

## **Beschlussempfehlung und Bericht**

### **des Ausschusses für Recht und Verbraucherschutz (6. Ausschuss)**

**zu dem Gesetzentwurf der Bundesregierung  
– Drucksachen 21/1855, 21/2464, 21/2669 Nr. 21 –**

### **Entwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb**

#### **A. Problem**

Die Bundesregierung stellt in ihrem Entwurf darauf ab, dass Nachhaltigkeitsaspekte in der Verbraucherkommunikation von Unternehmen eine wichtige Rolle spielten. Kaufentscheidungen, die Verbraucherinnen und Verbraucher auf Grundlage der von den Unternehmen zur Verfügung gestellten Informationen trafen, trügen dazu bei, dass sich nachhaltige Produkte am Markt durchsetzten. Informierte und sachgerechte Kaufentscheidungen könnten freilich nur getroffen werden, wenn Umweltaussagen, Nachhaltigkeitssiegel und Haltbarkeitsangaben von Unternehmen über ihre Produkte und über ihre Unternehmenstätigkeit verlässlich seien. Dafür müssten die relevanten Informationen klar und verständlich bereitgestellt werden und irreführende Geschäftspraktiken müssten unterbleiben.

Dementsprechend sei 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 sei bis zum 27. März 2026 in nationales Recht umzusetzen. Die neuen Regelungen müssten ab dem 27. September 2026 angewendet werden.

Mit dem Entwurf solle Artikel 1 der Richtlinie (EU) 2024/825 umgesetzt werden, der Änderungen der Richtlinie 2005/29/EG enthalte. Darüber hinaus würden 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.

Der Entwurf diene zugleich 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 trage 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 verlange, die Rechtsstaatlichkeit zu fördern und den öffentlichen Zugang zu Informationen zu gewährleisten.

Zur Erfüllung dieser Vorgaben sieht der Entwurf unter anderem folgende Lösungen vor:

Die Regelungen der Richtlinie (EU) 2024/825 würden im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) umgesetzt. Die bestehende Generalklausel des § 5 Absatz 1 UWG zum Verbot irreführender Praktiken werde hierbei in § 5 Absatz 2 und 3 UWG, in § 5b Absatz 3a UWG sowie im Anhang zu § 3 Absatz 3 UWG konkretisiert. Umweltaussagen müssten 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 dürften nur auf Grundlage eines detaillierten und realistischen Umsetzungsplans mit messbaren und zeitgebundenen Zielen sowie mit klaren, objektiven und öffentlich einsehbaren Verpflichtungen getroffen werden. Nachhaltigkeitssiegel dürften, 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 werde 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, werde 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.

## **B. Lösung**

**Annahme des Gesetzentwurfs in geänderter Fassung mit den Stimmen der Fraktionen CDU/CSU, SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktionen AfD und Die Linke.**

Der vom Ausschuss angenommene Änderungsantrag sieht insbesondere eine Konkretisierung des Begriffs des „Nachhaltigkeitssiegels“ vor.

**Annahme einer Entschließung mit den Stimmen der Fraktionen der CDU/CSU und SPD gegen die Stimmen der Fraktion der AfD bei Stimmenthaltung der Fraktionen BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN und Die Linke.**

## **C. Alternativen**

Keine.

## **D. Kosten**

Wurden im Ausschuss nicht erörtert.

## Beschlussempfehlung

Der Bundestag wolle beschließen,

- a) den Gesetzentwurf auf Drucksachen 21/1855, 21/2464 in der aus der nachstehenden Zusammenstellung ersichtlichen Fassung anzunehmen;
- b) folgende EntschlieÙung anzunehmen:

„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.“

Berlin, den 17. Dezember 2025

**Der Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz**

**Carsten Müller (Braunschweig)**

Amtierender Vorsitzender

**Sebastian Steineke**

Berichterstatter

**Ulrich von Zons**

Berichterstatter

**Nadine Heselhaus**

Berichterstatteerin

**Dr. Till Steffen**

Berichterstatter

**Christin Willnat**

Berichterstatteerin

## Zusammenstellung

des Entwurfs eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes  
gegen den unlauteren Wettbewerb

– Drucksachen 21/1855, 21/2464 –

mit den Beschlüssen des Ausschusses für Recht und Verbraucherschutz (6. Ausschuss)

