

# Stellungnahme

## Zum Entwurf des „Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb“

### Vorbemerkung

Mit dem vorgelegten Gesetzentwurf bemüht sich die Bundesregierung unter Umsetzung verschiedener Richtlinien (EU) um eine Stärkung der Verbraucher und ihrer Rechte im Kontext mit laufenden ökologischen Transformationsvorgängen und dabei um deren Schutz gegen jüngere unlautere Praktiken beim Bewerben von Produkten und Dienstleistungen, die auf den Markt gebracht werden. Der Schutz soll dabei dadurch erreicht werden, dass ein höheres Maß an Zuverlässigkeit und Vertrauenswürdigkeit in der Bewerbung von Marktleistungen als umweltfreundlich und/oder nachhaltig usw. usf. erreicht wird. Es handelt sich bei all dem um ein Umsetzungsgesetz von europäischem in nationales Wettbewerbsrecht.

Dem Umsetzungsgesetz sind während dessen Entstehungsphase bereits auf europäischer Ebene lebhafte Diskussionen zwischen dem europäischen Gesetzgeber und Vertretern der Wirtschaft, insbesondere der deutschen, und diversen anderen Gruppen vorangegangen. An diesen haben sich auch DIE FAMILIENUNTERNEHMER in Deutschland und ihre Partner aus anderen Mitgliedstaaten beteiligt, registrieren nun aber, dass die von ihnen breit vorgetragenen Bedenken im Kern ungehört geblieben zu sein scheinen, was sie dazu motiviert, ihre Kritik in der eingetretenen Phase der Rechtsetzung zu wiederholen, nun gegenüber der Bundesregierung.

### Bewertung des Gesetzentwurfes

Vorausgeschickt sei zunächst das Folgende: DIE FAMILIENUNTERNEHMER sind für Verbraucherschutz. Sie sind der Überzeugung, dass sich nur derjenige Anbieter von Produkten oder Dienstleistungen über einen längeren Zeitraum auf einem Markt oder mehreren Märkten halten kann, der seine Kunden (Verbraucher) ernst nimmt, sie für voll nimmt, und sie nicht mit Un- oder Halbwahrheiten letztlich gegen sich aufbringt. Mit anderen Worten: wer über Generationen eine Marke, ein Standing in einem Markt nachhaltig aufbaut, wird sich schon aus eigenen strategischen Gründen hüten, seine bisherigen oder potentiellen Kunden zu täuschen. Lügen haben kurze Beine, und nur mit festgefügtm Verbrauchervertrauen kommt man auf dem Zeitsrahl weiter voran.

Der Staat wird hier nicht zwingend gebraucht, es gilt, dass Familienunternehmer ihre Kunden gut behandeln und stets möglichst seriös informieren. Wer das nicht leistet, verschwindet binnen weniger Jahre vom Markt. Der Markt ist, wenn auf ihm eine echte Wettbewerbssituation herrscht und es zu keinen Vermachtungen gekommen ist, grausam, unbarmherzig, verzeiht nie – dem Unternehmer. Der Markt selbst schützt Verbraucher sehr effektiv. Wer sich einen schlechten Ruf verschafft, wird ihn kaum oder niemals wieder los. Unternehmer wissen das, Familienunternehmer besonders gut, denn gerade in ihnen wird typischerweise

25. Juli 2025

langfristig gedacht. Intakter Wettbewerb selbst ist das beste Instrument des Verbraucherschutzes.

Dazu kommt, dass es bereits nach der bisherigen Rechtslage Rechtsnormen zum Schutz des Verbrauchers gegen unlautere Werbung und damit auch gegen „Greenwashing“ gibt, die einsetzbar sind.

