunden Sachaufwand: 0,0 Tsd. Euro			
Summe Zeitaufwand (in Stunden)				-25 000			
Summe Sachaufwand (in Tsd. Euro)				0			0

Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft

lfd. Nr.	Norm (§§); Bezeichnung der Vorgabe	IP	Jährliche Fallzahl und Einheit	Jährlicher Aufwand pro Fall (Minuten * Lohnkosten pro Stunde (Wirtschaftszweig) + Sachkosten in Euro)	Jährlicher Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro) oder „geringfügig“ (Begründung)	Einmalige Fallzahl und Einheit	Einmaliger Aufwand pro Fall (Minuten * Lohnkosten pro Stunde (Wirtschaftszweig) + Sachkosten in Euro)	Einmaliger Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro) oder „geringfügig“ (Begründung)
4.2.1	§ 5 Absatz 2 Nummer 1, Absatz 3 Nummer 3 und § 3 Absatz 3 und die Nummern 2a, 4a, 4b, 4c, 10a, 23d Buchstabe d, 23d Buchstabe e), 23d Buchstabe f) und 23d Buchstabe g) des Anhangs UWG-E; Unzulässige Angaben zu Produkten und Dienstleistungen (Freiberufler)					661 429 Unternehmen	62,4 Euro = (60 / 60 * 62,40 Euro/h (WZ: A-S ohne O) 0 Euro)	41 273

lfd. Nr.	Norm (§§); Bezeichnung der Vorgabe	IP	Jährliche Fallzahl und Einheit	Jährlicher Aufwand pro Fall (Minuten * Lohnkosten pro Stunde (Wirtschaftszweig) + Sachkosten in Euro)	Jährlicher Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro) oder „geringfügig“ (Begründung)	Einmalige Fallzahl und Einheit	Einmaliger Aufwand pro Fall (Minuten * Lohnkosten pro Stunde (Wirtschaftszweig) + Sachkosten in Euro)	Einmaliger Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro) oder „geringfügig“ (Begründung)
4.2.1	§ 5 Absatz 2 Nummer 1, Absatz 3 Nummer 3 und § 3 Absatz 3 und die Nummern 2a, 4a, 4b, 4c, 10a, 23d Buchstabe d), 23d Buchstabe e), 23d Buchstabe f) und 23d Buchstabe g) des Anhangs UWG-E; Unzulässige Angaben zu Produkten und Dienstleistungen (Freiberufler betroffen)					70 000 Unternehmen	520 Euro = (500 / 60 * 62,40 Euro/h (WZ: A-S ohne O) 0 Euro)	36 400
4.2.1	§ 5 Absatz 2 Nummer 1, Absatz 3 Nummer 3 und § 3 Absatz 3 und die Nummern 2a, 4a, 4b, 4c, 10a, 23d Buchstabe d), 23d Buchstabe e), 23d Buchstabe f) und 23d Buchstabe g) des Anhangs UWG-E; Unzulässige Angaben zu Produkten und Dienstleistungen (Kleinstunternehmen)					190 918 Unternehmen	62,4 Euro = (60 / 60 * 62,40 Euro/h (WZ: A-S ohne O) 0 Euro)	11 913

lfd. Nr.	Norm (§§); Bezeichnung der Vorgabe	IP	Jährliche Fallzahl und Einheit	Jährlicher Aufwand pro Fall (Minuten * Lohnkosten pro Stunde (Wirtschaftszweig) + Sachkosten in Euro)	Jährlicher Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro) oder „geringfügig“ (Begründung)	Einmalige Fallzahl und Einheit	Einmaliger Aufwand pro Fall (Minuten * Lohnkosten pro Stunde (Wirtschaftszweig) + Sachkosten in Euro)	Einmaliger Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro) oder „geringfügig“ (Begründung)
4.2.1	§ 5 Absatz 2 Nummer 1, Absatz 3 Nummer 3 und § 3 Absatz 3 und die Nummern 2a, 4a, 4b, 4c, 10a, 23d Buchstabe d), 23d Buchstabe e), 23d Buchstabe f) und 23d Buchstabe g) des Anhangs UWG-E; Unzulässige Angaben zu Produkten und Dienstleistungen (Kleinstunternehmen betroffen)					20 000 Unternehmen	2 004,4 Euro = $(10 / 60 * 26,10 \text{ Euro/h (WZ: A-S ohne O) + 2 000 Euro})$	40 087
4.2.1	§ 5 Absatz 2 Nummer 1, Absatz 3 Nummer 3 und § 3 Absatz 3 und die Nummern 2a, 4a, 4b, 4c, 10a, 23d Buchstabe d), 23d Buchstabe e), 23d Buchstabe f) und 23d Buchstabe g) des Anhangs UWG-E; Unzulässige Angaben zu Produkten und Dienstleistungen (Klein-, Groß- und mittelständische Unternehmen)					96 938 Unternehmen	499,2 Euro = $(480 / 60 * 62,40 \text{ Euro/h (WZ: A-S ohne O) 0 Euro})$	48 391
4.2.2	§ 5 Absatz 3 Nummer 4 und Nummer 4a des Anhangs UWG-E; Umweltaussagen müssen objektive Verpflichtungen enthalten	Ja	8 750 Umsetzungspläne	3.310,4 Euro = $(1.260 / 60 * 62,40 \text{ Euro/h (WZ: A-S ohne O) + 2.000 Euro})$	28.966	52 500 Umsetzungspläne	3.372,8 Euro = $(1.320 / 60 * 62,40 \text{ Euro/h (WZ: A-S ohne O) + 2.000 Euro})$	177.072

lfd. Nr.	Norm (§§); Bezeichnung der Vorgabe	IP	Jährliche Fallzahl und Einheit	Jährlicher Aufwand pro Fall (Minuten * Lohnkosten pro Stunde (Wirtschaftszweig) + Sachkosten in Euro)	Jährlicher Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro) oder „geringfügig“ (Begründung)	Einmalige Fallzahl und Einheit	Einmaliger Aufwand pro Fall (Minuten * Lohnkosten pro Stunde (Wirtschaftszweig) + Sachkosten in Euro)	Einmaliger Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro) oder „geringfügig“ (Begründung)
4.2.3	§ 5b Absatz 3a UWG-E; Auskunftspflichten eines Unternehmers, welcher Produkte vergleicht und darüber informiert	Ja	600 Vergleichsportale	63,7 Euro = $(60 / 60 * 63,70 \text{ Euro/h (WZ: J) 0 Euro})$	38	600 Vergleichsportale	127,4 Euro = $(120 / 60 * 63,70 \text{ Euro/h (WZ: J) 0 Euro})$	76
4.2.4	§ 3 Absatz 3 und Nummer 2a des Anhangs UWG-E; Nachhaltigkeitssiegel müssen auf einem Zertifizierungssystem oder staatlichen Stellen beruhen	Ja	4 500 Nachhaltigkeitsiegel	4 999,2 Euro = $(480 / 60 * 62,40 \text{ Euro/h (WZ: A-S ohne O) + 4 500 Euro})$	22 496			
4.2.5	§ 3 Absatz 3 und Nummer 23d Buchstabe a) des Anhangs UWG-E; Verpflichtende Informationen über negative Auswirkungen von Softwareaktualisierungen auf das Funktionieren von digitalen Waren und Dienstleistungen	Ja	7 125 Softwareaktualisierungen	95,6 Euro = $(90 / 60 * 63,70 \text{ Euro/h (WZ: J) 0 Euro})$	681			
4.2.7	§ 3 Absatz 3 und Nummer 33 des Anhangs UWG-E; Verbot unzulässiger Angaben bei Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz (a*)					1 200 unzulässige Angaben löschen	509,6 Euro = $(480 / 60 * 63,70 \text{ Euro/h (WZ: J) 0 Euro})$	612
Summe (in Tsd. Euro)					52.181			355.825
...davon aus Informationspflichten (IP)					52.181			

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	-0,3	0	-25 000	0

Der Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz vereinfacht sich für Bürgerinnen und Bürger. Zukünftig soll bei einer Auswahl von mehreren Optionen die stärkere Hervorhebung bestimmter Auswahlmöglichkeiten ausbleiben. (§ 3 Absatz 3 und Nummer 33 des Anhangs UWG-E).

Unter den verschiedenen Kreditformen ist der Ratenkredit in der Bundesrepublik 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 zum Beispiel eine Anlageberatung oder die Anschaffung und die Veräußerung von Finanzinstrumenten im fremden Namen für fremde Rechnung werden weitere rund 20 Millionen Abschlüsse angesetzt, unter anderem vor dem Hintergrund, dass es laut dem Deutschen Aktieninstitut e. V. (DAI) in der Bundesrepublik 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 eine Hervorhebung bestimmter Auswahlmöglichkeiten bei einer Auswahl von mehreren Optionen nutzt. Das ergibt eine grob geschätzte Fallzahl von rund 5 Millionen Abschlüssen.