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
<b>Entwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb<sup>1</sup></b>	<b>Entwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb<sup>1</sup></b>
Vom ...	Vom ...
Der Bundestag hat das folgende Gesetz beschlossen:	Der Bundestag hat das folgende Gesetz beschlossen:
<b>Artikel 1</b>	<b>Artikel 1</b>
<b>Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb</b>	<b>Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb</b>
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:	Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb in der Fassung der Bekanntmachung vom 3. März 2010 (BGBl. I S. 254), das zuletzt durch Artikel 7 des Gesetzes vom 30. September 2025 (BGBl. 2025 I Nr. 233) geändert worden ist, wird wie folgt geändert:
1. § 2 Absatz 2 wird durch die folgenden Absätze 2 und 3 ersetzt:	1. § 2 Absatz 2 wird durch die folgenden Absätze 2 und 3 ersetzt:
„(2) Im Sinne dieses Gesetzes ist	„(2) Im Sinne dieses Gesetzes ist
1. „allgemeine Umweltaussage“ eine schriftlich oder mündlich, einschließlich über audiovisuelle Medien, getätigte Umweltaussage, die nicht auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten ist und bei der die Spezifizierung der Umweltaussage nicht klar und in hervorgehobener Weise auf demselben Medium angegeben ist;	1. <b>u n v e r ä n d e r t</b>

<sup>1</sup> 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).

<sup>1</sup> 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 und 5 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).

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
2. „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ die Umweltleistung im Einklang mit	2. u n v e r ä n d e r t
a) der Verordnung (EG) Nr. 66/2010,	
b) nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach DIN EN ISO 14024 Typ I, Ausgabe Juni 2018 <sup>2</sup> , 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;	3. u n v e r ä n d e r t
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 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;	4. u n v e r ä n d e r t
5. „Umweltaussage“ jede Aussage oder Darstellung im Kontext einer <i>kommerziellen Kommunikation</i> , 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	5. „Umweltaussage“ jede Aussage oder Darstellung im Kontext einer <b>geschäftlichen Handlung</b> , 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	a) u n v e r ä n d e r t

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

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
b) die Auswirkung eines Produkts, einer Produktkategorie, einer Marke oder eines Unternehmers auf die Umwelt im Laufe der Zeit verbessert wurde;	b) <code>u n v e r ä n d e r t</code>
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 Nachhaltigkeitssiegels ermöglicht und dessen Bedingungen, einschließlich seiner Anforderungen, öffentlich einsehbar sind und folgende Kriterien erfüllen:	6. <code>u n v e r ä n d e r t</code>
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	(3) Im Sinne dieses Gesetzes
1. ist „Funktionalität“ die Fähigkeit der Waren, ihre Funktionen ihrem Zweck entsprechend zu erfüllen;	1. <code>u n v e r ä n d e r t</code>

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
2. ist „Haltbarkeit“ die Fähigkeit der Waren, ihre erforderlichen Funktionen und ihre Leistung bei normaler Verwendung zu behalten;	2. u n v e r ä n d e r t
3. ist eine „Online-Schnittstelle“ eine solche im Sinne von Artikel 3 Buchstabe m der Verordnung (EU) 2022/2065;	3. u n v e r ä n d e r t
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;	4. u n v e r ä n d e r t
5. sind „Verbraucher“ Verbraucher <i>im Sinne des § 13 des Bürgerlichen Gesetzbuchs.</i> “	5. sind „Verbraucher“ Verbraucher <b>entsprechend</b> § 13 des Bürgerlichen Gesetzbuchs.“
2. § 5 wird wie folgt geändert:	2. § 5 wird wie folgt geändert:
a) Absatz 2 Nummer 1 wird durch die folgende Nummer 1 ersetzt:	a) u n v e r ä n d e r t
„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:	b) u n v e r ä n d e r t
aa) In Nummer 1 wird die Angabe „hervorruft oder“ durch die Angabe „hervorruft;“ ersetzt.	

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
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 erworben 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.“	
	c) <b>Nach Absatz 5 wird der folgende Absatz 6 eingefügt:</b>
	„(6) <b>Eine geschäftliche Handlung, die gegen §312d Absatz 2 Satz 2 des Bürgerlichen Gesetzbuchs verstößt, ist irreführend.“</b>

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
3. Nach § 5b Absatz 3 wird der folgende Absatz 3a eingefügt:	3. <b>u n v e r ä n d e r t</b>
<p>„(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.“</p>	
4. § 5c wird wie folgt geändert:	4. § 5c wird wie folgt geändert:
a) Absatz 1 wird durch den folgenden Absatz 1 ersetzt:	a) <b>u n v e r ä n d e r t</b>
<p>„(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.“</p>	
b) Absatz 2 wird wie folgt geändert:	b) Absatz 2 wird wie folgt geändert:
aa) Nummer 1 wird durch die folgende Nummer 1 ersetzt:	aa) Nummer 1 wird durch die folgende Nummer 1 ersetzt:
<p>„1. eine unlautere geschäftliche Handlung nach § 3 Absatz 3 in Verbindung mit den Nummern 1 bis 31 <i>oder</i> 33 des Anhangs vorgenommen wird,“.</p>	<p>„1. eine unlautere geschäftliche Handlung nach § 3 Absatz 3 in Verbindung mit den Nummern 1 bis 31 des Anhangs vorgenommen wird,“.</p>
bb) Nummer 4 wird durch die folgende Nummer 4 ersetzt:	bb) <b>u n v e r ä n d e r t</b>
<p>„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 vollstreck-</p>	

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
bare 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:	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 <i>den Nummern 32 und 33</i> des Anhangs.“	„Dies gilt nicht für unlautere geschäftliche Handlungen nach den §§ 3a, 4 und 6 sowie nach <b>Nummer 32</b> des Anhangs.“
6. § 19 wird wie folgt geändert:	6. <b>u n v e r ä n d e r t</b>
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 vorausgegangenem 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.	

