

GRÜN WASCHEN STATT GRÜNWASCHEN

Aktualisierte Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) zum Vorschlag für eine Richtlinie 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 (COM(2022) 143 final)

16. August 2022

Impressum

Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.

Team
Recht und Handel

Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin

recht-und-handel@vzbv.de

INHALT

I. ZUSAMMENFASSUNG	3
II. IM EINZELNEN	4
1. Aussage zur Lebensdauer statt Information über Haltbarkeitsgarantie	4
2. Information zu Software-Aktualisierungen.....	6
3. Bereitstellung einer Reparaturkennzahl und Reparaturinformationen	6
4. Frühzeitige Obsoleszenz	7
5. Umweltaussagen und Grünfärberei	8
5.1 Allgemeine Umweltaussagen ohne eine anerkannte hervorragende Umweltleistung	8
5.2 Fehlende Methodik	10
5.3 „Sozialaussagen“ regulieren	10
6. Nachhaltigkeitssiegel.....	11
6.1 Nachhaltigkeitssiegel mit Dritt-Parteien-Zertifizierung (third party certification)	11
6.2 Staatliche Aufsicht im Bereich Zertifizierung mittels Akkreditierung einführen.....	12
6.3 Nachhaltigkeitssiegel müssen gesetzlichen Mindestkriterien entsprechen	12
6.4 Exkurs Klimakompensation.....	13

I. ZUSAMMENFASSUNG

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) begrüßt das Ziel der Europäischen Kommission, Verbraucher:innen in die Lage zu versetzen, bewusstere Kaufentscheidungen zu treffen, die wiederum nachhaltigere Verbrauchsmuster etablieren und damit zu einer grünen EU-Wirtschaft beitragen können. Der vzbv befürwortet daher den vorliegenden Richtlinienvorschlag, sieht aber auch deutlichen Nachbesserungsbedarf.

Das Verbraucherrecht kann dazu beitragen, dass nachhaltige Kaufentscheidungen erleichtert werden und Produkte länger halten. Entscheidend ist, dass Verbraucher:innen glaubwürdige Informationen zur Nachhaltigkeit von Produkten und Dienstleistungen besser erkennen und sich dadurch am Markt auch besser orientieren können. Im besten Fall kann regulierte Verbraucherkommunikation und -information auch eine marktberreinigende Wirkung mit sich bringen. Wichtig ist dafür aber, Verbraucher:innen nicht einfach nur mehr Information zur Verfügung zu stellen, sondern gezielte, verlässliche und verständliche Information und Kommunikation. Auch zur Verhinderung von Grünfärberei sind bessere, verlässlichere und verständlichere Informationen erforderlich, die mit den vorliegenden Vorschlägen trotz der bereits strengen Rechtsprechung in Deutschland zumindest teilweise erreicht werden können. Anders verhält es sich mit den Informationspflichten über das Bestehen einer gewerblichen Haltbarkeitsgarantie von mehr als zwei Jahren und über die Verfügbarkeit kostenfreier Software-Aktualisierungen. Mit diesen wird das Ziel, Verbraucher:innen bewusstere Kaufentscheidungen zu ermöglichen und nachhaltigere Verbrauchsmuster zu fördern, nur schwer erreicht werden.

Mit Blick auf die wachsende Zahl von Nachhaltigkeitssiegeln wäre es zudem besser, wenn nur noch wenige, aber dafür glaubwürdige und ambitionierte Nachhaltigkeitssiegel verwendet würden.

Für die vorliegenden Vorschläge sieht der vzbv noch folgenden Ergänzungs- und Korrekturbedarf:

- Bei den Informationspflichten muss eine verpflichtende und gut sichtbare Angabe der Lebensdauer auf Produkten ergänzt werden. Nur so können sich Verbraucher:innen für langlebige Produkte beim Kauf entscheiden. Zudem würde eine solche Lebensdauerangabe auch vorzeitige Obsoleszenz eindämmen.
- Informationen zur Reparierbarkeit sind für eine nachhaltige Kaufentscheidung unverzichtbar. Daher müssen Verbraucher:innen auch Informationen über die Nichtverfügbarkeit von Ersatzteilen erhalten und es muss ebenfalls über Reparaturkennzahlen nach nationalem Recht informiert werden, wenn diese verfügbar sind.
- Aussagen zur sozialen Dimension der Nachhaltigkeit sollten in Anlehnung an Umweltaussagen reguliert werden.
- Nachhaltigkeitssiegel basieren auf Standardsystemen, die über Umwelt-, Sozial- und Glaubwürdigkeitskriterien ein Siegel bilden. Der Vorschlag fordert eine unabhängige Drittparteienzertifizierung, die die Überprüfung der Standardsysteme sicherstellt. Allerdings werden keine Vorgaben an die Standardsysteme, die hinter den Nachhaltigkeitssiegeln liegen, gestellt. Dadurch besteht die Gefahr, dass zukünftig weiterhin „Nachhaltigkeitssiegel“ auf dem Markt erlaubt sind, ohne dass sie nachhaltigkeitsbezogenen Anforderungen unterliegen. Daher muss sichergestellt

werden, dass Nachhaltigkeitssiegel auf gesetzlich definierten Mindestkriterien für soziale und ökologische Produktion basieren.

