

Herausgeber

Prof. Dr. Helmut Köhler

Prof. Dr. Christian Alexander

Chefredakteurin

Uta Wichering

Redakteur

Thomas Ch. Gramespacher

Wissenschaftlicher Beirat

Prof. Dr. Wolfgang Büscher

Prof. Dr. Jochen Glöckner, LL.M.

Prof. Dr. Franz Hacker

Prof. Dr. Thomas Koch

Dr. Reiner Münker

Dr. Martina Schwonke

In Zusammenarbeit mit der
Wettbewerbszentrale e.V.

dfv' Mediengruppe
Frankfurt am Main

Editorial: Prof. Dr. Christian Alexander

„Lost in information“ – Informationspflichten neu denken!

551 Prof. Dr. Wolfgang Büscher

Das Verhältnis von Informationspflichtverletzung (§§ 5a und 5b UWG), Irreführung (§ 5 UWG) und Verstoß gegen eine Marktverhaltensregelung (§ 3a UWG) (Teil 2)

558 Prof. Dr. Franz Hofmann, LL.M.

Auswirkungen der EmpCo-RL auf Siegel mit Informationen zur regionalen Herkunft

567 Ulrike Gillner

Werbung mit Green Claims und Siegeln: Wann ist ein Logo ein (Nachhaltigkeits-)Siegel?

571 Prof. Dr. Florian Bien und Dr. Björn Christian Becker

50+1-Regel ohne Ausnahmen: Ein kartellrechtliches Eigentor (Teil 1)

577 Leander Brandt

Wettbewerbsverbote in der GmbH im Lichte der Final Rule der Federal Trade Commission (FTC)

585 Verbraucherzentrale Bundesverband/JZ

EuGH, Urteil vom 26.03.2026 – C-62/25

587 Almirall u. a./Infinity Pharma u. a.

EuGH, Urteil vom 19.03.2026 – C-589/24

590 Fauré Le Page Maroquinier u. a./Goyard ST-Honoré

EuGH, Urteil vom 26.03.2026 – C-412/24

596 Brillen Rottler/TC

EuGH, Urteil vom 19.03.2026 – C-526/24

612 Google-Ads

BGH, Urteil vom 11.03.2026 – I ZR 28/25

615 Hafenmieze

BGH, Urteil vom 11.03.2026 – I ZR 96/25

624 Kommentar von Evgeny Pustovalov

626 Ersatztank

BGH, Urteil vom 11.03.2026 – I ZR 106/25

- 66 Insgesamt war es deshalb rückblickend betrachtet prozessökonomisch sinnvoll, dass der BGH möglichst lange an der parallelen Anwendung von § 3a und §§ 5a und b UWG beim Vorenthalten wesentlicher Informationen festgehalten hat.
- 67 Der beträchtliche Begründungsaufwand könnte seine Rechtfertigung in dem Fall erhalten, dass der BGH seine Rechtsprechung zu den Voraussetzungen des § 5a Abs. 1 Nr. 1 und 2 UWG stärker konturiert. Dies böte eine Chance, die überbordende Informationsfülle für den Verbraucher und den entsprechenden Aufklärungs-

aufwand auf Seiten der Unternehmen auf das für einen aufgeklärten und informierten Verbraucher notwendige Maß zu reduzieren.

Anm. der Redaktion:

Dieser Beitrag ist eine Fortsetzung von WRP 2026, 419 ff. Teil 1 findet sich dort.

Prof. Dr. Franz Hofmann, LL.M. (Cambridge), Erlangen-Nürnberg*

Auswirkungen der EmpCo-RL auf Siegel mit Informationen zur regionalen Herkunft**

INHALT

I. Einführung

1. Irreführungsverbot als zentrale Säule des Lauterkeitsrechts
2. Gütesiegel etc. im Lauterkeitsrecht nach bisheriger Rechtslage
 - a) Vorgaben gegen Irreführung nach § 5 UWG
 - b) Transparenzgebote
 - c) Schwarze Liste
3. Die EmpCo-RL
4. Gegenstand der Untersuchung

II. Auswirkungen der Änderung von Art. 6 UGP-RL und Art. 7 UGP-RL auf Siegel zur regionalen Herkunft

1. Irreführung über ökologische und soziale Merkmale und Zirkularitätsaspekte
2. Werbung mit irrelevanten und nicht produktbezogenen Merkmalen

III. Auswirkungen der Regelung zu Nachhaltigkeitsiegeln nach Nr. 2a Anhang I UGP-RL n. F. auf Siegel zur regionalen Herkunft

