

Bundesministerium
der Justiz und Verbraucherschutz
Herrn Regierungsdirektor Jörg Rosenow
Mohrenstr. 37
10117 Berlin

19. Mai 2022

Stellungnahme zum Vorschlag der Kommission für eine Richtlinie 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 (COM(2022) 143 final)

Sehr geehrter Herr Rosenow,

wie Sie wissen, ist die Deutsche Vereinigung für Gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht e. V. (Deutsche Vereinigung) eine als gemeinnützig anerkannte wissenschaftliche Vereinigung der auf dem Gebiet des gewerblichen Rechtsschutzes und des Urheberrechts tätigen Wissenschaftler und Praktiker. Sie bezweckt nach ihrer Satzung die wissenschaftliche Fortbildung des gewerblichen Rechtsschutzes und die Unterstützung der gesetzgebenden Organe sowie der zuständigen Ministerien und Institutionen in Fragen des geistigen Eigentums und des Lauterkeitsrechts.

Als eine Folgemaßnahme des europäischen „Green Deal“ (COM(2019) 640 final vom 11. Dezember 2019) hat die Europäische Kommission den Vorschlag für eine Richtlinie 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 (COM(2022) 143 final vom 30. März 2022) veröffentlicht. Dieser Kommissionsvorschlag verbindet die Bestrebungen zur Förderung einer stärker ökologisch und auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Wirtschaft im Binnenmarkt mit dem Ziel einer weiteren Stärkung des Schutzes der Verbraucher. Besonders im Fokus des Kommissionsvorschlags stehen Irreführungen der Verbraucher im Zusammenhang mit Umweltaussagen („Greenwashing“), die Problematik einer frühzeitigen Obsoleszenz von Waren sowie die Verwendung unzuverlässiger und nicht transparenter Nachhaltigkeitssiegel sowie vergleichbare Geschäftspraktiken.

Das BMJ ist als federführendes Ressort der Bundesregierung im Rat der Europäischen Union an den Beratungen über den Richtlinienentwurf beteiligt. Um die weiteren Beratungen auf einer breiten

Erkenntnisgrundlage führen zu können, hat das BMJ uns die Gelegenheit eingeräumt, zu diesem Vorschlag der Kommission Stellung zu nehmen, was wir nachfolgend gerne tun. Diese Stellungnahme konzentriert sich auf die im Kommissionsvorschlag enthaltenen Änderungen der UGP-RL (Art. 1 des Kommissionsvorschlags).

I. Regelungsansatz des Kommissionsvorschlags

Der Kommissionsvorschlag umfasst Änderungen in vier Bereichen der UGP-RL. Erstens soll der Katalog der Definitionen in Art. 2 UGP-RL erweitert werden. Zweitens sind Änderungen von Art. 6 UGP-RL vorgesehen. Diese umfassen eine Ergänzung von Art. 6 Abs. 1 lit. b) UGP-RL sowie zwei neue spezielle Irreführungsverbote. Drittens soll Art. 7 UGP-RL einen neuen Absatz erhalten, der weitere wesentliche Informationen benennt, die Verbrauchern nicht vorenthalten werden dürfen. Viertens ergeben sich aus dem Annex des Kommissionsvorschlags umfangreiche Ergänzungen der Schwarzen Liste (Anhang I UGP-RL).

Unlautere Geschäftspraktiken im Zusammenhang mit Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen können schon nach dem geltenden Recht umfassend über die Tatbestände der UGP-RL sowie die der Umsetzung dienenden Vorschriften des UWG erfasst werden. Hinzu kommen zahlreiche Bestimmungen des Unionsrechts, die spezifische Vorgaben im Zusammenhang mit Umwelt- und Nachhaltigkeitsanforderungen vorsehen.

Die Gerichte haben sich bereits in vielen Entscheidungen mit entsprechenden Konstellationen befasst. Aus der Rechtspraxis sind – soweit ersichtlich – keine Fälle bekannt geworden, in denen die lauterkeitsrechtliche Beurteilung von Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen sowie ähnlichen Geschäftspraktiken aufgrund fehlender oder unzureichender gesetzlicher Vorgaben Schwierigkeiten bereitet hat.