II. IM EINZELNEN

1. AUSSAGE ZUR LEBENSDAUER STATT INFORMATION ÜBER HALTBARKEITSGARANTIE

Die vorgeschlagene Informationspflicht über das Bestehen einer gewerblichen Haltbarkeitsgarantie von mehr als zwei Jahren ist aus Sicht des vzbv nicht geeignet, langlebige Produkte auf dem Markt zu fördern und Verbraucher:innen zu nachhaltigeren Kaufentscheidungen zu motivieren. Gewerbliche Haltbarkeitsgarantien sind zum einen eine freiwillige Leistung, die der Unternehmer gewähren kann, aber nicht muss. Zum anderen können die Voraussetzungen und Rechtsfolgen der Haltbarkeitsgarantien von den Herstellern weitestgehend selbst bestimmt und somit unterschiedlich ausgestaltet werden. Das europäische Recht stellt nur einige Mindestanforderungen an Haltbarkeitsgarantien. Eine Informationspflicht über das Bestehen und die Dauer von Haltbarkeitsgarantien, die sich inhaltlich deutlich voneinander unterscheiden können, würde Verbraucher:innen keine ausreichende Vergleichbarkeit für eine nachhaltige Kaufentscheidung bieten. Zwar nimmt der Vorschlag Bezug auf die Richtlinie (EU) 2019/771 (Warenkaufrichtlinie), die bei der Bereitstellung einer Haltbarkeitsgarantie im Mindestmaß die herstellerseitige Nachbesserung oder Ersatzlieferung vorsieht (Artikel 17, Abs. 1 Richtlinie (EU) 2019/771). Jedoch regelt der Vorschlag keine anderweitigen Ansprüche, wie zum Beispiel den Anspruch auf Preisminderung oder ein Rücktrittrecht, so dass Hersteller diese Rechte im Rahmen der gewerblichen Haltbarkeitsgarantie nicht zwingend gewähren müssten. Darüber hinaus bleiben im Vorschlag viele weitere Aspekte unberücksichtigt. So finden sich beispielsweise keine Vorgaben zu den Kosten der Garantie. Hersteller müssten im Fall eines Mangels eine Reparatur oder Ersatz zwar kostenlos gewähren, könnten die gewerbliche Haltbarkeitsgarantie jedoch gegen eine Gebühr anbieten, so dass Verbraucher:innen trotz einer kostenlosen Nacherfüllung insgesamt Kosten für die Mängelbeseitigung entstehen würden – ein deutlicher Unterschied zur Gewährleistungshaftung.

Aus Sicht des vzbv ist ein solches freiwilliges und potentiell kostenpflichtiges Instrument mit von den Herstellern weitestgehend individuell zu bestimmenden Voraussetzungen und Rechtsfolgen zu schwach und damit nicht geeignet, flächendeckend langlebige Produkte zu fördern. Mit Blick auf die Dringlichkeit, die vorhandenen Ressourcen und das Klima zu schützen, darf aus Sicht des vzbv keine Zeit mehr mit freiwilligen Instrumenten vertan werden. Vielmehr ist eine **verpflichtende Angabe** der Lebensdauer auf Produkten notwendig¹, an die die Dauer der Gewährleistungsansprüche gekoppelt werden sollte.

¹ Sinnvoll erscheint eine verpflichtende Lebensdauerangabe für alle Gebrauchsprodukte, deren Lebensdauer zwei Jahre beträgt oder zwei Jahre überschreitet. Für Produkte mit einer Lebensdauer von weniger als zwei Jahren könnte eine allgemeine Ausnahme von der Verpflichtung zur Anbringung einer Lebensdauerangabe eingeführt werden, wenn eine solche Ausnahme bei diesen Produkten durch ihre Zusammensetzung und ihren Zweck gerechtfertigt ist (z.B. bei Verbrauchsprodukten). Eine Verkürzung der aktuell geltenden Gewährleistungsdauer von mindestens 2 Jahren soll damit aber nicht einhergehen, lediglich die Kennzeichnungspflicht könnte im Ausnahmefall entfallen.

Eine verpflichtende Lebensdauerangabe hätte zur Folge, dass sich Unternehmer mit der Haltbarkeit jedes ihrer Produkte auseinandersetzen und gegebenenfalls die Hürde nehmen müssten, eine geringe Lebensdauer an ihren Produkten anzubringen, wenn sie die Dauer der Gewährleistung nicht anheben wollen. Durch die Lebensdauerangabe sollte die Vergleichbarkeit der Produkte auf einen Blick erkennbar und damit erleichtert werden. Dies würde Verbraucher:innen in die Lage versetzen, sich für das langlebigere Produkt entscheiden zu können und hierdurch Hersteller motivieren, länger haltbare Produkte herzustellen.

Da die übliche Lebensdauer schwer zu bestimmen ist und zu Rechtsunsicherheit führen könnte, sollte ein Bestimmungsrecht des Herstellers in Form einer verpflichtenden Lebensdauerangabe (gut sichtbar auf Produkt oder im Versandhandel in den Produktbeschreibungen) eingeführt werden. Diese flexible Vorgehensweise würde der Vielfalt der auf dem Markt befindlichen Produkte auch innerhalb einer Produktgruppe gerecht werden. So würde beispielsweise eine hochwertig verarbeitete Waschmaschine vom Hersteller eine längere Lebensdauer zugewiesen bekommen, als eine geringwertig verarbeitete Waschmaschine. Die Flexibilität einer solchen Vorgehensweise sorgt für ein faires und angemessenes Schutzniveau für die Verbraucher:innen. Da es sich um eine individuell für das jeweilige Produkt festgelegte Lebensdauerangabe handelt, würde dieses Vorgehen auch nicht mit der Feststellung der Europäischen Kommission im Widerspruch stehen, dass eine standardisierte Berechnung der erwarteten Lebensdauer für alle betreffenden Produktarten² nicht durchführbar sei.

Zudem ist die verpflichtende Angabe der Lebensdauer auch der entscheidende Baustein zur Verlängerung der Gewährleistungsfrist. Aus Sicht des vzbv sollte sich die Gewährleistungsfrist an der zu erwartenden Lebensdauer des jeweiligen Produkts orientieren, sodass für bestimmte Produkte deutlich längere Fristen als zwei Jahre gelten würden. Der einheitliche Weg über das Gewährleistungsrecht hätte den Vorteil, dass Verbraucher:innen für die Mängelbeseitigung ein einziger Ansprechpartner (der Händler) für die Dauer der Gewährleistung zur Verfügung stünde. Das wiederum reduziert die Gefahr im Falle eines defekten Produkts gegebenenfalls vom Händler (Ansprechpartner für die Gewährleistung) zum Hersteller (Ansprechpartner für die Garantie) verwiesen zu werden.

Eine längere und flexiblere Gewährleistungsfrist, samt Lebensdauerangabe, entspricht auch der überwiegenden Verbrauchererwartung: Nach einer in Deutschland im Auftrag des vzbv durchgeführten forsa Umfrage im Dezember 2021 geben 74 Prozent an, dass sich die Gewährleistungsfrist an der Lebensdauer des jeweiligen Produkts orientieren sollte. 90 Prozent der Befragten halten klar verständliche und leicht zugängliche Informationen zur Gewährleistungsfrist für nützlich.³

Schließlich zeigt sich nach einer neuen Studie der Leuphana Universität Lüneburg bei Elektrogeräten (Waschmaschinen), dass die Produktlebensdauer-Kennzeichnung mit 33,7 Prozent und der Preis mit 32,8 Prozent für die Kaufentscheidung wichtiger sind als der Energieverbrauch (15,2 Prozent) oder die Marke (13,6 Prozent). Die Ergebnisse

² Vorschlag 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, Seite 13.

³ Methode: Telefonische Befragung (CATI Adhoc – Dual Frame). Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 18 Jahren. Stichprobengröße: 1.001 Befragte. Statistische Fehlertoleranz: max. +/- 3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe. Erhebungszeit-raum: 23. November bis 3. Dezember 2021. Institut: forsa.

zeigen, dass ein höheres Niveau der Produktlebensdauer die Kaufentscheidungen positiv beeinflusst.⁴

Die Lebensdauerangabe ist das Kernelement, um Verbraucher:innen zu nachhaltigen Kaufentscheidungen zu motivieren und den Wettbewerb um langlebige Produkte zu fördern. Dies kann die Grundlage dafür schaffen, sukzessive breitere Bevölkerungskreise für einen nachhaltigeren Konsum zu erreichen und dafür, dass sich ein Konsumentenwillen in Bezug auf Langlebigkeit überhaupt erst durchsetzen kann. Die Angabe der Lebensdauer muss für Verbraucher:innen zwingend rechtlich abgesichert werden, wenn sich zukünftig überwiegend langlebige Produkte auf dem Markt etablieren sollen.

DER VZBV FORDERT:

Eine verpflichtende und gut sichtbare Angabe der Lebensdauer auf Produkten muss eingeführt werden.

2. INFORMATION ZU SOFTWARE-AKTUALISIERUNGEN

Hinsichtlich der neuen Informationspflicht zur Dauer der Software-Aktualisierungen der Hersteller bedarf es aus Sicht des vzbv einer umfassenderen Lösung als die bloße Informationsweitergabe über Software-Aktualisierungen der Hersteller. Dies ergibt sich insbesondere daraus, dass digitale Waren typischerweise stärker mit ihrem Hersteller verbunden sind als rein physische Produkte, da ein entsprechender Fernzugriff für die Bereitstellung der Aktualisierungen beim Hersteller häufig vorhanden ist. Deshalb müssen neben den Verkäufern auch Hersteller im Wege einer gewährleistungsähnlichen Herstellerhaftung zur Bereitstellung von Updates verpflichtet werden.

Im Übrigen erscheint aus Sicht des vzbv eine Koppelung der Dauer der Update-Pflicht an die Produktlebensdauer sinnvoll. Dies sollte wenigstens die funktionserhaltenden Updates und die Sicherheits-Updates betreffen.

DER VZBV FORDERT:

Neben Verkäufern müssen auch Hersteller im Wege einer gewährleistungsähnlichen Herstellerhaftung zur Bereitstellung von Updates verpflichtet werden.

3. BEREITSTELLUNG EINER REPARATURKENNZAHL UND REPARATURINFORMATIONEN

Der vzbv begrüßt, dass Verbraucher:innen vor dem Kauf besser über die Reparierbarkeit eines Produktes informiert werden sollen. Hierzu sind zukünftig eine Reparaturkennzahl der Ware oder andere relevante Reparaturinformationen zur Verfügung zu stellen.