1. Einführung
2. Siegel mit Hinweis zur regionalen Herkunft als Nachhaltigkeitsiegel
 - a) Vertrauensiegel, Gütezeichen oder Ähnliches
 - b) Freiwillig
 - c) Privates oder öffentliches Siegel
 - d) Ziel der Produkthervorhebung oder Förderung in Bezug auf ökologische oder soziale Merkmale
 - e) Keine verpflichtende Kennzeichnung
 - f) Konsequenzen der Annahme/Verneinung eines Nachhaltigkeitsiegels
3. Anforderungen an das Zertifizierungssystem
 - a) Grundsätzliches
 - b) Öffentliche Einsehbarkeit
 - c) Zugänglichkeit des Systems
 - d) Beteiligung von Sachverständigen und Interessenträgern
 - e) Verfahren zum Umgang mit Verstößen
 - f) Überwachung

4. Sonstiges

IV. Auswirkungen weiterer Ergänzungen der schwarzen Liste auf Siegel zur regionalen Herkunft

1. Allgemeine Umweltaussagen
2. Umweltaussagen zum gesamten Produkt

V. Teleologische Auslegung: Anreize zur Nutzung von Siegeln

VI. Fazit

Verbraucher greifen gern zu „regionalen“ Produkten. Entsprechend gibt es eine Vielzahl von Labels, mit denen die regionale Herkunft bezeugt wird. Die RL (EU) 2024/825 (kurz: EmpCo-RL) wirkt sich womöglich auch auf Angaben zur regionalen Herkunft eines Produkts aus. Es könnte hier insbesondere ein Produkt in Bezug auf seine ökologischen oder sozialen Merkmale hervorgehoben werden.

I. Einführung

1. Irreführungsverbot als zentrale Säule des Lauterkeitsrechts

Seit jeher ist das Irreführungsverbot eine zentrale Säule des Lauterkeitsrechts.¹⁾ Ursprünglich als Konkurrentenschutz gedacht²⁾ zielt der Schutz vor irreführenden geschäftlichen Handlungen heute vor allem auf den Schutz der Verbraucher.³⁾ Der Schutz vor Irreführung lässt sich dabei – ausweislich von Erwägungsgrund 14 der UGP-RL (RL 2005/29/EG) – in irreführende Handlungen und irreführende Unterlassungen unterteilen. Das Ziel informierter geschäftlicher Entscheidungen (nochmals Erwägungsgrund 14 UGP-RL) kann nicht nur dadurch verfehlt werden, dass aktiv getäuscht wird, sondern auch dadurch, dass wesentliche Informationen vorenthalten werden. Das Irreführungsverbot erweist sich daher auch als Transparenzgebot bzw. als Quelle für diverse Informationspflichten.

Neben den „kleinen Generalklauseln“ (§ 5 Abs. 1 UWG/Art. 6 Abs. 1 UGP-RL; § 5a Abs. 1 UWG/Art. 7 Abs. 1 UGP-RL) hat der Gesetzgeber – nicht zuletzt aus Gründen der Rechtssicherheit,

* Mehr über den Autor erfahren Sie auf S. 691.

** Der Beitrag beruht auf einem Gutachten, das der Autor mit Blick auf ein Siegel zur regionalen Herkunft („Regionalfenster“) verfasst hat.

1) *Bornkamm/Feddersen*, in: Köhler/Feddersen, UWG, 44. Aufl. 2026, § 5 Rn. 0.113 ff.; zur Historie *Sosnitza*, in: Ohly/Sosnitza, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 8. Aufl. 2023, § 5 Rn. 1 ff.

2) *Ruess*, in: Münchener Kommentar zum Lauterkeitsrecht, 3. Aufl. 2020, § 5 Rn. 20.

3) *Bornkamm/Feddersen*, in: Köhler/Feddersen, UWG (Fn. 1), § 5 Rn. 0.9.

Hofmann, Auswirkungen der EmpCo-RL auf Siegel mit Informationen zur regionalen Herkunft

vgl. Erwägungsgrund 17 UGP-RL – den Gedanken der Irreführung in speziellen Tatbeständen näher ausbuchstabiert. Allen voran in der „schwarzen Liste“ (Anhang UWG/Anhang I UGP-RL; vgl. aber auch § 5 Abs. 3 und Abs. 5 UWG/Art. 6 Abs. 2 UGP-RL und § 5b UWG/Art. 7 Abs. 4 bis 7 UGP-RL) findet sich eine Sammlung an Beispielen, die als Ausdruck des Irreführungsverbotens stets als unzulässig bzw. unlauter gelten (§ 3 Abs. 3 UWG/Art. 5 Abs. 5 UGP-RL). Bei der Auslegung der Spezialtatbestände (der schwarzen Liste) ist überzeugenderweise die systematische Verortung als Ausdruck der Irreführung zu beachten.⁴⁾ Teils erweisen sich Spezialtatbestände gar als überflüssig, weil das gleiche Ergebnis letztlich auch durch die Auslegung der „kleinen Generalklausel“ zu erzielen wäre.⁵⁾

