

Energierrechtliche Informationspflichten und umweltbezogene Werbung

Update Energierecht | 27.11.2025
Prof. Dr. Christian Alexander
Friedrich-Schiller-Universität Jena

Übersicht

I. Aktuelle Rechtsprechung
zu energierechtlichen
Informationspflichten

3

II. Unlautere Praktiken
im Energievertrieb

23

III. Umweltbezogene Werbung
im Energiesektor

26

IV. Bewertung und Fazit

43

I. Aktuelle Rechtsprechung zu energierechtlichen Informationspflichten

I. Energierechtliche Informationspflichten

BGH, 27.07.2023 – I ZR 65/22, WRP 2023, 1078 – Doppeltarifzähler I

The screenshot displays two energy tariff offers side-by-side. The left offer has a monthly price of 195 € and the right offer has a monthly price of 203 €. Both offers list benefits such as 'Günstiger Heizstrom', 'Online-Service', and '12 Monate eingeschränkte Preisgarantie'. Below the offers is a section titled 'Finden Sie Ihren passenden Tarif' with a summary of the selected offer: 'Heizstrom | HT: 2.700 kWh | NT: 7.900 kWh | Privat | 10969 Berlin'. A 'ZUR BESTELLUNG' button is visible at the bottom right of the offer area.

Unsere Empfehlung

Vertragslaufzeit: 12 Monate
Verlängerung: 12 Monate
Kündigungsfrist: 1 Monat zum Monatsende
Eingeschränkte Preisgarantie: 12 Monate

AGB Heizstrom

Günstiger Strom:
Profitieren Sie bei S... von niedrigen Vertriebskosten bei gleichzeitig niedrigen Strombeschaffungskosten.

Online-Service:
Unser Online-KundenCenter ist an 365 Tagen rund um die Uhr für Sie geöffnet. Einfach mit wenigen Klicks registrieren und den vollen Service nutzen. Alles wichtige rund um Ihre Energieversorgung können Sie hier selber verwalten: z. B. Abschläge oder Bankverbindung ändern, Verbrauchshistorie beobachten oder Zählerstände erfassen.

Eingeschränkte Preisgarantie:
Preispassungen können in diesem Zeitraum nur durch Steuern und gesetzliche Umlagen (insgesamt rd. 50%) verursacht werden, auf die wir keinen Einfluss haben.

Neukundenbonus:
Die ... gewährt einen Neukundenbonus, der mit der ersten Rechnung, die nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit erstellt wird, gutgeschrieben wird. Voraussetzung dafür ist, dass das Vertragsverhältnis nicht vor Ablauf der Mindestvertragslaufzeit endet und der Kunde nicht in den letzten sechs Monaten vor der Antragstellung an der gegenständlichen Lieferstelle durch ein Unternehmen des ... Konzerns beliefert wurde.

Grundpreis
16,58 € / Monat

Grundpreis NT
1,19 € / Monat

Arbeitspreis HT
26,45 Cent / kWh

Arbeitspreis NT
19,05 Cent / kWh

Gesamtpreis bei 10.600 kWh im ersten Jahr***
2.432,38 €

Monatlicher Preis*
203 €

ZUR BESTELLUNG

* Der monatliche Preis kann vom Abschlag abweichen. Bei der Berechnung des Abschlagsbetrages wird nur der Neukunden- bzw. Treuebonus in Abzug gebracht. Der Sofortbonus hingegen wird innerhalb der ersten zwei Monate nach Lieferbeginn Ihrem Bankkonto gutgeschrieben und deshalb nicht mit dem Abschlag verrechnet. Aus diesem Grund kann der tatsächliche Abschlag vom monatlichen Preis abweichen.

** Für alle Boni muss die Mindestvertragslaufzeit erfüllt werden. Neukundenbonus und Sofortbonus sind Boni für neue Kunden (Neukundenboni). Waren Sie für den angemeldeten Zähler in den letzten sechs Monaten vor Lieferbeginn ...-Kunde, sind die Voraussetzungen für Neukundenboni nicht erfüllt. Treueboni sind keine Neukundenboni. Sie werden nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit über die Rechnung ausbezahlt.

*** Der Arbeitspreis multipliziert mit dem von Ihnen angegebenen Jahresverbrauch zuzüglich des Jahresgrundpreises ergibt den Gesamtpreis. Wenn Sie sich für einen Tarif mit Bonus (z.B. Sofortbonus, Neukundenbonus, Treuebonus) entschieden haben, sind diese ebenfalls im Gesamtpreis berücksichtigt.