Eine Reparaturkennzahl wird als eine Kennzahl definiert, die die Reparierbarkeit einer Ware auf der Grundlage einer nach Unionsrecht festgelegten Methode ausdrückt. Nun liegen nach Unionsrecht bisher noch gar keine diesbezüglichen Regulierungen vor. Lediglich für Smartphones und Tablets existiert ein Entwurf, der die Bereitstellung solcher

⁴ <https://www.leuphana.de/universitaet/pressemitteilungen/pressemitteilungen-ansicht/2022/01/25/neue-studie-produkt-lebensdauer-fuer-kaufentscheidungen-wichtiger-als-gedacht.html>

Kennzahlen in Aussicht stellt. Es ist also nicht damit zu rechnen, dass Verbraucher:innen in absehbarer Zeit für nachhaltige Kaufentscheidungen solche Kennzahlen zur Verfügung stehen werden.

In Frankreich existiert seit 2021 aber bereits eine gesetzliche Regelung, der *Indice de réparabilité*, für mehrere Produktgruppen.⁵ Den Produkten kann somit eine Reparaturkennzahl zugeordnet werden. Es ist durchaus wahrscheinlich und wäre auch im Interesse der Verbraucher:innen, dass es einen Index, dessen Methodik auf die Bereitstellung von Kennzahlen für Reparierfähigkeit hinausläuft, auch für deutsche Verbraucher:innen geben wird, sollte es auf EU-Ebene zu keiner einheitlichen Regelung kommen.

DER VZBV FORDERT:

1. Unternehmer, zum Beispiel Händler, Betreiber von Onlineplattformen und Fulfillmentcentern, müssen vor Vertragsschluss für alle Warenarten die Reparaturkennzahl der Ware, die der Hersteller nach Unionsrecht oder nationalem Recht bereitstellt, zur Verfügung stellen.
2. Artikel 2 Absatz 14d ist daher wie folgt zu ergänzen: „Reparaturkennzahl“ eine Kennzahl, die die Reparierbarkeit einer Ware auf der Grundlage einer nach Unionsrecht **oder nationalem Recht** festgelegten Methode ausdrückt;

Steht eine Reparaturkennzahl (noch) nicht zur Verfügung, geben Informationen zur Verfügbarkeit von Ersatzteilen und für wie lange diese verfügbar sind Verbraucher:innen einen guten Eindruck über die Reparierbarkeit, aber auch über die Haltbarkeit von Produkten, denn ohne Ersatzteile können Reparaturen nur schwer ausgeführt werden. Daher darf es nicht allein im Belieben des Herstellers liegen, ob er diese Informationen zur Verfügung stellt. Hersteller – insbesondere solche, die energiebetriebene Waren herstellen - müssen durch Transparenz über ihre Ersatzteilpolitik motiviert werden, diese möglichst lange zur Verfügung zu stellen.

DER VZBV FORDERT:

1. Analog zu den Informationspflichten über gewerbliche Haltbarkeitsgarantien und Software-Aktualisierungen müssen Verbraucher:innen auch auf die Nichtverfügbarkeit von Ersatzteilen hingewiesen werden.
2. Artikel 6 Absatz 1 v ist wie folgt zu ergänzen:
wenn Buchstabe u nicht anwendbar ist, vom Hersteller bereitgestellte Informationen über die Verfügbarkeit von Ersatzteilen, einschließlich des Bestellverfahrens, und über die Verfügbarkeit von Benutzerhandbüchern und Reparaturanleitungen.
Für energiebetriebene Waren auch die Information, dass der Hersteller Informationen über die Verfügbarkeit von Ersatzteilen nicht bereitstellt.

4. FRÜHZEITIGE OBSOLESZENZ

Der vzbv begrüßt die Intention der Kommission, gegen frühzeitige und insbesondere geplante Obsoleszenz vorzugehen. Die vorgeschlagenen Ergänzungen für Anhang I Absatz (4) der RL 2005/29 können dafür aber nur ein erster Schritt in die richtige Richtung sein.

⁵ Indice de réparabilité wurde per Gesetz eingeführt am 1.1.2021; <https://www.ecologie.gouv.fr/indice-reparabilite>
Stand: 27.04.2022

Die Regelungen enthalten jeweils unbestimmte Rechtsbegriffe, die je nach Einzelfall unterschiedlich auszulegen sein und in tatsächlicher Hinsicht vielfach sachverständige Expertise voraussetzen dürften. Sie sind damit grundsätzlich kaum geeignet, auf kollektivrechtlichem Wege durchgesetzt zu werden. Verbraucher:innen könnten aber im Einzelfall durchaus von den Regelungen profitieren, um etwa im Fall einer frühzeitigen Obsoleszenz Schadensersatzansprüche geltend zu machen.

Zu vermeiden sind jedenfalls Tatbestandsmerkmale, die weder kollektiv noch individuell beweisbar sind. Dies gilt vor allem für die Intention der Haltbarkeitsbeschränkung durch Einbau eines entsprechenden Teils (Anhang Nummer 23e). Hier sollte die Formulierung mit Blick auf die Beweislast angepasst werden:

„23e. Unterlassen der Information des Verbrauchers, dass ein Merkmal einer Ware vorliegt, das **eingeführt wurde, um ihre Haltbarkeit beschränkt zu beschränken.**“

Eine sehr wichtige Maßnahme gegen frühzeitige Obsoleszenz wäre es aus Sicht des vzbv, das **Gewährleistungsrecht** und eine gewährleistungsähnliche Herstellerhaftung stärker als bislang als Hebel gegen Verschleiß zu nutzen. Obsoleszenz ist vor allem dann ärgerlich für Verbraucher:innen, wenn sie kurz nach Ablauf beziehungsweise Verjährung der Gewährleistungsfristen eintritt. Eine an die **Lebensdauer** gekoppelte Gewährleistungsfrist mit entsprechender Lebensdaueraussagepflicht des Herstellers wäre deshalb aus Sicht des vzbv eine sehr wirksame und unbedingt erforderliche Ergänzung der vorgeschlagenen Informationspflichten und Irreführungsverbote (siehe oben 1.).