Der Verzicht auf die stärkere Hervorhebung bestimmter Auswahlmöglichkeiten bei einer Auswahl von mehreren Optionen führt zu einer zeitlichen Entlastung. Insgesamt wird für Bürgerinnen und Bürger eine Entlastung von 0,3 Minuten pro Fall als reine Vermutung angesetzt. Dies mit der Fallzahl multipliziert ergibt eine jährliche Entlastung der Bürgerinnen und Bürger um 25 000 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 wurden 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.

Der Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft fällt insgesamt nicht unter die One in, one out-Regelung der Bundesregierung, da er vollständig auf einer 1:1-Umsetzung von EU-Richtlinien beruht.

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, 23d Buchstabe d), 23d Buchstabe e), 23d Buchstabe f) und 23d Buchstabe g des Anhangs UWG-E

Einmaliger Erfüllungsaufwand:

Fallzahl	Zeitaufwand pro Fall (in Minuten)	Lohnsatz pro Stunde (in Euro)	Sachkosten pro Fall (in Euro)	Personalkosten (in Tsd. Euro)	Sachkosten (in Tsd. Euro)
661 429	60	62,40	0	41 273	0
70 000	500	62,40	0	36 400	0
190 918	60	62,40	0	11 913	0
20 000	10	26,10	2 000	87	40 000
96 938	480	62,40	0	48 391	0
Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro)				178 065	

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:

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, 23d Buchstabe d) und 23d Buchstabe e) 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 Verbraucherinnen und 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 23d Buchstabe f) des Anhangs). Angaben zur technischen Unvereinbarkeit mit 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 23d Buchstabe g) des Anhangs). Indirekte Effekte, wie Kostenersparnisse für Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Gewinneinbußen von Unternehmen, werden vom Erfüllungsaufwand nicht erfasst.

Die Vorgabe über unzulässige Angaben zu Produkten und Dienstleistungen richtet sich an Unternehmen aller Branchen, die mit Verbraucherinnen und Verbrauchern Verträge abschließen. Insgesamt gibt es öffentlich zugänglichen Quellen im Internet zufolge 1 019 285 B2C-Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland (siehe Listflix, 2025, Branchenstatistik B2C-Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland, unter: <https://listflix.de/statistik/b2c-unternehmen/>). Wie viele Unternehmen tatsächlich von einer Änderung ihrer Produktangaben nach der neuen Rechtslage betroffen sind, kann lediglich geschätzt werden. Ob und wie Unternehmen von der Rechtsänderung betroffen sind, wird maßgeblich davon abhängen, wie groß die Produktpalette sowie die zur Verfügung stehenden Ressourcen eines Unternehmens sind. Entsprechend der oben genannten Quelle sind 731 429 erfasste Einheiten Kleingewerbe/Freiberufler, 190 918 Kleinstunternehmen und 96 938 Kleinunternehmen, mittelständische Unternehmen oder Großunternehmen. Es wird davon ausgegangen, dass alle Unternehmen mindestens eine Prüfung der Angaben in ihrer Produktpalette vornehmen müssen, um möglichen Handlungsbedarf zu identifizieren. So entsteht bei rund 90 Prozent der Freiberufler (661 429 Unternehmen) ein Prüfaufwand in Höhe von 60 Minuten (siehe Leitfaden, Anhang 4, Standardaktivität 5). Die restlichen rund 10 Prozent (70 000 Unternehmen) der Freiberufler werden einen Handlungsbedarf identifizieren und

zur Umsetzung des identifizierten Bedarfs 500 Minuten (siehe Leitfaden, Anhang 4, Standardaktivität 14) aufwenden. Kleinstunternehmen (190 918 Unternehmen) werden ebenfalls eine 60-minütige Prüfung der Produktangaben vornehmen müssen. Rund 10 Prozent der Kleinstunternehmen (20 000 Unternehmen) werden Änderungsbedarf erkennen und dementsprechend einen externen Dienstleister beauftragen. Hierfür entstehen den Unternehmen ein Zeitaufwand von 10 Minuten für die Beauftragung des Dienstleisters sowie rund 2 000 Euro infolge der Kosten einer vierstündigen Rechtsberatung. Schließlich wird davon ausgegangen, dass Klein-, Groß- sowie mittelständische Unternehmen (96 938 Unternehmen) über eine interne Fachkraft mit rechtswissenschaftlicher Expertise verfügen. In solchen Fällen entsteht den betroffenen Unternehmen Zeitaufwand von 8 Stunden infolge der notwendigen Prüfungen und der Umsetzung des identifizierten Handlungsbedarfs.

Insgesamt entsteht der Wirtschaft einmaliger Erfüllungsaufwand von rund 178 065 000 Euro, welcher der Kategorie „Anpassung von Produkten, Fertigungsprozessen und Beschaffungswegen“ zuzuordnen ist.

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	62,40	2 000	11 466	17 500
Änderung des Erfüllungsaufwands (in Tsd. Euro)				28 966	

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	62,40	2 000	72 072	105 000
Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro)				177 072	

Umweltaussagen über die künftige Umweltleistung 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 diejenigen 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 der Bundesrepublik Deutschland (Statistisches Unternehmensregister des Statistischen Bundesamtes) herangezogen. Diese Regelung wird im Bereich Business-to-Consumer (B2C) angewendet. Daher muss der entsprechende Anteil der Unternehmen berücksichtigt werden. In der Bundesrepublik

Deutschland sind laut Listflix rund 28,5 Prozent aller Unternehmen dem Bereich B2C zuzuordnen. Da keine gesonderten Informationen darüber vorliegen, wie hoch der Anteil der B2C-Unternehmen im produzierenden Gewerbe ist, wird hier der Wert mit 28,5 Prozent angenommen. Für den Dienstleistungssektor spielt Nachhaltigkeit öfter keine Rolle, weshalb nur 1 Prozent der 2,6 Millionen Dienstleistungsunternehmen in der Bundesrepublik 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 4) ein gemittelter Zeitaufwand von insgesamt rund 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 62,40 Euro pro Stunde für ein hohes Qualifikationsniveau der Gesamtwirtschaft (vergleiche Leitfaden Anhang 6) betragen die Personalkosten jährlich rund 11,5 Millionen Euro und einmalig rund 72 Millionen Euro.

Es wird davon ausgegangen, dass insbesondere kleinere Unternehmen aufgrund der Komplexität eine externe Beratung für die Einhaltung dieser Vorgabe in Anspruch nehmen werden. Daher wird ein rechnerischer Wert über alle Unternehmensgrößen hinweg von durchschnittlich 1 000 Euro für eine zweistündige Beratung angenommen. Zudem kommen Sachkosten für die externe Prüfung in Höhe von rund 1 000 Euro pro Fall dazu. Es wird angenommen, dass ein externer Sachverständiger einen Arbeitstag benötigt (8 Stunden nach Standardaktivität 13 bei hoher Komplexität des Anhangs 4 des Leitfadens) bei einem gemittelten Lohnsatz von 100 Euro (<https://svv.ihk.de/hauptnavigation/fragen/wie-viel-kostet-ein-sachverstaendiger-und-wer-muss-ihn-bezahlen--5183748>). Laut EMAS beginnen die Tagessätze für Umweltgutachterinnen und Umweltgutachter bei 1 000 Euro (<https://www.emas.de/umweltgutachter-in>). Für die Schätzung wird daher ein Wert von durchschnittlich 1 000 Euro angenommen. Somit belaufen sich die Sachkosten auf insgesamt 2 000 Euro pro Fall.

Das ergibt insgesamt laufende Sachkosten in Höhe von 17,5 Millionen Euro und 105 Millionen einmalige Sachkosten.

Zusammengenommen beläuft sich damit der laufende Erfüllungsaufwand aus Informationspflichten auf rund 29 Millionen Euro und der einmalige Erfüllungsaufwand auf 177 Millionen Euro der Kategorie „Anpassung von Produkten, Fertigungsprozessen und Beschaffungswegen“.

Vorgabe 4.2.3 (Informationspflicht): Auskunftspflichten eines Unternehmers, 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	63,70	0	38	0
Änderung des Erfüllungsaufwands (in Tsd. Euro)				38	

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	63,70	0	76	0
Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro)				76	

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 der Bundesrepublik Deutschland“ aus dem Jahr 2018 gab es 114 Vergleichsportale in der Bundesrepublik 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 4 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 1 Stunde pro Fall geschätzt wird.

Als Lohnsatz werden 63,70 Euro gemäß Anhang 6 des Leitfadens für ein hohes Qualifikationsniveau für den Wirtschaftszweig Information und Kommunikation angesetzt.

Zusammengenommen ergibt das einen laufenden Erfüllungsaufwand von rund 38 000 Euro und einen einmaligen Erfüllungsaufwand in Höhe von rund 76 000 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	62,40	4 500	2 246	20 250
Änderung des Erfüllungsaufwands (in Tsd. Euro)				22 496	

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 4 des Leitfadens auf rund 8 Stunden geschätzt (Standardaktivitäten mit hoher Komplexität 1, 2, 3, 7). Bei einem Lohnsatz von 62,40 Euro pro Stunde für ein hohes Qualifikationsniveau der Gesamtwirtschaft nach Anhang 6 des Leitfadens betragen die jährlichen Personalkosten insgesamt rund 2,2 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, unter anderem 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 22,5 Millionen Euro.

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 Buchstabe a) 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	63,70	0	680	0
Änderung des Erfüllungsaufwands (in Tsd. Euro)				680	

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 (siehe 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 63,70 Euro gemäß Anhang 6 des Leitfadens für ein hohes Qualifikationsniveau für den Wirtschaftszweig Information und Kommunikation angesetzt.

Zusammengenommen ergibt das einen laufenden Erfüllungsaufwand aus Informationspflichten von rund 680 000 Euro.

Vorgabe 4.2.6 (Weitere Vorgabe): Verbot der Werbung für Produkte, wenn absichtlich Teile mit reduzierter Haltbarkeit verwendet werden; § 3 Absatz 3 und Nummer 23d Buchstabe c) des Anhangs UWG-E

Jedwede Werbung für Produkte, 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 proaktiv an die Verkaufsstellen 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 unzulässiger Angaben 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	63,70	0	612	0
Erfüllungsaufwand (in Tsd. Euro)				612	

Dies ist die Spiegelvorgabe zur Bürgervorgabe (Vorgabe 4.1. „Unzulässige Angaben zu Produkten und Dienstleistungen“). Einmalig müssen hier die Finanzdienstleister im Fernabsatzgeschäft die stärkere Hervorhebung bestimmter Auswahlmöglichkeiten bei einer Auswahl von mehreren Optionen löschen.

Es gibt laut dem Statistischen Unternehmensregister des Statistischen Bundesamtes 8 553 Finanzdienstleistungsunternehmen. Es wird angenommen, dass die Hälfte von ihnen eine Erschwerung des Verfahrens zur Beendigung des Dienstes nutzt. Da ferner erwartet wird, dass dieser Aspekt über alle Produkte des Fernabsatzes hinweg abgeschaltet werden kann 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 freien Schätzung dauert das Abstellen von Hervorhebungen bestimmter Auswahlmöglichkeiten insgesamt etwa 8 Stunden. Als Lohnsatz werden 63,70 Euro verwendet (hohes Qualifikationsniveau des Bereichs Information und Kommunikation des Anhangs 6 des Leitfadens).

Zusammengenommen ergibt dies einen einmaligen Erfüllungsaufwand in Höhe von rund 612 000 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 Verbraucherrechte-RL Änderungen bestehender Gesetze vor. Diese sind aufgrund 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 von Verbraucherinnen und Verbrauchern am ökologischen Wandel und ihre Auswirkungen auf die Unternehmer bewertet.

Aufgrund dieser Umstände ist auf eine Evaluierung zu verzichten, zumal durch eine zusätzliche nationale Evaluierung der Richtlinienumsetzung keine über die Evaluierung auf EU-Ebene hinausgehende 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

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 Verbraucherrechte-RL 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 nach Erwägungsgrund 9 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 die gesetzlich definierten 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*

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).

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.

Eine anerkannte hervorragende Umweltleistung kann insbesondere dann vorliegen, wenn die Produkte mit dem EU-Umweltzeichen oder einem nationalen oder regionalen Umweltkennzeichen nach EN ISO 14024 Typ I, das in den Mitgliedstaaten offiziell anerkannt ist, zertifiziert sind. Die anerkannten hervorragenden Umweltleistungen sind somit jedenfalls bei staatlich betriebenen oder beauftragten Umweltkennzeichen, wie beispielsweise dem Umweltzeichen der Bundesregierung „Blauer Engel“ oder dem skandinavischen Umweltzeichen „Nordischer Schwan“ anzunehmen.

EN ISO 14024 Typ I Umweltzeichen zeichnen sich dadurch aus, dass sie – soweit möglich – alle relevanten Umweltwirkungen im gesamten Lebenszyklus eines Produkts adressieren. Artikel 11 der Verordnung (EG) Nr. 66/2010 regelt insoweit das Verhältnis des europäischen Umweltzeichens, das ebenfalls ein Umweltzeichen nach EN ISO 14024 Typ I ist, zu den nationalen und regionalen Umweltzeichen, die in den Mitgliedstaaten offiziell anerkannt sind. Diese müssen für die gleichen Produktgruppen mindestens so strenge Kriterien definieren wie das EU-Umweltzeichen.

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“. In Betracht kommen aber auch weitere europäische Rechtsakte wie die Verordnung (EU) 2018/848 über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen sowie solche nationale, regionale und privaten Standards, die die Verordnung vollständig einhalten, auf dieser gründen und aufbauen oder diese gar qualitativ übertreffen. Beispielsweise ist davon auszugehen, dass die in der Verordnung (EU) 2018/848 enthaltenen spezifischen Vorgaben an eine nachhaltige Bodenbewirtschaftung und Düngung als hinreichende Begründung für eine anerkannte hervorragende Umweltleistung anzusehen sind, sodass die Verwendung einer allgemeinen Umweltaussage wie „bodenschonend“ zulässig ist, auch wenn der Begriff in der Verordnung nicht ausdrücklich verwendet wird. Ein weiteres Beispiel sind nachhaltige Praktiken, die sich auf der Grundlage des Artikels 7 Absatz 3 der Verordnung (EU) 2024/1143 über geografische Angaben für Wein, Spirituosen und landwirtschaftliche Erzeugnisse und über garantiert traditionelle Spezialitäten und fakultative Qualitätsangaben für landwirtschaftliche Erzeugnisse in einer durch Kommissionsrecht festgelegten Produktspezifikation befinden, soweit sich die Praktiken auf ökologische Aspekte, wie sie in Artikel 7 Absatz 2 Buchstaben a) bis c) der Verordnung (EU) 2024/1143 beispielhaft genannt werden, beziehen. Auch die Richtlinie (EU) 2018/2001 (Erneuerbare-Energien-Richtlinie) könnte in Betracht kommen.

Relevant wird die Definition bei der von Artikel 1 Nummer 7 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.

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 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 definiert, 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 23d Buchstabe f) (Irreführung über die Notwendigkeit der Ersetzung von Betriebsstoffen) und Nummer 23d Buchstabe g) (Vorenthalten von Informationen oder Irreführung über Unverträglichkeiten von Betriebsstoffen) des Anhangs I der Richtlinie 2005/29/EG, die mit den neuen Nummern 23d Buchstabe f) und 23d Buchstabe g) 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“*. In der Umsetzung im nationalen Recht wurde durch die Ergänzung der Begriffe „gegenüber Verbrauchern“ klargestellt, dass die Bestimmung im Sinne der Richtlinien (EU) 2024/825 nur im Verhältnis von Unternehmen zu Verbrauchern gilt.

Verbraucherinnen und Verbraucher sollen darauf vertrauen können, dass ein durch das Nachhaltigkeitssiegel beworbenes konkretes Merkmal tatsächlich vorliegt. 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.

Nach der Definition in Artikel 1 Nummer 1 Buchstabe b der Richtlinie (EU) 2024/825 ist ein freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauenssiegel, Gütezeichen oder Ähnliches nur dann als Nachhaltigkeitssiegel einzuordnen, wenn es das Ziel verfolgt, ökologische und/oder soziale Merkmale hervorzuheben oder zu fördern. Insbesondere wenn ökologische und/oder soziale Merkmale nur eine untergeordnete Rolle spielen, kann im Einzelfall das Siegel oder Zeichen nach dem Verständnis des betroffenen Verkehrskreises auch kein Nachhaltigkeitssiegel darstellen.

Nach Erwägungsgrund 7 der Richtlinie (EU) 2024/825 können auch Gewährleistungsmarken im Sinne von Artikel 27 der Richtlinie (EU) 2015/2436 des Europäischen Parlaments und des Rates als Nachhaltigkeitssiegel dienen, wenn sie ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit etwa in Bezug auf die ökologischen und/oder sozialen Merkmale bewerben. In diesem Zusammenhang stellt Erwägungsgrund 7 zudem klar, dass Unternehmer solche Gewährleistungsmarken nur dann anbringen können sollen, wenn sie von staatlichen Stellen festgesetzt wurden oder auf einem Zertifizierungssystem beruhen.