2. Gütesiegel etc. im Lauterkeitsrecht nach bisheriger Rechtslage

3 Vor diesem Hintergrund maß die Rechtsprechung bereits auf Basis des bisherigen UWG Gütesiegel etc. am Irreführungs- und Transparenzgebot.⁶⁾ Über derartige Siegel können leicht verständlich Informationen transportiert werden. Dies senkt Transaktionskosten, setzt aber zugleich voraus, dass das Vertrauen in die Botschaft des Zeichens nicht enttäuscht wird.⁷⁾ Schon bisher galten durchaus strenge Anforderungen.⁸⁾

a) Vorgaben gegen Irreführung nach § 5 UWG

4 In der Entscheidung „IVD-Gütesiegel“ erklärt der BGH, dass ein Gütesiegel oder Prüfzeichen vom Verkehr dahingehend verstanden wird, „dass ein neutraler Dritter mit entsprechender Kompetenz die damit versehene Ware nach objektiven und aussagekräftigen Kriterien auf die Erfüllung von Mindestanforderungen geprüft hat. Ein solches Zeichen bietet aus der Sicht des Verkehrs die Gewähr, dass ein mit ihm gekennzeichnetes Produkt bestimmte, für seine Güte und Brauchbarkeit als wesentlich angesehene Eigenschaften aufweist. (...) Um der mit dem Siegel verbundenen Güteerwartung des Verkehrs gerecht zu werden, die regelmäßig nicht auf den Zeitpunkt der Vornahme der Prüfung beschränkt ist, sondern von der Fortdauer der bescheinigten Produkteigenschaften ausgeht, ist eine kontinuierliche Überwachung der Verwendung des Gütesiegels durch die verleihende Stelle erforderlich.“⁹⁾ Folglich kommt eine Irreführung nach § 5 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 UWG in Betracht, „wenn die Prüfeinrichtung nicht über eine hinreichende Neutralität verfügt. Bezugspunkte der Neutralität sind zum einen die Vornahme der Qualitätsprüfung und zum anderen die Vergabe- und Überwachungspraxis.“¹⁰⁾ „Soweit die das Siegel verleihende Stelle die Qualitätsprüfung von einer externen Einrichtung durchführen lässt, kommt es insoweit auf die Neutralität der letzteren an.“¹¹⁾ Es ist daher zu prüfen, ob ein beauftragtes Institut ein etwaiges Prüfungsprogramm neutral durchführt.¹²⁾ Auch die Vergabe

des Siegels durch die verleihende Stelle und die fortdauernde Überwachung der Siegelnutzung müssen neutral erfolgen.¹³⁾ Der BGH betont, dass die Verwendung eines Gütesiegels, dessen Verleihung keine oder keine kompetente und an objektiven sowie aussagekräftigen Kriterien orientierte Prüfung vorausgegangen ist, irreführend ist.¹⁴⁾

5 Unerheblich ist demgegenüber nicht nur, dass das Siegel einer Einrichtung ausschließlich an ihre Mitglieder vergeben wird, sondern auch die Zahlung angemessener Gebühren.¹⁵⁾ Des Weiteren liegt die Bestimmung des Verfahrens und der Prüfkriterien nach bisheriger BGH-Rechtsprechung grundsätzlich in der autonomen Entscheidung der vergebenden Stelle.¹⁶⁾ Es gelte sachgerechte Kriterien festzulegen, was am besten – aber nicht ausschließlich – gelingt, wenn bei der Aufstellung des Prüfkonzepths die von der Gütesicherung betroffenen Verbände der anbietenden Wirtschaft und der Verbraucher oder Anwender sowie Verbände des Prüfungswesens, betroffene staatliche Stellen und gegebenenfalls sonstige fachkundige Institutionen beteiligt werden.¹⁷⁾