Dass die UGP-RL bereits in ihrer jetzigen Fassung in der Lage ist, einen wirksamen Schutz der Verbraucher auch im Zusammenhang mit Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen zu gewährleisten, belegen die aktualisierten Leitlinien der Kommission zur UGP-RL (Amtsblatt der Europäischen Union C/526/1 vom 29.12.2021), die einen eigenständigen Abschnitt zu diesem Bereich enthalten.

Der Kommissionsvorschlag schließt daher im Wesentlichen keine vorhandenen Regelungslücken, sondern enthält in erster Linie Klarstellungen, Konkretisierungen und Präzisierungen. Die vorgeschlagenen Tatbestände lassen aber nicht automatisch mehr Rechtssicherheit und mehr Rechtstransparenz erwarten, sondern können – insbesondere aufgrund der oft komplizierten Formulierungen und der sperrigen Terminologie – unter Umständen zu einer Verunsicherung beitragen.

Der Kommissionsvorschlag hält an der bewährten Regelungsstruktur der UGP-RL fest, erweitert aber die für Unternehmer geltenden Informationsanforderungen. Durch diese Ausweitung nimmt die Komplexität der Informationsverpflichtungen weiter zu. Dadurch entsteht die Gefahr, dass die angemessene Balance zwischen einer sinnvollen Information und einer Überfrachtung aufgrund einer

zunehmenden Detailfülle verloren geht. Bereits jetzt belasten die vielfältigen Informationsanforderungen insbesondere die kleinen und mittleren Unternehmen erheblich.

II. Ergänzung des Definitionskatalogs in Art. 2 UGP-RL

Art. 2 UGP-RL soll um elf neue Definitionen erweitert werden (Art. 2 lit. o) bis y). Es handelt sich um die Begriffe Umweltaussage, ausdrückliche Umweltaussage, allgemeine Umweltaussage, Nachhaltigkeitssiegel, Zertifizierungssystem, Nachhaltigkeitsinformationssystem, anerkannte hervorragende Umweltleistung, Haltbarkeit, Software-Aktualisierung, Betriebsstoff sowie Funktionalität.

Im weiteren Gesetzgebungsverfahren sollte geprüft werden, ob es erforderlich ist, alle Definitionen in die UGP-RL aufzunehmen. Teilweise handelt es sich lediglich um Hinweise auf bereits in anderen Rechtsakten definierte Begriffe (so bei den Begriffen Haltbarkeit und Funktionalität), teilweise gehören die Definitionen in einen anderen Sachzusammenhang. So ist beispielsweise anzuregen, den Begriff der „Software-Aktualisierung“ in die Richtlinie (EU) 2019/770 aufzunehmen, da der Begriff der „Aktualisierung“ in diesem Rechtsakt bereits verankert ist. Die UGP-RL sollte sich auf Definitionen beschränken, die einen lauterkeitsrechtlichen Bezug aufweisen.

Wenig verständlich sind die drei ineinandergreifenden Definitionen der Begriffe "Umweltaussage" (die nach der vorgeschlagenen Formulierung auch "ausdrücklich" sein kann), "ausdrückliche Umweltaussage" und "allgemeine Umweltaussage". Die Abgrenzung dieser teilweise auch sehr kompliziert definierten Begriffe zueinander dürfte für einen durchschnittlichen Verbraucher ebenso schwierig sein wie für einen durchschnittlichen Unternehmer.

III. Ergänzungen von Art. 6 UGP-RL

Der Kommissionsentwurf sieht vor, Art. 6 Abs. 1 lit. b) UGP-RL um die Kriterien „ökologische und soziale Auswirkungen“ sowie „Haltbarkeit“ und „Reparierbarkeit“ zu erweitern. Dabei handelt es sich um Klarstellungen der Rechtslage. Aus dem Wortlaut von Art. 6 Abs. 1 lit. b) UGP-RL folgt, dass auch diese neuen Kriterien den wesentlichen Merkmalen eines Produkts zuzuordnen sind. Es ist daher insbesondere bei Aussagen zu ökologischen und sozialen Auswirkungen ein Produktbezug erforderlich.

