



Council of the European Union
General Secretariat

Brussels, 03 November 2022

**Interinstitutional files:
2022/0092 (COD)**

WK 13974/2022 ADD 4

LIMITE

**CONSOM
MI
COMPET
ENER
ENV
SUSTDEV
DIGIT
CODEC**

This is a paper intended for a specific community of recipients. Handling and further distribution are under the sole responsibility of community members.

NOTE

From:	Delegation of Germany
To:	Working Party on Consumer Protection and Information (Attachés) Working Party on Consumer Protection and Information
Subject:	Proposal for a Directive on Empowering consumers for the green transition - Comments on Presidency compromise text 10937/22 REV 2 from delegation of DE.

Second position statement of the German Federal Government

concerning the

European Commission's proposal for a directive of the European Parliament and of the Council amending Directives 2005/29/EC and 2011/83/EU as regards empowering consumers for the green transition through better protection against unfair practices and better information

Preliminary remarks

The German Federal Government wishes to thank the Presidency for its work on the proposal for a directive (the "**Directive proposal**" or "**Proposal**") and the opportunity to comment on the current version of the text. It remains the case that Germany's comments in this second position statement are not intended to be exhaustive, and hence the Federal Government explicitly reserves the right to submit further comments and proposals for provisions at any time. The following position relates to the amendments to the Unfair Commercial Practices Directive ("**UCPD**") contained in Article 1 of the Proposal (I.), the amendments to the Consumer Rights Directive ("**CRD**") contained in Article 2 of the Proposal (II.) and Germany's proposal to introduce a uniform electronic withdrawal button (III.).

I. Amendments to the UCP Directive (Article 1 of the Proposal)

1. Introduction of Article 3(4a) into the UCP Directive as a priority rule

Article 3(4a) UCPD should explicitly regulate the relationship between the requirements that apply to a "*certification scheme*" within the meaning of Article 1(1)(s) of the Proposal and the existing requirements that apply to certification under the EU Eco-Management and Audit Scheme (EMAS), the EU Ecolabel and the certification marks.

Proposed amendment

(4a) In case of conflict between the provisions of this Directive and the following Community rules or the legislative provisions of a Member State issued on the basis of these rules stipulating specific requirements regarding transparency and certification, the latter shall prevail and apply to those specific aspects: Regulation (EC) No 1221/2009 (EMAS), Regulation (EC) No 66/2010 (EU Ecolabel Regulation), Chapter VIII Section 2 of Regulation (EU) No 2017/1001 (European Union Trade Mark Regulation) and Article 28 of Directive (EU) 2015/2436 (Trade Mark Directive).

(Amendments clarifying the original proposal are in italics)

The addition to recital 34 of the Proposal provided for in the current version of the text should consequently be deleted.

Proposed amendment

(34) Directives 2005/29/EC and 2011/83/EU should continue to work as a 'safety net' ensuring that a high level of consumer protection can be maintained in all sectors, by complementing sector and product-specific Union law that prevail in case of conflict. ~~Similarly, the specific Union law providing for transparency and certification as included for example in Regulation (EC) No 1221/2009 (EMAS), Regulation (EC) 66/2010 (EU Ecolabel), or Regulation (EC) 2017/1001 (trade mark) should prevail in case of conflict.~~

Rationale

The proposed provisions on a “*certification scheme*” impose requirements that may differ from the existing requirements regarding EMAS certification, the granting of an EU Ecolabel or a certification mark, without any impact assessment having been carried out to investigate whether there is, in fact, a credibility and transparency gap in these three areas. The primary objective pursued by the Proposal (i.e. precluding self-certification by companies) is ensured in an equivalent manner by the three regulatory schemes described above. Supplementary provisions would result in a loss of confidence on the part of the holders of the aforesaid certifications if it were to be the case that they were no longer allowed to refer to the certifications in their advertising based on the supplementary provisions in the Proposal.

A new rule needs to be incorporated into Article 3(4a) UCPD in order to regulate the relationship between the existing regulatory schemes and the new requirements for a certification scheme that are to be introduced. This is because the existing Article 3(4) UCPD only regulates the relationship between the UCP Directive and other pieces of legislation regulating specific aspects of unfair commercial practices (for an example of a case where this issue was explicitly examined, see CJEU, judgment of 25 July 2018, Case C-632/16 – *Dyson*). The above-mentioned regulatory schemes do not relate to unfair commercial practices, however; instead, they impose technical requirements pertaining to certification.

The EMAS Regulation contains detailed and binding provisions on environmental management system requirements, environmental core indicators, reporting requirements (environmental statement), external verifications of companies by environmental verifiers and the state authorisation and supervision of these latter. “Certification” under EMAS consists of two parts: “validation” of the environmental statement and entry in the EMAS register following further checks by the “competent body” in each EU Member State. The EMAS register is publicly accessible, contains relevant company details and thus offers a high level of transparency.

Compliance with the EU Ecolabel requirements is also verified by the independent “competent bodies” appointed by each of the Member States, upon application by the companies wishing to use the label.

Certification marks can be registered with the European Union Intellectual Property Office or with the national trade mark offices. A prerequisite for the granting of a certification mark is that the proprietor of the mark guarantees that the goods or services certified by that proprietor meet certain requirements in respect of material, mode of manufacture of goods or performance of services, quality, accuracy or other characteristics. In order to guarantee the proprietor’s independence from the certified goods or services, the proprietor of the mark must not carry out any business involving the supply of the goods or services of the kind certified.

As far as sustainability-related aspects are concerned, a feature common to all three instruments is that their significance would be undermined by the imposition of additional

requirements in the UCP Directive in the absence of an impact assessment demonstrating a need for such requirements.

2. Definition in more concrete terms of the scope of the term “*environmental claim*” in Article 1(1)(o) of the Proposal

The term “*environmental claim*” should be defined in more concrete terms in such a way as to make it clear that it relates to environmental considerations.

Proposed amendment

(o) ‘environmental claim’ means any message or representation, which is not mandatory under Union law or national law, including text, pictorial, graphic or symbolic representation, in any form, including labels, brand names, company names or product names, in the context of a commercial communication, which states or implies that a product or trader has a positive or no detrimental environmental impacts ~~on the environment~~ or is less damaging environmental impacts ~~to the environment~~ than other products or traders, respectively, or has improved their impact over time;

Rationale

By way of contrast to the definition of the term “*sustainability label*”, the definition of the term “*environmental claim*” does not differentiate between environmental and social impacts. The English version of the Directive proposal and the Commission’s comments reveal that the intention is to restrict the term “*environmental claim*” to environmental impacts. This should be made clear in the definition.

3. Definition in more concrete terms of the term “*sustainability label*” in Article 1(1)(r) of the Proposal

The term “*sustainability label*” needs to be differentiated more clearly from the term “*environmental claim*”.

Proposed amendment

(r) ‘sustainability label’ means any voluntary trust mark, quality mark or equivalent, either public or private, that declares or suggests to the consumer that ~~aims to set~~

apart and promote a product, a process or a business **has been investigated, tested, approved or otherwise subjected to an evaluation process** with reference predominantly to its environmental or social aspects or both, **regardless of whether this process is to have been carried out by the trader itself or by a third party.**

This does not cover any mandatory label required in accordance with Union or national law;

Rationale

According to Article 1(1)(o) of the Proposal, “*environmental claims*” can be represented *inter alia* in pictorial, graphic and symbolic form and as labels. At the same time, pursuant to Article 1(1)(r) of the Proposal, “*sustainability labels*” are represented as labels or quality marks, i.e. also in graphic form. It is furthermore unclear whether each sustainability label is intended to represent an environmental claim according to the basic idea underpinning the Directive proposal. The aforesaid definitions and recital 8 are both ambiguous.

Since the Proposal applies different requirements to “*environmental claims*” and “*sustainability labels*” (cf. Article 1(2)(b) and n° 2a and 4b of the annex to the Proposal), a clear distinction must be made between these two definitions. The nature of the graphic representation should be used as a distinguishing criterion when determining whether a representation is an environmental claim or a sustainability label.

4. Retention of the definition of the term “*certification scheme*” (Article 1(1)(s) of the proposal for a directive) used in the previous German version

The proposed deletion of the term “*verification*” in Article 1(1)(s) of the Proposal should be reversed or, at any rate, not carried out in the German version.

Proposed amendment

(s) ‘certification scheme’ means a third-party **verification** scheme that is open under transparent, fair and non-discriminatory terms to all traders willing and able to comply with the scheme’s requirements, which certifies that a product complies with certain requirements, and for which the monitoring of compliance is objective, based on international, Union or national standards and procedures and carried out by a party independent from both the scheme owner and the trader;

5. Definition in more concrete terms of the term “*software update*” in Article 1(1)(w) of the Proposal

Proposed amendment

(w) ‘software update’ means a ~~free~~ **any** update, including a security update, that is **either** necessary to keep goods with digital elements, digital content and digital services in conformity in accordance with Directives (EU) 2019/770 and (EU) 2019/771 **and other relevant Union and national law or is provided against remuneration.**

Rationale

Given the fact that obligations concerning software updates for products with digital content are likely to be imposed in future, *inter alia* under eco-design regulations and in connection with provisions on smartphones or tablets, the definition should relate not only to the Sale of Goods Directive and the Digital Content Directive, but to all provisions of national and European law.

In the context of the omission of information on the negative impacts of software updates, and in the interests of effective consumer protection, the provision should furthermore apply not only to “free” warranty updates, but moreover to all the software updates offered by a company, not least because it is even more aggravating if updates provided against remuneration ultimately result in disadvantages. According to the definition in Article 1(1)(w), however, a “*software update*” means a “free” update only within the context of the contractual warranty. Updates or upgrades by other companies – and therefore also updates against remuneration – are accordingly not covered. Given the fact that the UCP Directive concerns all commercial actions involving consumers, however, it is important for the definition to cover not only warranty updates provided by the software producer, but from the consumer’s perspective e.g. also updates from other providers, which are offered by the trader. At the same time, it should also be remembered that the negative impacts on the use of goods are no less problematic in the case of updates against remuneration, and that it can be challenging in contractual practice to differentiate between the different types of software updates.

6. Provision for the verifiability of future environmental claims by independent third parties in Article 1(2)(b) of the Proposal

Advertising based on environmental claims regarding future environmental performance should be more tangible and more transparent.

Proposed amendment

(d) making an environmental claim related to future environmental performance without clear, objective, **publicly accessible** and verifiable commitments, ~~and targets~~ **and completed implementation concepts** and without ~~an independent monitoring system~~ **providing any opportunity for verification by independent expert third parties;**

Rationale

The authorities entrusted with the enforcement of fair trade practice laws face a difficult task in verifying claims about future environmental performance. In particular, the use of very vague claims means that the enforcement authorities have virtually no solid or tangible reference points. At the same time, a company that does not achieve the promised environmental performance may, in the meantime, mislead consumers with the promotional message that is expressed.

The provisions that are currently proposed should therefore be expanded to state that claims related to future environmental performance are permissible only if the advertising company has taken the first concrete steps towards achieving the goal set in the environmental claim, for example by completing an implementation concept. Inclusion of the criterion “*completed implementation concepts*” also provides the enforcement authorities with an opportunity to verify claims regarding future environmental performance more reliably, since the measures undertaken by the advertising company to achieve the advertised environmental performance must be based on a previously drafted concept paper or some other implementation strategy.

In addition, the admissibility of advertising regarding future environmental performance should be based not on the integration of an “*independent monitoring system*”, but on the transparent documentation of the company’s progress and the associated opportunity for expert third parties to verify its implementation efforts. This solution firstly obviates the

need for a workable definition of the term “*independent monitoring system*”, which has not been forthcoming to date. Secondly, it provides an option for the relevant claims to be verified by all interested and competent authorities, making it possible to prosecute abusive behaviour by companies more effectively than through the deployment of a single “*independent monitoring system*”.

7. Deletion of the scenario regarding advertising benefits considered as a common practice (Article 1(2)(b) sub. (e) of the Proposal)

The scenario in Article 1(2)(b) sub. (e) of the Proposal should still be deleted because it contains three criteria that are vague and cannot be met with certainty in practice, even taking into account the amendment proposed by the Presidency. What is more, in cases where there are sound indications of customary market practice, it sanctions a behaviour to which no wrongdoing can be ascribed. For more detailed grounds, please refer to pp. 8 et seq. of our first position statement.

8. Definition in more concrete terms of the scenario regarding the obligation to provide information in the case of product comparisons (Article 1(3) of the Proposal)

The scenario in Article 1(3) of the Proposal should be defined in more concrete terms to make it clear that the obligation to provide information in the case of product comparisons relates only to the environmental or social aspects of the products to be compared.

Proposed amendment

7. Where a trader provides a service which compares products, information about the method of comparison, the products which are the object of comparison and the suppliers of those products, as well as the measures in place to keep that information up to date, shall be regarded as material, **in so far as the consumer is provided with information on the environmental or social aspects of the products or suppliers.**

Rationale

Please refer to p. 10 of our first position statement for the rationale.

9. Expansion of the annex to include new provisions on the use of labels (Article 1(4) of the proposal)

The annex should be expanded to include a scenario concerning the use of sustainability labels without indicating the class or categorisation.

Proposed amendment

2b. Displaying a sustainability label which is part of a coherent class or level system without indicating the respective class or level on the product and without allowing the consumer to view all available classes or levels at the point of sale.