Darüber hinaus stellt Erwägungsgrund 7 der Richtlinie (EU) 2024/825 fest, dass freiwillige marktbasierende Standards und freiwillige öffentliche Standards für grüne und nachhaltige Anleihen, da sie sich in erster Linie an Kleinanleger richten und speziellem Recht unterliegen, nicht als Nachhaltigkeitssiegel im Sinne der Richtlinie (EU) 2024/825 gelten.

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 Unternehmer 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. Beispielhaft 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 kommerziellen Kommunikation getroffen werden, nicht aber Aussagen, die anderen Zwecken dienen, zum Beispiel solche im Rahmen gesetzlich vorgeschriebener Berichte. 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 Überwachung der Einhaltung der Anforderungen des Zertifizierungssystems durch einen Unternehmer einem objektiven Verfahren unterliegt und dass die Überwachung von einem vom Systeminhaber und vom Unternehmer unabhängigen Dritten angemessen durchgeführt wird. Erwägungsgrund 7 der Richtlinie (EU) 2024/825 führt insoweit aus, dass die Kompetenz und die Unabhängigkeit des Dritten sowohl vom Systeminhaber als auch von den Unternehmern auf der Grundlage internationaler, unionsweiter oder nationaler Normen und Verfahren sichergestellt sein soll. Als Beispiel nennt der Erwägungsgrund 7 hier den Nachweis der Einhaltung einschlägiger internationaler Normen wie der Norm ISO 17065 „Konformitätsbewertung – Anforderungen an Stellen, die Produkte, Prozesse und Dienstleistungen zertifizieren“ oder vorgesehener Mechanismen der Verordnung (EG) Nr. 765/2008. Dies entspricht der schon bisher etablierten Praxis, nach welcher der unabhängige Dritte keiner Kontrolle oder Weisungsbefugnis einer anderen Person oder Organisation unterliegt (DIN EN ISO/IEC 17000, 5.4 (S. 13)). Der unabhängige Dritte darf daher weder Einfluss auf den durch die einschlägigen Normen vorgegebenen Prüfungsmaßstab haben noch an Weisungen – sowohl des Inhabers des Zertifizierungssystems als auch seines Arbeitgebers – gebunden sein.

Nach Erwägungsgrund 7 der Richtlinie (EU) 2024/825 ist es Aufgabe des Unternehmers, 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 Unternehmer 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 sich teilweise oder vollständig auf Definitionen des Bürgerlichen Gesetzbuchs oder auf Definitionen aus einem Rechtsakt der Europäischen Union beziehen.

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.

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.

Zu Nummer 3

Die neue Nummer 33 des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. wird zur Umsetzung von Artikel 1 Nummer 4 der Richtlinie (EU) 2023/2673 aufgenommen, mit dem ein neuer Artikel 16e in die Verbraucherrechte-RL eingefügt wird. Die deutsche Sprachfassung der Richtlinie (EU) 2023/2673 verwendet zwar den Begriff „Online-Benutzeroberfläche“. Zugleich wird in diesem Zusammenhang allerdings auf Artikel 3 Buchstabe m der Verordnung (EU) 2022/2065 (Gesetz über digitale Dienste) verwiesen. Dort wird der englische Begriff „online interface“ in der deutschen Sprachfassung mit „Online-Schnittstelle“ übersetzt. Wegen der Sachnähe des UWG zum Gesetz über digitale Dienste soll dieser Begriff daher auch hier verwendet werden.

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 Verbraucherinnen und Verbrauchern vom Unternehmer, gegebenenfalls gegen Zahlung eines Preises, außerhalb dieser vertraglichen Verpflichtung angeboten werden.

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).

Zu Nummer 5

§ 2 Absatz 3 Nummer 5 UWG n. F. enthält die vormals in § 2 Absatz 2 UWG a. F. enthaltene Bestimmung, dass für den Verbraucherbegriff § 13 des Bürgerlichen Gesetzbuchs entsprechend anwendbar ist. Inhaltliche Änderungen ergeben sich durch die Überführung in § 2 Absatz 3 Nummer 5 UWG n. F. nicht.

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. Die Ergänzung hat lediglich klarstellenden Charakter. Denn die zu ergänzenden Aspekte „ökologische und soziale Merkmale, Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit“ können bereits jetzt unter die aktuelle Aufzählung des sowohl für das Verhältnis Unternehmer-zu-Unternehmer also auch für das Verhältnis Unternehmer-zu-Verbraucher geltenden § 5 Absatz 2 Nummer 1 UWG gefasst werden (siehe z. B. Bornkamm/Feddersen in Köhler, UWG, 43. Aufl. 2025, § 5 Rn. 2.180 ff).

Die Klarstellung trägt dem gestiegenen Interesse von Verbraucherinnen und Verbrauchern an Nachhaltigkeitsaspekten Rechnung, welche regelmäßig eine besondere Bedeutung bei der Kaufentscheidung einnehmen.

Aussagen über die „sozialen Merkmale“ eines Produkts können sich nach Erwägungsgrund 3 der Richtlinie (EU) 2024/825 auf die gesamte Wertschöpfungskette des Produkts 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 Einfügung der Nummern 3 und 4 in § 5 Absatz 3 UWG notwendig geworden ist.

Zu Doppelbuchstabe bb

Es handelt sich um eine rein redaktionelle Anpassung, die wegen der Anfügung der Nummern 3 und 4 in § 5 Absatz 3 UWG 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 der Ware, der Dienstleistung 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 zu beurteilen. Da diese zunehmend Wert auf den Erwerb nachhaltiger Waren und Dienstleistungen 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. Naheliegender erscheint, dass der durch die EmpCo-RL neu geschaffene Tatbestand für die Werbung mit irrelevanten Vorteilen eine wesentliche Schnittmenge mit der durch die Rechtsprechung zu § 5 Absatz 1 UWG bereits anerkannten irreführenden Werbung mit Selbstverständlichkeiten aufweist. Diesbezüglich kann für die Auslegung der Vorschrift daher auf die bestehende Rechtsprechung zurückgegriffen werden.

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (BGH) kann eine Werbung mit objektiv richtigen Angaben gemäß § 5 Absatz 1 UWG unzulässig sein, wenn sie bei einem erheblichen Teil der maßgeblichen Verkehrskreise einen unrichtigen Eindruck erweckt. Ein solcher unrichtiger Eindruck kann etwa entstehen, wenn Werbebehauptungen etwas Selbstverständliches in einer Weise hervorheben, dass der Adressat der Werbung hierin einen besonderen Vorzug der beworbenen Ware oder Leistung vermutet (vgl. BGH, Urteil vom 28. 11. 2013 – I ZR 34/13 – Kostenlose Schätzung, Rn. 12.). Die Annahme der wesentlichen Schnittmenge wird auch durch das in Erwägungsgrund 5 der Richtlinie (EU) 2024/825 genannte Beispiel der Bewerbung abgefüllten Trinkwassers als „glutenfrei“ gestützt: In diesem Fall scheint es vertretbar, den von der Richtlinie (EU) 2024/825 als für Verbraucherinnen und Verbraucher irrelevant eingeschätzten Vorteil auch als Selbstverständlichkeit des Produktes im Sinne der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes anzusehen. Ob dem in § 5 Absatz 3 Nummer 3 UWG neu eingeführten Tatbestand in der Praxis überhaupt ein nennenswerter Anwendungsbereich verbleibt, ist letztendlich von der Rechtsprechung zu beurteilen.

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.

In Sinne der 1:1-Umsetzung der Richtlinie (EU) 2024/825 wurde in § 5 Absatz 3 Nummer 4 UWG n. F. mit der Ergänzung „gegenüber Verbrauchern“ klargestellt, dass die Regelung für Umweltaussagen über künftige Umweltleistungen nur im B2C-Bereich Anwendung findet.

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 unter anderem 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 Unternehmers regelmäßig überprüft; Unternehmer sollen hiernach die Ergebnisse der Überprüfungen den Verbraucherinnen und Verbrauchern zur Verfügung stellen. Der Sachverständige muss über die zur Beurteilung der Richtigkeit des Umsetzungsplans erforderliche Sachkunde verfügen. Hier- von dürfte insbesondere bei nach dem Umweltauditgesetz zugelassenen Umweltgutach-

tern auszugehen sein. Bei Aussagen mit Bezug zu ihrem jeweiligen Kompetenzbereich können im Einzelfall auch Wirtschafts- und Abschlussprüfer über die erforderliche Sachkunde verfügen, insbesondere, wenn eine Zulassung zur Nachhaltigkeitsberichtsprüfung vorliegt.