Art. 6 Abs. 2 UGP-RL soll ergänzt werden um zwei neue spezielle Irreführungstatbestände. Im ersten Fall (lit. d) geht es um das „Treffen einer Umweltaussage über die künftige Umweltleistung ohne klare, objektive und überprüfbare Verpflichtungen und Ziele sowie ohne ein unabhängiges Überwachungssystem“. Bei diesem Tatbestand handelt es sich um eine Klarstellung und Konkretisierung von bestehenden Grundsätzen des Irreführungsschutzes, da die Regelung auf den Fall einer nicht belegten bzw. nicht überprüfbaren Behauptung einer Umweltwirkung zugeschnitten ist.

Der zweite Fall (lit. e) betrifft die „Werbung mit Vorteilen für Verbraucher, die in dem betreffenden Markt als gängige Praxis gelten“. Dieser Tatbestand sollte grundlegend überarbeitet bzw. vollständig gestrichen werden, weil der Wortlaut sehr unklar ist und zu Miss- bzw. Fehlverständnissen Anlass geben kann.

Nach der Regelungssystematik des Art. 6 UGP-RL handelt es sich bei den Tatbeständen in Abs. 2 um selbstständige Irreführungsverbote, die die allgemeinen Regeln zum Schutz vor Irreführungen gemäß Abs. 1 ergänzen. Nach der jetzt vorgeschlagenen Fassung des Art. 6 Abs. 2 lit. e) könnte das Verbot so verstanden werden, dass es nicht nur eingreift, wenn ein Unternehmer die beworbenen Vorteile als eine Besonderheit gerade seines Angebots herausstellt, sondern in allen Fällen des werblichen Hinweises auf einen marktgängigen Vorteil. Das würde auch Werbeaussagen erfassen, in denen ein Unternehmer sachlich zutreffend mit einem Vorteil wirbt, der auf dem betreffenden Markt gängig ist. Ein Irreführungsschutz der Verbraucher ist aber nur dann geboten, wenn der Unternehmer den Eindruck erweckt, er gewähre einen spezifischen Vorteil, während dieser Vorteil in Wahrheit marktüblich ist. Erwägungsgrund 5 des Kommissionsvorschlags deutet an, dass nur die Fälle eines Herausstellens des Vorteils als Besonderheiten erfasst sein sollen. Um Fehlverständnisse zu vermeiden, ist die Klarstellung geboten, dass eine zutreffende Information der Verbraucher über Vorteile, auch wenn es sich um eine marktgängige Praxis handelt, nicht unlauter ist.

Weiterhin ist an dem Tatbestand problematisch, dass der Begriff des Vorteils höchst unbestimmt ist. Es ist für Verbraucher und Unternehmer nicht klar, was als ein „Vorteil“ im Sinne der Vorschrift anzusehen ist. Der Vorteil könnte sich allein auf wirtschaftliche Vorzüge beziehen (z. B. Vergünstigungen bei dem Erwerb eines Produkts, etwa in Form eines Preisnachlasses oder eines Zusatzservices), es könnten aber auch sonstige Vorteile erfasst sein (z. B. die bessere Verträglichkeit eines Produkts aufgrund eines Verzichts auf allergieauslösende Zusatzstoffe), was zu einer erheblichen Ausweitung des Anwendungsbereiches des Tatbestands führen würde.