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
7. Der Anhang wird wie folgt geändert:	7. Der Anhang wird wie folgt geändert:
a) Nach Nummer 2 wird die folgende Nummer 2a eingefügt:	a) <b>u n v e r ä n d e r t</b>
„2a. unzulässiges Anbringen eines Nachhaltigkeitssiegels	
das Anbringen eines Nachhaltigkeits-siegels, das weder auf einem Zertifizierungssystem beruht noch von staatlichen Stellen festgesetzt wurde;“.	
b) Nach Nummer 4 werden die folgenden Nummern 4a bis 4c eingefügt:	b) <b>u n v e r ä n d e r t</b>
„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:	c) <b>u n v e r ä n d e r t</b>
„10a. Darstellung gesetzlicher Produkthanforderungen als Besonderheit eines Angebots	
die Präsentation von Anforderungen, die kraft Gesetzes für alle Produkte in	

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
der betreffenden Produktkategorie auf dem Unionsmarkt gelten, als Besonderheit des Angebots des Unternehmers;“	
d) Nach Nummer 23c wird die folgende Nummer 23d eingefügt:	d) Nach Nummer 23c wird die folgende Nummer 23d eingefügt:
„23d. irreführende Angaben zur Softwareaktualisierung, Haltbarkeit und Reparierbarkeit	„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:	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;	a) u n v e r ä n d e r t
b) die Darstellung einer Softwareaktualisierung als notwendig, wenn sie lediglich der Verbesserung der Funktionalitätsmerkmale dient;	b) u n v e r ä n d e r t
c) jedwede <i>kommerzielle Kommunikation über eine</i> 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;	c) jedwede <b>geschäftliche Handlung bezüglich einer</b> 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;	d) u n v e r ä n d e r t
e) die Präsentation einer Ware als reparierbar, wenn sie es nicht ist;	e) u n v e r ä n d e r t

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
f) das Veranlassen des Verbrauchers, Betriebsstoffe einer Ware früher zu ersetzen oder aufzufüllen, als dies aus technischen Gründen notwendig ist;	f) <i>u n v e r ä n d e r t</i>
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;“.	g) <i>u n v e r ä n d e r t</i>
e) In Nummer 31 Buchstabe b wird die Angabe „gemacht wird.“ durch die Angabe „gemacht wird;“ ersetzt.	e) <i>u n v e r ä n d e r t</i>
f) <i>In Nummer 32 wird die Angabe „schuldet.“ durch die Angabe „schuldet;“ ersetzt.</i>	<b>f) entfällt</b>
g) <i>Nach Nummer 32 wird die folgende Nummer 33 eingefügt:</i>	<b>g) entfällt</b>
„33. <i>Beeinflussung und Behinderung auf Online-Schnittstellen beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz</i>	
<i>die stärkere Hervorhebung bestimmter Auswahlmöglichkeiten, wenn ein Verbraucher, der Empfänger von Dienstleistungen ist, aufgefordert wird, eine Entscheidung zu treffen.“</i>	
<b>Artikel 2</b>	<b>Artikel 2</b>
<b>Inkrafttreten</b>	<b>Inkrafttreten</b>
(1) Dieses Gesetz tritt vorbehaltlich des Absatzes 2 am 27. September 2026 in Kraft.	(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.	(2) Artikel 1 Nummer 2 Buchstabe c tritt am 19. Juni 2026 in Kraft.

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
<b>EU-Rechtsakte:</b>	<b>u n v e r ä n d e r t</b>
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	1. u n v e r ä n d e r t
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	2. u n v e r ä n d e r t
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)	3. u n v e r ä n d e r t

## **Bericht der Abgeordneten Sebastian Steineke, Ulrich von Zons, Nadine Heselhaus, Dr. Till Steffen und Christin Willnat**

### **A. Allgemeiner Teil**

#### **I. Überweisung**

Der Deutsche Bundestag hat den Gesetzentwurf auf **Drucksache 21/1855** in seiner 35. Sitzung am 17. Oktober 2025 beraten und an den Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz zur federführenden Beratung und an den Ausschuss für Wirtschaft und Energie zur Mitberatung überwiesen.

Die Unterrichtung auf Drucksache 21/2464 wurde mit Drucksache 21/2669 Nr. 21 ebenfalls an den Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz zur federführenden Beratung und an den Ausschuss für Wirtschaft und Energie zur Mitberatung überwiesen.

#### **II. Stellungnahme des mitberatenden Ausschusses**

Der **Ausschuss für Wirtschaft und Energie** hat die Vorlage auf Drucksachen 21/1855 und 21/2464 in seiner 21. Sitzung am 17. Dezember 2025 beraten und empfiehlt mit den Stimmen der Fraktionen CDU/CSU, SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktionen AfD und Die Linke die Annahme des Gesetzentwurfs in geänderter Fassung. Mit Blick auf Drucksache 21/2464 empfiehlt der Ausschuss für Wirtschaft und Energie Kenntnisnahme. Zuvor hat der Ausschuss für Wirtschaft und Energie mit den Stimmen der Fraktionen CDU/CSU, SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktion der AfD bei Stimmenthaltung der Fraktion Die Linke beschlossen, die Annahme des Änderungsantrags auf Ausschussdrucksache 21(6)43 zu empfehlen. Ferner hat der Ausschuss für Wirtschaft und Energie mit den Stimmen der Fraktionen der CDU/CSU und SPD gegen die Stimmen der Fraktion der AfD bei Stimmenthaltung der Fraktionen BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN und Die Linke beschlossen, die Annahme des Entschließungsantrags auf Ausschussdrucksache 21(6)44 zu empfehlen.

#### **III. Beratungsverlauf und Beratungsergebnisse im federführenden Ausschuss**

Der Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz hat in seiner 7. Sitzung am 8. Oktober 2025 beschlossen, eine öffentliche Anhörung zu dem Gesetzentwurf auf Drucksache 21/1855 durchzuführen. Der Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz hat diese Anhörung in seiner 15. Sitzung am 10. November 2025 durchgeführt. Hieran haben folgende Sachverständige teilgenommen:

Prof. Dr. Susanne Augenhof

Universität Innsbruck

Institut für Unternehmens- und Steuerrecht

Prof. Dr. Christoph Busch

Universität Osnabrück

Sachverständigenrat für Verbraucherfragen

Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning

Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing

Prof. Dr. Remo Klinger

Rechtsanwalt

Stefanie Lefeldt

Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft

(als Vertretung für die erkrankte Sachverständige Hildegard Reppelmund von der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK), die zusammen mit Frau Lefeldt und anderen die zugehörige schriftliche Stellungnahme abgegeben hatte)

Prof. Dr. Martin Schmidt-Kessel

Universität Bayreuth

Roland Stuhr

Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.

Hinsichtlich der Ergebnisse der öffentlichen Anhörung wird auf das Protokoll der 15. Sitzung vom 10. November 2025 mit den anliegenden Stellungnahmen der Sachverständigen sowie die Aufzeichnung der Sitzung in der Mediathek des Deutschen Bundestages verwiesen.

In seiner 18. Sitzung am 17. Dezember 2025 hat der Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz den Gesetzentwurf auf Drucksachen 21/1855 und 21/2464 abschließend beraten. Der **Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz** empfiehlt mit den Stimmen der Fraktionen CDU/CSU, SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktionen AfD und Die Linke die Annahme des Gesetzentwurfs in der aus der Beschlussempfehlung ersichtlichen Fassung. Die Änderungen beruhen auf einem Änderungsantrag, den die Fraktionen der CDU/CSU und SPD in den Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz eingebracht haben (Ausschussdrucksache 21(6)43) und der mit den Stimmen der Fraktionen CDU/CSU, SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktion der AfD und bei Stimmenthaltung der Fraktion Die Linke angenommen wurde.

Die **Fraktion der SPD** hob hervor, dass man insbesondere nicht belegten Umweltaussagen („Greenwashing“) begegnen wolle. Darüber hinaus sollten Selbstzertifizierungen von Unternehmen in der bisherigen Form nicht mehr möglich sein. Ferner gehe es um die Frage, was genau ein „Nachhaltigkeitssiegel“ ausmache und wie man unerwünschte Folgen für anerkannte Testinstitute und die Arbeit von Nicht-Regierungsorganisationen vermeide. Schließlich solle die Definition des „Nachhaltigkeitssiegels“ keine Symbole erfassen, die gar nicht für die Endverbraucherinnen und -verbraucher gedacht seien. Die Bundesregierung solle sich an dieser Stelle bei der Europäischen Kommission für eine Klarstellung einsetzen. Ferner solle sich die Bundesregierung für eine Verlängerung der Abverkaufsfrist für bereits produzierte Produkte einsetzen, da deren Vernichtung niemandem helfe.

Die **Fraktion der CDU/CSU** verwies auf die europarechtlichen Vorgaben und die drängenden Umsetzungsfristen und hob die Bedeutung des Entschließungsantrages für die Abverkaufsfrist hervor. Gleichzeitig enthalte die Begründung einige Klarstellungen mit Blick auf ‚Siegel‘, etwa bei der Verwendung durch Sportvereine oder Kirchen. Ferner sei die Thematik der Testunternehmen aufgegriffen worden, um auch an dieser Stelle für mehr Klarheit zu sorgen. Insgesamt handele es sich um gute Regelungen, die einen fairen Ausgleich zwischen Verbraucherinnen und Verbrauchern auf der einen und Unternehmen auf der anderen Seite schafften.

Die **Fraktion der AfD** rekapitulierte, dass der Gesetzentwurf der Umsetzung von europarechtlichen Vorgaben diene und auf den Schutz von Verbraucherinnen und Verbrauchern vor Desinformation vor Vertragsschluss, unlauteren Geschäftspraktiken, irreführenden Nachhaltigkeitsaussagen und manipulativen Designelementen auf Online-Schnittstellen im Finanzbereich abziele. Auch die AfD setze sich für den Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher ein, denn nur informierte Verbraucherinnen und Verbraucher könnten auch eine informierte Entscheidung treffen. Allerdings sei der Gesetzentwurf mangelhaft. Weder der Änderungs- noch der Entschließungsantrag der Koalitionsfraktionen schafften entsprechende Abhilfe. Gerade der Entschließungsantrag belege – etwa mit Blick auf die Abverkaufsfristen und die Definition der ‚Nachhaltigkeitssiegel‘ –, dass die Koalitionsfraktionen mit den europarechtlichen Vorgaben und dem darauf aufbauenden Gesetzentwurf unzufrieden seien. Es bestehe sogar die Gefahr, dass verbraucherschützende Organisationen in ihrer Tätigkeit behindert werden könnten. Damit werde der Verbraucherschutz nicht gestärkt, sondern konterkariert.

Auch die **Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN** betonte, dass der Deutsche Bundestag aufgrund der europarechtlichen Vorgaben wenig Spielraum habe. Hinzukomme, dass kodifiziert werde, was in einer ganzen Reihe von Fragen bereits Gegenstand der Rechtsprechung gewesen sei. Deswegen sei man hinsichtlich der Problematik eines weiteren Abverkaufs weniger besorgt. Insgesamt werde eine gute Richtlinie umgesetzt. Etwas gegen das sogenannten ‚Greenwashing‘ zu unternehmen, sei notwendig, weil viele Verbraucherinnen und Verbraucher eine sinnvolle und ressourcenschonende Kaufentscheidung treffen und sich umweltgerecht verhalten wollten. An die Bundesregierung gerichtet wurde die Frage gestellt, wie man Kooperationen von Umweltorganisationen mit Unternehmen beurteile, insbesondere ob diese zukünftig ihr Verhalten ändern müssten und auch von der Regulierung betroffen seien.

Die **Bundesregierung** sah eine entsprechende Gefahr nicht; zumindest werde sie durch die flankierenden Maßnahmen des Deutschen Bundestages ganz wesentlich reduziert: Im Grundsatz sei immer eine Auslegung anhand der Verkehrsauffassung – wie nehme ein durchschnittlicher Verbraucher eine Aussage wahr – vorzunehmen. Bei Kooperationen zwischen Umweltorganisationen und Unternehmen stelle sich somit die Frage, wie Verbraucher etwa eine Spende eines Unternehmens an eine Umweltorganisation und einen entsprechenden Hinweis darauf wahrnehmen. Dies spreche einem bestimmten Produkt grundsätzlich keine bestimmte Eigenschaft zu. Insbesondere mit dem Entschließungsantrag gebe der Deutsche Bundestag Gerichten Argumente für die Auslegung an die Hand. Ferner gebe er der Bundesregierung Hinweise für das weitere Verhalten auf der europäischen Ebene mit Blick auf die Auslegungsleitlinien zur Richtlinie.

## B. Besonderer Teil

### A. Allgemeines

Im Folgenden werden die vom Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz empfohlenen Änderungen gegenüber der ursprünglichen Fassung des Gesetzentwurfs erläutert. Soweit der Ausschuss die unveränderte Annahme des Gesetzentwurfs empfiehlt, wird für die jeweilige Begründung auf Drucksache 21/1855 verwiesen.

