



# Stellungnahme

## des Deutschen Anwaltvereins durch den Ausschuss Geistiges Eigentum

**zum Vorschlag für eine Richtlinie des  
Europäischen Parlaments und des Rats 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  
bessere Informationen**

Stellungnahme Nr.: 53/2022

Berlin, im September 2022

### Mitglieder des Ausschusses

- Rechtsanwalt Prof. Dr. Jochen Bühling, Düsseldorf  
(Vorsitzender)
- Rechtsanwältin Jana Bogatz, München
- Rechtsanwalt Dr. Dirk Bruhn, Hamburg
- Rechtsanwalt Klaus Haft, Dipl.-Phys., Düsseldorf
- Rechtsanwältin Dr. Verena Hoene, Köln  
(Berichterstatte(r)in)
- Rechtsanwalt Prof. Dr. Reinhard Ingerl, LL.M., München
- Rechtsanwältin Dr. Andrea Jaeger-Lenz, Hamburg  
(Berichterstatte(r)in)
- Rechtsanwalt beim Bundesgerichtshof Dr. Matthias Koch  
LL.M., Karlsruhe
- Rechtsanwalt Prof. Dr. Johannes Kreile, München
- Rechtsanwalt Dr. Henrik Lehment, Düsseldorf
- Rechtsanwältin Dr. Birte Lorenzen, Hamburg

**Deutscher Anwaltverein**  
Littenstraße 11, 10179 Berlin  
Tel.: +49 30 726152-0  
Fax: +49 30 726152-190  
E-Mail: [dav@anwaltverein.de](mailto:dav@anwaltverein.de)

**Büro Brüssel**  
Rue Joseph II 40, Boîte 7B  
1000 Brüssel, Belgien  
Tel.: +32 2 28028-12  
Fax: +32 2 28028-13  
E-Mail: [bruesseleu@anwaltverein.de](mailto:bruesseleu@anwaltverein.de)  
EU-Transparenz-Registernummer:  
87980341522-66

[www.anwaltverein.de](http://www.anwaltverein.de)

### Zuständig in der DAV-Geschäftsstelle und Ansprechpartnerin in Brüssel

- Hannah Adzakpa, LL.M.

## **Verteiler**

---

### Europa

Europäische Kommission

- Generaldirektion für Justiz und Verbraucher

Europäisches Parlament

- Ausschuss für Binnenmarkt und Verbraucherschutz

Rat der Europäischen Union

Ständige Vertretung der Bundesrepublik Deutschland bei der EU

Justizreferenten der Landesvertretungen

Bundesverband der Freien Berufe (Büro Brüssel)

Agence Europe

### Deutschland

Bundeskanzleramt

Bundesrat

Bundesministerium der Justiz

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz

Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz im Deutschen Bundestag

Ausschuss Digitale Agenda im Deutschen Bundestag

Ausschuss für die Angelegenheiten der Europäischen Union im Deutschen Bundestag

Ausschuss für Wirtschaft im Deutschen Bundestag

Fraktionen im Deutschen Bundestag

Bundesnotarkammer

Bundesrechtsanwaltskammer (BRAK)

Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI)

Bundesverband der Freien Berufe (BFB)

Bundesverband Musikindustrie e.V.

Deutsche Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht (GRUR)

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)

Deutscher Journalisten-Verband e.V.

Deutscher Richterbund

Deutscher Notarverein e.V.

Deutscher Steuerberaterverband

Justizministerien und Justizverwaltungen der Länder

Europäische Kommission - Vertretung in Deutschland

BITKOM

DGRI

Max-Planck-Institut für Innovation und Wettbewerb

Ver.di, Recht und Politik

Stiftung neue Verantwortung e.V.