Unklar ist außerdem, welche Bezugspunkte für die Bestimmung der "gängigen Praxis" in dem betreffenden Markt gelten sollen. Der Tatbestand setzt eine Feststellung des relevanten Produktmarktes voraus, lässt aber völlig offen, welche Kriterien hierfür maßgeblich sein sollen. Es macht beispielsweise einen erheblichen Unterschied, ob der Markt unter dem Gesichtspunkt einer Produktkategorie (z. B. Smartphones) oder unter dem Aspekt eines ganz spezifischen Produkts (z. B. ein Smartphone bestimmter Größe, Leistungsfähigkeit und Ausstattung) abgegrenzt wird. Bei einer sehr weiten Markt-abgrenzung könnte der Irreführungstatbestand entsprechend weit greifen und die Werbemöglichkeiten für Unternehmen erheblich einschränken.

Schließlich wird nicht deutlich, unter welchen Voraussetzungen eine Praxis als „gängig“ anzusehen ist, zumal sich die Verhältnisse insoweit auch sehr schnell wandeln könnten. Bei der Auslegung dieses Merkmals sind verschiedene Ansätze denkbar. So könnte auf die Mehrheit von vergleichbaren Angeboten auf dem relevanten Produktmarkt abzustellen sein. Denkbar ist jedoch auch, dass es bereits genügt, wenn nur eine gewisse Anzahl von anderen Angeboten vergleichbare Vorteile für Verbraucher aufweist. Für Unternehmer ist nicht sicher erkennbar, wann die kritische Grenze zu einer Irreführung überschritten wäre.

Angesichts dieser im Tatbestand angelegten Unschärfen könnte Art. 6 Abs. 2 lit. e) zur Folge haben, dass Unternehmen von einem Hinweis auf Vorteile absehen mit der Folge, dass Verbrauchern wichtige Informationen für ihre geschäftliche Entscheidung nicht mehr zur Verfügung stehen.

IV. Ergänzung von Art. 7 UGP-RL

Art. 7 UGP-RL soll einen neuen Abs. 7 enthalten, wonach folgende Informationen als wesentlich gelten: „Bietet ein Gewerbetreibender eine Leistung an, die Produkte vergleicht, auch durch die Verwendung eines Nachhaltigkeitsinformationsinstruments, werden 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 wesentlich angesehen“.

Dieser Tatbestand soll die Informationsgrundlage der Verbraucher bei Produktvergleichen verbessern. Es handelt sich nach der Regelungssystematik des Art. 7 UGP-RL um vertypt wesentliche Informationen. Ein Vorenthalten dieser Informationen ist erst dann unlauter, wenn alle weiteren Voraussetzungen gemäß Art. 7 Abs. 1 bis 3 UGP-RL erfüllt sind.

Die vom Tatbestand erfassten Fälle können schon nach dem geltenden Recht allgemein unter das Merkmal der Wesentlichkeit gefasst werden. Die Neuregelung hat daher in erster Linie eine klarstellende Funktion.

Innerhalb des Tatbestands sollte im weiteren Gesetzgebungsverfahren eindeutig festgelegt werden, ob die Regelung nur für Fälle gilt, in denen ein Drittunternehmen einen Vergleich vornimmt (z. B. der Anbieter einer Online-Vergleichsplattform, die insbesondere die Voraussetzungen eines Nachhaltigkeitsinformationsinstruments erfüllt) oder ob auch Eigenvergleiche durch Unternehmen (bietet auch dann "ein Gewerbetreibender eine Leistung an, die Produkte vergleicht"?) erfasst werden, z. B. ein Vergleich von Nachhaltigkeitseigenschaften des eigenen Produkts mit den Produkten von Mitbewerbern. Zudem wäre das Verhältnis zu den Regelungen über vergleichende Werbung zu überprüfen und klarzustellen, damit hier keine Wertungswidersprüche entstehen.

V. Neue Tatbestände in der Schwarzen Liste

Ergänzend zu den Änderungen in Art. 2, 6 und 7 UGP-RL sieht der Annex des Entwurfs der Kommission eine Erweiterung der Schwarzen Liste um zehn neue Tatbestände vor (Nr. 2a, Nr. 4a und 4b, Nr. 10a sowie Nr. 23d bis 23i). Diese Tatbestände regeln Fälle einer Irreführung bzw. eines Vorenthaltes wesentlicher Informationen.