I. Energierechtliche Informationspflichten

BGH, 27.07.2023 – I ZR 65/22, WRP 2023, 1078 – Doppeltarifzähler I

Sachverhalt und Problematik

Die Bekl. bietet Tarifrechner an. Konkret sind Kunden angesprochen, die **Heizstrom für eine Nachtstromspeicherheizung** zu einem Niedertarif (NT) beziehen, der günstiger ist als der für Haushaltsstrom geltende Hochtarif (HT). Da Stromanbieter davon ausgehen, dass elektrische Geräte auch während der NT-Zeiten betrieben werden (zB Kühlschränke), erhöhen sie vor der Abrechnung den vom HT-Zähler gemessenen Verbrauch um bis zu **25 %** und ziehen ihn dann vom gemessenen NT-Verbrauch ab. Im Ergebnis erhöhen so die **Ausgleichsmengen** die Stromkosten. Der von der Bekl. angebotene Tarifrechner kann von Kunden genutzt werden, die Heizstrom beziehen und über einen Doppeltarifzähler verfügen. Sie erhalten dann ein Tarifangebot, das sie annehmen können. Der vzbv beanstandet den ausgewiesenen Gesamtpreis als zu niedrig, weil er die **Ausgleichsmenge nicht berücksichtigt**.

I. Energierechtliche Informationspflichten

BGH, 27.07.2023 – I ZR 65/22, WRP 2023, 1078 – Doppeltarifzähler I

Vorlagefrage

Muss die vom Gewerbetreibenden nach Art. 7 Abs. 1 und Art. 7 Abs. 4 lit. c RL 2005/29/EG zu erteilende Information über die **Art der Preisberechnung** bei einer vom Verbrauch abhängigen Preisgestaltung so beschaffen sein, dass der Verbraucher auf Grundlage der Information selbstständig eine Preisberechnung vornehmen kann, wenn er den ihn betreffenden Verbrauch kennt?

I. Energierechtliche Informationspflichten

EuGH, 23.01.2025 – C-518/23 – VZBV/NEW Niederrhein Energie und Wasser GmbH

Antwort

Art. 7 Abs. 1 und 4 Buchst. c UGP-RL „ist dahin auszulegen, dass im Fall einer **Aufforderung zum Kauf**, die mittels einer kommerziellen Kommunikation im Internet erfolgt, die **Information über die Art der Preisberechnung nicht notwendigerweise den genauen Prozentsatz eines variablen Bestandteils wie der Ausgleichsmenge enthalten muss**, den der Stromversorger für den betreffenden Verbraucher anwendet, so dass dieser, wenn er seinen Stromverbrauch kennt, den Preis selbstständig berechnen kann, sofern in dieser Kommunikation die **grundsätzliche Anwendbarkeit eines solchen Prozentsatzes** zusammen mit einer möglichen Größenordnung und den Faktoren, die sich auf diesen Prozentsatz auswirken, angegeben werden und der Durchschnittsverbraucher dadurch in die Lage versetzt wird, eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen“.

I. Energierechtliche Informationspflichten

BGH, 27.03.2025 – I ZR 65/22, WRP 2025, 869 – Doppeltarifzähler II

Erster Leitsatz

Der Umfang der Informationen, die ein Unternehmer bei einer Aufforderung zum Kauf über die Art der Preisberechnung zu erteilen hat (...), ist **anhand aller tatsächlichen Umstände dieser Aufforderung zum Kauf und anhand des Kommunikationsmediums zu beurteilen**. Es kommt auch darauf an, ob die in Rede stehenden Informationen – hier der Prozentsatz einer sogenannten Ausgleichsmenge bei Verwendung von Doppeltarifzählern – zum **Geschäfts- und Verantwortungsbereich des Unternehmers** gehören oder er sich diese mit **zumutbarem Aufwand** beschaffen kann (...).

I. Energierechtliche Informationspflichten

BGH, 21.10.2025 – EnZR 97/23, BeckRS 2025, 27901 – Operative Gründe

Sachverhalt und Problematik

Zwischen August und Oktober 2021 wandte sich die Bekl. mit verschiedenen Schreiben und E-Mails an einige ihrer **Haushaltskunden** (Verbraucher; nachfolgend auch: Kunden), um eine **Erhöhung der Preise und Abschlagszahlungen** anzukündigen. Mit E-Mail vom 19. August 2021 wies sie unter anderem darauf hin, es sei **aus operativen Gründen** erforderlich, einige Einstiegstarife auf den richtigen Stand für die Folgelieferperiode zu bringen. Mit Schreiben vom 23. September 2021 und 8. Oktober 2021 teilte sie einigen ihrer Gas- und Stromkunden mit, **aufgrund außergewöhnlich stark angestiegener Großhandelspreise** sei für die kommende Verbrauchsperiode eine vorübergehende Preiserhöhung erforderlich.