6 In der Rechtsprechung finden sich mehrere Beispiele, in denen Siegel als irreführend eingestuft worden sind. Namentlich die Verwendung eines firmeneigenen „Bio-Logos“ ist irreführend, da der Verkehr davon ausgeht, dass ein Dritter das Produkt nach bestimmten Anforderungen geprüft hat.¹⁸⁾ Als Mindestanforderung verbleibt auch bei einer nicht bekannten Kennzeichnung das Verständnis, dass eine Prüfung durch einen Dritten und die Einhaltung bestimmter Qualitätsstandards festgestellt wird.¹⁹⁾

b) Transparenzgebote

7 Die Rechtsprechung verlangt zudem die Publizität des Prüfprogramms.²⁰⁾ In der Entscheidung „LGA tested“ hat der BGH herausgearbeitet, dass Verbraucher ein Informationsbedürfnis hinsichtlich der bei einem Zertifizierungssystem angewendeten Kriterien haben.²¹⁾ Es handelt sich bei den „Kriterien für die Vergabe der Prüfzeichen“ um „wesentliche Informationen“ i. S. v. § 5a Abs. 1 UWG/Art. 7 Abs. 1 UGP-RL.²²⁾ Dem Verbraucher ist daran gelegen, die Grundlagen für die Vergabe eines Prüfsiegels mitgeteilt zu bekommen und gegebenenfalls zu überprüfen.²³⁾ Das Interesse des Verbrauchers an näheren Informationen zu den Prüfkriterien ist von so erheblichem Gewicht, dass der ein Prüfzeichen Verwendende von sich aus für den Verbraucher nachvollziehbare Zusammenstellungen der geprüften Qualitäts- und Sicherheitsaspekte und der daran angelegten Maßstäbe bereitzustellen und über eine Fundstellenangabe verfügbar zu machen hat.²⁴⁾ Hinsichtlich des Umfangs der bereitzustellenden Informationen hilft dem Unternehmer § 5a Abs. 3 UWG (Art. 7 Abs. 3 UGP-RL).

c) Schwarze Liste

8 Spezialregelungen finden sich im Anhang des UWG (Nr. 2 und Nr. 4/Nr. 2 und Nr. 4 Anhang I UGP-RL). Allen voran bleibt die Regelung aus Anhang I Nr. 4 UGP-RL – was die EmpCo-RL unter-

4) Vgl. EuGH, 18.10.2012 – C-428/11, WRP 2012, 1509, Rn. 37 – Purely Creative u.a. („Zudem steht diese Nr. 31 im Anhang I der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken unter der Überschrift „Aggressive Geschäftspraktiken“, so dass ein irreführender Charakter der Geschäftspraktik irrelevant ist.“)
5) Vgl. zu § 5 Abs. 3 Nr. 1 UWG als Fall der Irreführung über die betriebliche Herkunft gemäß § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG *Bornkamm/Feddersen*, in: Köhler/Feddersen, UWG (Fn. 1), § 5 Rn. 9.2 („geht es doch um nichts anderes als um die Irreführung über die betriebliche Herkunft“); zu einer Informationspflicht über den Einsatz „personalisierter Preise“ auf Basis von § 5a Abs. 1 UWG vor der Ergänzung der Verbraucherrechte-RL (RL 2011/83/EU) um Art. 6 Abs. 1 lit. ea *F. Hofmann*, WRP 2016, 1074, 1080 f.
6) Vgl. auch OLG Frankfurt a. M., 10.11.2022 – 6 U 104/22, WRP 2023, 211, GRUR 2023, 177, Rn. 30 – Klimaneutral.
7) *F. Hofmann*, in: Einfeld/Otto/Pahlow/Zwanzger (Hrsg.), Gedächtnisschrift für Diethelm Klippel, 2025, S. 261, 262.
8) Zusammenfassend *Münker*, WRP 2025 702, 705; *Rittowski* GRUR 2024, 1580, 1581.
9) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 26 – IVD-Gütesiegel.
10) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 27 – IVD-Gütesiegel.
11) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 28 – IVD-Gütesiegel.
12) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 28 – IVD-Gütesiegel.

13) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 29 – IVD-Gütesiegel.
14) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 31 – IVD-Gütesiegel.
15) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 29 und Rn. 30 – IVD-Gütesiegel.
16) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 32 – IVD-Gütesiegel.
17) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 32 – IVD-Gütesiegel.
18) OLG München, 09.12.2021 – 6 U 1973/21, WRP 2022, 494, Rn. 61 ff. – Firmeneigenes Bio-Logo.
19) OLG München, 09.12.2021 – 6 U 1973/21, WRP 2022, 494, Rn. 70 – Firmeneigenes Bio-Logo.
20) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 33 – IVD-Gütesiegel; BGH, 21.07.2016 – I ZR 26/15, WRP 2016, 1221 – LGA tested.
21) BGH, 21.07.2016 – I ZR 26/15, WRP 2016, 1221, Rn. 30 ff., 36 – LGA tested.
22) BGH, 21.07.2016 – I ZR 26/15, WRP 2016, 1221, Rn. 30 ff., Rn. 53 – LGA tested.
23) BGH, 21.07.2016 – I ZR 26/15, WRP 2016, 1221, Rn. 44 – LGA tested.
24) BGH, 21.07.2016 – I ZR 26/15, WRP 2016, 1221, Rn. 53 – LGA tested.