Dies gilt grundsätzlich auch für die Begründung des Artikel 1 Nummer 1 (Änderung des § 2 Absatz 2, der eine Liste mit Definitionen enthält). Zur Begründung der Definition „Nachhaltigkeitssiegel“ legt der Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz ergänzend zu den Erwägungen der Bundesregierung folgendes Verständnis zugrunde:

Die EmpCo-RL gibt eine offen gefasste Definition des Begriffs „Nachhaltigkeitssiegel“ vor. Demnach ist ein „Nachhaltigkeitssiegel“ ein „freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauensiegel, 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“. Um eine praxisgerechte und verhältnismäßige Anwendung zu ermöglichen, bedarf dieser Begriff unter den folgenden vier Gesichtspunkten der Konkretisierung:

#### 1. Ausnahme aller Markenformen, außer der Gewährleistungsmarke

Die Begründung des Gesetzentwurfs stellt mit Verweis auf die Ausführungen in Erwägungsgrund 7 der EmpCo-RL klar, dass Gewährleistungsmarken im Sinne von Artikel 27 der Richtlinie (EU) 2015/2436 des Europäischen Parlaments und des Rates Nachhaltigkeitssiegel darstellen können, wenn sie ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit etwa in Bezug auf die ökologischen und/oder sozialen Merkmale bewerben. Sinn und Zweck der Gewährleistungsmarke, der sie in solchen Fällen zu einem Nachhaltigkeitssiegel werden lässt, ist somit ihre Garantie einer bestimmten Umwelteigenschaft (Garantiefunktion). Anderen Marken kommt keine vergleichbare Garantiefunktion zu. Dementsprechend ist die Verwendung einer eingetragenen Marke aus der nach dem europäischen Recht maßgeblichen Sicht hinreichend informierter, angemessen aufmerksamer und verständiger Durchschnittsverbraucher nicht mit der Garantie des Vorhandenseins bestimmter Eigenschaften einer Ware oder Dienstleistung verbunden. Bei Marken steht vielmehr die Herkunftsfunktion im Vordergrund. Daher sind die Ausführungen in Erwägungsgrund 7 der EmpCo-RL so zu verstehen, dass Marken, mit Ausnahme der dort eigens erwähnten Gewährleistungsmarken, keine Nachhaltigkeitssiegel im Sinne der EmpCo-RL darstellen und damit auch nicht von § 2 Absatz 2 Nummer 4 UWG-E erfasst sind.

## 2. Ausnahme anerkannter Verbrauchertests

Das in Erwägungsgrund 1 der EmpCo-RL festgesetzte Ziel der Richtlinie ist es, die Irreführung von Verbraucherinnen und Verbrauchern über Umwelteigenschaften – sogenanntes Greenwashing – zu vermeiden, damit sie aufgrund klarer, relevanter und zuverlässiger Informationen eine nachhaltige Konsumententscheidung treffen können. Diesem Ziel würde es zuwiderlaufen, wenn anerkannte, belastbare Verbrauchertests, die ohne Einflussnahme der Anbieterseite durchgeführt werden und bereits jetzt ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit genießen sowie wesentlich zur Verbraucherinformation beitragen, ihren Betrieb wesentlich verändern oder gar einstellen müssten.

Der Begriff des Nachhaltigkeits Siegels ist teleologisch dahingehend auszulegen und zu konkretisieren, dass anerkannte, auf Grundlage vorab festgelegter Kriterien unabhängig durchgeführte und belastbare Verbrauchertests, wie die von Öko-Test oder der Stiftung Warentest, auch dann nicht erfasst sind, wenn beim Vertrieb eines getesteten Produktes auf das Testergebnis in prägnanter Form hingewiesen wird. Ansatzpunkt für die teleologische Auslegung ist die Richtlinienvorgabe, dass ein Nachhaltigkeits Siegel vorrangig das Ziel haben muss, ein bestimmtes Produkt hinsichtlich seiner ökologischen oder sozialen Merkmale hervorzuheben oder zu fördern. Bei unabhängigen Verbrauchertests besteht das Ziel regelmäßig darin, Verbraucherinnen und Verbrauchern einen Überblick über die verschiedenen Vorzüge und Nachteile von Produkten oder Dienstleistungen am Markt zu geben. Dies gilt umso mehr, wenn – wie auch in der Begründung des Gesetzentwurfs ausgeführt wird – neben ökologischen und sozialen Merkmalen auch andere Aspekte der Produkt- oder Dienstleistungsqualität in den Test einbezogen werden.

## 3. Umwelt- und Verbraucherorganisationen sowie anerkannte NGOs

Es wäre ebenfalls nicht mit dem Ziel der EmpCo-RL vereinbar, wenn die Firmennamen und logoartigen Zeichen von Umweltorganisationen, sozialen oder gesellschaftspolitischen Vereinen, anerkannten NGOs und ähnlichen Vereinigungen, die der Natur der Sache nach umwelt- oder nachhaltigkeitsbezogene Begriffe im Namen tragen, von den Regulierungen der EmpCo-RL erfasst wären.

Denn Umwelt- und Verbraucherorganisationen leisten einen wertvollen Beitrag zum Umweltschutz und zur Information der Gesellschaft. Die Tätigkeit dieser Organisationen zielt regelmäßig nicht darauf ab, eine Gewähr für die Qualität bestimmter Produkte und Dienstleistungen zu übernehmen. Vielmehr erfolgt die Verwendung der Label dieser Organisationen im geschäftlichen Verkehr in aller Regel, um eine allgemeine, vom konkreten Produkt unabhängige Zusammenarbeit von Unternehmen mit diesen Organisationen deutlich zu machen und gerade nicht eine produktbezogene Umweltaussage zu treffen. Ein Nachhaltigkeits Siegel oder eine Umweltaussage wird lediglich dann vorliegen, wenn den angesprochenen Verkehrskreisen der Eindruck vermittelt wird, dass die in Bezug genommene Umwelt- oder Verbraucherorganisation die Qualität des betreffenden Produkts geprüft hat und hierfür garantieren möchte.

## 4. Keine Einbeziehung von Siegeln, die sich nur an Unternehmen richten

Siegel oder Zeichen, die einen Bezug zu Nachhaltigkeitseigenschaften haben, die aber nur für den Bereich Business-to-Business bestimmt sind, fallen ebenfalls nicht unter den Begriff des Nachhaltigkeits Siegels nach § 2 Absatz 2 Nummer 4 UWG-E. Es ist zwar nicht ganz ausgeschlossen, dass solche Siegel in bestimmten Situationen auch von Verbraucherinnen und Verbrauchern wahrgenommen werden, beispielsweise wenn sie auf einem Versandkarton abgedruckt sind. Nach der Verkehrsauffassung zielen sie jedoch nicht darauf ab, eine Kaufentscheidung von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu beeinflussen.

### Öffentliche Einsehbarkeit des Umsetzungsplans bei Aussagen über künftige Umweltleistungen

Hinsichtlich der Begründung zu Artikel 1 Nummer 2 Buchstabe b Doppelbuchstabe cc (Anforderungen an Umweltaussagen über künftige Umweltleistungen) legt der Ausschuss ergänzend zu der Begründung der Bundesregierung das folgende Verständnis zu Grunde:

Die nach § 5 Absatz 3 Nummer 4 UWG-E erforderliche öffentliche Einsehbarkeit eines detaillierten und realistischen Umsetzungsplans soll, möglichst vielen Verbraucherinnen und Verbrauchern eine leichte und niedrigschwellige Einsicht ermöglichen. Dabei dürfen auch solche Verbraucherinnen und Verbraucher nicht aus dem Blick verloren werden, die zwar Zugang zum Internet, jedoch kein Smartphone besitzen. Dies kann beispielsweise durch den Abdruck einer Internetadresse (URL) auf dem Produkt erreicht werden, die Verbraucherinnen und Verbraucher über einen Internetbrowser eingeben können und so direkt zu dem Umsetzungsplan gelangen.

**B. Zu den einzelnen Vorschriften****Zu Artikel 1 (Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb – UWG)****Zu Nummer 1 (Änderung des § 2 UWG)**

Innerhalb der Definition des Begriffs „Umweltaussage“ (§ 2 Absatz 2 Nummer 5 UWG-E) wurde der Begriff „kommerzielle Kommunikation“ durch den im UWG üblichen Begriff der „geschäftlichen Handlung“ ersetzt. Dies verhindert einerseits Abgrenzungsschwierigkeiten, die dadurch ausgelöst worden wären, dass in das UWG ein neuer Rechtsbegriff eingeführt wird, der weder von der EmpCo-RL noch von der Richtlinie gegen unlautere Geschäftspraktiken (UGP-RL) definiert wird. Andererseits wird durch die Verwendung des Begriffs „geschäftliche Handlung“ sichergestellt, dass Umweltaussagen im Zusammenhang mit jedweder geschäftlichen Handlung im Sinne des UWG erfasst sind, sodass ein einheitlicher Schutzstandard erreicht wird. So können auch Verhaltensweisen von Unternehmen beispielsweise beim Verkaufsprozess, bei der Vertragsgestaltung oder beim Kundenkontakt nach dem Vertragsschluss, die über die werbliche Kommunikation mit Verbraucherinnen und Verbrauchern hinausgehen, erfasst werden.

Bei der Anpassung des § 2 Absatz 3 Nummer 5 UWG-E handelt es sich um die Korrektur eines Übertragungsfehlers, der erfolgte, weil die Definition des Verbrauchers von § 2 Absatz 2 UWG in den § 2 Absatz 3 Nummer 5 UWG-E übertragen wurde.