DAV-Vorstand und Geschäftsführung

Vorsitzende der DAV-Gesetzgebungs- und Geschäftsführenden Ausschüsse des DAV

Vorsitzende der DAV-Arbeitsgemeinschaften des DAV

Vorsitzende der DAV-Landesverbände

Vorsitzende des FORUMs Junge Anwaltschaft

## Presse

Frankfurter Allgemeine Zeitung  
Süddeutsche Zeitung GmbH  
Berliner Verlag GmbH  
Redaktion NJW  
Juve-Verlag  
Redaktion Zeitschrift für Datenschutz ZD  
Redaktion Anwaltsblatt  
Pressereferat des Deutschen Anwaltvereins  
Redaktion MultiMedia und Recht (MMR)  
Chefredakteurin MMR/ZD  
Redaktion heise online  
JurPC  
Legal Tribune Online  
Redaktion Monatsschrift für Deutsches Recht/MDR  
Redaktion Zeitschrift für die anwaltliche Praxis/ZAP  
Redaktion Juristenzeitung/JZ  
Redaktion Bundesrechtsanwaltskammer-Mitteilungen/BRAK-Mitteilungen  
Zeitschrift „Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht“  
Zeitschrift „Mitteilungen der deutschen Patentanwälte“  
Zeitschrift „ZEuP“  
Die Welt  
Verlag C.H. Beck

Der Deutsche Anwaltverein (DAV) ist der freiwillige Zusammenschluss der deutschen Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte. Der DAV versammelt mehr als 61.000 Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte sowie Anwaltsnotarinnen und Anwaltsnotare, die in 253 lokalen Anwaltvereinen im In- und Ausland organisiert sind. Er vertritt die Interessen der deutschen Anwaltschaft auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene. Der DAV ist im Lobbyregister für die Interessenvertretung gegenüber dem Deutschen Bundestag und der Bundesregierung zur Registernummer R000952 eingetragen.

---

### **Vorbemerkung:**

Der Deutsche Anwaltverein bedankt sich für die Möglichkeit, eine Stellungnahme zur Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rats zur Änderung der Richtlinie 2005/29/EG und 2011/83/EU abgeben zu können.

Als Vertreter der Deutschen Anwaltschaft ist es unser Anliegen, Unklarheiten und potentielle Missverständnisse, die in der praktischen Arbeit zu Konflikten führen können, zu vermeiden. Dabei verkennt der Ausschuss nicht, dass der Gesetzgeber zur Umsetzung der Richtlinie (in ihrer endgültigen Fassung) verpflichtet ist und im Rahmen des durch die beabsichtigte Vollharmonisierung vorgegebenen Spielraums auch sprachliche Anpassungen vornehmen kann.

Der Ausschuss erkennt das praktische Bedürfnis, stärker gegen ein „Greenwashing“ vorzugehen und begrüßt auch den Ansatz, durch ein „nudging“ Hersteller zur Bereitstellung von Haltbarkeitsgarantien zu motivieren. Hingegen sehen wir für die Praxis Schwierigkeiten insbesondere bei dem Zusammenspiel einer Beschaffenheitsangabe und Gewährleistungsansprüchen und den daraus resultierenden Rechtsfolgen. Auch kann es für Verbraucherinnen und Verbraucher sinnvoll sein, über „Selbstverständlichkeiten“ informiert zu werden, insbesondere wenn diesen eine eigene Kenntnis hinsichtlich produkttypischer Eigenschaften fehlen oder diese Eigenschaften auch nicht als „typisch“ angesehen werden. Im Einzelnen:

### **I. Zu Art. 1 – Änderung der Richtlinie 2005/29/EG (UGP-Richtlinie)**

Der Vorschlag sieht Änderungen im Wesentlichen in vier Bereichen der UGP-Richtlinie vor, siehe dazu unten 1. bis 4.

Generell meinen wir, dass die Richtlinie 2005/29/EG bereits in der aktuellen Fassung einen wirksamen Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher auch im Zusammenhang mit Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen gewährleistet. Wir sehen insoweit nicht, dass der Änderungsvorschlag vorhandene Regelungslücken schließt. Er enthält in erster Linie Konkretisierungen und Präzisierungen. Diese mögen aber im Einzelfall im Zusammenspiel mit bereits bestehenden Vorschriften zu Unsicherheiten in der Rechtsanwendung führen.

