

Stellungnahme des Genossenschaftsverbands Bayern (GVB) zum Referentenentwurf „Drittes Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb“

Zu Regelungen zur Werbung mit Umweltaussagen (Seite 2 des BMJV-Schreibens)

Gegen die Regelungen bestehen aus Sicht des GVB keine Einwände.

Die Vorschriften gehen mit der aktuellen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes zur Werbung mit Umweltaspekten konform (vgl. zum Beispiel Internetbeitrag des GVB: <https://www.gv-bayern.de/artikel/2024/6/werbung-mit-dem-begriff-klimaneutral-entscheidung-des-bgh.html>) und konkretisieren diese.

Die Frage, ob es tatsächlich eines Eingreifens des Gesetzgebers bedurft hätte oder ob die Konkretisierung von Wettbewerbsverboten eigentlich Aufgabe der Justiz ist, wurde von der EU beantwortet. Es gibt eine Richtlinie und diese muss in deutsches Recht übertragen werden.

Regelungen zur frühzeitigen Obsoleszenz (der geplanten oder ungeplanten begrenzen Haltbarkeit) von Produkten (Seite 3 des BMJV-Schreibens)

Gegen die Regelungen bestehen aus Sicht des GVB keine Einwände. Für die Mitgliedsunternehmen des GVB wird davon ausgegangen, dass es keine große Betroffenheit geben wird.

Regelung zur Begrenzung von manipulativen Designs („Dark Pattern“) auf Online-Schnittstellen beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen (Seite 3 des BMJV-Schreibens)

Aus Sicht des GVB passen die Regelungen systematisch besser in § 312j BGB als in das UWG. Dort sind bereits Regelungen zur Gestaltung von digitalen Abschluss-Strecken enthalten, auch betreffend Finanzdienstleistungen (vgl. § 312j Absatz 5 BGB). Zudem stellt ein Verstoß gegen § 312j BGB auch ein wettbewerbswidriges Verhalten dar (Grüneberg, BGB, 84. Auflage, 2025, § 312j, Rn. 12).

Der Wortlaut der Neu-Regelung ist für sich genommen nicht zu beanstanden, da er die entsprechende Formulierung der EU-Richtlinie fast wörtlich übernimmt.

Der GVB hält aber folgende Klarstellung in der Gesetzesbegründung für erforderlich. *„Die wiederkehrende Aufforderung, die Zustimmung zur Änderung bereits bestehender Verträge zu erteilen, bleibt zulässig. Die Richtlinie regelt ersichtlich den Neu-Abschluss von Verträgen. Eine Richtlinien-überschießende Ausdehnung der Regelung auf Änderungsverträge erscheint im Interesse des Verbraucherschutzes nicht sinnvoll: Nach höchstrichterlicher Rechtsprechung bedarf die Änderung eines Verbrauchervertrages einer Zustimmung des Verbrauchers (BGH, XI ZR 26/20). Eine konkludente Zustimmung ist ausgeschlossen (BGH, XI ZR 139/23). Wird die Zustimmung nicht erteilt, ist der Unternehmer grundsätzlich zur Kündigung des Vertrages berechtigt (vgl. BGH, XI ZR 50/23). Die wiederholte Aufforderung des Unternehmers, dem Angebot auf Vertragsänderung zuzustimmen, stellt keine unzumutbare Belästigung dar. Vielmehr hat sie auch verbraucherschützende Funktion. Sie schafft dem Verbraucher mehrere Gelegenheiten, über eine Vertragsanpassung entscheiden zu können und dadurch eine Beendigung des Vertrages zu vermeiden.“*