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

Zu Buchstabe a

Bei der Änderung des § 5c Absatz 1 UWG n. F. handelt es sich um eine rein rechtsförmliche Anpassung.

Zu Buchstabe b

Zu Doppelbuchstabe aa

Der Verweis in § 5c Absatz 2 Nummer 1 UWG auf die Nummern 1 bis 31 des Anhangs ist um einen Verweis auf die neue Nummer 33 zu erweitern.

Hintergrund dieser Anpassung ist Artikel 1 Nummer 5 der Richtlinie (EU) 2023/2673. Der mit dieser Regelung neu in die Verbraucherrechte-RL eingefügte Artikel 24 Absatz 6 verpflichtet die Mitgliedstaaten unter anderem vorzusehen, dass bei einer Verletzung des neu eingefügten Artikels 16e der Verbraucherrechte-RL im Rahmen von CPC-Verfahren Bußgelder verhängt werden können.

Zu Doppelbuchstabe bb

Bei der Änderung des § 5c Absatz 2 Nummer 4 UWG n. F. handelt es sich um eine rein rechtsförmliche Anpassung.

Zu Nummer 5

Bei der Anpassung des § 9 Absatz 2 Satz 2 UWG, handelt es sich um eine Folgeänderung, die sicherstellt, dass der durch das Gesetz zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht (BGBl. I 2021, Nr. 53 vom 16.08.2021, S. 3504) neu eingeführte Anspruch auf Verbraucherschadensersatz auch weiterhin lediglich für Verstöße gegen solche Vorschriften Anwendung findet, die Vorschriften der Richtlinie 2005/29/EG umsetzen.

Zu Nummer 6

Zu Buchstabe a

Die Änderung dient der rechtstechnischen Anpassung. Inhaltliche Änderungen gehen damit nicht einher.

Zu Absatz 2

Absatz 2 übernimmt den Regelungsinhalt des bisherigen Absatzes 2 Satz 1. Die Vorschrift sieht als Höchstmaß der Geldbuße für natürliche Personen und in Verbindung mit § 30 Absatz 2 Satz 2 des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten (OWiG) auch für juristische Personen und Personenvereinigungen einen Festbetrag von 50 000 Euro vor.

Zu Absatz 3

Abweichend hiervon legt Absatz 3 Satz 1 im Einklang mit den insoweit bestehenden EU-Vorgaben bei einem Unternehmer mit einem Jahresumsatz von mehr als 1,25 Millionen Euro die Bußgeldobergrenze umsatzbezogen fest, namentlich bei vier Prozent des Jahresumsatzes. Dabei wird eine Formulierung vermieden, die im aktuellen Nebenstrafrecht der Kennzeichnung von Kappungsgrenzen vorbehalten ist. Gemäß § 2 Absatz 1 Nummer 8 UWG ist Unternehmer eine natürliche oder juristische Person, die geschäftliche Handlungen im Rahmen ihrer gewerblichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit vornimmt, und jede Person, die im Namen oder Auftrag einer solchen Person handelt. Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs müssen die Vertreter und Beauftragten selbst Unternehmer sein (siehe EuGH WRP 2013, 1575 Rn. 38 – RLvS Verlagsgesellschaft). Entsprechend dem bisherigen Verständnis sind damit unselbständig beruflich Tätige, also etwa die Leitungspersonen einer juristischen Person als solche, nicht Unternehmer. Für diese verbleibt es daher bei der Regelung des Absatzes 2. Auch aus § 9 OWiG ergibt sich insoweit nichts Gegenteiliges: Denn diese Vorschrift bewirkt nur eine Tatbestandserweiterung auf die für die juristische Person (den Unternehmer) handelnde Leitungsperson, nicht jedoch eine Ausdehnung auch der die juristische Person als Unternehmer treffenden Rechtsfolgen auf die für sie handelnde Leitungsperson. Absatz 3 Satz 2 bis 4 regelt schließlich die Einzelheiten der Bestimmung des Jahresumsatzes (bislang Absatz 2 Satz 2 bis 4).

Zu Absatz 4

Absatz 4 enthält die Klarstellung, dass § 17 Absatz 2 OWiG, der bei fahrlässigem Handeln eine Reduzierung des Höchstmaßes auf die Hälfte vorsieht, bei der Festsetzung der Geldbuße gegenüber einem Unternehmer nicht zur Anwendung kommt. Denn die EU-Vorgaben sehen für fahrlässiges Handeln keine Abweichung beim Höchstmaß vor. Die Begehungsförmigkeit wird aber bei der Zumessung der Geldbuße angemessen zu würdigen sein.

Zu Buchstabe b

Die Änderung dient der rechtstechnischen Anpassung. Inhaltliche Änderungen gehen damit nicht einher.

Zu Buchstabe c

Die Änderung dient der rechtstechnischen Anpassung. Inhaltliche Änderungen gehen damit nicht einher.

Zu Nummer 7

Die neu eingefügten Nummern 2a, 4a bis 4c, 10a und 23d 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 Produktanforderungen als Besonderheit eines Angebots reguliert und die Nummer 23d 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 Verbraucherrechte-RL den neuen Artikel 16e Absatz 1 Satz 2 „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. Das Anbringen 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, oder staatlich anerkannt ist.

Die Änderung dient dazu, die Belastbarkeit, Glaubwürdigkeit und Transparenz von Nachhaltigkeitssiegeln, die sich beispielsweise auf Produktmerkmale, Produktionsverfahren oder die Geschäftstätigkeit eines Unternehmers 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 Unternehmer 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⁾ erfüllt werden. Auch können bestimmte Gewährleistungsmarken im Sinne von Artikel 27 der Richtlinie (EU) 2015/2436⁷⁾ Nachhaltigkeitssiegel 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 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 Umweltleistung nicht nachweisen kann.

Auch Marken, Firmennamen oder Firmenlogos können umweltbezogene Begriffe enthalten. Ob in der Gesamtschau aber von einer allgemeinen Umweltaussage auszugehen ist, die nur unter Berücksichtigung der Vorgaben der neuen Nummer 4a des Anhangs zu § 3 Absatz 3 UWG getroffen werden kann, ist anhand des jeweiligen Einzelfalles unter Berücksichtigung des Verständnisses der betroffenen Verkehrskreise zu beurteilen.

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 Unternehmers beziehen, wenn sie tatsächlich nur auf einen Teil des Produkts oder einen (nicht repräsentativen) Teil der Geschäftstätigkeit des Unternehmers 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 Unternehmers wäre beispielsweise eine Aussage umfasst, die den Eindruck erwecken soll, dass der Unternehmer 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, die mit der Kompensation von Treibhausgasen begründet wird und nach der ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat. Denn

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).

die Verwendung von Begrifflichkeiten wie „klimaneutral“, „CO₂-positiv“ oder „klimaschonend“ bei der Bewerbung eines Produkts kann nach Erwägungsgrund 12 der Richtlinie (EU) 2024/825 Verbraucherinnen und Verbraucher irreführen. Die Irreführung entsteht nach Erwägungsgrund 12 dadurch, dass Verbraucherinnen und Verbrauchern „suggestiert wird, dass sich diese Aussagen auf das Produkt selbst oder auf die Bereitstellung und Herstellung dieses Produkts beziehen, oder indem bei Verbrauchern der falsche Eindruck erweckt wird, dass der Verbrauch dieses Produkts keine Auswirkungen auf die Umwelt habe.“

Für Werbung mit CO₂-Kompensationaussagen gelten daher zukünftig besondere Anforderungen: Die Bewerbung eines Produkts mit einer CO₂-Kompensationaussage (beispielsweise: „dieses Produkt ist klimaneutral“) wird als irreführend eingestuft, wenn die Klimaneutralität des Produkts beispielsweise durch den Erwerb von CO₂-Zertifikaten erreicht wird. Erwägungsgrund 12 stellt in diesem Zusammenhang klar, dass CO₂-Kompensationaussagen nur dann zulässig seien, wenn sie auf den tatsächlichen Auswirkungen auf den Lebenszyklus des betreffenden Produkts beruhen und sich nicht auf die Kompensation von Treibhausgasemissionen außerhalb der Wertschöpfungskette des Produkts beziehen. Eine produktbezogene CO₂-Kompensationaussage wie „klimaneutral“ scheint 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, unabhängig von der in der Richtlinie (EU) 2024/825 getroffenen Regelung zu der Verwendung von Begriffen wie „klimaneutral“, „klimaschonend“ usw. 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 eingefügte Nummer 23d des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. bezieht sich auf Praktiken im Zusammenhang mit frühzeitiger Obsoleszenz, also dem frühzeitigen Verschleiß und der frühzeitigen Einschränkung oder dem Verlust der Funktionsfähigkeit von Waren. Waren sind dabei solche, die dem durch die Richtlinie (EU) 2024/825 neu eingefügten Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe ca der Richtlinie 2005/29/EG entsprechen.