DER VZBV FORDERT:

1. Die Verbot- und Informationspflichten im Anhang müssen so formuliert werden, dass keine Intention für Obsoleszenz erforderlich ist.
2. Als wirksame Maßnahme gegen vorzeitige Obsoleszenz müssen auch die Gewährleistungsfristen verlängert und an die Herstellerangabe zur Lebensdauer angepasst werden.

5. UMWELTAUSSAGEN UND GRÜNFÄRBEREI

5.1 Allgemeine Umweltaussagen ohne eine anerkannte hervorragende Umweltleistung

Der vzbv begrüßt die grundsätzliche Regulierung allgemeiner Umweltaussagen.

Damit die neu zu schaffenden Regelungen auch in der Rechtsdurchsetzungspraxis wirken können, muss es aber noch weitere konkretisierende Vorgaben im Gesetz geben.

Das Verbot allgemeiner Umweltaussagen ohne den Nachweis einer „anerkannten hervorragende Umweltleistung“ oder einer Spezifizierung der Aussage auf demselben Medium klar und in hervorgehobener Weise, wie in Erwägungsgrund 9 beschrieben, geht aus Sicht des vzbv aus dem Entwurf für den neuen Tatbestand 4a. des Anhangs I der Richtlinie 2005/29/EG nicht eindeutig genug hervor. Es bleibt zumindest unklar, ob das Verbot nur dann greift, wenn eine „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ ohne Nachweis beworben wird, oder ob es auch solche allgemeinen Umweltaussagen erfasst, die keine „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ enthalten.

Die Klarheit, die das genannte Beispiel in Erwägungsgrund 10⁶ mit sich bringt, findet sich nicht im Regelungsvorschlag 4a. wieder. Erforderlich wäre aus Sicht des vzbv vielmehr ein absolutes Verbot „allgemeiner Umweltaussagen“, wenn diese nicht durch eine „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ oder eine Spezifizierung der Aussage (...) nachgewiesen werden können.

Die vorgeschlagene Formulierung stellt zudem keine große Erleichterung im Bereich der kollektiven Rechtsdurchsetzung dar. Umweltbezogene Aussagen für die keine Nachweise erbracht werden können, konnten bisher auch schon auf Grundlage der irreführenden Werbung abgemahnt werden. In der Rechtsprechung wurden bereits fehlende Informationen zu Umweltaussagen als das Fehlen von wesentlichen Eigenschaften und damit als Irreführung durch Unterlassen bewertet. Nur durch weitergehende Verpflichtungen ist eine effektivere kollektive Rechtsdurchsetzung möglich.

Die Art und Weise wie und wo weiterführende Informationen, im Sinne von Nachweisen, zur Erläuterung der genutzten „claims“ dargelegt werden, ist aktuell ebenfalls hochproblematisch. In vielen Fällen werden Verbraucher:innen mit weiterführenden Informationen zum allgemeinen Nachhaltigkeitsengagement des Unternehmens überflutet und können die für sie entscheidend wichtigen Informationen, die den „claim“ substantiieren sollen, nicht herausfiltern. Oder die weiterführenden Informationen sind auf einer Internethomepage sehr schwierig auffindbar und mit hohen Suchkosten seitens der Verbraucher:innen verbunden.

Um die Rechtsdurchsetzung zu erleichtern, sollten jegliche Nachweise, die im Rahmen der Richtlinie erbracht werden müssen, auch immer im Internet leicht auffindbar und abrufbar zur Verfügung gestellt werden.

Das Verbot der Werbung mit „allgemeinen Umweltaussagen“ in Ziffer 4a. des Absatzes (2) des Anhangs sollte deshalb in doppelter Hinsicht ergänzt beziehungsweise umformuliert werden:

Es ist wichtig, dass das Verbot auch dann greift, wenn es sich nicht auf eine „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ bezieht.

Soweit der Unternehmer mit „hervorragenden Umweltleistungen“ wirbt, sollten die entsprechenden Nachweise leicht abrufbar zur Verfügung stehen.

Die **hervorragende Umweltleistung** gemäß Artikel 2 u) kann durch die Einhaltung der Kriterien der Verordnung (EG) Nr. 66/2010 über das EU-Umweltzeichen erreicht werden. Für Verbraucher:innen und rechtsdurchsetzende Verbraucherorganisationen fehlt aber eine abschließende Liste, welche Label (Umweltzeichen ISO Typ 1 Label) konkret unter diese Verordnung fallen. Darüber hinaus verpflichtet die Verordnung die Label nicht, ihre Kriterien öffentlich zugänglich zu machen. Verbraucher:innen und Verbraucherorganisationen sind unter diesen Umständen kaum in der Lage zu erkennen, auf welche konkrete Regelung oder welches Label sich die beworbene hervorragende Umweltleistung beziehen soll.