I. Energierechtliche Informationspflichten

BGH, 21.10.2025 – EnZR 97/23, BeckRS 2025, 27901 – Operative Gründe

Sachverhalt und Problematik

Mit E-Mail vom 14. Oktober 2021 informierte die Bekl. einige ihrer Kunden über eine Aktualisierung ihrer Online-Postfächer. Darin befand sich das genannte Schreiben vom 8. Oktober 2021. Zwei Kunden erhielten am 22. Oktober 2021 eine E-Mail, in der die Bekl. erklärte, dass die monatliche Abschlagszahlung erhöht werden müsse. Einem Kunden, der auf das Fehlen eines Preiserhöhungsverlangens hinwies und um Erklärung bat, bestätigte die Bekl. mit E-Mail vom 26. Oktober 2021 eine – von diesem nicht erklärte – **Sonderkündigung** zum 5. November 2021 und kündigte an, eine **Netzabmeldung** zum gleichen Tag in Auftrag zu geben.

I. Energierechtliche Informationspflichten

BGH, 21.10.2025 – EnZR 97/23, BeckRS 2025, 27901 – Operative Gründe

Kernaussagen

Der Kl. (= Verbraucherschutzverband) hat gegen die Bekl. **keinen Anspruch auf Unterlassung der Vereinnahmung erhöhter Abschlagszahlungen.**

Eine bestandskräftige und mit hinreichend abschreckenden Zwangsmitteln verbundene Untersagungsverfügung der BNetzA lässt in der Regel die **Begehungsgefahr** für einen Verstoß gegen Verbraucherschutzvorschriften **entfallen**, wenn sich der Schuldner ausdrücklich auf die Untersagungsverfügung beruft und dadurch sein **Berühren** (hier: Geltendmachung eines einseitigen Rechts zur Preisänderung) aufgibt.

I. Energierechtliche Informationspflichten

BGH, 21.10.2025 – EnZR 97/23, BeckRS 2025, 27901 – Operative Gründe

Kernaussagen

Der Kl. (= Verbraucherschutzverband) hat gegen die Bekl. einen **Anspruch auf Unterlassung der Bestätigung vermeintlicher Sonderkündigungen und der Netzabmeldung.**

Hier: Aggressive geschäftliche Handlungen i. S. von **§ 4a UWG.**

I. Energierechtliche Informationspflichten

BGH, 21.10.2025 – EnZR 97/23, BeckRS 2025, 27901 – Operative Gründe

Kernaussagen

Der Kl. (= Verbraucherschutzverband) hat gegen die Bekl. einen **Anspruch auf Unterlassung**, Preiserhöhungen anzukündigen, ohne dabei transparent und auf verständliche, nicht pauschalisierte Weise den **Anlass der Preiserhöhung** mitzuteilen, wie geschehen mit E-Mail vom 19. August 2021 sowie Schreiben vom 23. September 2021 und 8. Oktober 2021.

§ 41 Abs. 5 Satz 1 und 3 EnWG sind Verbraucherschutzvorschriften i. S. v. § 2 UKlaG

I. Energierechtliche Informationspflichten

BGH, 21.10.2025 – EnZR 97/23, BeckRS 2025, 27901 – Operative Gründe

Kernaussagen

Die Schreiben der Bekl. enthalten lediglich die Angabe, die Preiserhöhung sei aufgrund „außergewöhnlich stark angestiegener Großhandelspreise an den Energiemärkten“ erforderlich. **Eine auf die (vertragliche) Rechtsgrundlage der Preiserhöhung bezogene Erläuterung des Anlasses für die im konkreten Fall angekündigte Preiserhöhung, insbesondere eine Information darüber, dass sich die gestiegenen Großhandelspreise auch auf Kosten auswirken, die für den vertraglichen Ausgangspreis von Relevanz sind, fehlt indes vollständig.** Auf der Grundlage der Schreiben können die Kunden der Bekl. daher keine informierte Entscheidung über die Ausübung des ihnen zustehenden Kündigungsrechts oder ein Vorgehen gegen die Änderung des Lieferpreises treffen.

