

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

Neue Informationspflichten in Sicht – EU legt Fokus auf Umweltaspekte

Die Änderungen des rechtlichen Rahmens für den Warenverkauf reißen nicht ab: Die EU-Kommission stellte kürzlich die von ihr geplanten Änderungen der Verbraucherrechterichtlinie (kurz: VRRL) sowie der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (kurz: UGP-RL) vor. Die angedachten Änderungen dürften auch im Online-Handel ihre Spuren hinterlassen.

Worum geht es hierbei?

Der Richtlinienentwurf der EU-Kommission basiert auf dem europäischen „Green Deal“ und zielt zum einen auf eine nachhaltige(re) Produktkonzeption seitens der Hersteller ab.

Aber auch Verbraucher sollen geschützt in einen „grüneren“ Umgang mit Verbraucherprodukten eingebunden werden, so dass in der EU eine kreislauforientierte, saubere und grüne Wirtschaft erreicht werden kann.

Ferner soll auch der Verbraucherschutz dahingehend verbessert werden.

Verbraucher sollen die Anpassungen in die Lage versetzt werden, eine bewusste Kaufentscheidung zugunsten nachhaltiger Produkte zu treffen. Dazu gehören bessere Informationen über die Haltbarkeit und Reparierbarkeit einzelner Produkte bereits vor Vertragsschluss ebenso wie der Schutz vor unlauteren Geschäftspraktiken.

Hier sind Phänomene wie die „Grünfärberei“ oder die „geplante Obsoleszenz“, die zu einem geplanten, vorzeitigen Produktausfall führt ebenso zu nennen wie die Irreführung durch unzuverlässige und nicht transparente Nachhaltigkeitssiegel.

Durch Vorgaben hinsichtlich der Werbung bei Bestehen einer Haltbarkeitsgarantie bzw. bei Fehlen einer solchen Garantie bei energiebetriebenen Waren soll der Anreiz geschaffen werden, dass die Akteure (längere) Haltbarkeitsgarantien anbieten.

Was ist neu für den Händler?

In erster Linie werden Händler, sowohl stationär als auch online, durch den Richtlinienentwurf mit neuen, vorvertraglichen Informationspflichten konfrontiert.

Dies betrifft in erster Linie Informationen hinsichtlich der Lebensdauer und Haltbarkeit der Ware, etwa in Form einer Information über das Bestehen einer Haltbarkeitsgarantie des Herstellers, sofern dieser Informationen dazu zur Verfügung stellt bzw. bei energiebetriebenen Waren sogar im Sinne einer Negativinformation, also quasi Warnung, wenn der Hersteller keine solchen Informationen für das Produkt zur Verfügung gestellt hat.

Geht es nach der EU-Kommission, müssen diese Informationen künftig dann bereits vor Vertragsschluss von den Händlern zur Verfügung gestellt werden.

Daneben soll es in Bezug auf Waren mit digitalen Elementen sowie hinsichtlich digitalen Inhalten bzw. digitalen Dienstleistungen eine neue Informationspflicht dahingehend eingeführt werden, ob bzw. wie lange sich der Hersteller bzw. Leistungserbringer zur Bereitstellung von Software-Aktualisierungen verpflichtet hat.

Ferner ist auch eine Erweiterung der Irreführungstatbestände angedacht.

So soll die Liste der Produktmerkmale, über die ein Händler den Verbraucher nicht täuschen darf in Art. 6 Abs. 1 UGP-RL künftig erweitert werden, so dass auch „ökologische und soziale Folgen“, „Haltbarkeit“ und „Reparierbarkeit“ des jeweiligen Produktes eine Rolle spielen werden

Händler dürften hier künftig Probleme bekommen, wenn diesbezüglich unzutreffende Aussagen getroffen werden.

Darüber hinaus sollen auch die unzulässigen Geschäftspraktiken nach Art. 6 Abs. 2 UGP-RL erweitert werden.

Wer als Händler künftig eine Umweltaussage über die künftige Umweltleistung des Produkts ohne klare, objektive und überprüfbare Verpflichtungen und Ziele sowie ohne ein unabhängiges Überwachungssystem trifft oder Werbung mit Vorteilen für Verbraucher betreibt, die in dem betreffenden Markt als gängige Praxis gelten, dürfte sich dann Ärger einhandeln.

Schließlich soll auch die sogenannte „Schwarze Liste“ nach Anhang I der UGP-RL, die per-se-Verbote beinhaltet, also solche Verbote, deren Verletzung immer als unlauter anzusehen ist, ebenfalls in Bezug auf Umweltaussagen erweitert werden.

Angedacht sind neue per-se-Verbote in Bezug auf das

“

„2a. Anbringen eines Nachhaltigkeitssiegels, das nicht auf einem Zertifizierungssystem beruht oder von staatlichen Stellen festgesetzt wurde.

4a. Treffen einer allgemeinen Umweltaussage, bei der der Gewerbetreibende für die anerkannte hervorragende Umweltleistung, auf die sich die Aussage bezieht, keine Nachweise erbringen kann.

4b. Treffen einer Umweltaussage zum gesamten Produkt, wenn sie sich tatsächlich nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts bezieht.“

”

Der Entwurf ist [hier](#) einsehbar.

Fazit

Der Entwurf zeigt, dass insbesondere Umweltaspekte die Dynamik der Gesetzgebung auf hohem Niveau halten. Angesichts der aktuellen Energiekrise wird den Themen Umweltaspekte, Nachhaltigkeit und Ressourcen- wie Energieverbrauch künftig noch weitaus größere Bedeutung im juristischen Bereich zukommen.

Wenngleich diese Themen in der Sache eigentlich primär an die Produkthersteller adressieren: Händler müssen unbedingt am Ball bleiben, da sie diese neuen Themen in ihrer Werbung für die angebotenen Produkte abbilden müssen.

Die Richtung ist eindeutig: Der Verbraucher soll eine klare, informierte Entscheidung hinsichtlich dieser Themen treffen können, wenn er sich eine Ware kaufen möchte.

Wer hier als Händler nicht ausreichend oder gar in irreführender Weise informiert, wird es künftig schwer haben. Es drohen dann Abmahnungen durch Mitbewerber und Wettbewerbsverbände.

So nachvollziehbar der Ansatz in der Sache ist: Die geplanten Änderungen werden weitere, recherche- und auch fehlerintensive Herausforderungen für Händler in Bezug auf Beschaffung der Informationen und deren korrekte Darstellung in der Werbung schaffen.

Hier muss der „normale“ Händler wiederum darauf hoffen, dass der Hersteller ihn mit ausreichenden und vor allem in der Sache auch zutreffenden Informationen versorgen wird. Diese gilt es dann korrekt in der Produktbeschreibung einzubinden, damit der Verbraucher in zutreffender Weise vor Abschluss des Vertrags informiert wird.

Es gilt zudem, dabei eine Irreführung des Verbrauchers in Bezug auf Umweltgesichtspunkte zu vermeiden. Dem derzeit beliebten „Greenwashing“ werden künftig enge Grenzen gesetzt sein.

Sie möchten in Bezug auf neue rechtliche Herausforderungen im Ecommerce stets up to date bleiben? Kein Problem mit dem [Update-Service](#) der IT-Recht Kanzlei.

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt