

09.01.26

R

Beschluss
des Deutschen Bundestages

Drittes Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb

Der Deutsche Bundestag hat in seiner 51. Sitzung am 19. Dezember 2025 zu dem von ihm verabschiedeten **Dritten Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb – Drucksachen 21/1855, 21/2464, 21/3327** – die beigefügte EntschlieÙung unter Buchstabe b auf Drucksache 21/3327 angenommen.

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

1. Im Entwurf des Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb wird – entsprechend den Vorgaben der umzusetzenden EmpCo-RL (Richtlinie (EU) 2024/825 hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und durch bessere Informationen) – eine Übergangsfrist bis zum 27. September 2026 eingeräumt, nach deren Ablauf die neuen Regelungen auf alle Waren und Dienstleistungen anzuwenden sind. Damit möglichst wenig Verpackungen und Produkte mit alten Beschriftungen vernichtet werden müssen, ist es notwendig, Waren, die bis zum Ablauf der Umsetzungsfrist der Richtlinie am 27. März 2026 produziert wurden, noch für ein Jahr, also bis zum 27. März 2027 abverkaufen zu können. Vor allem geht es hierbei um bereits produzierte Waren mit langer oder unbegrenzter Haltbarkeit, die entweder bereits in den Verkehr gebracht wurden oder nicht ohne erheblichen Aufwand umetikettiert werden können. Betroffen sind insbesondere sogenannte „Slow-Mover-Produkte“, die lange in den Verkaufsregalen verweilen, sowie Waren, die aus anderen Gründen lange im Voraus vorproduziert werden.

Da die Vorgaben der EmpCo-RL zur Übergangsfrist eindeutig sind, ist es nicht möglich, eine längere Abverkaufsfrist im deutschen Recht vorzusehen. Deshalb ist es notwendig, dass sich die Bundesregierung auf europäischer Ebene für eine angemessene Abverkaufsfrist einsetzt. Dies entspricht auch der Bitte, die der Bundesrat am 17. Oktober 2025 an die Bundesregierung gerichtet hat.

2. Die EmpCo-RL enthält eine Reihe unbestimmter Rechtsbegriffe, die auslegungsbedürftig sind und der Klarstellung bedürfen. Dies gilt insbesondere für die durch die EmpCo-RL vorgegebenen Definitionen, wie z. B. „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ oder „Nachhaltigkeitssiegel“. Hierbei ist auch sicherzustellen, dass die Verwendung eingetragener Marken sowie der etablierten Zeichen von Umwelt- und Verbraucherschutzvereinen nicht beeinträchtigt wird.

Insbesondere die Definition des „Nachhaltigkeitssiegels“ ist sehr offen gefasst. Erwägungsgrund 1 der EmpCo-RL definiert das Ziel der Richtlinie, die Irreführung von Verbraucherinnen und Verbrauchern über Umwelteigenschaften – sogenanntes Greenwashing – zu verhindern. Dieses Risiko besteht jedoch nicht bei anerkannten, belastbaren Verbrauchertests, die ohne Einflussnahme der Anbieterseite durchgeführt werden und bereits ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit genießen. Die Information der Verbraucherinnen und Verbraucher sowie ihre Stellung am Markt wird hierdurch nicht beeinträchtigt, sondern im Gegenteil wesentlich verbessert. Es würde daher dem mit der Richtlinie verfolgten Ziel, Greenwashing zu verhindern, zuwiderlaufen, wenn derartige Organisationen ihren Betrieb wesentlich verändern oder gar einstellen müssten. Der Begriff des Nachhaltigkeitssiegels sollte daher dahingehend klargestellt werden, dass anerkannte, auf Grundlage vorab festgelegter Kriterien unabhängig durchgeführte und belastbare Verbrauchertests wie „Öko-Test“ oder „Stiftung Warentest“ auch dann nicht erfasst sind, wenn beim Vertrieb des Produktes auf das Testergebnis hingewiesen wird.

Des Weiteren ist die Definition des Nachhaltigkeitssiegels auch hinsichtlich der Abgrenzung seines Anwendungsbereichs klarstellungsbedürftig: Siegel oder Zeichen mit einem Bezug zu Nachhaltigkeitseigenschaften, die lediglich für den Bereich Business-to-Business bestimmt sind, sollten auch dann nicht unter den Begriff des Nachhaltigkeitssiegels fallen, wenn sie von Verbrauchern wahrgenommen werden können, beispielsweise wenn sie auf einem Versandkarton abgedruckt sind. Solche Zeichen sind nicht dazu bestimmt, Orientierung für Verbraucherinnen und

Verbraucher zu bieten und werden daher von diese auch nicht als Entscheidungshilfe wahrgenommen.

3. In der Sachverständigenanhörung wurde aus juristischer, ökonomischer und verhaltenswissenschaftlicher Perspektive auf die erheblichen Gefahren für Verbraucherinnen und Verbraucher hingewiesen, die mit dem Einsatz von Dark Patterns verbunden sind. Diese Gefahren treten nicht nur sektorspezifisch im Bereich des Fernabsatzes von Finanzdienstleistungen auf, sondern sind ebenso bei anderen Angeboten für den Kauf von Waren und Dienstleistungen auf Vertriebsplattformen und in Online-Shops sowie auch auf Social-Media-Plattformen und in Spiele-Apps weit verbreitet. Das in Artikel 16e der Richtlinie (EU) 2023/2673 über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen sowie in Artikel 25 der Verordnung (EU) 2022/2065 über digitale Dienste geregelte Verbot von Dark Patterns sollte daher gleichermaßen für alle digitalen Anwendungen und Dienstleistungen gelten. Auf Grund unionsrechtlicher Vorgaben war ein derartiges horizontales gesetzliches Verbot von Dark Patterns im Rahmen dieses Gesetzgebungsverfahrens jedoch nicht möglich. Der Deutsche Bundestag begrüßt daher die Ankündigung auf Seite 39 des Gesetzentwurfs, dass die Bundesregierung das Verbot unlauterer Geschäftspraktiken wie Dark Patterns und süchtig machender Designs im Rahmen der Verhandlungen zum europäischen Digital Fairness Act weiterverfolgen und sich konstruktiv beteiligen wird.
- II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf,
1. ein Schreiben der Bundesministerin der Justiz und für Verbraucherschutz an die Europäische Kommission zu richten, in dem eine Abverkaufsfrist von einem Jahr für bis zum 27. März 2026 produzierte Produkte gefordert wird;
 2. ein Schreiben der Bundesministerin der Justiz und für Verbraucherschutz an die Europäische Kommission zu richten, in dem
 - a) die Europäische Kommission aufgefordert wird, klarzustellen, dass der Begriff des Nachhaltigkeitssiegels so zu verstehen ist, dass anerkannte, auf Grundlage vorab festgelegter Kriterien unabhängig durchgeführte und belastbare Verbrauchertests wie „Öko-Test“ oder „Stiftung Warentest“ auch dann nicht erfasst sind, wenn beim Vertrieb von Produkten auf das Testergebnis hingewiesen wird, und
 - b) die Europäische Kommission aufgefordert wird, klarzustellen, dass Siegel oder Zeichen mit einem Bezug zu Nachhaltigkeitseigenschaften, die nur für den Bereich Business-to-Business bestimmt sind, keine Nachhaltigkeitssiegel darstellen, auch wenn sie im Einzelfall von Verbrauchern wahrgenommen werden können;
 3. sich im Rahmen der anstehenden Verhandlungen über den von der Europäischen Kommission angekündigten Digital Fairness Act für ein horizontales Verbot von Dark Patterns einzusetzen.