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“, das heißt „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 b der Richtlinie (EU) 2019/771 mit der Definition von Waren mit digitalen Elementen in § 327a Absatz 3 Satz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs.

Zu Nummer 23d

Zu Buchstabe a

Stets unzulässig ist zukünftig das Zurückhalten von Informationen über den Umstand, dass eine Softwareaktualisierung sich negativ auf das Funktionieren 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 Unternehmer, 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 Unternehmer – 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 Unternehmer, die für die Entwicklung von Softwareaktualisierungen verantwortlich sind, über derartige Informationen verfügen, während sich Unternehmer 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 alle sonstigen Funktionsaktualisierungen, die nicht vertraglich geschuldet sind, sondern den Verbraucherinnen und Verbrauchern von einem Unternehmer darüber hinaus, gegebenenfalls gegen Zahlung eines Preises, angeboten werden.

Zu Buchstabe b

Zur Vermeidung der Irreführung von Verbraucherinnen und Verbrauchern soll es nach der neu eingefügten Nummer 23d Buchstabe b) 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 Produkts notwendig ist, oder ob die Softwareaktualisierung lediglich der Verbesserung der Funktionalitätsmerkmale des Produkts dient.

Zu Buchstabe c

Von besonderer Bedeutung beim Komplex der stets unzulässigen Geschäftspraktiken im Zusammenhang mit frühzeitiger Obsoleszenz ist die neu eingefügte Nummer 23d Buchstabe c) des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F., die die kommerzielle Kommunikation über Waren mit intendierter begrenzter Haltbarkeit wesentlich einschränkt: Sollten einem Unternehmer 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 Werbung für diese Ware unzulässig. Die Herstellung und Bereitstellung

von Waren auf dem Markt sind jedoch laut Erwägungsgrund 19 der Richtlinie (EU) 2024/825 nicht erfasst.

Beachtenswert ist, dass die Richtlinie (EU) 2024/825 hier, wie auch bei der Definition der Umweltaussage, den Begriff der „kommerziellen Kommunikation“ verwendet. Der Begriff „kommerzielle Kommunikation“ wird weder von der Richtlinie (EU) 2024/825 selbst noch von der Richtlinie 2005/29/EG legaldefiniert. Die Richtlinie (EU) 2024/825 führt jedoch in Erwägungsgrund 19 zur neuen Nummer 23f des Anhangs aus: „Im Zusammenhang mit diesem Verbot umfasst die kommerzielle Kommunikation Mitteilungen, die der unmittelbaren oder mittelbaren Bewerbung der Ware dienen.“ Daraus könnte geschlossen werden, dass der Begriff „kommerzielle Kommunikation“ inhaltlich jedenfalls enger ist als der im UWG gebräuchliche Begriff der geschäftlichen Handlung. Den Begriff „kommerzielle Kommunikation“ aber mit „Werbung“ gleichzusetzten scheint ebenfalls nicht überzeugend. Denn die Richtlinie (EU) 2024/825 verwendet in Artikel 1 Nummer 2 Buchstabe b) (§ 5 Absatz 3 Nummer 3 UWG n.F.) selbst den Begriff „Werbung“, was den Schluss nahe legt, dass die Richtlinie (EU) 2024/825 selbst einen Unterschied zwischen den Begriffen „Werbung“ und „kommerzielle Kommunikation“ anerkennt.

Nummer 23d Buchstabe c) des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. richtet sich primär an Unternehmer, die auch Hersteller der Ware sind. Andere Unternehmer – 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 Buchstabe d

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 Unternehmer 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. Nach Erwägungsgrund 20 der Richtlinie (EU) 2024/825 werden die in Rede stehenden Behauptungen weitgehend von den Herstellern vorgebracht, da sie die Haltbarkeit der Waren bestimmen. Daher wird von Unternehmen, die auch die Hersteller der Waren sind, davon ausgegangen, dass ihnen falsche Behauptungen über die Haltbarkeit der Waren bekannt sind, während sich andere Unternehmer wie Verkäufer auf zuverlässige Informationen verlassen sollten, die ihnen zur Verfügung stehen, zum Beispiel auf der Grundlage einer Erklärung einer zuständigen nationalen Behörde oder von Informationen des Herstellers.

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 Buchstabe e

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

Zu Buchstabe f

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 Buchstabe g

Ebenfalls stets unzulässig sind nach der neuen Nummer 23d Buchstabe g) des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG n. F. Äußerungen über Auswirkungen der Verwendung von herstellereigenen 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 Unternehmer – 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

Die neue Nummer 33 des Anhangs (zu § 3 Absatz 3) UWG enthält ein Verbot der stärkeren Hervorhebung bestimmter Auswahlmöglichkeiten beim Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher. Dies betrifft Fälle, in denen Verbraucherinnen oder Verbraucher, die Empfänger der Dienstleistungen sind, aufgefordert werden, eine Entscheidung zu treffen.

Dark Patterns sind auch nach der bestehenden Rechtslage teilweise bereits auf Grund der Generalklauseln des UWG verboten (siehe zum Beispiel Urteil des LG Düsseldorf vom 13. September 2023 (12 O 78/22, BKR 2024, 68). Die Europäische Kommission hat angekündigt, bereits im Jahre 2026 den Entwurf eines Digital Fairness Act vorzulegen, der unter anderem horizontale Regelungen zu Dark Patterns enthalten soll. Das im Koalitionsvertrag formulierte Ziel, "sich für ein Verbot unlauterer Geschäftspraktiken wie Dark Patterns und süchtig machender Designs einzusetzen" (Z. 2291f), wird die Bundesregierung im Rahmen der Verhandlungen zu diesem Rechtsakt weiterverfolgen und sich konstruktiv beteiligen.

Die Vorschrift setzt Artikel 1 Nummer 4 der Richtlinie (EU) 2023/2673 um, der unter anderem bestimmt, dass in der Verbraucherrechte-RL in Bezug auf im Fernabsatz geschlossene

Finanzdienstleistungsverträge ein neuer Artikel 16e mit der Überschrift „Zusätzlicher Schutz in Bezug auf Online-Benutzeroberflächen“ eingefügt werden soll.

Die deutsche Sprachfassung der Richtlinie (EU) 2023/2673 verwendet hier den Begriff „Online-Benutzeroberfläche“. Zugleich wird in diesem Zusammenhang allerdings auf Artikel 3 Buchstabe m der Verordnung (EU) 2022/2065 (Gesetz über digitale Dienste) verwiesen. Dort wird der englische Begriff „online interface“ in der deutschen Sprachfassung mit „Online-Schnittstelle“ übersetzt. Wegen der Sachnähe des UWG zum Gesetz über digitale Dienste soll dieser Begriff auch hier verwendet werden.

Artikel 16e der Verbraucherrechte-RL betrifft manipulative Praktiken, die geeignet sind, die freie und informierte Entscheidung von Verbraucherinnen und Verbrauchern in unzulässiger Weise maßgeblich zu beeinflussen (sogenannte 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 Verbraucherrechte-RL.

Nach Artikel 16e Absatz 1 Satz 1 der Verbraucherrechte-RL haben die Mitgliedstaaten sicherzustellen, dass Unternehmer beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz ihre Online-Schnittstelle nicht so konzipieren, organisieren oder betreiben, dass Verbraucher, die Empfänger ihrer Dienstleistungen sind, manipuliert oder anderweitig in ihrer Fähigkeit, freie und informierte Entscheidungen zu treffen, maßgeblich beeinträchtigt oder behindert werden.