I. Energierechtliche Informationspflichten

Die Energieeffizienzklassen-Saga

BGH, 04.03.2016 – I ZR 181/14, WRP 2016, 1100 – Energieeffizienzklasse I

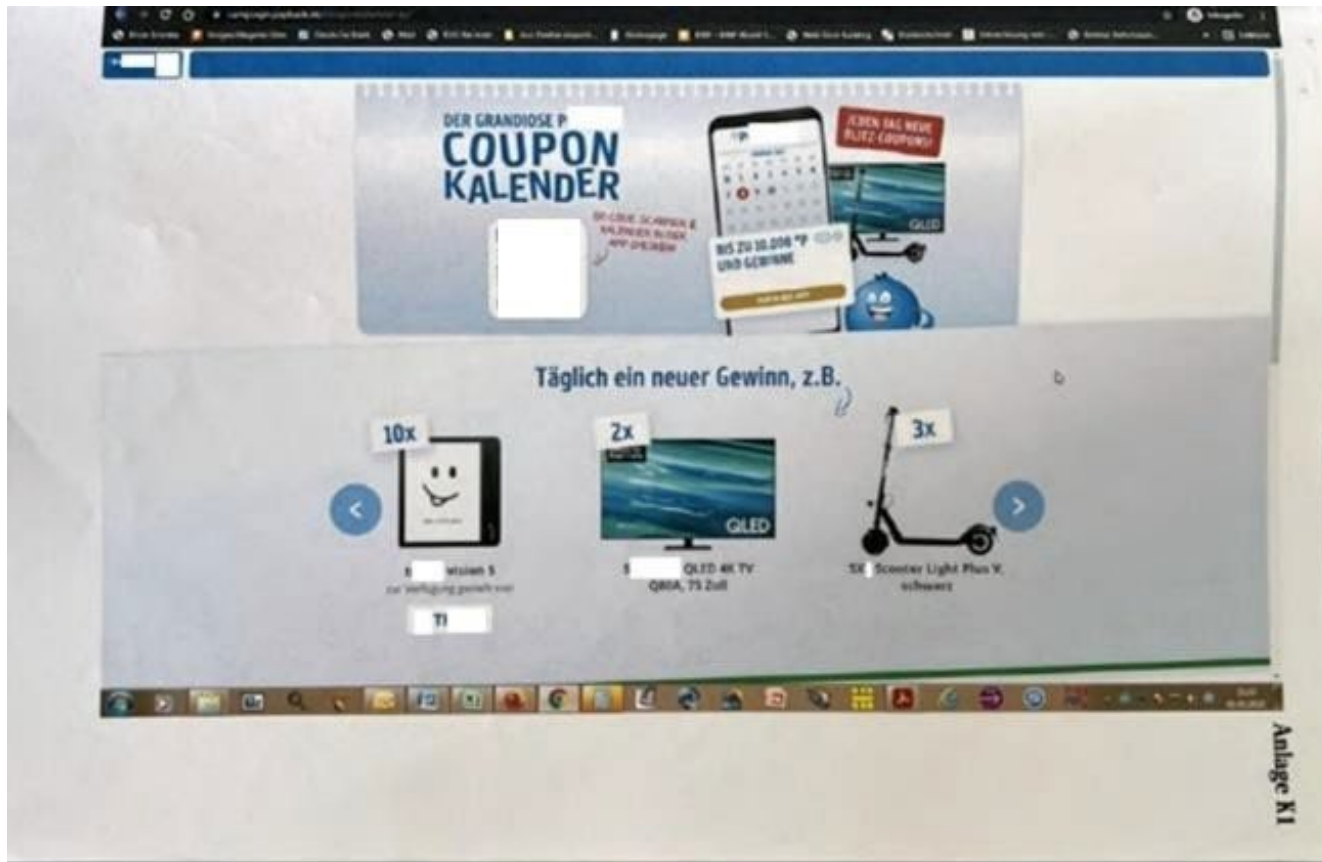
BGH, 06.04.2017 – I ZR 159/16, WRP 2017, 1098 – Energieeffizienzklasse II

BGH, 07.03.2019 – I ZR 184/17, WRP 2019, 874 – Energieeffizienzklasse III

(BGH, 05.10.2017 – I ZR 232/16, WRP 2018, 420 – Energieausweis)

I. Energierechtliche Informationspflichten

BGH, 23.01.2025 – I ZR 53/24, WRP 2025, 341 – Energieeffizienzklasse IV



Gewinn
Folgende Gewinne werden vergeben:

