

BVDM · Markgrafenstraße 15 · D-10969 Berlin

Bundesministerium der Justiz
Herrn Jörg Rosenow
Referatsleiter III B 5
Mohrenstraße 37
10117 Berlin

Per E-Mail: rosenow-jo@bmj.bund.de;
lehmann-je@bmj.bund.de; III B5@bmj.bund.de

Stellungnahme zum Referentenentwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) – Gelegenheit zur Verbändeanhörung mit Schreiben vom 7. Juli 2025

Sehr geehrter Herr Rosenow,

wir bedanken uns für die Möglichkeit, zum oben genannten Diskussionsentwurf Stellung zu nehmen und die Perspektive der Druckindustrie in den Prozess einzubringen. Die diesbezügliche Stellungnahme der Wirtschaftsverbände unter Führung des ZAW unterstützen wir vollumfänglich und möchten ergänzend auf einige branchenspezifische Aspekte hinweisen.

Der BVDM steht der beabsichtigten Umsetzung der EmpCo-Richtlinie grundsätzlich positiv gegenüber. Wir begrüßen die Änderung in § 2 Abs. 2 Nr. 5 n.F., wonach nunmehr auf „Werbung“ statt auf die allgemeinere Formulierung „geschäftliche Handlung“ abgestellt wird. Der Begriff „Werbung“ ist sachlich treffender und sprachlich präziser. Damit wird eine zielgerichtetere Anwendung des Gesetzes gewährleistet.

Für eine sachgerechte, praxisnahe und rechtssichere Anwendung bedarf es jedoch an zentralen Stellen einer Nachjustierung – insbesondere im Sinne einer verbraucherorientierten und verhältnismäßigen Umsetzung. Dies betrifft insbesondere die Ausgestaltung des Anwendungsbereichs, die Anforderungen an Zertifizierungs- und Prüfsysteme sowie die Regelungen zu Übergangsfristen.

1 Vermeidung überschießender Umsetzung

Die EmpCo-Richtlinie zielt eindeutig auf den Schutz von Verbraucher*innen und die Förderung nachhaltiger Konsummuster ab. Dies wird auch im Allgemeinen Teil der Gesetzesbegründung unmissverständlich dargelegt. Der Anwendungsbereich der Umsetzung sollte sich daher ausschließlich auf das Verhältnis zwischen Unternehmen und Verbraucher*innen beschränken.

Berlin, 23. Juli 2025

**Bundesverband
Druck und Medien e.V.**
Markgrafenstraße 15
D-10969 Berlin

Anna Lutz
Referentin
Medien- und Wirtschaftsrecht

T +49 (0) 30.20 9139 122
F +49 (0) 30.20 9139 113
anna.lutz@bvdm-online.de

Julia Rohmann
Referentin
Umweltschutz + Arbeitssicherheit

T +49 (0) 30.20 91 39 163
F +49 (0) 30.20 91 39 113
julia.rohmann@bvdm-online.de

www.bvdm-online.de

Unser Zeichen
al/jr/cs

Die Umsetzung der Richtlinie in das UWG, dessen Anwendungsbereich auch den B2B-Markt umfasst, führt jedoch faktisch zu einer Ausweitung über die europarechtlich vorgesehene Zielrichtung der Richtlinie hinaus. Daher ist es erforderlich, an entscheidenden Stellen im Gesetz klarzustellen, dass sich die Regelungen ausschließlich auf den B2C-Markt beziehen. Eine derartige Anpassung entspricht auch dem Koalitionsvertrag, der sich gegen überschießende nationale Umsetzungen ausspricht¹. Auch die EU-Kommission befürwortet eine 1:1-Umsetzung von Richtlinien². Die erforderliche Anpassung des Adressatenkreises ist bereits in § 5 Abs. 3 Nr. 3 und 4 UWG n.F. im Referentenentwurf vorgenommen worden. Zudem müssten Anpassungen an folgenden Stellen vorgenommen werden:

§ 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG n.F.

§ 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG n.F. muss nun entsprechend § 5 Abs. 3 Nr. 3 und 4 UWG n.F. im Anwendungsbereich um eine Beschränkung auf Verbraucher*innen ergänzt werden. Damit werden die durch die Richtlinie neu dazugekommenen wesentlichen Merkmale – wie ökologische oder soziale Merkmale und Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit – auf den B2C-Markt beschränkt. Es könnte wie folgt angepasst werden:

„die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung wie Verfügbarkeit, Art, Ausführung, Vorteile, Risiken, Zusammensetzung, Zubehör, Verfahren oder Zeitpunkt der Herstellung, Lieferung oder Erbringung, Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, Menge, Beschaffenheit, Kundendienst und Beschwerdeverfahren, geographische oder betriebliche Herkunft, von der Verwendung zu erwartende Ergebnisse oder die Ergebnisse oder wesentlichen Bestandteile von Tests der Waren oder Dienstleistungen; oder gegenüber Verbrauchern ökologische und soziale Merkmale, Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit“.