Proposed amendment

(8a) If a sustainability label is used by traders in graduated or different classes or levels, consumers should be able to determine the class or level in which a certified product has been categorised. In such cases they should also have access at the point of sale to information on the different classes or levels that are awarded in general for the sustainability label, so that they can ascertain the relative level of ambition. Traders may display the overview of the different classes or levels on the label itself, elsewhere on the product packaging, in the immediate vicinity of the product offered for sale or on the internet. Representation on the internet alone should be permitted only if the website can be accessed by consumers using an internet-enabled end device via a clear indication on the product.

Rationale

Labels for different levels of classes entail different levels of requirements. Consumers should be able to identify the class for which the product is certified and the other classes that exist in order to ascertain the relevant level of ambition. In the case of the “*Cradle to Cradle*” label, for example, it makes a significant difference whether the product was certified at “Platinum”, “Gold”, “Silver” or “Bronze” level. “Bronze” level is only slightly

above the statutory requirements, whereas the “Gold” and “Platinum” levels signify a substantially higher standard. Using only the “Cradle to Cradle” label itself, without any indication of the level – as can be observed in practice – is therefore also a form of greenwashing. This will be prevented through inclusion of the proposed scenario on the “blacklist” of the UCP Directive.

10. Addition of a scenario in n° 4b of the Annex to the Proposal (Article 1(4) of the Proposal)

In order to preclude legal uncertainty, the scenario in n° 4b of the Annex to the Proposal should be expanded to include sustainability labels.

Proposed amendment

4b. Making an environmental claim **or using a sustainability label for the** ~~about the~~ entire product when it **the content** actually concerns only a certain aspect of the product.

Rationale

As explained, the relationship between “*environmental claims*” and “*sustainability labels*” is unclear. In order to avoid this lack of clarity in the context of practical implementation, the scenario in n° 4b of the Annex to the Proposal should be expanded to include the use of a sustainability label. This makes it unambiguously clear to addressees that the rule applies to both types of claims.

11. Definition in more concrete terms of the scenario in n° 23f of the Annex to the Proposal as well as recital 17 (Article 1(4) of the Proposal)

Proposed amendment

23f. Claiming that, ~~given specific use conditions,~~ a good has a certain durability in terms of usage time or intensity **under ordinary conditions of use** when it does not as a result of a systematic underperformance **within the producing process or supply chain** of the relevant good.

Proposed amendment

(17) Another practice which should be prohibited under Annex I to Directive 2005/29/EC is the practice of claiming that a good has a certain durability when it does not. That would be the case, for instance, when a trader informs consumers that a washing machine is expected to last a certain number of washing cycles if used in accordance with the instructions, while the actual use of washing machine under the prescribed conditions shows this is not the case. However, such practice should be prohibited only in case a trader's claim regarding the usage time or intensity turns out to be incorrect in a significant number of cases. **The significance should be determined on a case-by-case assessment, taking into account all relevant circumstances of the trader's commercial practice. In case the trader has published a recall before any enforcement action is launched, the commercial practice shall be deemed not to be unfair under all circumstances.**

12. Definition in more concrete terms of the scenario in n° 23g of the Annex to the Proposal (Article 1(4) of the Proposal)

The scenario in n° 23g of the Annex to the Proposal should be restricted to the provision of inaccurate information by the trader.

Proposed amendment

23g. Presenting goods as allowing repair when they do not ~~or omitting to inform the consumer that goods do not allow repair in accordance with legal requirements.~~

Rationale

With regard to n°23g of the Annex to the Proposal, the Federal Government proposes that the scenario should be defined in more concrete terms by deleting the second alternative. The obligation imposed by the provision to inform the consumer that goods do not allow repair is also targeted (as a duty to provide information) at traders, irrespective of whether they are retailers or producers. There can, however, be little doubt that the producer is the correct point of contact, since the latter is solely responsible for the engineering and product design of the good. In its current form, the provision is targeted at a group of

parties that are not competent to take decisions on the reparability of products, thereby exposing them to a significant liability risk.

13. Examination of the need to define in more concrete terms the scenarios in n° 23d to n° 23i of the Annex to the Proposal

The Federal Government reserves the right to put forward proposals defining in more concrete terms and amending the scenarios in n° 23d to n° 23i of the Annex to the Proposal. Since the early obsolescence practices referred to in these provisions could be regulated most efficiently at the level of producers, particular consideration should be given to the extent to which retailers should be held accountable for them.

14. Updating of Annex II to the UCP Directive

The Commission should be asked to update Annex II to the UCP Directive, which is outdated.

II. Amendments to the Consumer Rights Directive (Article 2 of the Proposal)

The Federal Government wishes to express its thanks to the Council Presidency for the efforts it has undertaken to table compromise proposals in respect of the planned additional pre-contractual information requirements in the Consumer Rights Directive.

In Germany's opinion, a satisfactory solution has not yet been found to the issue of identifying the scope of application of a negative obligation concerning the failure by a producer to provide information on the existence of a guarantee of more than two years. The Commission has attempted to restrict this negative information obligation in such a way as to ensure that only energy-using goods are covered. As we see it, however, this would also encompass goods for which the consumer does not expect a producer's warranty of more than two years in the first place (e.g. greetings cards with sound effects, children's toys with a small electric motor). Conversely, non-energy-using goods in the case of which the consumer emphatically does have an interest in a producer's warranty (e.g. higher-value furniture) would be excluded. Germany therefore remains unconvinced that the distinction between energy-using and non-

energy-using goods is the correct criterion for achieving the necessary restriction of the scope of application of this negative information obligation.

In any case, if the proposal is pursued further, the following considerations should be taken into account:

- As regards the obligation concerning the failure by a producer to provide information on the existence of a guarantee of more than two years for energy-using goods, Germany wishes to support **Option 1 (deletion) in relation to contracts other than distance or off-premises contracts (Article 5 CRD)** by way of a compromise. This follows from the fact that compliance with this (negative) information obligation imposes a greater burden on the business in the case of stationary trade than in the case of distance or off-premises contracts.
- As regards **distance and off-premises contracts (Article 6 CRD)** Germany supports **Option 2 (retention of the negative information obligation and the use of symbols to inform consumers)** by way of a compromise.
- The additional information obligations regarding software updates (Article 2(1) concerning Article 2(14e) CRD, Article 2(2) concerning Article 5(1)(ec) and (ed) CRD, Article 2(3) concerning Article 6(1)(mc) and (md) CRD) must not mean that consumer rights under the Sale of Goods Directive and the Digital Content Directive or (where applicable) any other European or national legislative acts are restricted as a result of the business providing information on the period for updates. In this context and taking into account the goals of the Directive, it should therefore be clarified that any warranty claims or other rights arising under national or European legislative acts remain unaffected by any information on timescales provided by a retailer. A supplementary provision to this effect should also be added to the proposal for a directive.