Es wäre nach all dem mehrfach zu kritisch prüfen gewesen, ob es eines weiteren Schutzgesetzes, nun eines konkret und enggefasst gegen jedes sog. „Greenwashing“ in der Werbung oder auch nur für jedwede Außendarstellung von Unternehmen bedarf. Hier hätte eine offene Abwägung am Anfang stehen müssen: Denn jedes typische Schutzgesetz ist zwingend mit großem Aufwand auf allen Seiten, auch für den Staat, verbunden, in der Verwaltung, bei den Firmen, wenn es echte Wirkung erzielen soll. Der Preis für ein Mehr an möglichem Schutz ist mithin generell mehr Bürokratie und mehr Kosten. Dazu kommt in einem Fall wie in diesem Entwurf, bei dem es um die Marktplatzierung von Firmen mittels Informationen, über ihren öffentlichen Auftritt, dass es um Einengungen von Meinungs- und Entfaltungsfreiheit gehen muss, was ebenfalls in eine Abwägung gehört hätte.

Es steht also einiges auf dem Spiel, wenn mit dem Entwurf eine Zusatzregulierung verhandelt wird, sei es jene, wie sie den Organen der EU vorschwebt, sei es jene, wie sie nun auf nationaler Gestalt anzunehmen droht.

Bereits während der Verhandlungen auf europäischer Ebene haben viele deutsche Wirtschaftsverbände in mehreren Briefen darauf aufmerksam gemacht, dass hier eine weitere Überregulierung droht.

Im Zentrum der Kritikwürdigkeit des vom europäischen wie auch vom nationalen (Umsetzungs-) Gesetzgeber gewählten Gestaltungsansatzes steht eines für DIE FAMILIENUNTERNEHMER: Der Gesetzgeber will allen Firmen eine externe Vorabprüfung ihrer umweltbezogenen Aussagen auferlegen, was einer Zensur im klassischen unheilvollen Sinne ihres Außen- und Marktauftrittes gleichkommt. Wenn einer seine Meinung, und sei es auch nur die über sich selbst oder seine Firma, vorab quasi prüfen, zertifizieren oder billigen lassen muss, wacht er als Unternehmer als Bürger in einem Obrigkeitsstaat mit Meinungs- sowie mit Selbstbildkontrolle auf. Das Problem ist hierbei weniger die „Kontrolle“, die fraglos Teil jeder Ordnung mit starken Verbraucherschutz-Elementen ist, sondern das „Vorab“: Noch bevor einer mit einem anderen (hier: dem Kreis seiner Kunden oder potenzielle Kunden) kommuniziert, muss er einen Dritten gefragt und dessen Vorab-Einwilligung eingeholt haben? Zum Schutz.

Hier ist, nur am Rande, festzuhalten, dass zwar jede Rechtsordnung in erster Linie zum Schutz einer Gruppe errichtet wird und das meist (wenn es sich richtig entwickelt) zum Schutz zuvörderst von Schwächeren. Gleichzeitig kann aber von geschichtlich gebildeten Mitbürgern auch nicht übersehen werden, dass immer wieder auch harte Exponenten bösartiger und machversessener Regime behaupteten zu „schützen“, um dabei Meinungskorridore und andere (unternehmerische) Freiräume einzuengen.

„Schutz“ ist zunächst ein Begriff oder: eine Behauptung, die mancher wählen kann. Jedes behauptete „Schützen“ wird erst dann effektiv, positiv und zu einem auch moralisch und gesellschaftlich Kredit verdienenden Tun, wenn deutlich gemacht wird, dass einer beim Schützen alle Abwägungen leistet, damit am Ende

tatsächlich mehr Schutz als Last - für möglichst viele - entsteht. Wer zu schützen behauptet, kann dabei - kollateral – unterdrücken oder auch übermäßig Lasten auferlegen, was am Ende gar die zunächst eigentlich Beschützten in ihren Freiheiten einengen kann.

Leider haben alle Hinweise in Brüssel wie auch in Berlin bisher wenig gefruchtet. Im Entwurf, und dort im neuen § 5 („Irreführende geschäftliche Handlungen“) finden sich unter Abs. 3, Ziffer 4 und 4a) zwar zunächst als „irreführend Handlungen“ solche, die nicht öffentlich einsehbar und überprüfbar sind, oder solche, die „nicht messbar“ und die keine konkret zeitgebundene Ziele benennen, was soweit alles gut vertretbar ist. Denn ins Blaue hinein und ohne das Vorhalten von Darlegungsmöglichkeiten oder gar Beweismöglichkeiten sollte niemand sich rühmen, „grüne“ Produkte anzubieten.

