



Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

Entstehungsgeschichte, Zweck und wesentlicher Inhalt des Gesetzes zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht

MinR Jörg Rosenow, Berlin





Übersicht

- I. Entstehungsgeschichte
- II. Zweck
- III. Wesentlicher Inhalt



I. Entstehungsgeschichte (1)

- Ab 2015: „**Fitness Check**“ des EU-Verbraucher- und Marketingrechts
- „**Dieseldgate**“ zeigt Grenzen der Durchsetzung von Verbraucherrechten in Europa auf
- April 2018: EU-Kommission legt im Rahmen des „New Deal for Consumers“ zwei Gesetzgebungsvorschläge vor:
 - **Verbandsklagenrichtlinie**
(Richtlinie (EU) 2020/1828 vom 25. November 2020)
 - sog. Omnibus- oder **Modernisierungsrichtlinie**
(Richtlinie (EU) 2019/2161 vom 27. November 2019)



I. Entstehungsgeschichte (2)

Gesetz zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht

- Referentenentwurf des BMJV vom 4. November 2020
- Regierungsentwurf vom 20. Januar 2021
- Stellungnahme des Bundesrates vom 5. März 2021
- Verabschiedung durch den Bundestag am 10. Juni 2021
- Zweiter Durchgang Bundesrat am 25. Juni 2021
- **Inkrafttreten am 28. Mai 2022**



II. Zweck

- **Verbesserung des Verbraucherschutzes** durch
 - Umsetzung von EU-Recht
 - Nutzung der Öffnungsklauseln für Kaffeefahrten und Haustürgeschäfte
- **Klarstellung der Rechtslage beim Influencer-Marketing** im Interesse von Influencer*innen, Blogger*innen und Verbraucher*innen



III. Wesentlicher Inhalt

1. Online-Marktplätze, Ranking, Verbraucherbewertungen
2. „Dual Quality“
3. Individuelle Rechtsbehelfe
4. Sanktionen
5. Nutzung von Öffnungsklauseln
6. Klarstellung der Rechtslage beim Influencer-Marketing



1. Online-Marktplätze, Ranking, Verbraucherbewertungen

- **1 : 1 Umsetzung** der EU-Richtlinienvorgaben
- **Informationspflichten** für Betreiber von Online-Marktplätzen über
 - Unternehmereigenschaft der Produkthanbieter (§ 5b Abs. 1 Nr. 6 UWG)
 - **Hauptparameter** für die Festlegung **des Rankings** und deren (relative) Gewichtung (§ 5b Abs. 2 UWG, Nr. 11a des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG)
 - Maßnahmen zur **Sicherstellung „echter“ Verbraucherbewertungen** (§ 5b Abs. 3 UWG, Nr. 23b und 23c des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG)



2. „Dual Quality“

- Hintergrund: Überwiegend Problem in Osteuropa, daher auch Anliegen der rumänischen Ratspräsidentschaft
- **Verbot der Vermarktung wesentlich unterschiedlicher Waren als identisch** in verschiedenen EU-Mitgliedstaaten (§ 5 Abs. 3 Nr. 2 UWG)
- Unterschiede können durch legitime und objektive Faktoren gerechtfertigt sein (Einzelfallprüfung)
- Darüber hinaus Abweichungen hins. Zusammensetzung oder Merkmalen möglich, aber müssen klar erkennbar sein
- Grundsätzlich nur **Anforderungen an Hersteller**, nicht an Händler



3. Individuelle Rechtsbehelfe (1)

- Eigener **Schadensersatzanspruch des Verbrauchers** bei schuldhaften unlauteren geschäftlichen Handlungen, § 9 Abs. 2 UWG
- Gegen Vertragspartner oder Dritten
- Neben sonstigen Rechten und Ansprüchen nach Bürgerlichem Recht
- **Verpflichtung aus der Modernisierungsrichtlinie**, individuell im Klageweg durchsetzbare Ansprüche und Rechte für Verbraucher vorzusehen, einschließlich Schadensersatz
- **Beschränkung auf** Anwendungsbereich der Richtlinie, d.h. keine Geltung für unlautere geschäftliche Handlungen nach den §§ 3a, 4, 6, 7 UWG, Nr. 32 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG



3. Individuelle Rechtsbehelfe (2)

- Zusammenhang mit **Verbandsklagenrichtlinie**: Praktische Bedeutung v.a. durch kollektive Geltendmachung der Ansprüche (bei Bagatellschäden rationale Apathie der Verbraucher*innen)
- **Verjährung**, § 11 Abs. 1 UWG
 - RefE: 3 Jahre
 - RegE: 6 Monate
 - BT: 1 Jahr



4. Sanktionen

- **Behördliche** Sanktionen / Bußgelder
- Nur **bei internationaler Zusammenarbeit zur Ahndung weitverbreiteter Verstöße (mit Unions-Dimension)**
- Aus verfassungsrechtlichen Gründen nicht bei (Erst-)Verstößen gegen die Generalklausel des § 3 Abs. 1 UWG
- § 5c UWG: Übernahme üblicher nebenstrafrechtlicher Terminologie
- § 19 UWG: Bußgeldvorschrift mit Bußgeldrahmen



5. Nutzung von Öffnungsklauseln (1)

Ergänzung der **schwarzen Liste** im Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG um **neuen Unlauterkeitstatbestand** in Nr. 32

- Zur Bekämpfung aggressiver und irreführender Verkaufspraktiken bei unerbetenen Besuchen eines Gewerbetreibenden in der Wohnung eines Verbrauchers (Haustürgeschäfte)
- Verbot der Aufforderung zur Bezahlung der Ware/Dienstleistung vor Ablauf des Tages des Vertragsschlusses (**Sofortzahlungsforderungsverbot**)
- Bagatellgrenze: 50 Euro



5. Nutzung von Öffnungsklauseln (1)

Neue Regelungen in § 56a der Gewerbeordnung zu Wanderlagern

- Zur **Bekämpfung aggressiver und irreführender Verkaufspraktiken bei Kaffeefahrten** und ähnlichen Veranstaltungen
- Verschärfung bestehender Anzeige- und Informationspflichten
- Verbot des Vertriebs von Nahrungsergänzungsmitteln und Medizinprodukten
- Bußgeldbewehrung der Verstöße, Erhöhung des Bußgeldrahmens, § 145 Abs. 3 und 4 GewO



6. Klarstellung der Rechtslage beim Influencer-Marketing

- **Klarstellung des Vorrangs des Spezialrechts** in § 1 Abs. 2 UWG (z. B. Medienstaatsvertrag, Telemediengesetz)
- **Abgrenzung nichtkommerzieller Kommunikation von geschäftlichen Handlungen** (§§ 2 Abs. 1 Nr. 2, 5a Abs. 4 Satz 2 UWG) – gilt nur beim Handeln für fremdes Unternehmen; BGH-Urteil bleibt abzuwarten.



Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!