**Zu Nummer 2****Zu Buchstabe c**

Der neu eingefügte § 5 Absatz 6 UWG-E dient der Klarstellung, dass die aufgrund des Gesetzentwurfs zur Änderung des Verbrauchervertrags- und des Versicherungsvertragsrechts sowie zur Änderung des Behandlungsvertragsrechts (Drucksache 21/1856) eingefügten Regelungen für Dark Patterns bei Fernabsatz von Finanzdienstleistungen zugleich auch UWG-Verstöße begründen und unlauter sind. Dies entspricht der auch über den Anwendungsbereich des Fernabsatzes von Finanzdienstleistungen hinaus geltenden Rechtsprechung des OLG Bamberg, das in einem Urteil vom 5. Februar 2025 (Az. 3 UKL 11/24 e) den mit Artikel 16e der Richtlinie Fernabsatz von Finanzdienstleistungen weitgehend wortlautgleichen Artikel 25 Digital Services Act hinzugezogen hat, um Artikel 5 Absatz 2 der UGP-RL zu konkretisieren („Deshalb ist ein Verstoß gegen Art. 25 Abs. 1, Abs. 3 DSA nach Art. 5 Abs. 2 UGP-RL und hieraus folgend nach § 3 Abs. 2 UWG als nicht der unternehmerischen Sorgfalt entsprechend und damit als unlauteres Handeln einzuordnen“).

**Zu Nummer 4 (Änderung des § 5c UWG)****Zu Buchstabe b****Zu Buchstabe aa**

Es handelt sich um eine rein redaktionelle Folgeänderung, die erforderlich ist, weil die Nummer 33 des Anhangs des UWG-E (Beeinflussung und Behinderung auf Online-Schnittstellen beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz) wegfällt.

**Zu Nummer 5 (Änderung des § 9 UWG)**

Es handelt sich um eine rein redaktionelle Folgeänderung, die erforderlich ist, weil die Nummer 33 des Anhangs des UWG-E (Beeinflussung und Behinderung auf Online-Schnittstellen beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz) wegfällt.

**Zu Nummer 7 (Änderung des Anhangs)****Zu Buchstabe d**

Es handelt sich bei der Ersetzung des Begriffs „kommerzielle Kommunikation“ durch „geschäftliche Handlung“ in der Nummer 23d Buchstabe c des Anhangs des UWG-E um eine Folgeänderung die notwendig ist, weil in der Definition der Umweltaussage in § 2 Absatz 2 Nummer 5 UWG-E der Begriff „kommerzielle Kommunikation“ durch „geschäftliche Handlung“ ersetzt wurde.

**Zu Buchstabe f**

Es handelt sich um eine rein redaktionelle Folgeänderung, die erforderlich ist, weil die Nummer 33 des Anhangs des UWG-E (Beeinflussung und Behinderung auf Online-Schnittstellen beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz) wegfällt.

**Zu Buchstabe g**

Im Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz des Deutschen Bundestages haben sich die Fraktionen der CDU/CSU und SPD zum Gesetzentwurf zur Änderung des Verbrauchervertrags- und des Versicherungsvertragsrechts sowie zur Änderung des Behandlungsvertragsrechts (Drucksache 21/1856) übereinstimmend dafür ausgesprochen, die Regulierung von Dark Patterns nach Artikel 16 der durch die DMFSD geänderten Verbraucherrechterichtlinie im BGB und EGBGB umzusetzen.

In BGB und EGBGB wird ein allgemeines Verbot von Dark Patterns beim Fernabsatz von Finanzdienstleistungen entsprechend Artikel 16e Absatz 1 Satz 1 der Verbraucherrechterichtlinie aufgenommen und durch das Verbot aller drei genannten Regelbeispiele nach Artikel 16e Absatz 1 Satz 2 der Verbraucherrechterichtlinie ergänzt.

Mit diesen Regelungen wird Artikel 16e der Verbraucherrechterichtlinie vollständig umgesetzt, sodass eine Regelung in Nummer 33 des Anhangs zum UWG-E nicht zwingend erforderlich ist. Von einer Regelung im Anhang zum UWG wird abgesehen, da sie zu schwer zu beantwortenden systematischen Folgefragen führen würde. Verbraucherinnen und Verbraucher sind über die Regelung im BGB und im EGBGB und einen insoweit ggf. bestehenden Schadensersatzanspruch für den Fall der Verletzung der entsprechenden Gestaltungspflichten der Online-Benutzeroberfläche bereits geschützt. Der Regelungszusammenhang zwischen BGB und EGBGB einerseits und dem UWG andererseits wird stattdessen über den neue eingefügten § 5 Absatz 6 UWG-E klargestellt.

**Zu Artikel 2 (Inkrafttreten)**

Der neu eingefügte § 5 Absatz 6 UWG-E tritt bereits am 19. Juni 2026 in Kraft, weil er sich auf § 312d Absatz 2 Satz 2 des Bürgerlichen Gesetzbuchs bezieht, der ebenfalls am 19. Juni 2026 in Kraft tritt.

Berlin, den 17. Dezember 2025

**Sebastian Steineke**  
Berichterstatter

**Ulrich von Zons**  
Berichterstatter

**Nadine Heselhaus**  
Berichterstatterin

**Dr. Till Steffen**  
Berichterstatter

**Christin Willnat**  
Berichterstatterin