Hofmann, Auswirkungen der EmpCo-RL auf Siegel mit Informationen zur regionalen Herkunft

streicht (vgl. Erwägungsgrund 7 Abs. 2 S. 4) – im Kontext von Siegeln, namentlich „Nachhaltigkeitssiegeln“ auch weiter von Bedeutung.

3. Die EmpCo-RL

- 9 Der europäische Gesetzgeber will nunmehr über die RL (EU) 2024/825 (EmpCo-RL)²⁵⁾ informierte Kaufentscheidungen und nachhaltiges Konsumverhalten fördern (Erwägungsgrund 1 S. 1 EmpCo-RL). Er möchte unlautere Geschäftspraktiken verhindern, die Verbraucher auf dem Feld der Umweltwerbung irreführen, namentlich durch „nicht transparente und nicht glaubwürdige Nachhaltigkeitssiegel“ (Erwägungsgrund 1 S. 3 EmpCo-RL). Zu diesem Zweck wurden die Regelungen zur Irreführung nach Art. 6 UGP-RL und zur Irreführung durch Unterlassen nach Art. 7 UGP-RL (RL 2005/29/EG) konkretisiert. Zugleich wurde die „schwarze Liste“ um weitere spezifische irreführende Praktiken ergänzt (Erwägungsgrund 2 EmpCo-RL).²⁶⁾
- 10 Der europäische Gesetzgeber hat mithin das Irreführungsverbot weiter verfeinert. Übergeordnet bleibt es beim Kernanliegen, dass Verbraucher informierte Kaufentscheidungen treffen sollen, wobei hier (weiterhin) der Durchschnittsverbraucher maßgeblich ist (dazu näher u. V.).
- 11 Hinzuweisen ist darauf, dass die Vorgaben der EmpCo-RL nicht durch das Markenrecht verdrängt werden.²⁷⁾ Nur weil eine bestimmte Botschaft über eine Gewährleistungsmarke abgesichert ist, bedeutet das für sich genommen nur, dass Dritte das Zeichen im Rahmen markenrechtlicher Grundsätze nicht nutzen dürfen. Ob das Zeichen verwendet werden darf, ist damit nicht gesagt. Ganz im Gegenteil: Die Missachtung der Vorgaben der EmpCo-RL kann dazu führen, dass konkret eine Gewährleistungsmarke von niemandem benutzt werden darf.²⁸⁾ Erwägungsgrund 7 Abs. 2 S. 2 und S. 3 EmpCo-RL unterstreichen dies ausdrücklich.

4. Gegenstand der Untersuchung

- 12 Im Folgenden soll nun näher ausgeleuchtet werden, ob „Regionalitätshinweise“ eine besondere Regulierung durch die EmpCo-RL erfahren. Im Mittelpunkt der Analyse steht dabei das fortan im Anhang I Nr. 2a UGP-RL zu findende Verbot des Anbringens eines Nachhaltigkeitssiegels, das nicht auf einem Zertifizierungssystem beruht oder nicht von staatlichen Stellen festgesetzt wurde. Nicht eingegangen wird insbesondere auf Art. 2 EmpCo-RL sowie die Ergänzungen der „schwarzen Liste“ in Abs. 4 des Anhangs EmpCo-RL. Die dortigen Änderungen sind für die Regulierung von Verbraucher-Labels mit Aussagen zur regionalen Herkunft offensichtlich nicht einschlägig.

II. Auswirkungen der Änderung von Art. 6 UGP-RL und Art. 7 UGP-RL auf Siegel zur regionalen Herkunft

1. Irreführung über ökologische und soziale Merkmale und Zirkularitätsaspekte

- 13 Die Liste der Punkte nach Art. 6 Abs. 1 UGP-RL, auf die sich eine Irreführung beziehen kann, wurde durch die EmpCo-RL um „ökologische und soziale Merkmale“ sowie „Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit erweitert“.

Schon nach bisheriger Rechtsprechung konnten Gütesiegel etc. als zur Täuschung geeignete Angabe über die „wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung“ i. S. d. § 5 Abs. 2 Fall 2 Nr. 1 UWG verstanden werden (s. o. I. 2.).²⁹⁾ Im Hinblick auf Labels mit Informationen zur regionalen Herkunft ist zudem zu beachten, dass bereits nach bisheriger Rechtslage auch die „geographische Herkunft“ im Irreführungstatbestand erwähnt wird (s. auch Art. 6 Abs. 1 lit. b UGP-RL). Dass nunmehr explizit auch ökologische und soziale Merkmale zu berücksichtigen sind, bewirkt daher speziell für durch Siegel vermittelte regionale Herkunftsangaben keine Verschärfung – selbst wenn man die Herkunft zugleich als ökologisches Merkmal ansieht (vgl. u. III. 2.). Es bleibt im Kern dabei, dass eine Irreführung nur vorliegt, wenn das Verständnis, das eine Angabe bei den angesprochenen Verkehrskreisen erweckt, mit den tatsächlichen Verhältnissen nicht übereinstimmt.³⁰⁾ Auch der deutsche Gesetzgeber geht davon aus, dass die Ergänzung in Art. 6 Abs. 1 lit. b UGP-RL „lediglich klarstellenden Charakter“ hat.³¹⁾