1. Zu Art. 2 (Erweiterung des Definitionskataloges durch Anfügung von Buchstaben o bis y):

Der Änderungsvorschlag sieht 11 neue Definitionen vor, deren Aufnahme in den Katalog sich nicht in jeder Beziehung erschließt. Durch die zusätzlichen Definitionen, die keinen lauterkeitsrechtlichen Bezug aufweisen, wird der Rechtstext unnötig überfrachtet. Das gilt insbesondere für die Begriffe „Haltbarkeit“ und „Funktionalität“, beide bereits definiert in der Warenkauf-Richtlinie, dort Art. 1 Nr. 13 bzw. Art. 2 Nr. 9, oder „Software-Aktualisierung“, dessen Bestandteil „Aktualisierung“ bereits in der Digitale-Inhalte-Richtlinie verortet ist. Die gesonderte Definition von „Software-Aktualisierung“ wirft insoweit die Frage auf, ob diese Definition etwas anderes meint.

Die drei teils aufeinander rückbezogenen Definitionen der Begriffe „Umweltaussage“ (mit den Qualifikationen „ausdrückliche Umweltaussage“ und „allgemeine Umweltaussage“) sind schwer voneinander abzugrenzen und daher kompliziert in der Anwendung. Die Notwendigkeit einer gesonderten Definition für „ausdrückliche Umweltaussagen“ gegenüber der „allgemeinen Umweltaussage“ erschließt sich nicht, auch hinsichtlich etwaiger Rechtsfolgen. „Umweltaussage“ wird als *„Aussage oder Darstellung, die nach Unionsrecht oder nationalem Recht nicht verpflichtet ist, einschließlich Darstellung durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole in jeder Form...“* definiert und enthält nach unserer

Auffassung damit auch Umweltaussagen, die in Textform oder auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten sind. In gleicher Weise sehen wir keine Notwendigkeit für eine gesonderte Definition für eine „Allgemeine Umweltaussage“, da diese durch die weit gefasste Definition der „Umweltaussage“ ebenfalls umfasst wird.

2. Art. 6 Abs. 1 lit. b soll um die Kriterien „ökologische und soziale Auswirkungen“, „Haltbarkeit“ und „Reparierbarkeit“ erweitert werden. Hier geben wir zu bedenken, dass, je weiter der Beispielskatalog von Art. 6 Abs. 1 lit. b „aufgepumpt“ wird, desto größer das Risiko, dass nicht von der Aufzählung erfasste Merkmale, die aber vom Unternehmer in irreführender Art und Weise beworben werden, Gefahr laufen, nicht als „wesentlich“ aufgefasst zu werden. Bereits nach geltendem Recht würden vom Unternehmer herausgestellte irreführende Angaben über ökologische und soziale Auswirkungen, Haltbarkeit oder Reparierbarkeit von der Norm erfasst werden.

Art. 6 Abs. 2 UGP-Richtlinie soll um zwei neue spezielle Irreführungstatbestände erweitert werden. Bei lit. d („Treffen einer Umweltaussage über die künftige Umweltleistung ohne klare, objektive und überprüfbare Verpflichtungen und Ziele sowie ohne ein unabhängiges Überwachungssystem“) handelt es sich – jedenfalls nach deutscher Rechtspraxis – um eine Klarstellung und Konkretisierung von bestehender Praxis im Irreführungsschutz. Mit Rücksicht auf die anderweitige oder fehlende Rechtspraxis in anderen EU-Staaten mag diese Klarstellung und Konkretisierung aber sinnvoll sein.

Die Einfügung des lit. e („Werbung mit Vorteilen für Verbraucher, die in dem betreffenden Markt als gängige Praxis gelten“) in Art. 6 Abs. 2 halten wir für problematisch. Das Verbot könnte so verstanden werden, dass es alle Fälle eines werbenden Hinweises auf einen marktgängigen Vorteil erfasst, und nicht nur die besondere Herausstellung von Vorteilen als Besonderheit gerade des Angebots des damit werbenden Unternehmers. Damit würde es auch Aussagen erfassen, in denen ein Unternehmer sachlich zutreffend mit einer Eigenschaft des Produktes wirbt, die auf dem betreffenden Markt gängig ist. Der Verbraucher ist aber nur dann schutzbedürftig, wenn der Unternehmer mit der Werbung den Eindruck