Nach der Regelungssystematik der UGP-RL handelt sich bei den in der Schwarzen Liste aufgeführten Geschäftspraktiken um Verhaltensweisen, „die unter allen Umständen als unlauter anzusehen sind“ (Art. 5 Abs. 5 Satz 1 UGP-RL). Daher findet insbesondere keine Prüfung der geschäftlichen Relevanz statt.

Die „per se“-Verbote sind Geschäftspraktiken vorbehalten, die einen gesteigerten Unrechtsgehalt aufweisen, da sie ohne eine Prüfung des Einzelfalls unlauter sind. Es handelt sich um besonders einschneidende Eingriffe in die unionsrechtlich geschützte Berufsfreiheit (Art. 15 EU-Grundrechte-Charta) sowie unternehmerische Freiheit (Art. 16 EU-Grundrechte-Charta). Es ist deswegen in besonderer Weise

geboten, den Grundsatz der Verhältnismäßigkeit (Art. 52 Abs. 1 Satz 2 EU-Grundrechte-Charta) im Blick zu behalten.

Nr. 2a betrifft das irreführende Werben mit einem Nachhaltigkeitsiegel, das nicht auf einem Zertifizierungssystem beruht oder von staatlichen Stellen festgesetzt wurde. Dieser Tatbestand steht in einem sehr engen Zusammenhang mit dem geltenden Verbot in Nr. 4 Anhang I UGP-RL. Vielfach dürften die Voraussetzungen dieses Verbots ebenfalls erfüllt sein, sodass der neue Tatbestand schon aus diesem Grund entbehrlich ist. Zudem lassen sich die in Nr. 2a umschriebenen Verhaltensweisen über Art. 6 Abs. 1 UGP-RL erfassen. Es lässt sich wohl auch nicht generell sagen, dass alle Nachhaltigkeitsiegel unlauter sind, die nicht auf einem Zertifizierungssystem im Sinne des vorgeschlagenen Artikel 2r beruhen.

Nr. 4a ist sehr schwer verständlich, weil sich der genaue Verbotsinhalt erst durch eine Zusammenschau mit mehreren neuen Definitionen ermitteln lässt. Es sollte geprüft werden, ob sich der Tatbestand – wenn er denn überhaupt erforderlich ist – griffiger und einfacher formulieren lässt. Zudem umschreibt der Tatbestand einen Fall des Werbens mit einer nicht belegten Leistung, was bereits nach Art. 6 Abs. 1 UGP-RL beurteilt werden kann.

Nr. 4b betrifft Aussagen über Umweltwirkungen eines Produkts, wenn sich diese tatsächlich nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts bezieht. Auch in diesem Fall lässt sich ein Irreführungsschutz bereits über Art. 6 Abs. 1 UGP-RL gewährleisten.

Nr. 10a untersagt die „Präsentation von Anforderungen, die kraft Gesetzes für alle Produkte in der betreffenden Produktkategorie auf dem Unionsmarkt gelten, als Besonderheit des Angebots des Gewerbetreibenden“. Der Verbotstatbestand umschreibt einen Anwendungsfall der irreführenden Werbung mit Selbstverständlichkeiten, die Art. 6 Abs. 1 UGP-RL unterfällt. Es besteht eine inhaltliche Verbindung mit dem bereits bestehenden „per se“-Verbot in Nr. 10 Anhang I UGP-RL, das sich auf Rechte der Verbraucher bezieht. Im Unterschied zu Art. 6 Abs. 2 lit. e) ergibt sich aus dem Wortlaut eindeutig, dass nur Fälle erfasst sind, in denen Anforderungen als eine Besonderheit des Werbenden dargestellt werden.

