

Nachhaltigkeitsaspekte spielen in der Verbraucherkommunikation von Unternehmen eine wichtige Rolle, so leitet ein Diskussionsentwurf zu einem Dritten Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) ein (vgl. BMJ, Diskussionsentwurf vom 9.12.2024). Kaufentscheidungen, die Verbraucher auf Grundlage der von den Unternehmen zur Verfügung gestellten Informationen treffen, tragen dazu bei, dass sich nachhaltige Produkte am Markt durchsetzen. Informierte und sachgerechte Kaufentscheidungen können jedoch nur getroffen werden, wenn Umweltaussagen, Nachhaltigkeitsiegel und Haltbarkeitsangaben von Unternehmen über ihre Produkte und über ihre Unternehmenstätigkeit hinreichend verlässlich sind. Dafür müssen die relevanten Informationen klar und verständlich bereitgestellt werden und irreführende Geschäftspraktiken müssen unterbleiben. Dementsprechend ist es Ziel der RL (EU) 2024/825 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28.2.2024 zur Änderung der RL 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und durch bessere Informationen (ABl. L, 2024/825, 6.3.2024), zu einem nachhaltigen Konsumverhalten beizutragen. Die Richtlinie ist bis zum 27.3.2026 in nationales Recht umzusetzen. Die neuen Regelungen müssen ab dem 27.9.2026 angewendet werden. Mit dem Gesetzentwurf werde Art. 1 der RL(EU) 2024/825 umgesetzt, der Änderungen der RL 2005/29/EG enthält. Darüber hinaus werde auch eine Bestimmung der RL (EU) 2023/2673 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22.11.2023 zur Änderung der RL 2011/83/EU in Bezug auf im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge und zur Aufhebung der RL 2002/65/EG (ABl. L, 2023/2673, 28.11.2023) zum zusätzlichen Schutz von Verbraucherinnen und Verbrauchern auf Online-Schnittstellen umgesetzt. Vgl. hierzu auch die Meldung auf S. 2946 (in diesem Heft) mit den konkret geplanten UWG-Änderungen.



Uta Wichering,
Ressortleiterin
Wirtschaftsrecht

Entscheidungen

EuGH: Zum Begriff „Produkt“ und zu einem in der Wertermittlung und dem Ankauf einer Ware (hier: Goldankauf) bestehenden Kopplungsangebot

Art. 2 Buchst. c, d und i sowie Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken) sind dahin auszulegen, dass die von einem Gewerbetreibenden für einen Verbraucher erbrachte Dienstleistung, mit der der Wert einer Ware ermittelt wird, bevor sie diesem Verbraucher abgekauft wird, wobei der Ankauf davon abhängig gemacht wird, dass der infolge der Wertermittlung festgesetzte Preis akzeptiert wird, zusammen mit diesem Ankauf ein „Produkt“ im Sinne dieser Bestimmungen darstellt, so dass die Maßnahmen im unmittelbaren Zusammenhang mit der Bewerbung dieses Produkts bei den Verbrauchern in den Anwendungsbereich dieser Richtlinie fallen.

EuGH, Urteil vom 5.12.2024 – C-379/23
(Tenor)

Volltext: [BB-ONLINE BBL2024-2945-1](#)
unter [www.betriebs-berater.de](#)

EuGH: Berechtigtes Interesse i. S. d. Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchst. f DSGVO

Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchst. f der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbei-

tung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) ist dahin auszulegen, dass eine Verarbeitung personenbezogener Daten, die darin besteht, personenbezogene Daten der Mitglieder eines Sportverbands in Verfolgung des wirtschaftlichen Interesses des Verantwortlichen gegen Entgelt offenzulegen, nur dann als im Sinne dieser Vorschrift zur Wahrung der berechtigten Interessen dieses Verantwortlichen erforderlich angesehen werden kann, wenn die Verarbeitung zur Verwirklichung des in Rede stehenden berechtigten Interesses absolut notwendig ist und sofern in Anbetracht aller relevanten Umstände die Interessen oder Grundrechte und Grundfreiheiten dieser Mitglieder gegenüber dem berechtigten Interesse nicht überwiegen. Diese Vorschrift verlangt zwar nicht, dass ein solches Interesse gesetzlich bestimmt wird, sie erfordert jedoch, dass das geltend gemachte berechnete Interesse rechtmäßig ist.

EuGH, Urteil vom 4.10.2024 – C-621/22
(Tenor)

Volltext: [BB-ONLINE BBL2024-2945-2](#)
unter [www.betriebs-berater.de](#)

BGH: Verjährungsbeginn bei Submissionsabsprache

Bei einer Submissionsabsprache beginnt die nach nationalem Prozessrecht zu beurteilende Verfolgungsverjährung nicht schon mit dem sich aus der wettbewerbsbeschränkenden Absprache ergebenden Vertragsschluss, sondern erst mit der vollständigen Vertragsabwicklung; daran ist auch nach der Entscheidung des Gerichtshofs der Europäischen Union vom 14. Januar 2021 (C-450/19 [BB 2021, 403] – Eltel) festzuhalten (Bestätigung von BGH, Beschluss vom 25. August 2020 – KRB

25/20, WuW 2020, 615 Rn. 17 [BB 2020, 2177 Ls.] – Unterlassenes Angebot, mwN).

BGH, Beschluss vom 17.9.2024 – KRB 101/23
(Amtlicher Leitsatz)

Volltext: [BB-ONLINE BBL2024-2945-3](#)
unter [www.betriebs-berater.de](#)

BGH: Zulässigkeit des Sonntagsverkaufs von Dekorationsartikeln und Christbaumschmuck in einem Gartenmarkt

Der u. a. für das Wettbewerbsrecht zuständige I. Zivilsenat des BGH hat entschieden, dass der sonntägliche Verkauf von Dekorationsartikeln und Christbaumschmuck in einem Gartenmarkt nicht gegen das Ladenöffnungsgesetz Nordrhein-Westfalen verstößt.

Der sonntägliche Verkauf der in Rede stehenden Waren stellt keinen Wettbewerbsverstoß dar, weil sie dem Randsortiment zuzurechnen sind. Ihr Verkauf ist deshalb nach § 5 Abs. 1 Nr. 1 S. 1 LÖG NW an Sonn- und Feiertagen zulässig. Als kleinteilige Accessoires zu den von der Beklagten hauptsächlich angebotenen Blumen und Pflanzen haben Dekorationsartikel und Christbaumschmuck lediglich ergänzenden, in Umfang und Gewichtigkeit deutlich untergeordneten Charakter. Die Zugehörigkeit von Waren zum Randsortiment im Sinne von § 5 Abs. 1 Nr. 1 S. 1 LÖG NW richtet sich nach ihrer hauptsächlichsten Zweckbestimmung und nicht nach ihrer darüber hinaus möglichen Nutzung. Zudem muss das Randsortiment – anders als das Kernsortiment – nicht zum sofortigen Ge- oder Verbrauch bestimmt sein. Auch ist nicht erforderlich, dass Waren des Randsortiments gleichzeitig oder kombiniert mit Waren des Kernsortiments erworben werden.

Es stellt keinen Verstoß gegen den allgemeinen Gleichheitssatz aus Art. 3 Abs. 1 GG dar, dass das Randsortiment nur in den aufgrund ihres Kern-