erweckt, gerade er gewähre einen besonderen Vorteil, während dieser Vorteil in Wahrheit üblich ist. Es kann Eigenschaften eines Produkts geben, die „gängige Praxis“, gleichwohl einem Verbraucher aber nicht bekannt sind. Hier bietet sich eine Information über das Produkt daher an. So kann z.B. ein Produkt „vegan“ sein, ohne dass der Verbraucher das erkennt, weil ihm die Beschaffenheit veganer Produkte im Einzelnen nicht bekannt ist. Hier erscheint eine Auslobung zur Verbraucherinformation sinnvoll, auch wenn „vegan“ bei der Produktgattung branchenüblich ist. Im Gegensatz dazu wäre die (irreführende) besondere Auslobung eines Vorteils gerade eines bestimmten Angebots bereits von dem Verbot der Werbung mit Selbstverständlichkeiten erfasst.

Insgesamt wird daher angeregt, diese Vorschrift entweder zu streichen, oder umzuformulieren etwa in „Werbung mit Vorteilen für Verbraucher als besondere Eigenschaft des Angebots des Unternehmers, obwohl diese in dem betreffenden Markt als gängige Praxis gelten“. Insoweit sehen wir allerdings Abgrenzungsschwierigkeiten zu Nr. 10 des Anhangs I zur Richtlinie.

3. Art. 7 UGP-Richtlinie soll in einem neuen Abs. 7 eine weitere Konkretisierung dessen, was als „wesentliche Information“ gilt, erhalten. Hintergrund ist, die Informationsgrundlage der Verbraucherinnen und Verbraucher bei Produktvergleichen zu verbessern. Mit Rücksicht auf die deutsche Rechtspraxis mag der neue Tatbestand lediglich klarstellende Funktion haben. Aber für andere nationale Rechtskreise innerhalb der EU kann die Regelung sicherlich sinnvoll sein. Allerdings stellt sich die Frage, ob der Tatbestand nur solche Fälle erfasst, in denen ein Dritter (insoweit fremde) Produkte vergleicht, etwa eine spezielle Vergleichsplattform, oder ob auch der Vergleich von eigenen Produkten des Unternehmers mit denen anderer Unternehmer in puncto Nachhaltigkeit erfasst sein soll.
4. Ergänzung des Anhang I zur RL 2005/29/EG

Der Annex des Kommissionsentwurfs zur UGP-Richtlinie sieht eine Ergänzung der Schwarzen Liste um zehn neue Tatbestände vor mit Geschäftspraktiken, die

„unter allen Umständen als unlauter anzusehen sind“, d.h. bei denen keine Prüfung der geschäftlichen Relevanz stattfindet.

Die Abgrenzung zwischen einem Nachhaltigkeitssiegel (Nr. 2 a) und sonstigen Gütezeichen, Qualitätskennzeichen oder ähnlichen (Nr. 2 des Anhangs) dürfte sich in der Praxis als schwierig erweisen. Wir regen daher an, lit. 2 a in lit. 2 zu integrieren.

Der genaue Verbotsinhalt von Nr. 4a lässt sich erst durch Rückschau auf die Definitionen der darin enthaltenen Termini ermitteln, und ist daher schwer verständlich. Außerdem kann das Werben mit einer nicht belegten Leistung bereits nach Art. 6 Abs. 1 UGP-Richtlinie beurteilt werden.

Eine Notwendigkeit für eine Differenzierung zwischen Ziff. 4a und Ziff. 4b des Anhangs sehen wir nicht, da eine Umweltaussage, die nur einen bestimmten Aspekt eines Produkts umfasst, von der Definition „*anerkannte hervorragende Umweltleistung*“, auf die sich die Aussage bezieht, ohne dass ein Nachweis erbracht werden kann, umfasst sein dürfte.

Bei der neuen lit. 10a geben wir zu bedenken, dass hier eine Werbung mit Selbstverständlichkeiten vorliegt, die einerseits von Nr. 10 des Anhangs bereits umfasst sein dürfte. Andererseits dürfte in praktischer Hinsicht die Abgrenzung zwischen einer von uns als notwendig angesehenen Möglichkeit, Verbraucher über nicht allgemein bekannte Produkteigenschaften informieren zu können – auch wenn sie branchenüblich sind – und einer Werbung mit einer „Besonderheit des Angebots des Gewerbetreibenden“ Schwierigkeiten aufwerfen. Wir regen an, die Notwendigkeit dieser Ziffer noch einmal zu überdenken.