⁶ „Beispielsweise könnte eine allgemeine Aussage „energieeffizient“ auf der Grundlage hervorragender Umweltleistung nach der Verordnung (EU) 2017/1369 getroffen werden. Im Gegensatz dazu könnte die allgemeine Aussage „biologisch abbaubar“ nicht auf der Grundlage hervorragender Umweltleistung nach der Verordnung (EG) Nr. 66/2010 getroffen werden, sofern in den spezifischen Kriterien für das EU Umweltzeichen keine Anforderungen der biologischen Abbaubarkeit für das betreffende Produkt festgelegt sind.“

Daher fordert der vzbv, dass sich Unternehmen, die ihre „allgemeine Umweltaussage“ über die Einhaltung der Verordnung (EG) Nr. 66/2010 begründen, **deutlich darauf hinweisen** müssen, auf welches Label und Kriterium sie sich mit der Umweltaussage beziehen.

Formulierungsvorschlag für Anhang (2) Ziff 4a.:

„Treffen einer allgemeinen Umweltaussage.“

Treffen einer allgemeinen Umweltaussage, bei der der Gewerbetreibende für die anerkannte hervorragende Umweltleistung, auf die sich die Aussage bezieht, keine Nachweise **erbringen kann unter genauer Angabe der jeweiligen unionsrechtlichen Regelung abrufbar zur Verfügung stellt.**“

DER VZBV FORDERT:

Das Verbot „Allgemeiner Umweltaussagen“ ohne Substantiierung im Anhang I Ziff. 4a. sollte im Sinne der Erwägungsgründe 9 und 10 klarer formuliert werden.

5.2 Fehlende Methodik

Gemäß der Definition für q) können allgemeine Umweltaussagen auch durch eine **Spezifizierung der Aussage** auf demselben Medium klar und in hervorgehobener Weise legitimiert werden und somit zu einer grundsätzlichen erlaubten „ausdrücklichen Umweltaussage“ nach p) werden. Daher muss geregelt werden, auf Grundlage welcher einheitlichen Methode eine derartige Spezifizierung der Aussage erfolgen darf. Die Spezifizierung darf aus Sicht des vzbv nicht allein dem Ermessen des Verwenders überlassen werden, sondern muss objektiv nachvollziehbar und überprüfbar sein.

Aus Sicht des vzbv ist es hier zwingend erforderlich, dass die Europäische Kommission sich auf eine einheitliche, wissenschaftlich erprobte Methode (Lebenszyklusmethode) festlegt, die umfassende Nachhaltigkeitsaspekte erfasst und die von allen Marktteilnehmern herangezogen werden muss, um eine Spezifikation der Aussage zu treffen. Ohne ein derartiges Verfahren könnten jegliche Umweltaussagen zwar spezifiziert werden, allerdings ohne sich an einem einheitlich verbindlichen Verfahren messen lassen zu müssen.

Deshalb sollte Artikel 2 (q) folgendermaßen ergänzt werden

q) „allgemeine Umweltaussage“ eine ausdrückliche Umweltaussage, die nicht auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten ist und bei der die Spezifizierung der Aussage **durch eine wissenschaftlich erprobte Methodik, die umfassende Nachhaltigkeitsaspekte erfasst und vom Gesetzgeber vorgegeben wird**, nicht auf demselben Medium klar und in hervorgehobener Weise angegeben ist;

DER VZBV FORDERT:

Die Europäische Kommission muss eine einheitliche, wissenschaftlich erprobte Lebenszyklusmethode festlegen.

5.3 „Sozialaussagen“ regulieren

Darüber hinaus sollten „allgemeine Umweltaussagen“ um „**allgemeine Sozialaussagen**“ ergänzt werden, da sich der Kommissionsvorschlag in seiner Definition von „Nachhaltigkeitssiegel“ auch auf die soziale Dimension und die Arbeitsbedingungen der Produzent:innen bezieht.

„Allgemeine Sozialaussagen“ wie beispielsweise „fair“, „nachhaltig produziert“, „nachhaltiger“, „sozialverträglich hergestellt“, „fair produziert“, „gute Arbeitsbedingungen“, „keine Kinderarbeit“ sollten im Sinne der Richtlinie als unlauter gelten, wenn sie von Gewerbetreibenden ohne die Beifügung von Nachweisen im Sinne einer Spezifikation am Produkt oder des Werbemediums genutzt werden.

Die Notwendigkeit, auch die soziale Dimension dem Lauterkeitsrecht zu unterziehen, zeigt auch das vzbv Anerkenntnisurteil aus dem Jahr 2018 gegen Galeria Kaufhof. Diese hatte Produkte mit dem irreführenden Claim „besonders umweltfreundlich und/oder sozialverträglich hergestellt“ beworben.⁷

DER VZBV FORDERT:

Die soziale Dimension der Nachhaltigkeit sollte in Anlehnung an die Regulierung der Umweltaussage ebenfalls mitaufgenommen werden. Insbesondere wäre es erforderlich, die soziale Dimension der Nachhaltigkeit in den Verboten des Anhangs aufzugreifen. So sollten in Analogie zu Ziffer 4a. des Entwurfs auch allgemeine Sozialaussage ohne überprüfbare Nachweise verboten werden.