Nr. 23d regelt einen speziellen Fall des Vorenthaltes wesentlicher Informationen. Stets unzulässig ist danach die „Unterlassung der Information des Verbrauchers, dass sich eine Software-Aktualisierung negativ auf die Verwendung von Waren mit digitalen Elementen oder bestimmte Merkmale dieser Waren auswirkt, selbst wenn die Software-Aktualisierung die Funktionsweise anderer Merkmale verbessert“. Dieser Tatbestand weist keinen unmittelbaren Umwelt- oder Nachhaltigkeitsbezug auf. Vielmehr enthält die Vorschrift eine Verpflichtung zum Offenbaren der nachteiligen Auswirkung eines Software-Updates. Da Software-Aktualisierungen typischerweise im Rahmen bestehender Vertragsbeziehungen erfolgen, sollte die Regelung als eine vertragsrechtliche Informationspflicht ausgestaltet werden, die systematisch besser in der Richtlinie (EU) 2019/770 aufgehoben wäre.

Nr. 23e soll der vorzeitigen Obsoleszenz entgegenwirken. Stets unzulässig ist danach die „Unterlassung der Information des Verbrauchers, dass ein Merkmal einer Ware vorliegt, das eingeführt wurde, um

ihre Haltbarkeit zu beschränken“. Unternehmen dürfen solche Praktiken weiterhin einsetzen, sie müssen aber Verbraucher darüber aufklären. Mittelbar bezweckt dieses Verbot eine Sensibilisierung der Verbraucher für die Problematik. Die Vorschrift sollte allerdings in jedem Fall sprachlich überarbeitet werden, um sie besser verstehen zu können (etwa "... , dass Waren mit Merkmalen vorliegen, die ihre Haltbarkeit beschränken sollen").

Der Tatbestand dürfte in der Praxis auf erhebliche Schwierigkeiten stoßen. Zur Durchsetzung wäre der eindeutige Nachweis erforderlich, dass ein Merkmal der beworbenen Ware (z. B. eine konstruktive Lösung) gerade dem Zweck dient, die Haltbarkeit des Produkts zu beschränken. Dies wird gerade bei komplexen Produkten nur möglich sein bei detaillierten Kenntnissen über die Funktionsweise, die Konstruktion und die Fertigung. Außerdem soll der Tatbestand nicht Fälle erfassen, in denen ein Produkt „von allgemein schlechter Qualität“ ist (Erwägungsgrund 16). Eine solche Abgrenzung erscheint nur sehr schwer praktikabel. In der Sache handelt es sich um eine vertragsrechtliche Problematik, weil eine frühzeitige Obsoleszenz die nach dem Vertrag zu erwartende Nutzbarkeit einer Ware einschränkt und daher einen Mangel begründen kann.

Nr. 23f betrifft einen Fall der Irreführung. Verboten ist danach die „Behauptung, dass eine Ware eine gewisse Haltbarkeit hinsichtlich der Nutzungszeit oder -intensität hat, wenn dies nicht der Fall ist“. Fälle dieser Art lassen sich über Art. 6 Abs. 1 UGP-RL ohne Schwierigkeiten erfassen.

Stets unzulässig ist gemäß Nr. 23g die „Präsentation von Waren als reparierbar, wenn sie es nicht sind, oder Unterlassung der Information des Verbrauchers, dass die Ware nicht im Einklang mit den gesetzlichen Anforderungen repariert werden kann“. Der Tatbestand gliedert sich auf in ein Irreführungsverbot und ein Verbot des Vorenthaltens einer wesentlichen Information.

Täuscht ein Unternehmer über die Reparierbarkeit eines Produkts (Fall 1), dann unterfällt eine solche Aussage Art. 6 Abs. 1 UGP-RL. Soweit gesetzliche Anforderungen zur Reparierbarkeit nicht eingehalten werden (Fall 2), begründet bereits dies für sich genommen eine Rechtsverletzung. Lauterkeitsrechtlich kann zugleich ein Verstoß gegen die berufliche Sorgfalt gegeben sein, die unter den Voraussetzungen von Art. 5 Abs. 2 UGP-RL eine Unlauterkeit begründet. Die in Nr. 23g vorgesehene Hinweispflicht hat insoweit einen eher ergänzenden Charakter.