50x	A	Popcorn Maker
50x	J	Drahtlose Kopfhörer Tune 510BT
50x	H	Elektronik-Dashboard
25x	W	Erntemaschine
25x	AC	Ultra HD Sport & Actionkamera V606
25x	P	Milchaufschäumer
10x	FI	Wersa 2 Gesundheits- und Fitness-Smartwatch
10x	I	Staubsaugerröbder eS152
10x	P	Kaffeemvollautomat EP2221480
5x	N	32GB
3x	SK	Scooter Light Plus V, eKFV Version
2x	S	S21 Smartphone, 256GB
2x	S	QLED 4K TV Q80A, 75 Zoll
500x		500 P

I. Energierechtliche Informationspflichten

BGH, 23.01.2025 – I ZR 53/24, WRP 2025, 341 – Energieeffizienzklasse IV

Sachverhalt und Problematik

Die Bekl. ist die Betreiberin des Multipartner-Bonusprogramms P., das der Kundenbindung und -gewinnung dient. Sie bewarb am 1.2.2022 in ihrem im Internet veröffentlichten Newsletter „Deine neuen Coupons sind da“ ein **Gewinnspiel** mit der Aussage „Täglich ein neuer Gewinn, zB 2 x S. QLED 4K TV Q80A, 75 Zoll“.

Einen **Hinweis auf die Energieeffizienzklasse** oder das auf dem Etikett vorhandene Spektrum der Energieeffizienzklassen erteilte die Bekl. weder bei der Abbildung des TV-Geräts noch bei der nachfolgend abgebildeten tabellarischen Auflistung der möglichen Gewinne.

I. Energierechtliche Informationspflichten

BGH, 23.01.2025 – I ZR 53/24, WRP 2025, 341 – Energieeffizienzklasse IV

Artikel 6 Weitere Pflichten der Lieferanten und Händler

[1] Der Lieferanten und der Händler müssen folgende Anforderungen erfüllen:

- a) Sie weisen in visuell wahrnehmbarer Werbung oder in technischem Werbematerial für ein bestimmtes Modell auf die Energieeffizienzklasse des Produkts und das Spektrum der auf dem Etikett verfügbaren Effizienzklassen gemäß dem einschlägigen delegierten Rechtsakt hin;

Artikel 2 Begriffsbestimmungen

Für die Zwecke dieser Verordnung gelten die folgenden Begriffsbestimmungen:

13. „Händler“ bezeichnet einen Einzelhändler oder eine andere natürliche oder juristische Person, die im Rahmen einer Geschäftstätigkeit entgeltlich oder unentgeltlich Produkte an bzw. für Kunden oder Errichter zum Kauf, zur Miete oder zum Ratenkauf anbietet oder ausstellt;

I. Energierechtliche Informationspflichten

BGH, 23.01.2025 – I ZR 53/24, WRP 2025, 341 – Energieeffizienzklasse IV

Vorlagefrage

Ist eine Person, die im Rahmen eines Online-Gewinnspiels einen Fernseher als Gewinn auslobt, in Bezug auf diesen als „**Händler**“ im Sinne von Art. 2 Nr. 13 VO (EU) 2017/1369 anzusehen und daher zur Erfüllung der sich aus Art. 6 UAbs. 1 Buchst. a der VO (EU) 2017/1369 in Verbindung mit Art. 4 Buchst. d der Delegierten VO (EU) 2019/2013 ergebenden Anforderungen verpflichtet?

I. Energierechtliche Informationspflichten

OLG Köln, 14.02.2025 – 6 U 73/24

Sachverhalt und Problematik

Der Kl. ist ein in die Liste der qualifizierten Einrichtungen eingetragener Verbraucherverband. Er nimmt die Bekl., eine Energielieferantin, die ihrem früheren Kunden H. nach Beendigung des Vertragsverhältnisses zum 30.4.2023 erst am 21.6.2023 eine Schlussrechnung zur Verfügung gestellt hatte, wegen eines Verstoßes gegen **§ 40c Abs. 2 EnWG** auf Unterlassung und Erstattung einer Abmahnkostenpauschale in Anspruch, gestützt auf das UWG sowie hilfsweise das UKlaG.

I. Energierechtliche Informationspflichten

OLG Köln, 14.02.2025 – 6 U 73/24

Kernaussagen

1. Zur Fassung des **Unterlassungsantrags** bei Verstößen gegen § 40c Abs. 2 EnWG (verspätete Erteilung der Abschlussrechnung).
 2. Wird ein Verhalten von einem qualifizierten Verbraucherverband sowohl gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG in Verbindung mit Normen des UWG als auch nach § 2 UKlaG angegriffen, liegt ein **einheitlicher Streitgegenstand** vor.
-

I. Energierechtliche Informationspflichten

OLG Köln, 14.02.2025 – 6 U 73/24

Kernaussagen

3. In diesem Fall steht es dem Verband frei, Klage entweder vor dem nach **§ 14 UWG** zuständigen Gericht oder vor dem nach **§ 6 UKlaG** zuständigen Oberlandesgericht zu erheben.

4. **§ 40c Abs. 2 EnWG** ist eine **Verbraucherschutzvorschrift** im Sinne des § 2 UKlaG.

II. Unlautere Praktiken im Energievertrieb

II. Unlautere Praktiken beim Energievertrieb

LG Berlin II, 11.03.2025 – 102 O 88/24

Kernaussagen

Die Hinweise „**Es geht um Ihre Stromversorgung**“ und „**Ihre Mithilfe erforderlich**“ eines Energieerzeugers in einem persönlich adressierten Werbeschreiben sind **irreführend i. S. v. § 5 Abs. 1 und 2 UWG**, wenn der unzutreffende Eindruck entsteht, dass für die angesprochenen Verbraucher bezüglich ihrer aktuellen Versorgungssituation Handlungsbedarf besteht, obwohl das Schreiben nur zum Ziel hat, Verbraucher zu einem Anruf bei dem Energieversorger zu veranlassen.

II. Unlautere Praktiken beim Energievertrieb

AG München, 12.04.2024 – 172 C 17424/23

Kernaussagen

Eine **Preiserhöhung** ist unzulässig, wenn Energieversorger (im Streitfall: Belieferung mit Strom und Gas) vertraglich eine „**Preisgarantie**“ von **12 Monaten** verspricht. Maßgeblich ist der **Zeitpunkt des Vertragsschlusses**, nicht der Lieferbeginn. Eine einseitige Preiserhöhung vor Ablauf dieses Zeitraums ist unzulässig; der Kunde kann **Schadenersatz für die Mehrkosten** verlangen.

III. Umweltbezogene Werbung im Energiesektor

III. Umweltbezogene Werbung

Ausblick auf das Dritte Gesetz zur Änderung des UWG

Deutscher Bundestag

21. Wahlperiode

Drucksache **21/1855**

29.09.2025

Gesetzentwurf

der Bundesregierung

**Entwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes
gegen den unlauteren Wettbewerb**

III. Umweltbezogene Werbung

Wichtige Änderungen

§ 5 Abs. 2 Nr. 4 UWG-E

Eine geschäftliche Handlung ist irreführend, wenn sie unwahre Angaben enthält oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über folgende Umstände enthält:

mit ihr gegenüber Verbrauchern eine **Umweltaussage** über die **künftige Umweltleistung** getroffen wird, ohne **klare, objektive, öffentlich einsehbare und überprüfbare Verpflichtungen**, die in einem **detaillierten und realistischen Umsetzungsplan** festgelegt sind, der

a) messbare und zeitgebundene Ziele sowie weitere relevante Elemente umfasst, die zur Unterstützung seiner Umsetzung erforderlich sind, wie die Zuweisung von Ressourcen, und

und

b) regelmäßig von einem unabhängigen externen Sachverständigen überprüft wird, dessen Erkenntnisse Verbrauchern zur Verfügung gestellt werden.

III. Umweltbezogene Werbung

Wichtige Änderungen

§ 2 Abs. 2 Nr. 5 UWG-E

„**Umweltaussage**“ jede Aussage oder Darstellung im Kontext einer kommerziellen Kommunikation, einschließlich Darstellungen durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole wie beispielsweise Etiketten, Markennamen, Firmennamen oder Produktbezeichnungen, die rechtlich nicht verpflichtend ist und in der ausdrücklich oder stillschweigend angegeben wird, dass

- a) ein Produkt, eine Produktkategorie, eine Marke oder ein Unternehmer eine positive oder keine Auswirkung auf die Umwelt hat oder weniger schädlich für die Umwelt ist als andere Produkte, Produktkategorien, Marken oder Unternehmer oder
- b) die Auswirkung eines Produkts, einer Produktkategorie, einer Marke oder eines Unternehmers auf die Umwelt im Laufe der Zeit verbessert wurde;

III. Umweltbezogene Werbung

Wichtige Änderungen

§ 5b Abs. 3a UWG-E

Bietet ein Unternehmer einen Dienst an, der **Produkte vergleicht** und dem Verbraucher Informationen über **ökologische oder soziale Merkmale** oder über Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit der Produkte oder der Lieferanten dieser Produkte bereitstellt, so werden Informationen über die **Vergleichsmethode**, die betreffenden **Produkte** und die **Lieferanten dieser Produkte** sowie über die bestehenden **Maßnahmen, um die Informationen auf dem neuesten Stand zu halten**, als **wesentliche Informationen** angesehen.