III. Introduction of a uniform electronic withdrawal button in the Consumer Rights Directive

The Federal Government wishes once again to propose the introduction of an electronic withdrawal button in a new Article 11a CRD. The withdrawal button is a key factor in the

strengthening of consumer rights in the digital world and the green transition, also and in particular in the context of the misleading practices that are becoming ever more frequent and that make it more difficult for consumers to assert their rights. The possibility of ordering various products almost instantly with a single click, combined with increased incentives to buy, for example personalised advertising and the use of “dark patterns”, may lead, among other things, to a rise in impulse or unintentional purchases that consumers quickly regret. A rapid and straightforward withdrawal option not only means that consumers are protected against the impacts of misleading and/or manipulative practices; it may also prevent goods ordered under circumstances of this kind from being shipped out in the first place, thereby saving resources. We are open to suggestions for amendments by other delegations; for example, thought could be given to expanding the scope of the provision to cover contracts concluded via an app.

In view of the Commission’s proposal to integrate the DMFSD into the Consumer Rights Directive, this provision should also be expanded to cover **contracts for financial services**. Article 3(1b) CRD should therefore also refer to Article 11a. The Commission’s proposal in the DMFSD dossier for a withdrawal button differs from Germany’s proposal in various respects. Whereas the Commission’s proposal states that clicking on the withdrawal button should result immediately in withdrawal from the contract, Germany’s proposal provides for a **two-step solution** with a button that initially leads to a “confirmation page” on which the consumer can enter details about the contract with a view to allowing its unambiguous identification. The consumer can then conclude the withdrawal decision on this confirmation page by clicking on the **confirmation button**. We continue to regard this solution as more legally secure than the solution proposed by the Commission in the DMFSD dossier, in particular because the two-step solution (among other things) prevents accidental withdrawals and allows unambiguous identification of the contract in question, but we once again remain happy to discuss this matter further.

* * *



Zweite Stellungnahme der deutschen Bundesregierung

zum

Vorschlag der Europäischen Kommission für eine Richtlinie des europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und bessere Informationen

Vorbemerkung

Die deutsche Bundesregierung dankt der Präsidentschaft für ihre Arbeit an dem Richtlinien-vorschlag („**RL-Vorschlag**“) und die Möglichkeit, zu der aktuellen Textfassung Stellung zu nehmen. Die zweite deutsche Stellungnahme erhebt weiterhin keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sodass sich die Bundesregierung ausdrücklich und jederzeit das Einreichen weiterer Stellungnahmen und Regelungsvorschläge vorbehält. Die folgende Stellungnahme bezieht sich auf die in Artikel 1 RL-Vorschlag enthaltenen Änderungen an der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (I.), auf die in Artikel 2 RL-Vorschlag enthaltenen Änderungen an der Verbraucherrechte-Richtlinie (II.) und den deutschen Vorschlag für die Einführung eines einheitlichen elektronischen Widerrufsbuttons (III.).

I. Änderungen der UGP-Richtlinie (Artikel 1 RL-Vorschlag)

1. Ergänzung einer Kollisionsnorm in Artikel 3 Absatz 4a UGP-RL

In Artikel 3 Absatz 4a UGP-RL ist eine explizite Norm zur Regelung des Verhältnisses der Voraussetzungen an ein „*Zertifizierungssystem*“ im Sinne von Artikel 1 Nummer 1 (s) RL-Vorschlag zu den bestehenden Voraussetzungen an eine Zertifizierung nach dem EU *eco-management and audit scheme* (EMAS), das EU-Umweltzeichen und die Gewährleistungsmarken aufzunehmen.

Änderungsvorschlag

4a) Kollidieren die Bestimmungen dieser Richtlinie mit folgenden Rechtsvorschriften der Gemeinschaft oder auf Grundlage dieser Rechtsvorschriften erlassenen Rechtsvorschriften eines Mitgliedstaates, die besondere Anforderungen an Transparenz und Zertifizierung enthalten, so gehen die letzteren vor und sind für diese besonderen Aspekte maßgeblich: Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 (EMAS), Verordnung (EG) Nr. 66/2010 (Umweltzeichen-Verordnung), Kapitel VIII Abschnitt 2 der Verordnung (EU) Nr. 2017/1001 (Unionsmarken-Verordnung) und Artikel 28 der Richtlinie (EU) 2015/2436 (Marken-Richtlinie).

(Konkretisierungen im Vergleich zum ursprünglichen Vorschlag kursiv)

Die in der aktuellen Textfassung vorgesehene Ergänzung in ErwGr (34) RL-Vorschlag ist dementsprechend zu streichen.

Änderungsvorschlag

~~(34) Directives 2005/29/EC and 2011/83/EU should continue to work as a 'safety net' ensuring that a high level of consumer protection can be maintained in all sectors, by complementing sector and product-specific Union law that prevail in case of conflict. Similarly, the specific Union law providing for transparency and certification as included for example in Regulation (EC) No 1221/2009 (EMAS), Regulation (EC) 66/2010 (EU Ecolabel), or Regulation (EC) 2017/1001 (trade mark) should prevail in case of conflict.~~

Begründung

Der Regelungsvorschlag für ein „Zertifizierungssystem“ stellt Anforderungen auf, die von den bestehenden Anforderungen an eine EMAS-Zertifizierung, an die Erteilung eines EU-Umweltzeichens oder einer Gewährleistungsmarke abweichen können, ohne dass im *impact assessment* untersucht wurde, ob in diesen drei Bereichen tatsächlich ein Defizit hinsichtlich Glaubwürdigkeit und Transparenz besteht. Das von dem Richtlinienvorschlag zuvorderst verfolgte Ziel, eine Eigenzertifizierung durch Unternehmen auszuschließen, wird in gleicher Weise durch die drei vorstehend beschriebenen Regelungsregime sichergestellt. Ergänzende Regelungen würden bei Inhabern der vorstehenden Zertifizierungen zu einem Vertrauensverlust führen, sollten sie mit den Zertifizierungen aufgrund der ergänzenden Regelungen aus dem Richtlinienvorschlag nicht mehr werben dürfen.

Um das Verhältnis zwischen den bestehenden Regelungsregimen und den neu einzuführenden Voraussetzungen an ein Zertifizierungssystem zu regeln, ist eine neu einzuführende Norm in Artikel 3 Absatz 4a UGP-RL erforderlich. Denn der bestehende Artikel 3 Absatz 4 UGP-RL regelt nur das Verhältnis der UGP-Richtlinie zu anderen Rechtsakten, die besondere Aspekte unlauterer Geschäftspraktiken regeln (explizit etwa EuGH vom 25.7.2018, Rs. C-632/16 – *Dyson*). Die genannten Regelungsregime betreffen jedoch keine unlauteren Geschäftspraktiken, sondern sie enthalten fachspezifische Anforderungen an eine Zertifizierung.