Aber dann folgt im Entwurf der neue § 5 Abs. 3 Ziffer 4b), wonach jede werbende Kommunikation „regelmäßig“ und „von einem externen Sachverständigen überprüft“ zu werden hat, dessen Erkenntnisse dann dem Verbraucher zur Verfügung gestellt werden, was eben eine Vorabprüfung impliziert. Damit wäre das Kind dann in den Brunnen der Zertifizierungslösung für geschäftliche Kommunikationsakte gefallen. Bevor einer sich äußert, muss er zur Kontrolle? Und wer sich ängstigt oder vor den Unsicherheiten eines Kontrollprozederes zurückschreckt, wird vielleicht präventiv... schweigen? Der Verbraucher bekommt dann gewiss seltener Halbwahrheiten (oder auch Ruhm verdienende Wahrheiten) vorgetragen, aber die Gesellschaft zahlt einen Preis dafür, namentlich leise Einschüchterung und eine Atmosphäre vorsichtigen Ersteinmal-Innehaltens. Ist es das denn wert, gerade mit Blick auf den ohnehin nicht mehr sehr selbstbewussten und nicht mehr sehr lustvollen sog. „Mittelstand“, der sich keine größeren Inhouse-Beraterstäbe leisten kann oder solches gar nicht will?

## Schlussbemerkung

Die Familienunternehmer sind mit den obigen Leistungen der Bundesregierung nicht einverstanden, auch wenn mit dem Ziel Schutz der Verbraucher im Konsens stehen. Die Bundesregierung hat es versäumt, auf europäischer Ebene und über das in der EU stattfindende Gesetzgebungsverfahren Schaden von Deutschland abzuwenden. Sie spricht nunmehr auch mit dem eigenen Entwurf ihres Umsetzungsgesetzes die Sprache des gedankenlosen Hinnehmens von kollateralen Beschädigungen für die Kommunikationskultur im Land. Diese drohenden Beschädigungen treffen dabei auch aber nicht nur Unternehmen, die sich öffentlich äußern. Die Wirtschaft steht nicht neben der Gesellschaft, sondern ist einer der zentralen Lebensräume vieler Menschen, die Teil einer Gesellschaft sind.

Wird hier eine verdruckste, nicht offene, ausweichende Atmosphäre geschaffen, strahlt das unweigerlich auf weitere Kreise aus. Wer sich und seine Meinung im Unternehmen zu verbergen einübt, schweigt auch sonst leichter, um sich Vorabkontrollen des von ihm Geäußerten zu entziehen.

Jedes Vorab-Screening von Äußerungen (statt einer ex post-Kontrolle auf der Basis von aufgetretenen Überschreitungen) zeichnet einen Schritt in die falsche Richtung und macht die EU dem China der Gegenwart ähnlicher. Auch Deutschland ist nicht per se oder automatisch der last stand freiheitlichen Lebensstiles.

Auch Europa hat es nicht gepachtet, sich ohne weitere Anstrengungen als Hort der Meinungsfreiheit und der offenen Gesellschaft betrachten zu dürfen. Auch Europa unterliegt leisen Versuchungen und fortdauernden Gefahren. Jedes Gesetz, das gerade unseren Umgang miteinander und unsere Kommunikation untereinander wertend reguliert, verlangt von seinen Entwicklern deutlich mehr Anstrengung als dieser lieblose und daher kaum von ausgeprägterem Verantwortungsbewusstsein zeugende Entwurf.

Der Entwurf ist gründlich zu überarbeiten, er trägt Spuren tiefer Bequemlichkeit, indem seine Autoren ignorieren, was das Einüben von Schweigespiralen und Einschüchterung und Bürokratielasten auslöst, über den Mittelstand und die übrige Wirtschaft hinaus. Jede Vorabkontrolle kostet nicht nur Aufwand, sondern auch Lust und Motivation, und sie zeugt von Misstrauen, was wiederum zu Unlust führen muss. Gesetzgebung ist immer auch Psychologie, was die dort Tätigen weiter nicht sehen.