Nr. 2a des Anhangs n.F. (zu § 3 Abs. 3)

Auch in dem Verbotstatbestand, Nr. 2a des Anhangs n.F. (zu § 3 Abs. 3), der sich auf Nachhaltigkeitssiegel bezieht, bedarf es einer klaren Beschränkung auf den B2C-Markt. Dies sollte über eine Anpassung der Definition von „Nachhaltigkeitssiegeln“ in § 2 Abs. 2 Nr. 4 n.F. erfolgen:

„„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, ...“

2 Verhältnismäßige Prüfintervalle für Zertifizierungssysteme

Um kleine und mittlere Unternehmen nicht mit unverhältnismäßigen Kosten zu belasten, ist es aus unserer Sicht notwendig, in der Gesetzesbegründung unter B. Besonderer Teil zu Artikel 1, Nummer 6 klarzustellen, dass keine jährlichen Re-Zertifizierungen erforderlich sind, sofern sich das zugrunde liegende Verfahren oder die Dienstleistung nicht wesentlich verändert hat.

¹ S. 47 des Koalitionsvertrags: „Bei der Umsetzung von EU-Recht in nationales Recht schließen wir bürokratische Übererfüllung aus.“

² S. Single Market Strategy, Chapter 1, 2. S. 6

Es besteht die Gefahr, dass Drittanbieter regelmäßige Prüfindtervalle – insbesondere in Form jährlicher Überprüfungen – etablieren, ohne dass hierfür eine sachlich gerechtfertigte Notwendigkeit vorliegt. Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen könnten dadurch unverhältnismäßig belastet und in eine wiederkehrende Kostenfalle gedrängt werden. Die Gesetzesbegründung sollte daher klarstellen, dass Prüfindtervalle stets verhältnismäßig und sachlich begründet festzulegen sind, um die Entstehung rein wirtschaftlich motivierter Prüfmodelle ohne tatsächlichen Mehrwert zu verhindern.

Praxishintergrund: Der BVDM befindet sich derzeit im Auswahlprozess eines geeigneten Drittanbieters zur Überprüfung der brancheneigenen Nachhaltigkeitssiegel, die der Verband im Rahmen der [Klimainitiative der Druck und Medienverbände](#) anbietet. Sämtliche Anbieter fordern eine jährliche Folgebewertung – unabhängig davon, ob sich am geprüften System faktisch Änderungen ergeben haben. Die Kosten für diese wiederkehrende Bewertung belaufen sich auf rund 80% der ursprünglichen Erstbewertung. Aus unserer Sicht ist dies weder sachlich gerechtfertigt noch verhältnismäßig. Eine entsprechende Klarstellung in der Gesetzesbegründung könnte dazu beitragen, dieser Praxis entgegenzuwirken.

3 Anerkennung von Branchensiegeln

In der Gesetzesbegründung (B. Besonderer Teil zu Artikel 1, Nummer 6) sollte die Bedeutung branchenspezifischer Nachhaltigkeitssiegel ausdrücklich hervorgehoben werden. Solche Siegel, die für ganze Branchen entwickelt wurden, ermöglichen insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen einen kosteneffizienten und niederschweligen Zugang zu glaubwürdigen Nachhaltigkeitsnachweisen – ohne den Aufbau eigener Methoden- und Prüfstrukturen.

Branchensiegel leisten einen wesentlichen Beitrag zur Reduzierung der Umsetzungskosten des Gesetzes und erhöhen damit die Praktikabilität und Akzeptanz der neuen Regelungen in der Wirtschaft. Ein ausdrücklicher Hinweis auf deren Funktionalität und Praxistauglichkeit in der Gesetzesbegründung ist daher erforderlich, um faire Wettbewerbsbedingungen zu sichern und bestehende Strukturen sachgerecht zu berücksichtigen.

4 Übergangsregelung für langlebige Produkte, Druckerzeugnisse und Bücher

Für bestimmte Produktgruppen – insbesondere Verpackungen, Druckerzeugnisse und Bücher – ist eine angemessene Übergangsregelung im Rahmen der neuen gesetzlichen Vorgaben zu Umweltaussagen dringend erforderlich. Diese Produkte zeichnen sich durch eine nahezu unbegrenzte Haltbarkeit aus und verbleiben häufig über viele Monate oder Jahre im Verkehr (z. B. Lager, Abfüllunternehmen, Buchhandlung), bevor sie tatsächlich verkauft werden. Insbesondere Verpackungsmaterialien werden meist in hohen, teils vorgeschriebenen Auflagen vorproduziert. Eine sofortige Anwendung der neuen Anforderungen auf bereits z. T. in großen Mengen produzierte Ware würde diese Produkte faktisch vom Markt ausschließen.