III. Umweltbezogene Werbung

Wichtige Änderungen

§ 5b Abs. 3a UWG-E

Erfasst:

- Vergleiche durch Dritte (zB Vergleichsplattform)
- Vergleich von eigenen Produkten mit Produkten Dritter
- Eigenvergleich zwischen verschiedenen Produkten eines Unternehmens

Beispiel: Vergleich von Strom, der aus fossilen Brennstoffen und erneuerbaren Energieträgern gewonnen wird

III. Umweltbezogene Werbung

Wichtige Änderungen

Nr. 2a Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG-E

Folgende geschäftliche Handlungen sind gegenüber Verbrauchern stets unzulässig:

das Anbringen eines Nachhaltigkeitssiegels, das weder auf einem Zertifizierungssystem beruht noch von staatlichen Stellen festgesetzt wurde;

III. Umweltbezogene Werbung

Wichtige Änderungen

§ 2 Abs. 2 Nr. 4 UWG-E

„**Nachhaltigkeitssiegel**“ ein freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauenssiegel, Gütezeichen oder Ähnliches mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit gegenüber Verbrauchern in Bezug auf ihre ökologischen oder sozialen Merkmale oder beides hervorzuheben oder zu fördern, ausgenommen alle verpflichtenden Kennzeichnungen gemäß dem Recht der Europäischen Union oder dem Recht eines Mitgliedstaats der Europäischen Union;

III. Umweltbezogene Werbung

Wichtige Änderungen

§ 2 Abs. 2 Nr. 4 UWG-E

„**Zertifizierungssystem**“ ein System der Überprüfung durch Dritte, durch das bestätigt wird, dass ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit bestimmte Anforderungen erfüllt, das die Verwendung eines entsprechenden Nachhaltigkeitssiegels ermöglicht und dessen Bedingungen, einschließlich seiner Anforderungen, öffentlich einsehbar sind und folgende Kriterien erfüllen:

III. Umweltbezogene Werbung

Wichtige Änderungen

§ 2 Abs. 2 Nr. 4 UWG-E

- Offenheit des Systems für alle Unternehmen, die die Anforderungen erfüllen
- Sachkundige Ausarbeitung der Anforderungen des Systems
- Sanktionsregelungen für den Fall der Nichtbeachtung
- Objektives Verfahren zur Überwachung

III. Umweltbezogene Werbung

Wichtige Änderungen

Nr. 4a Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG

Folgende geschäftliche Handlungen sind gegenüber Verbrauchern stets unzulässig:

das Treffen einer allgemeinen Umweltaussage, wenn der Unternehmer keine ihr zugrunde liegende anerkannte hervorragende Umweltleistung nachweisen kann;

III. Umweltbezogene Werbung

Wichtige Änderungen

§ 2 Abs. 2 Nr. 1 UWG-E

„**allgemeine Umweltaussage**“ eine schriftlich oder mündlich, einschließlich über audiovisuelle Medien, getätigte Umweltaussage, die nicht auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten ist und bei der die Spezifizierung der Umweltaussage nicht klar und in hervorgehobener Weise auf demselben Medium angegeben ist;

Beispiele:

- „100 % saubere Energie“; „Grüner Regionalstrom“ (OLG Schleswig, 03.09.2020 – 6 U 16/19, GRUR-RR 2020, 525)
- „100% Ökostrom“ (OLG Karlsruhe, 10.12.2008 – 6 U 140/08, GRUR-RR 2009, 144)

III. Umweltbezogene Werbung

Wichtige Änderungen

§ 2 Abs. 2 Nr. 2 UWG-E

„**anerkannte hervorragende Umwelleistung**“ die Umwelleistung im Einklang mit

- a) der Verordnung (EG) Nr. 66/2010,
- b) nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach DIN EN ISO 14024 Typ I, Ausgabe Juni 2018, die in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union offiziell anerkannt sind, oder
- c) Umwelthöchstleistungen nach sonstigem geltenden Unionsrecht;

III. Umweltbezogene Werbung

Wichtige Änderungen

ErwGr. 10 Richtlinie (EU) 2024/825

(....) beispielsweise **Klasse A** im Sinne der **Verordnung (EU) 2017/1369** des Europäischen Parlaments und des Rates. Die betreffende anerkannte hervorragende Umweltleistung sollte sich auf die gesamte Aussage beziehen. Beispielsweise könnte eine allgemeine Umweltaussage wie „**energieeffizient**“ auf der Grundlage einer anerkannten hervorragenden Umweltleistung nach der Verordnung (EU) 2017/1369 getroffen werden.