Artikel 16e Absatz 1 Satz 2 der Verbraucherrechte-RL bestimmt, dass die Mitgliedstaaten in diesem Zusammenhang insbesondere Maßnahmen erlassen müssen, die mindestens eine der drei dort genannten Praktiken von Unternehmen verbieten. Diese drei in Artikel 16e Absatz 1 Satz 2 aufgeführten unlauteren Dark-Patterns-Praktiken entsprechen den Praktiken, die für Online-Vermittlungsdienste nach dem geltenden Artikel 25 Absatz 3 des europäischen Gesetzes über digitale Dienste verboten sind. Nach Erwägungsgrund 41 der Richtlinie (EU) 2023/2673 wirkt sich das Problem der sogenannten Dark Patterns in besonderem Maße für im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge aus. Daher soll es untersagt sein, die Verbraucher, die Empfänger der Dienstleistung sind, durch den Aufbau, die Gestaltung oder die Funktionen einer Online-Schnittstelle oder eines Teils davon in die Irre zu führen oder zu etwas zu verleiten und ihre Autonomie, ihre Entscheidungsfreiheit oder ihre Auswahlmöglichkeiten zu beeinflussen oder zu beeinträchtigen. Dazu können unter anderem ausbeuterische Gestaltungsmuster zählen, mit denen der Verbraucher zu Entscheidungen oder Handlungen verleitet wird, die vorteilhaft für den Unternehmer, aber möglicherweise nicht im Interesse des Verbrauchers sind, indem Auswahlmöglichkeiten in einer nicht neutralen Weise präsentiert werden, etwa durch die stärkere Hervorhebung bestimmter Auswahlmöglichkeiten durch visuelle, akustische oder sonstige Elemente, wenn der Verbraucher aufgefordert wird, eine Entscheidung zu treffen. Daher sollen nach Erwägungsgrund 41 die Mitgliedstaaten durch die vorliegende Richtlinie dazu verpflichtet werden, zu verhindern, dass Unternehmer, die Finanzdienstleistungsverträge im Fernabsatz anbieten, derartige Praktiken beim Abschluss von Verträgen über solche Dienstleistungen einsetzen.

Die Umsetzung von Artikel 16e der Verbraucherrechte-RL erfolgt durch die neue Nummer 33 und damit durch die nationale Umsetzung nur einer der drei in Artikel 16e Absatz 1 Satz 2 der Verbraucherrechte-RL aufgeführten Praktiken. Wegen der mit der Hervorhebung bestimmter Designelemente verbundenen besonderen Täuschungsgefahr wurde die in Artikel 16e Absatz 1 Satz 2 Buchstabe a der Verbraucherrechte-RL genannte Praktik in die Liste der stets unzulässigen aggressiven geschäftlichen Handlungen im Anhang (zu § 3 Absatz 3 UWG) aufgenommen. Durch die Hervorhebung auf der Online-Schnittstelle könnten insbesondere solche Verbraucherinnen und Verbraucher, die unter Zeitdruck stehen oder für die die Komplexität der Angebotsgestaltung bereits eine Herausforderung darstellt, verleitet

werden, eine vom Unternehmen gewünschte Auswahl zu treffen. Zur „stärkeren Hervorhebung bestimmter Auswahlmöglichkeiten“ können insbesondere Gestaltungen durch Farbe, Größe, Beschriftung oder sonstige Umstände im Web-Design zählen, die die Auswahlmöglichkeit graphisch gestalten. Dazu gehören aber auch Fälle, in denen für Verbraucher vorteilhafte Entscheidungen anders als durch das Design des Entscheidungsbuttons erschwert oder behindert werden, so wenn generell die für den Verbraucher vorteilhafte Entscheidung mehr Aufwand oder mehr Schritte im Web-Design erfordert, insbesondere durch lange Klick-Pfade.

Zu Artikel 2 (Inkrafttreten)

Zu Absatz 1

Die Bestimmungen dieses Gesetzes mit Ausnahme von Artikel 1 Nummer 4 und Nummer 7 Buchstabe e bis g treten am 27. September 2026 in Kraft. Dieses Inkrafttretensdatum stellt den nach Artikel 4 Absatz 1 Satz 2 der Richtlinie (EU) 2024/825 spätmöglichsten Zeitpunkt dar, in dem die in nationales Recht umgesetzten Regelungen angewendet werden müssen. Durch die Wahl des spätmöglichsten Anwendungszeitpunkts sollen Produkte im Handel, deren Verpackungen nicht den Vorgaben der Richtlinie (EU) 2024/825 entsprechen, noch so lange wie rechtlich möglich abverkauft werden können, um unnötige Müllproduktion zu vermeiden.

Für den Fall, dass dennoch einzelnen Unternehmen im Hinblick auf bereits in den Vertrieb gebrachte Produkte unbillige Härten entstehen sollten, ist es möglich, dass die Gerichte jeweils angemessene Aufbrauch-, Beseitigungs- und Umstellungsfristen gewähren werden. In der Rechtsprechung ist bereits anerkannt, dass Unternehmen im Hinblick auf lauterkeitsrechtliche Unterlassungsgebote entsprechende Fristen gewährt werden können, wenn das Unterlassungsgebot andernfalls als unverhältnismäßig erschiene (BGH, Urteil vom 29.3.2007 – I ZR 122/04, Rn. 40 – Bundesdruckerei; BGH, Urteil vom 24.9.2013 – I ZR 89/12, Rn. 44 – Matratzen Factory Outlet; BGH, Urteil vom 7.4.2022 – I ZR 143/19, 56 ff. – Knuspermüsli II). Die Gewährung einer solchen Frist kommt nach der Rechtsprechung auch im Falle von Gesetzesänderungen in Betracht (OLG Saarbrücken, Beschluss vom 30.11.2007 – 1 W 193/07 – zugelassen am OLG und LG). Im Einzelfall wird jedoch auch eine Interessenabwägung zu leisten sein (OLG Karlsruhe, Urteil vom 26.6.2008 – 4 U 187/07).

Zu Absatz 2

Artikel 1 Nummer 4, 5, 6 und 7 Buchstabe e bis g tritt am 19. Juni 2026 in Kraft. Dies entspricht der Vorgabe in Artikel 2 Absatz 1 Unterabsatz 2 der Richtlinie (EU) 2023/2673 und hat zudem rechtsförmliche Gründe.

Stellungnahme des Nationalen Normenkontrollrates (NKR) gem. § 6 Abs. 1 NKR-G

Entwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (NKR-Nr. 7697, BMJV)

Der Nationale Normenkontrollrat hat den Regelungsentwurf mit folgendem Ergebnis geprüft:

I. Zusammenfassung

Bürgerinnen und Bürger Jährlicher Zeitaufwand (Entlastung):	rund -25 000 Stunden (-630 000 Euro)
Wirtschaft Jährlicher Erfüllungsaufwand: davon aus Bürokratiekosten: Einmaliger Erfüllungsaufwand: davon aus Bürokratiekosten:	rund 52,2 Mio. Euro rund 52,2 Mio. Euro rund 355,8 Mio. Euro rund 178,1 Mio. Euro
Verwaltung	keine Auswirkungen
„One in, one out“-Regel	Der jährliche Erfüllungsaufwand der Wirtschaft in diesem Regelungsvorhaben stellt im Sinne der „One in, one out“-Regel der Bundesregierung kein „In“ dar, da er allein aus der Umsetzung von EU-Recht resultiert.
KMU-Betroffenheit	Kleine und mittelständische Unternehmen werden durch das Vorhaben mit jährlichen Bürokratiekosten und einmaligem Erfüllungsaufwand in erheblichem Maße belastet.

Evaluierung	Das Ressort hat in Abwägung folgender Gründe auf eine Evaluierung verzichtet: Vorgaben aus EU-Vorgaben ohne Umsetzungsspielraum (1:1), zu denen von der Europäischen Kommission bis zum 27. September 2031 ein Bericht über die Umsetzung vorgelegt werden muss.
Umsetzung von EU-Recht	Dem NKR liegen keine Anhaltspunkte dafür vor, dass mit dem Vorhaben über eine 1:1-Umsetzung von EU-Recht hinausgegangen wird.
Nutzen des Vorhabens	Das Ressort hat den Nutzen des Vorhabens im Vorblatt des Regelungsentwurfs wie folgt beschrieben: Sicherstellung von nachhaltigen Konsum- und Produktionsmustern
Digitaltauglichkeit (Digitalcheck)	Das Ressort hat Möglichkeiten zum digitalen Vollzug der Neuregelung (Digitaltauglichkeit) geprüft und hierzu einen Digitalcheck mit nachvollziehbarem Ergebnis durchgeführt.
<p>Die Darstellung der Regelungsfolgen ist nachvollziehbar und methodengerecht. Der Nationale Normenkontrollrat erhebt hiergegen im Rahmen seines gesetzlichen Auftrags keine Einwände.</p> <p>Der NKR hebt positiv hervor, dass das Ressort Angaben zum Erfüllungsaufwand in Folge von Erkenntnissen aus der Beteiligung der Länder und Verbände abgeglichen, präzisiert und vervollständigt hat. Außerdem wurden nach Hinweisen von Verbänden Rechtsbegriffe – wo EU-rechtlich möglich – überarbeitet und klarer definiert.</p> <p>Der NKR weist darauf hin, dass die Umsetzung der EU-Richtlinie gegen den unlauteren Wettbewerb absehbar eine erhebliche zusätzliche bürokratische Belastung für die Wirtschaft verursachen wird. Das Vorhaben verdeutlicht, wo die ‚One in, one out‘-Regel ihre Schwäche hat. Belastungen, die auf der Umsetzung von EU-Vorgaben beruhen, sind von der Verpflichtung zur Kompensation ausgenommen. Der NKR dringt deshalb gegenüber der Bundesregierung auf eine Abschaffung der Ausnahme. Das Instrument ist ansonsten keine wirksame Bürokratiebremse.</p>	