6. NACHHALTIGKEITSSIEGEL

6.1 Nachhaltigkeitssiegel mit Dritt-Parteien-Zertifizierung (third party certification)

Verbraucher:innen, die nachhaltig konsumieren möchten, fällt es schwer, sich im Markt zu orientieren, denn es gibt zu viele Nachhaltigkeitssiegel- und Informationsinstrumente. Aus Verbrauchersicht ist nicht auf den ersten Blick erkennbar, um was für eine Art von Zertifizierung und auch dahinterliegendem Standardsystem es sich bei einem Siegel handelt. Der rechtliche Unterbau von Siegeln weist erhebliche Unterschiede auf, die für Verbraucher:innen am Produkt kaum beziehungsweise erst auf Basis gründlicher Recherche erkennbar sind.

Daher begrüßt der vzbv den Vorschlag der Europäischen Kommission, in Zukunft nur noch Nachhaltigkeitssiegel auf dem Markt zuzulassen, die auf einer unabhängigen **Dritt-Parteien-Zertifizierung** basieren. Bei dieser Art der Zertifizierung kann davon ausgegangen werden, dass die Zertifizierungsstelle (1) vom (Nachhaltigkeits-) Standardsetzer (2) unabhängig ist und weniger wirtschaftliches Interesse an einer positiven Zertifizierungsentscheidung des beauftragenden Unternehmens (3) besteht, obwohl die Zertifizierungsstelle vom Bewerber beauftragt und bezahlt wird. Die klare Rollenverteilung der Akteure bei der Dritt-Parteien-Zertifizierung trägt zur Stärkung der Unabhängigkeit der Zertifizierungsentscheidung bei.

Darüber hinaus ist es aus Sicht des vzbv wichtig, dass weitere Zertifizierungsarten wie zum Beispiel die **Erst-Parteien-Zertifizierung (first party certification)**, bei der (Nachhaltigkeits-) Standardsetzer, Anwendung und Überprüfung bei demselben Akteur liegen, also eine Selbstzertifizierung, in Zukunft untersagt werden. Verbraucher:innen können nur schwerlich eine Selbstzertifizierung, die in Form von Eigenmarken oder Verhaltenskodizes (*Codes of conduct*) präsentiert wird, von bloßen Werbeaussagen unterscheiden.

⁷ <https://www.vzbv.de/urteile/urteil-werbung-von-galeria-kaufhof-irrefuehrend>

Selbstzertifizierungen erwecken bei Verbraucher:innen den unzutreffenden Eindruck einer unabhängigen Prüfung, die aber nicht gegeben ist und sollten daher nicht länger angewandt werden. Ziel muss sein, dass Verbraucher:innen nur noch glaubwürdige Vertrauenssiegel vorfinden, die auf einer Dritt-Parteien-Zertifizierung basieren.

Da für Verbraucher:innen nicht sichtbar ist, mit was für einem Siegel, im Sinne der dahinterliegenden Zertifizierungsart und Standardsystem, sie konfrontiert sind, sollten die Siegelinhaber (Standardsetzer) verpflichtet werden, auf ihrer Internetpräsenz folgende Regeln einzuhalten:

1. Die Kriterien des Standardsystems müssen öffentlich zugänglich zu sein.
2. Der Zertifizierer muss genannt werden.

Hintergrund ist, dass die Rechtsdurchsetzung ansonsten Schwierigkeiten hat, eine Siegelnutzung ohne **Dritt-Parteien-Zertifizierung** am Markt zu identifizieren, da die hinter den Siegeln liegenden Zertifizierungssysteme nicht am Produkt ersichtlich sind.

DER VZBV FORDERT:

1. Die Siegelinhaber (Standardsetzer) müssen auf ihrer Internetpräsenz transparent über die Akteure der unabhängigen Drittparteienzertifizierung informieren.
2. Selbstzertifizierungen (first-party-certification) müssen verboten werden.

6.2 Staatliche Aufsicht im Bereich Zertifizierung mittels Akkreditierung einführen

Die Europäische Kommission sollte darüber hinaus eine staatliche Aufsicht **im Bereich Zertifizierung** mittels Akkreditierung,⁸ also der unabhängigen, behördlichen Prüfung von Prüfern einführen. Die Verordnung (EG) Nr. 765/2008 regelt Akkreditierungsleistungen – auch im Bereich der Nachhaltigkeitszertifizierung – und erlaubt pro EU-Mitgliedstaat eine offizielle Akkreditierungsstelle. In Deutschland wird dies von der Deutschen Akkreditierungsstelle (DAkKS)⁹ angeboten. Viele Zertifizierungsunternehmen sind bereits freiwillig staatlich akkreditiert. Eine Akkreditierungspflicht für alle Zertifizierungsunternehmen würde zu einem einheitlichen Qualitätsstandard im europäischen Binnenmarkt einschließlich staatlicher Aufsicht führen.

DER VZBV FORDERT

Eine staatliche Aufsicht im Bereich der Zertifizierung mittels staatlicher Akkreditierung sollte eingeführt werden.