Zahlreiche Druckprodukte enthalten derzeit Umweltkennzeichnungen oder Nachhaltigkeitssiegel, die nach der bisherigen Rechtslage zulässig waren. Eine rückwirkende Aberkennung oder ein Rückruf solcher Produkte wäre aus unserer Sicht unverhältnismäßig – sowohl aus wirtschaftlicher als auch aus ökologischer Sicht. Die Vernichtung unverkaufter, aber voll funktionstüchtiger Bücher oder Druckerzeugnisse wäre nicht nur mit erheblichen Ressourcenverlusten verbunden, sondern auch kulturell nicht zu rechtfertigen. Bücher sind Kulturgüter, deren Wert nicht dadurch gemindert wird, dass ein darauf abgedrucktes Umweltsiegel künftig nicht mehr zulässig ist.

Wir plädieren daher nachdrücklich für die Möglichkeit eines geregelten Abverkaufs von Produkten und Verpackungen, die vor Inkrafttreten des Gesetzes hergestellt wurden. Alternativ könnte eine Ausnahme für langlebige Produkte geschaffen werden, bei denen ein nachträglicher Austausch oder eine Rücknahme aus dem Markt weder praktikabel noch verhältnismäßig ist.

Eine rückwirkende Anwendung neuer rechtlicher Anforderungen auf Produkte, die bereits unter der bisherigen Rechtslage ordnungsgemäß in Verkehr gebracht oder hergestellt wurden und sich im Lager befinden, wirft erhebliche verfassungsrechtliche und unionsrechtliche Bedenken auf. Nach dem Grundsatz des Vertrauensschutzes und dem Rückwirkungsverbot dürfen Marktakteure grundsätzlich darauf vertrauen, dass rechtmäßig hergestellte und gelabelte Produkte nicht nachträglich unzulässig werden, sofern keine Gefährdung für Gesundheit, Sicherheit oder Umwelt besteht.

Gerade bei langlebigen Gebrauchsgütern wie Büchern, Verpackungen oder sonstigen Druckerzeugnissen, die häufig in hohen Auflagen auf Vorrat produziert werden, wäre eine rückwirkende Anwendung mit erheblichen wirtschaftlichen Schäden, unnötiger Ressourcenvernichtung und einer Beeinträchtigung kultureller Güter verbunden. Auch nach unionsrechtlichen Maßstäben (z. B. im Lichte der Warenverkehrsfreiheit und Verhältnismäßigkeit) wäre eine Pflicht zur Rücknahme oder Vernichtung nicht mehr verkehrsfähiger Produkte mit altem Umweltlabel nicht gerechtfertigt, sofern keine Täuschung oder Irreführung vorliegt.

Eine geregelte Abverkaufsmöglichkeit stellt daher eine sachlich angemessene, rechtlich gebotene und ökologisch sinnvolle Lösung dar. Wir schlagen daher folgenden Gesetzestext vor:

„Übergangsregelung für vor Inkrafttreten hergestellte Produkte

Produkte oder Verpackungen, die vor dem Inkrafttreten dieses Gesetzes hergestellt wurden und auf denen Umweltaussagen oder Nachhaltigkeitssiegel abgebildet sind, dürfen weiterhin in Verkehr gebracht und abverkauft werden, sofern die Aussagen nach der bis dahin geltenden Rechtslage zulässig waren und keine Irreführung im Sinne des bis dahin geltenden Gesetzes vorliegt.“

Gesetzesbegründung (ergänzender Klarstellungssatz):

„In der Praxis ist zu berücksichtigen, dass bestimmte langlebige Produkte, insbesondere Bücher, Verpackungen und Druckerzeugnisse, häufig über lange Zeiträume hinweg im Verkehr verbleiben. Für Produkte, die vor Inkrafttreten des Gesetzes hergestellt wurden und rechtmäßig mit Umweltaussagen oder Umweltkennzeichnungen versehen sind, sollte daher eine Abverkaufsmöglichkeit vorgesehen werden. Eine Rücknahme- oder Vernichtungspflicht wäre unverhältnismäßig und widerspräche dem Grundsatz des Vertrauensschutzes sowie den Anforderungen an eine ökologisch und ökonomisch vertretbare Umsetzung.“

Wir danken für die Berücksichtigung unserer Anregungen und stehen für Rückfragen gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen



Anna Lutz
Referentin
Medien- und Wirtschaftsrecht



Julia Rohmann
Referentin
Umweltschutz + Arbeitssicherheit

Über den BVDM

Der Bundesverband Druck und Medien e. V. (BVDM) ist der Spitzenverband der deutschen Druck- und Medienwirtschaft. Als Arbeitgeberverband, politischer Wirtschaftsverband und technischer Fachverband vertritt er die Positionen und Ziele der Druckindustrie gegenüber Politik, Verwaltung, Gewerkschaften und der Zulieferindustrie. Getragen wird der BVDM von acht regionalen Verbänden. International ist er über seine Mitgliedschaft bei Intergraf und FESPA organisiert. Zur Druckindustrie gehören aktuell rund 6300 überwiegend kleine und mittelständische Betriebe mit mehr als 99000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten.

Lobbyregister des Deutschen Bundestages: R004690