Die EMAS-Verordnung enthält ausführliche und verbindliche Regelungen zu den Anforderungen an das Umweltmanagementsystem, Umweltkernindikatoren, Anforderungen an die Berichterstattung (Umwelterklärung), die externe Prüfung des Unternehmens durch Umweltgutachter sowie deren staatliche Zulassung und Beaufsichtigung. Eine „Zertifizierung“ nach EMAS besteht aus zwei Teilen, nämlich der „Validierung“ der Umwelterklärung und der Eintragung in das EMAS-Register nach einer weiteren Prüfung durch die im Mitgliedstaat jeweils „zuständige Stelle“. Das EMAS-Register ist öffentlich zugänglich, enthält relevante Unternehmensangaben und bietet daher eine hohe Transparenz.

Auch bei EU-Umweltzeichen wird die Einhaltung der Anforderungen auf Antrag der Unternehmen, die das Label nutzen wollen, durch unabhängige, von den Mitgliedstaaten jeweils benannte „zuständige Stellen“ geprüft.

Gewährleistungsmarken können beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum oder bei den nationalen Markenämtern registriert werden. Voraussetzung für die Erteilung einer Gewährleistungsmarke ist, dass der Markeninhaber gewährleistet, dass die von ihm zertifizierten Waren oder Dienstleistungen bestimmte Anforderungen an Material, Art und Weise der Herstellung der Ware oder der Erbringung der Dienstleistungen, Qualität, Genauigkeit oder andere Eigenschaften erfüllen. Um die Unabhängigkeit des Markeninhabers von den zertifizierten Waren oder Dienstleistungen sicherzustellen, darf der Markeninhaber keine gewerbliche Tätigkeit ausüben, die die Lieferung von Waren oder Dienstleistungen umfasst, für die eine Gewährleistung besteht.

Alle drei Instrumente haben gemein, dass ihre Bedeutung – soweit sie nachhaltigkeitsbezogene Aspekte betreffen – durch zusätzliche Anforderungen in der UGP-Richtlinie ausgehöhlt würde, ohne dass die Notwendigkeit dafür in einem impact assessment belegt wurde.

2. Konkretisierung des Umfangs der Definition „*Umweltaussage*“ in Artikel 1 Nummer 1 (o) RL-Vorschlag

Der Begriff „*Umweltaussage*“ ist dahingehend zu konkretisieren, dass er sich auf ökologische Aspekte bezieht.

Änderungsvorschlag

o) „*Umweltaussage*“ eine Aussage oder Darstellung, die nach Unionsrecht oder nationalem Recht nicht verpflichtend ist, einschließlich Darstellungen durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole in jeder Form, einschließlich Etiketten, Markennamen, Firmennamen oder Produktbezeichnungen, im Kontext einer kommerziellen Kommunikation, in der ausdrücklich oder stillschweigend angegeben wird, dass ein Produkt oder Gewerbetreibender ~~eine positive oder keine~~ **nachteiligen ökologischen Auswirkungen** auf die Umwelt hat oder weniger ~~schädliche~~ **ökologische Auswirkungen hat** für die Umwelt ist als andere Produkte bzw. Gewerbetreibende oder dass deren Auswirkung im Laufe der Zeit verbessert wurde;

Begründung

Anders als die Definition „*Nachhaltigkeitssiegel*“ differenziert die Definition „*Umweltaussage*“ nicht zwischen ökologischen und sozialen Auswirkungen. Die englische Sprachfassung des Richtlinienentwurfs und die Ausführungen der Kommission zeigen, dass sich der Begriff „*Umweltaussage*“ auf ökologische Auswirkungen beschränken soll. Das ist in der Definition deutlich zu machen.

3. Konkretisierung der Definition „*Nachhaltigkeitssiegel*“ in Artikel 1 Nummer 1 (r) RL-Vorschlag

Es ist erforderlich, den Begriff „*Nachhaltigkeitssiegel*“ deutlicher von dem Begriff der „*Umweltaussage*“ abzugrenzen.

Änderungsvorschlag

r) „Nachhaltigkeitssiegel“ ein freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauenssiegel, Gütezeichen oder Ähnliches, **durch das erklärt oder dem Verbraucher suggeriert wird, mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder ein Unternehmen sei überwiegend in Bezug auf seine ökologischen oder sozialen Aspekte oder beides untersucht, geprüft, bestätigt oder in sonstiger Weise einem Prozess der Bewertung unterzogen worden, unabhängig davon, ob dieser Prozess von dem Gewerbetreibenden selbst oder von einem Dritten vorgenommen worden sein soll** hervorzuheben oder zu fördern. Dies gilt nicht für verpflichtende Kennzeichnungen, die nach Unionsrecht oder nationalem Recht vorgeschrieben sind;

Begründung

„Umweltaussagen“ können nach Artikel 1 Nummer 1 (o) RL-Vorschlag unter anderem in Darstellungen durch Bilder, grafische Elemente, Symbolen und Etiketten enthalten sein. Gleichzeitig werden „Nachhaltigkeitssiegel“ nach Artikel 1 Nummer 1 (r) RL-Vorschlag durch Siegel oder Gütezeichen – also ebenfalls graphische Elemente – dargestellt. Zudem ist unklar, ob nach der grundsätzlichen Konzeption des Richtlinienvorschlags jedes Nachhaltigkeitssiegel eine Umweltaussage darstellen soll. Weder die genannten Definitionen noch ErwGr (8) sind eindeutig.

Da der Richtlinienvorschlag an „Umweltaussagen“ und „Nachhaltigkeitssiegel“ unterschiedliche Anforderungen stellt (vgl. Artikel 1 Nummer 2 lit. b, Nr. 2a, 4b Anhang RL-Vorschlag) ist es erforderlich, beide Definitionen nachvollziehbar voneinander abzugrenzen. Die Art und Weise der graphischen Darstellung sollte als Abgrenzungskriterium dafür herangezogen werden, ob es sich bei einer Darstellung um eine Umweltaussage oder ein Nachhaltigkeitssiegel handelt.

4. Beibehaltung der Definition „Zertifizierungssystem“ (Artikel 1 Nummer 1 (s) RL-Vorschlag) der bisherigen deutschen Sprachfassung

Die vorgeschlagene Streichung des Begriffs „*verification*“ in Artikel 1 Absatz 1 (s) RL-Vorschlag sollte rückgängig gemacht oder jedenfalls nicht für die deutsche Sprachfassung übernommen werden.