Nr. 23h richtet sich gegen das „Veranlassen des Verbrauchers, Betriebsstoffe einer Ware früher zu ersetzen, als dies aus technischen Gründen notwendig ist“. Dieses Verbot soll Praktiken entgegenwirken, durch die Verbraucher zu einem frühzeitigen Austausch von Betriebsstoffen, z. B. von Druckerpatronen und ähnlichem Verbrauchsmaterial, veranlasst werden, obgleich dies noch nicht notwendig ist. Es handelt sich um einen Fall, der systematisch die in Art. 6 Abs. 1 lit. e) UGP-RL geregelten Fälle ergänzt und besser in diesem Zusammenhang geregelt werden sollte.

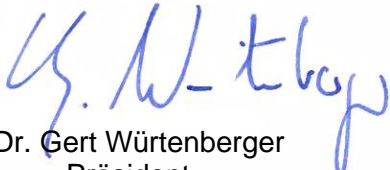
Schließlich wendet sich Nr. 23i gegen die „Unterlassung der Information, dass eine Ware so konzipiert wurde, dass ihre Funktionalität durch die Verwendung von Betriebsstoffen, Ersatzteilen oder Zubehör,


die nicht vom ursprünglichen Hersteller bereitgestellt wurden, beschränkt wird“. Es handelt sich um den Fall des Vorenthaltens einer wesentlichen Information im Sinne von Art. 7 UGP-RL. Ein Unternehmer muss danach Verbraucher über „lock in“-Effekte aufklären. Auch hier hat der Tatbestand lediglich einen klarstellenden Charakter, weil die im Tatbestand angesprochenen Beschränkungen schon nach den allgemeinen Grundsätzen des Art. 7 Abs. 1 bis 3 UGP-RL als wesentliche Informationen anzusehen sind.

Insgesamt ist ein echter Zugewinn für den Verbraucherschutz durch die von der Kommission vorgeschlagenen Ergänzungen der Schwarzen Liste nicht erkennbar. Es handelt sich bei allen in den Tatbeständen umschriebenen Verhaltensweisen um Praktiken, die sich bereits durch die allgemeinen Regelungen gemäß Art. 6 und 7 UGP-RL sachgerecht erfassen lassen. Der Vorteil der Anwendung von Art. 6 und 7 UGP-RL besteht in der tatbestandlichen Flexibilität dieser Vorschriften im Vergleich zu den starren „per se“-Verboten der Schwarzen Liste. Zugleich trägt eine Anwendung von Art. 6 und 7 UGP-RL dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit besser Rechnung als Verbote, die ohne eine Einzelfallprüfung die Unlauterkeit begründen.

Im weiteren Gesetzgebungsverfahren sollte geprüft werden, ob die neuen Tatbestände in der Schwarzen Liste notwendig sind. Um zu verdeutlichen, dass die in den neuen Tatbeständen angesprochenen Praktiken nach den Maßstäben der UGP-RL als unlauter anzusehen sind, genügt es, entsprechende Erläuterungen in die Leitlinien der Kommission aufzunehmen bzw. die bereits vorhandenen Aussagen zu präzisieren. Die Leitlinien sind zwar für die Gerichte nicht verbindlich, gleichwohl kommt ihnen bei der Auslegung eine wichtige Funktion als Erkenntnisquelle zu.

Gegen eine Ausweitung der Schwarzen Liste spricht schließlich, dass der Anhang I UGP-RL bereits aufgrund der Richtlinie (EU) 2019/2161 (Omnibus-Richtlinie) erweitert worden ist. Das Anfügen von noch mehr Tatbeständen würde die bereits jetzt bestehende Unübersichtlichkeit des Anhangs I weiter erhöhen, zumal die Reihenfolge der Tatbestände überwiegend keiner inhaltlichen Ordnung folgt.


Dr. Gert Würtenberger
Präsident


Dipl.-Ing. Stephan Freischem
Generalsekretär