III. Umweltbezogene Werbung

Wichtige Änderungen

ErwGr. 9 Richtlinie (EU) 2024/825

Beispiele allgemeiner Umweltaussagen umfassen „umweltfreundlich“, „umweltschonend“, „**grün**“, „naturfreundlich“, „**ökologisch**“, „umweltgerecht“, „**klimafreundlich**“, „umweltverträglich“, „CO2-freundlich“, „**energieeffizient**“, „biologisch abbaubar“, „biobasiert“ oder ähnliche Aussagen, mit denen eine hervorragende Umweltleistung suggeriert wird oder die diesen Eindruck entstehen lassen. Diese allgemeinen Umweltaussagen sollten verboten werden, wenn eine anerkannte hervorragende Umweltleistung nicht nachgewiesen werden kann.

III. Umweltbezogene Werbung

Wichtige Änderungen

Nr. 4b Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG

Folgende geschäftliche Handlungen sind gegenüber Verbrauchern stets unzulässig:

das Treffen einer Umweltaussage zum gesamten Produkt oder zu der gesamten Geschäftstätigkeit des Unternehmers, wenn sich die Umweltaussage nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts oder nur auf eine bestimmte Aktivität der Geschäftstätigkeit des Unternehmers bezieht;

III. Umweltbezogene Werbung

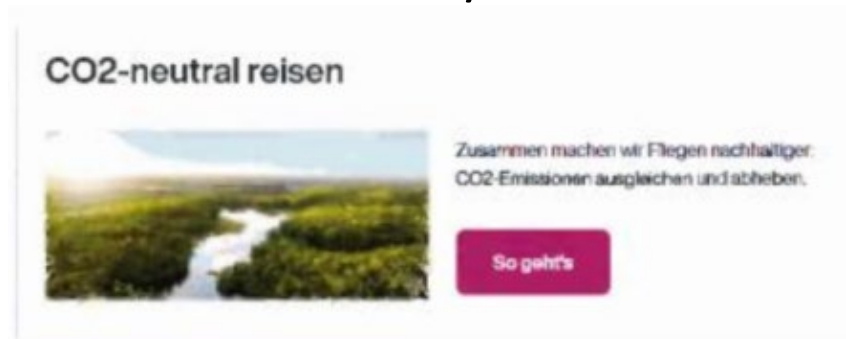
Wichtige Änderungen

Nr. 4c Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG

Folgende geschäftliche Handlungen sind gegenüber Verbrauchern stets unzulässig:

das Treffen einer Aussage, die sich auf die Kompensation von Treibhausgasemissionen gründet und nach der ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat;

Beispiel: OLG Köln, 13.12.2024 – 6 U 45/24



IV. Bewertung und Fazit

IV. Bewertung und Fazit

- Informationspflichten bleiben auch 2025 im Energiesektor ein „Dauerbrenner“
- Informationspflichten des EnWG sind Verbraucherschutzbestimmungen, selbst wenn nicht nur Verbraucher (im engen Sinne des § 13 BGB) betroffen sind
- Tendenziell strenge Anforderungen der Rechtsprechung an Erfüllung von Informationspflichten
- Bei Rechtsverletzungen ist privatrechtliche Durchsetzung über das UWG und das UKlaG möglich
- Ab 2026 gelten strengere Anforderungen für umweltbezogene Werbeaussagen aufgrund der Umsetzung der Greenwashing-RL, auch (aber nicht nur) im Energiesektor



Prof. Dr. Christian Alexander

Lehrstuhl für Bürgerliches Recht,

Wirtschafts- und Medienrecht

Friedrich-Schiller-Universität Jena

Rechtswissenschaftliche Fakultät

Carl-Zeiß-Straße 3 | D-07743 Jena

Tel.: + 49 (0) 3641/942-100

E-Mail: christian.alexander@uni-jena.de