Änderungsvorschlag

s) „Zertifizierungssystem“ ein System **der Überprüfung** durch Dritte, das allen Gewerbetreibenden, die bereit und in der Lage sind, die Anforderungen des Systems zu erfüllen, unter transparenten, lauterer und diskriminierungsfreien Bedingungen offensteht und durch das zertifiziert wird, dass ein Produkt bestimmte Anforderungen erfüllt, und bei dem die Überwachung der Einhaltung der Anforderungen objektiv ist, auf internationalen, Unions- oder nationalen Normen oder Verfahren basiert und von einer Partei durchgeführt wird, die vom Eigentümer des Systems und dem Gewerbetreibenden unabhängig ist;

5. Konkretisierung der Definition „Software-Aktualisierung“ in Artikel 1 Nummer 1 (w) RL-Vorschlag

Änderungsvorschlag

(w) 'software update' means ~~a free~~ **any** update, including a security update, that is **either** necessary to keep goods with digital elements, digital content and digital services in conformity in accordance with Directives (EU) 2019/770 and (EU) 2019/771 **and other relevant Union and national law or is provided against remuneration.**

Begründung

Vor dem Hintergrund, dass zukünftig auch unter der Ökodesign-Regulierung, u.a. im Rahmen der Regelungen zu Smartphones oder Tablets, Verpflichtungen zu Software-Aktualisierungen für Produkte mit digitalen Inhalten zu erwarten sind, sollte sich die Definition nicht nur auf die Warenkauf-Richtlinie und die Digitale Inhalte-Richtlinie, sondern auf sämtliche nationale und europäische Vorschriften beziehen.

Im Zusammenhang mit der Unterlassung von Informationen über die negativen Auswirkungen von Software-Aktualisierungen sollte sich die Regelung im Sinne eines effektiven Verbraucherschutzes zudem nicht nur auf „kostenlose“ Gewährleistungsupdates beziehen, sondern darüber hinaus auf alle von einem Unternehmen angebotenen Software-Aktualisierungen, zumal es bei kostenpflichtigen Updates noch ärgerlicher ist, wenn diese im Ergebnis zu Nachteilen führen. „Software-Aktualisierung“ ist aber nach der Definition

in Artikel 1 Nummer 1 (w) nur eine „kostenfreie“ Aktualisierung im Rahmen der vertraglichen Gewährleistung. Updates oder Upgrades von anderen Unternehmen und damit auch kostenpflichtige Aktualisierungen sind demnach nicht erfasst. Vor dem Hintergrund, dass die UGP-Richtlinie sich auf sämtliche kommerziellen Handlungen gegenüber Verbrauchern bezieht, sollten jedoch nicht nur die Gewährleistungsupdates des Herstellers selbst erfasst werden, sondern aus Verbrauchersicht z.B. auch Updates anderer Anbieter, die der Händler vertreibt. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die negativen Auswirkungen auf die Verwendung von Waren bei kostenpflichtigen Aktualisierungen nicht minder problematisch sind und eine Abgrenzung zwischen den verschiedenen Arten von Software-Aktualisierungen in der vertraglichen Praxis schwierig sein kann.

6. Ermöglichung der Überprüfbarkeit künftiger Umweltaussagen durch unabhängige Dritte in Artikel 1 Nummer 2 lit. b (d) RL-Vorschlag

Werbung mit Umweltaussagen über künftige Umweltleistungen sollte greifbarer und transparenter werden.

Änderungsvorschlag

d) Treffen einer Umweltaussage über die künftige Umweltleistung ohne klare, objektive, **öffentlich zugängliche** und überprüfbare Verpflichtungen, ~~und~~ Ziele **und fertiggestellte Umsetzungskonzepte** sowie ohne ein ~~unabhängiges Überwachungssystem~~ **Eröffnung der Möglichkeit zur Überprüfung durch unabhängige sachkundige Dritte**;

Begründung

Für die Stellen zur Durchsetzung des Lauterkeitsrechts ist die Überprüfung von Aussagen über künftige Umweltleistungen eine schwierige Aufgabe. Insbesondere die Verwendung sehr vager Aussagen bietet den Durchsetzungsstellen kaum konkrete oder greifbare Ansatzpunkte. Gleichzeitig kann ein Unternehmen, das angekündigte Umweltleistungen nicht erzielt, Verbraucher in der Zwischenzeit mit der geäußerten Werbeaussage in die Irre führen.

Der bisherige Regelungsvorschlag sollte deshalb dahingehend erweitert werden, dass Aussagen über künftige Umweltleistungen nur dann zulässig sind, wenn das werbende

Unternehmen erste konkrete Maßnahmen – wie ein fertiggestelltes Umsetzungskonzept – ergriffen hat, um das in der Umweltaussage angestrebte Ziel erreichen zu können. Die Aufnahme des Merkmals „*fertiggestellter Umsetzungskonzepte*“ ermöglicht es den Durchsetzungsstellen zudem, Aussagen über künftige Umweltleistungen belastbarer überprüfen zu können, da die von dem werbenden Unternehmen ergriffenen Maßnahmen zur Erzielung der beworbenen Umweltleistung auf einem zuvor erarbeiteten Konzeptpapier oder einer sonstigen Umsetzungsstrategie beruhen müssen.

Zudem sollte die Zulässigkeit der Werbung mit künftigen Umweltleistungen nicht an die Einbindung eines „*unabhängigen Überwachungssystems*“ anknüpfen, sondern an eine transparente Dokumentation der Unternehmensentwicklung und die damit verbundene Möglichkeit für sachkundige Dritte, eine Überprüfung der Umsetzung durch das Unternehmen vorzunehmen. Diese Lösung macht zum einen eine bisher nicht erfolgte, handhabbare Definition des Begriffs „*unabhängiges Überwachungssystem*“ entbehrlich. Zum anderen eröffnet sie die Möglichkeit zur Überprüfung der relevanten Aussagen durch alle interessierten und befähigten Stellen, wodurch missbräuchliches Verhalten von Unternehmen effektiver verfolgt werden kann als durch die Einsetzung eines einzelnen „*unabhängigen Überwachungssystems*“.

7. Streichung des Tatbestands über Werbung mit Vorteilen gängiger Praxis (Artikel 1 Nummer 2 lit. b (e) RL-Vorschlag)

Der Tatbestand in Artikel 1 Nummer 2 lit. b (e) RL-Vorschlag sollte weiterhin gestrichen werden, weil er auch unter Berücksichtigung der von der Präsidentschaft vorgeschlagenen Änderung drei unbestimmte und in der Praxis nicht mit Sicherheit ausfüllbare Tatbestandsmerkmale enthält. Zudem sanktioniert er bei zutreffenden Hinweisen auf eine marktgängige Praxis ein Verhalten, dem kein Unwertgehalt zukommt. Zur näheren Begründung verweisen wir auf unsere erste Stellungnahme (dort, S. 8 f.).

8. Konkretisierung des Tatbestands zu Informationspflichten bei Produktvergleichen (Artikel 1 Nummer 3 RL-Vorschlag)

Der Tatbestand in Artikel 1 Nummer 3 RL-Vorschlag sollte dahingehend konkretisiert werden, dass sich die Informationspflicht bei Produktvergleichen nur auf ökologische oder soziale Aspekte der zu vergleichenden Produkte bezieht.