II. Regelungsvorhaben

Das Regelungsvorhaben dient der Umsetzung zweier unionsrechtlicher Reformpakete gegen den unlauteren Wettbewerb.¹ Die Regelungen sollen einer faireren Kommunikation von Unternehm-

¹ 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; 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.

men zu Nachhaltigkeitsaspekten dienen. So dürfen auf Produkten und Dienstleistungen bestimmte Informationen nicht mehr abgebildet werden. Beispielsweise soll u. a. nicht mehr mit Vorteilen für Verbraucherinnen und Verbraucher geworben werden, die irrelevant sind bzw. sich nicht aus einem Merkmal des Produkts bzw. der Geschäftstätigkeit ergeben. Weiterhin sollen nicht mehr Produktbesonderheiten angepriesen werden, die ohnehin gesetzlichen Anforderungen entsprechen. Außerdem sollen Umweltaussagen über die perspektivische Umweltleistung klare, objektive, öffentlich einsehbare und überprüfbare Verpflichtungen enthalten. Außerdem sollen Verbraucherinnen und Verbraucher vor sog. „Dark Patterns“ (manipulative Praktiken, die geeignet sind, die freie und informierte Entscheidung von Verbraucherinnen und Verbrauchern in unzulässiger Weise maßgeblich zu beeinflussen) geschützt werden.

III. Bewertung

III.1. Erfüllungsaufwand

Bürgerinnen und Bürger

Der Entwurf sieht eine Vereinfachung für Bürgerinnen und Bürger bei dem Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz vor. Unter der Annahme, dass bei rund 5 Mio. Fällen pro Jahr jeweils ein Zeitaufwand von 0,3 Minuten entfällt, geht das Ressort nachvollziehbar von einer **jährlichen Entlastung** in Höhe von rund **25 000 Stunden** (rund 630 000 Euro²) aus.

Wirtschaft

Für die Wirtschaft entstehen **jährliche Bürokratiekosten** in Höhe von rund **52,2 Mio. Euro** und **einmaliger Erfüllungsaufwand** in Höhe von rund **356 Mio. Euro**. Diese Belastungen resultieren aus den folgenden Vorgaben:

- Abbildung von Umweltaussagen

Der Entwurf sieht vor, dass Umweltaussagen über die künftige Umweltleistung klare, objektive und überprüfbare Verpflichtungen enthalten, die in einem Umsetzungsplan mit messbaren Zielen festgelegt sind. Dieser muss regelmäßig von externen Sachverständigen geprüft werden.

Dadurch entstehen **jährliche Bürokratiekosten** in Höhe von rund **29 Mio. Euro** sowie **einmalige Bürokratiekosten** in Höhe von rund **177 Mio. Euro**. Das Ressort geht bei den jährlich rund 9 000 Fällen von einem zeitlichen Einzelfallaufwand von rund 21 Stunden bei einem Lohnsatz pro Stunde von 62,40 Euro und Sachkosten von jeweils rund 2 000 Euro aus. Bei den einmaligen Änderungen des Erfüllungsaufwands geht das Ressort von rund 53 000 Fällen und rund 22 Stunden aus.

² Für den Zeitaufwand der Bürgerinnen und Bürger nimmt der NKR einen Stundensatz von 25 Euro an.

- Überprüfung der Produktpalette

Zur Überprüfung der Produktpalette, ob und wie ein Unternehmen von der Rechtsänderung betroffen ist, resultieren Bürokratiekosten für Unternehmen, die Verträge mit Verbraucherinnen und Verbrauchern abschließen. Das Ressort schätzt, dass 90 % aller Freiberufler und Kleinstunternehmen zunächst ihre Produktpalette prüfen werden, um erst einmal Handlungsbedarf zu identifizieren. Dadurch entsteht **einmaliger Personalaufwand** in Höhe von rund **53,2 Mio. Euro**, wobei das Ressort von rund 850 000 Fällen mit einem zeitlichen Aufwand von jeweils rund einer Stunde bei einem Lohnsatz von 62,40 Euro/Stunde ausgeht.

- Umsetzung der identifizierten Änderungsbedarfe bei Produkten

Das Ressort geht davon aus, dass bei den Freiberuflern in rund 10 % der Fälle (entspricht rund 70 000 Fälle) Änderungen von Produktangaben erforderlich sein werden. Daraus folgen **einmalige Bürokratiekosten** in Höhe von rund **36,4 Mio. Euro**. Dafür nimmt das Ressort einen Zeitaufwand von jeweils rund 500 Minuten bei einem Lohnsatz von 62,40 Euro/Stunde an.

Bei den Kleinstunternehmern geht das Ressort ebenfalls von einem Änderungsbedarf in 10 % der Fälle aus (entspricht 20 000 Fälle). Das Ressort nimmt weiterhin an, dass die Änderungen der Produktangaben von externen Dienstleistern vorgenommen werden und veranschlagt hierfür Sachkosten in Höhe von rund 2 000 Euro und einen Zeitaufwand von 10 Minuten je Fall. Somit geht das Ressort nachvollziehbar von **einmaligen Bürokratiekosten** von rund **40 Mio. Euro** aus.

Bei Klein-, Groß- sowie mittelständischen Unternehmen erfolgt die Überprüfung der Produktpalette und die Umsetzung des Änderungsbedarfs durch eine interne Fachkraft. Es resultieren **einmaliger Personalaufwand** in Höhe von rund **48,4 Mio. Euro**. Dabei wird von rund 97 000 Fällen, einem zeitlichen Aufwand von jeweils rund 480 Minuten und einem Lohnsatz von 62,40 Euro/Stunde ausgegangen.

- Nachhaltigkeitssiegel

Nachhaltigkeitssiegel dürfen durch die Neuregelung nur dann benutzt werden, wenn sie auf einem Zertifizierungssystem beruhen oder von staatlichen Stellen festgesetzt wurden. Das Ressort schätzt, dass etwa 20 % der Unternehmen weiterhin ein Siegel nutzen wollen. Dadurch kommt es zu **jährlichem Personalaufwand** in Höhe von rund **2,2 Mio. Euro** und **jährlichen Sachkosten** in Höhe von rund **20,3 Mio. Euro**. Das Ressort geht dabei davon aus, dass bei rund 4 500 Fällen jeweils ein zeitlicher Aufwand von rund 480 Minuten und Sachkosten von jeweils rund 4 500 Euro anfallen.

- Informationen über negative Auswirkungen von Softwareaktualisierungen

Bei Softwareaktualisierungen sollen Informationen über negative Auswirkungen dieser Updates auf das Funktionieren von Waren mit digitalen Elementen oder auf die Nutzung digitaler Inhalte sowie digitaler Dienstleistungen künftig transparent gemacht werden. Es resultieren **jährliche Bürokratiekosten** in Höhe von rund **680 000 Euro**.

- Verbot unzulässiger Angaben bei Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz

Spiegelbildlich zur Vorgabe für die Bürgerinnen und Bürger sollen Finanzdienstleister im Fernabsatzgeschäft die stärkere Hervorhebung bestimmter Auswahlmöglichkeiten bei einer Auswahl von mehreren Optionen löschen. Dadurch entsteht **einmaliger Personalaufwand** in Höhe von rund **600 000 Euro**.

- Auskunftspflichten für Unternehmer

Durch Auskunftspflichten für Unternehmen, die Produkte vergleichen und darüber informieren, entsteht **jährlicher Erfüllungsaufwand** von **38 000 Euro** und **einmaliger Erfüllungsaufwand** von **76 000 Euro**.

III.2. Digitaltauglichkeit

Das Ressort hat **Betroffene** über entsprechende Verbände einbezogen. **Erkenntnisse** aus dem Austausch spiegeln sich u. a. in der Überarbeitung der Gesetzesfolgendarstellung, der Klarstellung der Anforderungen an die Überprüfung von Nachhaltigkeitssiegeln sowie der Klarstellung, dass Regelungen für Aussagen über künftige Umweltleistungen nur im B2C-Bereich gelten, wider. Mit der Ermöglichung, Aussagen über künftige Umweltleistungen für Verbraucherinnen und Verbraucher per QR-Code aufzurufen, wird das Prinzip, **digitale Angebote für alle nutzbar zu gestalten**, adressiert.

29. August 2025

Lutz Goebel
Vorsitzender

Kerstin Müller
Berichterstatte^rin für das
Bundesministerium der Justiz
und für Verbraucherschutz