Soweit nun aber ein Siegel keine unwahren Angaben bezüglich der regionalen Herkunft vermittelt und auch im Detail kein falsches Verständnis bei den angesprochenen Marktteilnehmern, namentlich Verbrauchern, erweckt wird (z. B. durch Offenlegung, dass ein bestimmter Anteil eines verarbeiteten Produkts gerade nicht aus der lokalen Region stammt), bestehen gegen regionale Herkunftsangaben auch künftig auf Basis von § 5 Abs. 1 und Abs. 2 UWG keine Bedenken.

2. Werbung mit irrelevanten und nicht produktbezogenen Merkmalen

Nach Art. 6 Abs. 2 lit. e UGP-RL n. F. gilt eine Geschäftspraxis als irreführend, wenn sie im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände einen Durchschnittsverbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst oder zu veranlassen geeignet ist, die er ansonsten nicht getroffen hätte, und Folgendes beinhaltet: Werbung mit Vorteilen für Verbraucher, die irrelevant sind und sich nicht aus einem Merkmal des Produkts oder der Geschäftstätigkeit ergeben.³²⁾

Positive Auswirkungen auf die Umwelt können dabei durchaus relevante Vorteile im Sinne der Bestimmung sein.³³⁾ In jedem Fall spielen Herkunftshinweise, zumal die regionale Herkunft, für Verbraucher (ob zu Recht oder nicht) eine zentrale Rolle – sei es aus Umweltschutzgründen oder auch einfach, um die regionale Wirtschaft zu stärken. Es handelt sich hier zweifelsohne nicht um irrelevante Vorteile, da es um den „Vorteil“ geht, regionale Produkte von nicht-regionalen Produkten abzugrenzen. Der Vorteil der regionalen Herkunft ergibt sich im Übrigen aus einem Merkmal des Produkts (vgl. dazu auch Art. 6 Abs. 2 lit. b UGP-RL n. F.). Umgekehrt belegen die vom europäischen Gesetzgeber aufgezählten Beispiele in Erwägungsgrund 5 EmpCo-RL (z. B. Bewerbung eines Mineralwassers als glutenfrei), dass die Angabe der regionalen Herkunft nicht unter das Verbot der „Werbung mit Selbstverständlichkeiten“ fällt.³⁴⁾

25) Die Richtlinie gilt seit 26.03.2024; sie war in nationales Recht umzusetzen bis zum 27.03.2026 (nunmehr geschehen durch 3. UWG-Änderungsgesetz, BGBl. I Nr. 43 vom 19.02.2026).

26) Eine prägnante Zusammenfassung der Kernanliegen findet sich in BT-Drs. 21/1855, S. 2.

27) Einschränkend BT-Drs. 21/3327, S. 19 („Dementsprechend ist die Verwendung einer eingetragenen Marke aus der nach dem europäischen Recht maßgeblichen Sicht hinreichend informierter, angemessen aufmerksamer und verständiger Durchschnittsverbraucher nicht mit der Garantie des Vorhandenseins bestimmter Eigenschaften einer Ware oder Dienstleistung verbunden.“).

28) Vgl. auch Nordemann-Schiffel, GRUR 2025, 1785; Klein, BB 2025, 2439, 2440.

29) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 23 – IVD-Gütesiegel.

30) Ständige Rechtsprechung, vgl. BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 10 und Rn. 25 – IVD-Gütesiegel.

31) BT-Drs. 21/1855, S. 31 (zudem findet sich dort die Formulierung „Klarstellung“); Gillner, Editorial WRP Heft 9/2025 („Konkretisierung“).

32) Enge Verwandtschaft mit Anhang I Nr. 10a UGP-RL n. F., vgl. Alexander WRP 2022, 657, 660.

33) Ausdrücklich BT-Drs. 21/1855, S. 32.

34) Vgl. zum Gedanken der Werbung mit Selbstverständlichkeiten BT-Drs. 21/1855, S. 32.