Hinsichtlich Ziff. 23d geben wir zu bedenken, dass ein Hersteller häufig keine Kenntnis darüber haben kann, ob sich eine Softwareaktualisierung negativ auf die Verwendung von Waren mit digitalen Elementen oder bestimmter Merkmale dieser Waren auswirkt, da ein Hersteller Änderungen an einer Umgebungssoftware nicht abschätzen kann. So ist beispielsweise denkbar, dass aufgrund parallel erfolgreicher Updates von Umgebungssoftware eine fehlende Kompatibilität

entsteht, die ein Hersteller bei der Aktualisierung nicht vorhersehen oder auch nicht einplanen konnte. Möglicherweise wäre diese Vorschrift, die letztlich eine vertragsrechtliche Informationspflicht ist, auch besser in der Digitale-Inhalte-Richtlinie 2019/770 verortet.

Bei Ziff. 23e handelt es sich nach unserer Einschätzung um eine Regelung, die von Herstellern mit einiger Wahrscheinlichkeit nicht befolgt wird und deren Nachweis sich als schwierig gestalten dürfte. Hier entsteht auch ein Konflikt mit der Definition eines Mangels nach der Warenkaufrichtlinie 2019/771, da bei einer Ware, die bestimmungsgemäß bei Übergabe mit einer Haltbarkeitsbeschränkung versehen wurde, ein mangelhaftes Produkt vorliegen kann. In diesem Fall hat ein Verbraucher bereits Gewährleistungsansprüche (bis hin zu Schadensersatzansprüchen), die zu einem Konflikt zum Verbraucherschadensersatz nach der Richtlinie (EU) 2019/2161 (Ziff. 11a) führen dürften. Wir regen daher an, Ziff. 23e zu streichen und die von dieser Vorschrift erfassten Sachverhalte durch eine verlängerte Gewährleistungsfrist (Anpassung der Richtlinie 2019/771) zu regeln.

Desgleichen dürfte Ziff. 23f von der Definition des Mangelbegriffs in der Warenkaufrichtlinie bereits erfasst sein. Außerdem lässt sich dieser Fall ohne Schwierigkeit über Art. 6 Abs. 1 UGP-Richtlinie erfassen. Eine Notwendigkeit, eine solche Beschaffenheitsangabe noch einmal explizit als unlautere Geschäftspraktik mit der Folge eines gesonderten Schadensersatzanspruchs zu definieren, ist nicht erkennbar.

## **II. Artikel 2 – Änderung der Richtlinie 2011/83/EU (Verbraucherrichtlinie)**

Im Hinblick auf die Änderung der Richtlinie 2011/83/EU sehen wir bezüglich des Einschubs in Art. 5 Abs. 1 lit. ea die praktische Schwierigkeit, dass nicht geklärt ist, an welcher Stelle ein Händler die Information über die Haltbarkeitsgarantie zur Verfügung stellen muss. Bei lit. eb geben wir zu bedenken, dass je nach Branchensancen Hersteller Garantien auch mit einer Laufzeit von weniger als zwei Jahren bereitstellen, auf die nicht hingewiesen werden muss, die für Verbraucher aber gleichwohl interessant sein können, insbesondere wenn

Garantien in diesem Bereich generell unüblich sind. Es ist daher nicht recht nachvollziehbar, warum das „Hersteller-nudging“ bei einer Herstellergarantie von mehr als zwei Jahren ansetzt oder warum die Beschränkung auf energiebetriebene Waren vorgesehen ist. Wir regen an, dass lit. eb so abgeändert wird, dass jedenfalls für energiebetriebene Waren generell kommuniziert werden sollte, ob der Hersteller eine gewerbliche Haltbarkeitsgarantie abgibt und wenn ja, wie lange und nicht mehr auf ein Zwei-Jahres-Erfordernis abgestellt wird.

Diese Anmerkungen gelten sinngemäß auch für die Zusätze in Art. 6 Abs. 1.