6.3 Nachhaltigkeitssiegel müssen gesetzlichen Mindestkriterien entsprechen

Da die unabhängige Drittparteienzertifizierung nichts über das Siegel als solches aussagt, sondern nur über die Art der Überprüfung (Dritt-Parteien-Zertifizierung), fehlt dem vorliegenden Vorschlag eine Regelung, die das Ambitionsniveau der zukünftig zugelassenen Nachhaltigkeitssiegel sicherstellt. Aus Sicht des vzbv muss die Regulierung das

⁸ Unter Akkreditierung ist der von einer dritten Stelle erbrachte Nachweis der Befähigung der Zertifizierungsstelle für ihre Tätigkeit zu verstehen. Vgl. ISO/IEC 17000:2004; EU Akkreditierungsverordnung ((EG) Nr. 765/2008). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008R0765&from=DE>

⁹ Home - DAkKS - Deutsche Akkreditierungsstelle GmbH

Ziel verfolgen, dass Verbraucher:innen zukünftig im Binnenmarkt nur noch ambitionierte Standardsysteme und glaubwürdige Nachhaltigkeitssiegel mit Dritt-Parteien-Zertifizierung am Markt vorfinden.

Ohne eine Vorgabe, die die Standardsysteme hinter den Nachhaltigkeitssiegeln regelt, besteht die Gefahr, dass Nachhaltigkeitssiegel auf dem Markt erlaubt sind, ohne „geprüften“ nachhaltigkeitsbezogenen Anforderungen zu unterliegen. Dies würde den intendierten Zweck der Regulierung torpedieren.

DER VZBV FORDERT:

Es muss sichergestellt werden, dass Nachhaltigkeitssiegel auf gesetzlich definierten Mindestkriterien basieren, vergleichbar mit der Verordnung (EU) 2020/1693 über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Lebensmittel Erzeugnissen¹⁰, die Mindestkriterien pro Produktgruppe definieren.

6.4 Exkurs Klimakompensation

Die Regulierung der Verbraucherinformation kommt an ihre Grenzen, wenn negative Umweltauswirkungen, die bei der Produktion von Verbrauchsgütern zwangsläufig immer entstehen, von Unternehmen durch bezahlte Klimakompensationsprojekte „neutralisiert“ werden. Der Richtlinienvorschlag geht nicht explizit auf die Kompensation von Klimagasemissionen ein. Der vzbv geht aber davon aus, dass, wenn der vorgelegte Richtlinienvorschlag mit den empfohlenen Ergänzungen des vzbv umgesetzt werden würde, zumindest „allgemeine Umweltaussagen“ wie „klimafreundlich“, „CO₂-freundlich“, „CO₂-neutral“, „CO₂-positiv“, „klimaneutral“ als unlauter gelten würden, wenn die Verwender:innen nicht den Nachweis einer „anerkannten hervorragenden Umweltleistung“ erbringen oder am Produkt spezifiziert wird, welche Leistung konkret basierend auf einer (noch zu definierenden) anerkannten wissenschaftlichen Lebenszyklusmethode, erbracht wird.

Wenn die Umweltleistung in Form einer Kompensation von klimaschädlichen Emissionen, zum Beispiel mittels einer Spende an Aufforstungsprojekte, erbracht wird, könnten zukünftig weiterhin Produkte wie Heizöl oder Rindfleisch als „klimaneutral“ zertifiziert werden. Dies könnte bei weniger kritischen Verbraucher:innen zu einer Legitimierung von klimaschädlichem Konsum führen.

Die Wettbewerbszentrale hat in mindestens 12 Fällen Unternehmen bereits abgemahnt, die mit „klimaneutral“ werben und strebt eine rechtliche Klarstellung zur Werbung mit dem Begriff an. Bisherige Gerichtsurteile bestätigen die Rechtsauffassung der Wettbewerbszentrale, dass die Werbung mit dem Begriff „klimaneutral“ irreführend ist.

Der vzbv sieht die Nutzung von derartigen „Klimaneutral“-Siegel aus diversen Gründen kritisch, die hier nicht abschließend aufgeführt werden:

Aus Sicht des vzbv muss sich die Art und Weise der Produktionsmuster im Sinne des *Sustainable Development Goals 12* ändern. Eine klimaschädigende Produktion darf nicht durch den Einkauf von Klimakompensationsprojekten „neutralisiert“ werden. Deshalb ist es problematisch, wenn Verbraucher:innen keine Informationen darüber erhalten, ob das Unternehmen auch Emissionen durch Eigenleistungen reduziert (z.B. durch

¹⁰ EUR-Lex - 32020R1693 - EN - EUR-Lex (europa.eu)

Austausch von Energieträgern, Maßnahmen zur Energieeffizienz, Einsatz umweltfreundlicher Transportmittel usw.) oder sich nur „klimaneutral gekauft hat“.

Der psychologische Effekt bei Verbraucher:innen, den eine derartige Produktkennzeichnung mit sich bringt, darf nicht unterschätzt werden. Es besteht die Gefahr, dass bei Verbraucher:innen leicht der Eindruck entsteht, bei der Herstellung von Konsumgütern würden nur wenige oder gar keine Treibhausgas-Emissionen anfallen, mit der Folge, dass das individuelle Konsumverhalten womöglich nicht mehr kritisch reflektiert werden würde.

Ein Klimakompensationslabel auf einem Produkt stellt für Verbraucher:innen letztlich eine kleine Spende an ein Klimaschutzprojekt dar, die Verbraucher:innen zu dem Produkt schlicht dazu kaufen. Im Vergleich zur Kompensation über eine Klimaschutzorganisation (wie z.B. atmosfair) haben Sie dabei allerdings weder Transparenz über die Kostenhöhe noch können Sie auswählen, in welche Projekte ihr Geld fließen soll.