Änderungsvorschlag

(7) Bietet ein Gewerbetreibender eine Leistung an, die Produkte vergleicht, werden Informationen über die Vergleichsmethode, die betreffenden Produkte und die Lieferanten dieser Produkte sowie die bestehenden Maßnahmen, um die Informationen auf dem neuesten Stand zu halten, als wesentlich angesehen, **soweit dem Verbraucher Informationen über die ökologischen oder sozialen Aspekte der Produkte oder Anbieter bereitgestellt werden.**

Begründung

Zur Begründung verweisen wir auf unsere erste Stellungnahme (dort, S. 10).

9. Ergänzung des Anhangs um eine neue Regelung zur Nutzung von Labels (Artikel 1 Nummer 4 RL-Vorschlag)

Der Anhang sollte um einen Tatbestand zur Nutzung von Nachhaltigkeitssiegeln unter Angabe einer Klasse oder Einstufung ergänzt werden.

Änderungsvorschlag

2b. Displaying a sustainability label which is part of a coherent class or level system without indicating the respective class or level on the product and without allowing the consumer to view all available classes or levels at the point of sale.

Änderungsvorschlag

ErwGr (8a) Wenn ein Nachhaltigkeitssiegel in abgestuften oder unterschiedlichen Klassen oder Leveln von Gewerbetreibenden verwendet wird, sollten Verbraucher erkennen können, in welche Klasse oder welches Level ein zertifiziertes Produkt eingestuft wird. In diesem Fall sollten sie außerdem am Verkaufsort erkennen können, welche unterschiedlichen Klassen oder Level für das Nachhaltigkeitssiegel insgesamt vergeben werden, um das relative Ambitionsniveau zu erkennen. Gewerbetreibende können die Übersicht der unterschiedlichen Klassen oder Level auf dem Label selbst, an anderer Stelle auf der Produktverpackung, in unmittelbarer Nähe zum angebotenen Produkt oder im Internet darstellen. Eine bloße Darstellung im Internet sollte nur zulässig sein, wenn die Internetseite für Verbraucher über einen deutlichen Hinweis auf dem Produkt mit einem internetfähigen Endgerät erreichbar ist.

Begründung

Label mit verschiedenen Klassenstufen haben ein unterschiedliches Anforderungsniveau. Verbraucher sollten erkennen, nach welcher Klasse das Produkt zertifiziert ist und welche Klassen es gibt, um das relative Ambitionsniveau zu erkennen. So macht es einen großen Unterschied, ob beispielsweise beim Siegel „Cradle to Cradle“ die Stufe Platin, Gold, Silber oder Bronze vergeben wurde. Die Stufe „Bronze“ liegt nur wenig über den gesetzlichen Anforderungen, während Gold oder Platin einen deutlich erhöhten Standard bedeutet. Wenn daher – wie in der Praxis zu beobachten – nur das Label „Cradle to Cradle“ selbst verwendet wird, ohne Kenntlichmachung des Niveaus, stellt auch dies eine Form von „Greenwashing“ dar. Diese Praxis wird durch die vorgeschlagene Regelung in der Black List unterbunden.

10. Ergänzung des Tatbestands in Nummer 4b Anhang RL-Vorschlag (Artikel 1 Nummer 4 RL-Vorschlag)

Um Rechtsunsicherheit zu vermeiden, sollte der Tatbestand in Nummer 4b Anhang RL-Vorschlag um Nachhaltigkeitssiegel ergänzt werden.

Änderungsvorschlag

4b. Treffen einer Umweltaussage oder Verwendung eines Nachhaltigkeitssiegels für das zum gesamten Produkt, wenn sie sich der Inhalt tatsächlich nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts bezieht.

Begründung

Das Verhältnis von „Umweltaussagen“ zu „Nachhaltigkeitssiegeln“ ist wie dargestellt unklar. Um diese Unklarheit in der Anwendungspraxis zu umgehen, sollte der Tatbestand in Nummer 4b Anhang RL-Vorschlag um die Verwendung eines Nachhaltigkeitssiegels ergänzt werden. Auf diese Weise wird dem Normadressaten eindeutig klargemacht, dass die Norm auf beide Aussageformen Anwendung findet.

11. Konkretisierung des Tatbestands Nummer 23f Anhang nebst Erwägungsgrund (Artikel 1 Nummer 4 RL-Vorschlag)

Änderungsvorschlag

23f. Claiming that, ~~given specific use conditions~~, a good has a certain durability in terms of usage time or intensity under ordinary conditions of use when it does not as a result of a systematic underperformance within the producing process or supply chain of the relevant good.

Änderungsvorschlag

(17) Another practice which should be prohibited under Annex I to Directive 2005/29/EC is the practice of claiming that a good has a certain durability when it does not. That would be the case, for instance, when a trader informs consumers that a washing machine is expected to last a certain number of washing cycles if used in accordance with the instructions, while the actual use of washing machine under the prescribed conditions shows this is not the case. However, such practice should be prohibited only in case a trader's claim regarding the usage time or intensity turns out to be incorrect in a significant number of cases. The significance should be determined on a case-by-case assessment, taking into account all relevant circumstances of the trader's commercial practice. In case the trader has published a recall before any

enforcement action is launched, the commercial practice shall be deemed not to be unfair under all circumstances.

12. Konkretisierung des Tatbestands in Nummer 23g Anhang RL-Vorschlag (Artikel 1 Nummer 4 RL-Vorschlag)

Der Tatbestand in Nummer 23g Anhang RL-Vorschlag sollte auf eine unzutreffende Information durch den Gewerbetreibenden beschränkt werden.

Änderungsvorschlag

23g. Presenting goods as allowing repair when they do not ~~or omitting to inform the consumer that goods do not allow repair in accordance with legal requirements.~~

Begründung

Im Hinblick auf Nummer 23g Anhang RL-Vorschlag wird eine Konkretisierung des Tatbestands durch die Streichung der zweiten Alternative angeregt. Die durch die Regelung auferlegte Pflicht, den Verbraucher darüber zu informieren, dass Waren nicht reparaturfähig sind, richtet sich als Informationspflicht auch an Gewerbetreibende, unabhängig davon, ob es sich um Händler oder Hersteller handelt. Zweifellos ist der Hersteller aber der richtige Ansprechpartner, da allein er für Konstruktion und Produktdesign der Ware verantwortlich ist. In ihrer derzeitigen Ausgestaltung betrifft die Regelung einen in Bezug auf die Reparaturfähigkeit von Produkten nicht betrauten Adressatenkreis, der dadurch einem erheblichen Haftungsrisiko ausgesetzt würde.

13. Weitergehende Konkretisierung der Tatbestände Nummer 23d bis 23i Anhang RL-Vorschlag wird geprüft

Die Bundesregierung behält sich vor, weitere Konkretisierungen und Änderungen an den Tatbeständen in den Nummern 23d bis 23i Anhang RL-Vorschlag vorzubringen. Da die dort genannten Praktiken frühzeitiger Obsoleszenz am effizientesten auf der Ebene der Hersteller geregelt werden könnten, ist in besonderem Maße abzuwägen, inwieweit Händler für diese Praktiken verantwortlich gemacht werden sollen.

14. Aktualisierung von Anhang II UGP-RL

Die Kommission sollte um Aktualisierung des veralteten Anhangs II der UGP-Richtlinie gebeten werden.

II. Änderungen der VR-Richtlinie (Artikel 2 RL-Vorschlag)

Die Bundesregierung bedankt sich für die Bemühungen der Ratspräsidentschaft, Kompromissvorschläge für die vorgesehenen zusätzlichen vorvertraglichen Informationspflichten in der Verbraucherrechte-Richtlinie zu unterbreiten.

Der Anwendungsbereich für eine negative Informationspflicht über fehlende Herstellergarantien von mehr als 2 Jahren erscheint aus DEU-Sicht noch nicht in zufriedenstellender Weise gefunden. Die Kommission hat versucht, diese negative Informationspflicht in der Weise zu beschränken, dass nur energiebetriebene Waren erfasst seien. Dies würde aber nach unserem Verständnis auch solche Waren einbeziehen, bei denen der Verbraucher eine Herstellergarantie von mehr als zwei Jahren überhaupt nicht erwartet (z.B. Glückwunschkarten mit Soundelement, Kinderspielzeug mit kleinem Elektromotor). Auf der anderen Seite wären nicht-energiebetriebene Waren ausgeschlossen, bei denen der Verbraucher durchaus ein Interesse an einer Herstellergarantie haben könnte (z.B. höherwertige Möbel). DEU ist daher weiterhin nicht überzeugt, dass die Unterscheidung zwischen energiebetriebenen und nicht-energiebetriebenen Waren das richtige Kriterium ist, um die erforderliche Eingrenzung des Anwendungsbereichs dieser negativen Informationspflicht zu erreichen.

Jedenfalls sollten bei Weiterverfolgung dieses Vorschlags die folgenden Maßgaben beachtet werden:

- In Bezug auf die Informationspflicht über fehlende Herstellergarantien über mehr als zwei Jahre bei energiebetriebenen Waren spricht sich DEU im Kompromisswege **in Bezug auf den stationären Handel (Art. 5 VR-RL) für Option 1 (Streichung)** aus. Dies folgt aus der Erwägung, dass für den Unternehmer die Erfüllung dieser (negativen) Informationspflicht im stationären Handel mit größeren Belastungen verbunden ist als im Fernabsatz- oder Außergeschäftsraumhandel.

- In Bezug auf **Fernabsatz- und Außergeschäftsraumverträge (Art. 6 VR-RL)** kann DEU im Kompromisswege **Option 2 (Beibehaltung der negativen Informationspflicht und Verwendung von Symbolen zur Verbraucherinformation)** mittragen.
- Die Ergänzung der Informationspflichten zu Software-Updates (Art. 2 Abs. 1 Buchstabe 14 e; Abs. 2 Buchstaben ec) und ed), Abs. 3 Buchstaben mc) und md) darf nicht dazu führen, dass durch eine Angabe der Dauer des Updates durch den Unternehmer die Rechte der Verbraucher aus der Warenkauf-Richtlinie und der Digitale Inhalte-Richtlinie sowie ggf. anderen europäischen oder nationalen Rechtsakten eingeschränkt werden. Vor diesem Hintergrund und unter Berücksichtigung der Ziele der Richtlinie sollte deshalb klargestellt werden, dass etwaige Gewährleistungsansprüche bzw. sonstige Rechte aus nationalen oder europäischen Rechtsakten von der möglichen zeitlichen Angabe des Händlers unberührt bleiben. Dies sollte ergänzend auch im Normtext erfolgen.

III. Einführung eines einheitlichen elektronischen Widerrufsbuttons in die VR-Richtlinie

Die Bundesregierung weist erneut auf ihren Vorschlag für die Einführung eines elektronischen Widerrufsbuttons in einem neuen Artikel 11a VR-RL hin. Der Widerrufsbutton ist ein zentrales Element zur Stärkung der Verbraucherrechte in der digitalen Welt und im grünen Wandel, insbesondere auch vor dem Hintergrund vermehrt auftretender irreführender Praktiken, durch die die Geltendmachung von Verbraucherrechten erschwert wird. Durch die Möglichkeit, verschiedene Produkte sehr schnell mit einem Klick zu bestellen, in Verbindung mit gesteigerten Kaufanreizen, beispielsweise durch personalisierte Werbung, sowie durch die Verwendung von sog. Dark Patterns kann es u. a. vermehrt zu Impulskäufen bzw. ungewollten Käufen kommen, die Verbraucher schnell bereuen. Mit der Möglichkeit eines schnellen, unkomplizierten Widerrufs werden Verbraucher nicht nur vor den Auswirkungen irreführender und/oder manipulierender Praktiken geschützt. Es kann gleichzeitig auch vermieden werden, dass unter derartigen Umständen bestellte Ware überhaupt erst versendet wird, wodurch Ressourcen gespart werden können. Wir sind offen für Änderungsvorschläge anderer Delegationen. So könnte etwa an eine Ausdehnung auf Verträge gedacht werden, die über eine App abgeschlossen werden.

Im Hinblick auf den Vorschlag der Kommission zur Überführung der DMFSD in die VR-Richtlinie sollte diese Regelung auch auf **Verträge über Finanzdienstleistungen** ausgedehnt werden. Artikel 3 Absatz 1b VR-RL sollte daher auch auf Artikel 11a Bezug nehmen. Die von der Kommission im Dossier DMFSD vorgeschlagene Regelung eines Widerrufsbuttons unterscheidet sich in verschiedenen Punkten vom DEU Vorschlag. Während nach dem Vorschlag der Kommission ein Klick auf den Widerrufsbutton unmittelbar zum Widerruf des Vertrages führen soll, sieht der deutsche Vorschlag eine **2-stufige Lösung** vor mit einer Schaltfläche, die zunächst auf eine sogenannte Bestätigungsseite führt, auf der der Verbraucher Details zum Vertrag eingeben kann, die eine eindeutige Identifizierung desselben ermöglichen. Auf dieser Bestätigungsseite hat der Verbraucher sodann seine Widerrufsentscheidung abschließen mit Klick auf die **Bestätigungsschaltfläche** zu bestätigen. Wir halten diese Lösung weiterhin für rechtssicherer als die von der Kommission im Dossier DMFSD vorgeschlagene, insbesondere deshalb, da mit der 2-stufigen Lösung u. a. versehentliche Widerrufe verhindert werden und eine eindeutige Identifikation des zu widerrufenden Vertrags möglich ist. Wir stehen aber auch insoweit für Diskussionen gern zu Verfügung.

* * *