III. Auswirkungen der Regelung zu Nachhaltigkeits-siegeln nach Nr. 2a Anhang I UGP-RL n. F. auf Siegel zur regionalen Herkunft

1. Einführung

- 18 In Anhang I Nr. 2a UGP-RL n. F. findet sich fortan ein „per se-Verbot“ des Anbringens eines Nachhaltigkeits Siegels, das nicht auf einem Zertifizierungssystem beruht oder nicht von staatlichen Stellen festgesetzt wurde (engl.: Displaying a sustainability label that is not based on a certification scheme or not established by public authorities; frz.: Afficher un label de développement durable qui n'est pas fondé sur un système de certification ou qui n'a pas été mis en place par des autorités publiques).³⁵ Die Begriffe „Nachhaltigkeits Siegel“ und „Zertifizierungssystem“ sind in der EmpCo-RL legaldefiniert (vgl. Art. 1 Nr. 1 lit. b EmpCo-RL). Dem europäischen Gesetzgeber ist die „Transparenz und Glaubwürdigkeit“ von Nachhaltigkeits Siegeln ein wichtiges Anliegen (Erwägungsgrund 7 S. 1 EmpCo-RL).³⁶ Teils wird allerdings vertreten, dass sich die neuen Anforderungen bereits aus der bisherigen Rechtsprechung ergeben.³⁷

2. Siegel mit Hinweis zur regionalen Herkunft als Nachhaltigkeits Siegel

- 19 Zunächst muss der Begriff „Nachhaltigkeits Siegel“ (engl.: sustainability label; frz.: label de développement durable) näher analysiert werden. Gefragt wird dabei zugleich, ob Siegel, Zeichen oder Labels usw. mit Hinweisen zur regionalen Herkunft als Nachhaltigkeits Siegel einzustufen sind.
- 20 Ausweislich von Art. 2 Abs. 1 lit. q UGP-RL n. F. wird ein Nachhaltigkeits Siegel definiert als ein freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauens Siegel, Gütezeichen oder Ähnliches, mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit in Bezug auf ihre ökologischen oder sozialen Merkmale oder beides hervorzuheben oder zu fördern, ausgenommen alle verpflichtenden Kennzeichnungen gemäß Unionsrecht oder nationalem Recht (engl.: means any voluntary trust mark, quality mark or equivalent, either public or private, that aims to set apart and promote a product, a process or a business by reference to its environmental or social characteristics, or both, and excludes any mandatory label required under Union or national law; frz.: tout label de confiance volontaire, label de qualité ou équivalent, public ou privé, qui vise à distinguer et à promouvoir un produit, un procédé ou une entreprise pour ses caractéristiques environnementales ou sociales, ou les deux, et qui exclut tout label obligatoire requis en vertu du droit de l'Union ou du droit national). Die Definition ist denkbar breit.³⁸

a) Vertrauens Siegel, Gütezeichen oder Ähnliches

- 21 Adressiert werden Vertrauens Siegel, Gütezeichen oder Ähnliches. Es gibt keinen geschlossenen Katalog dessen, welche Logos etc. vom Begriff des Nachhaltigkeits Siegels umfasst werden. Es dürfte aber zu verlangen sein, dass der angesprochene Verkehr eine Angabe als „Siegel“, „Gütezeichen“ oder etwas Ähnliches versteht. Hierbei spielt die konkrete Gestaltung eine Rolle, so dass nicht jedwede Angabe als Nachhaltigkeits Siegel einzuord-

nen ist. Im Ergebnis kann freilich alles als Nachhaltigkeits Siegel gelten, was eine Umweltaussage (dazu u. IV.) „in eine ansprechend-prägnante Formgestaltung bringt“.³⁹

Ohne hier die Grenzen im Einzelnen weiter auszuloten, lassen sich Labels, die die regionale Herkunft spezifizieren, als einschlägige Siegel bzw. Zeichen verstehen. Jedenfalls soweit eine „Siegel-“ oder „stempelartige“ Aufmachung vorliegt, folgt eine entsprechende Einordnung ohne Weiteres aus dem Verkehrsverständnis, konkret: der Wahrnehmung des Durchschnittsverbrauchers.

b) Freiwillig

Ein „Nachhaltigkeits Siegel“ setzt voraus, dass das Siegel etc. freiwillig ist. Das bedeutet, dass keine Verpflichtung zu einem derartigen Siegel bestehen darf.

c) Privates oder öffentliches Siegel

Erfasst werden des Weiteren sowohl private als auch öffentliche Siegel, Labels etc. Während öffentliche Siegel seitens des Staates administriert werden, sind private Siegel privatrechtlich ausgestaltet. Das ist z. B. der Fall, wenn diese von einem eingetragenen Verein oder einer GmbH verwaltet werden.

d) Ziel der Produkthervorhebung oder Förderung in Bezug auf ökologische oder soziale Merkmale

Das Vertrauens Siegel oder Gütezeichen etc. muss dem Ziel dienen, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit in Bezug auf ihre ökologischen oder sozialen Merkmale – oder auch beides – hervorzuheben oder zu fördern. Knackpunkt ist dabei, was unter „ökologischen oder sozialen Merkmalen“ namentlich eines Produkts zu verstehen ist. Das Begriffspaar findet sich auch in Art. 6 Abs. 1 lit. b UGP-RL n. F. (o. II. 1.). Es spricht nichts dagegen, dass die Auslegung gleich vorgenommen wird, da die Begriffe jeweils mit der EmpCo-RL eingefügt wurden. Auch in der englischen oder französischen Sprachfassung werden die Begriffe identisch verwendet.

In Erwägungsgrund 3 S. 2 EmpCo-RL erläutert der europäische Gesetzgeber primär, was er unter den sozialen Merkmalen eines Produkts versteht: Die von Gewerbetreibenden bereitgestellten Informationen über die sozialen Merkmale eines Produkts entlang der gesamten Wertschöpfungskette können sich beispielsweise auf die Qualität und Gerechtigkeit der Arbeitsbedingungen der beteiligten Arbeitskräfte, wie beispielsweise angemessene Löhne, Sozialschutz, Sicherheit des Arbeitsumfelds und sozialer Dialog beziehen. Es kann auch um die Achtung der Menschenrechte, die Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle, einschließlich der Gleichstellung der Geschlechter, Inklusion und Vielfalt, sowie um Beiträge zu sozialen Initiativen oder um ethische Verpflichtungen wie den Tierschutz gehen.

Auf den ersten Blick lassen sich Informationen zur regionalen Herkunft nicht darunter fassen. Es fehlt an einer einschlägigen expliziten Aussage. Ausweislich der Gesetzesbegründung der Bundesregierung können zudem ökologische oder soziale Merkmale, die nur eine untergeordnete Rolle spielen, dafür sorgen, dass nach dem Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise kein Nachhaltigkeits Siegel bzw. allgemeiner: keine entsprechende Aussage („Hervorhebung eines Produkts etc. in Bezug auf ökologische oder soziale Merkmale“) gegeben ist.⁴⁰

Bei einem weiten Verständnis könnte man freilich in die regionale Herkunft zum einen auch das soziale Umfeld des Produkts, also das soziale Umfeld seiner Herstellung, zwanglos hineinlesen („soziale Merkmale“). Gleiches gilt zum anderen für ökologische

35) Kritisch Gllner, Editorial WRP Heft 9/2025 („Bereits aktuell gelten strenge Anforderungen an Werbung mit Siegeln (...), so dass es eines solchen Verbots kaum bedürft hätte“).

36) Vgl. auch BT-Drs. 21/1855, S. 35 („Belastbarkeit, Glaubwürdigkeit und Transparenz von Nachhaltigkeits Siegeln“).

37) Scherer, GRUR 2023, 29, 33 („dies nicht nur deshalb, weil davon auszugehen ist, dass ein „Nachhaltigkeits Siegel“ nach dem geplanten Art. 2 lit. r, welches nicht einem „Zertifizierungssystem“ nach dem geplanten Art. 2 lit. s entspricht, irreführend gem. Art. 6 Abs. 1 UGP-RL ist, sondern bereits nach der bisherigen Rechtsprechung“); Söpe/Fuchs, WRP 2022, 1338, 1344; anders wohl Kufjer/Pres, WRP 2025, 433, 436 f.

38) Kufjer/Pres, WRP 2025, 433, 436.

39) Kufjer/Pres, WRP 2025, 433, 436.

40) BT-Drs. 21/1855, S. 29.

Hofmann, Auswirkungen der EmpCo-RL auf Siegel mit Informationen zur regionalen Herkunft

Merkmale, also etwa den Gedanken, dass ein regionales Produkt wegen kürzerer Transportwege geringere Auswirkungen auf die Umwelt hat als Importware. Beides gilt zumal dann, wenn man konkludent getätigte Aussagen als berücksichtigungsfähig sieht. Für letzteres spricht, dass Umweltaussagen nach Art. 2 Abs. 1 lit. o UGP-RL n. F. „stillschweigend“ erfolgen können, während (allgemeine) Umweltaussagen auch auf Nachhaltigkeitssiegeln enthalten sein können (Art. 2 Abs. 1 lit. p UGP-RL n. F.). Das Gesetz geht folglich davon aus, dass konkludente Aussagen über Nachhaltigkeitssiegel vermittelt werden können. Und umgekehrt: Eine *ausdrückliche* Aussage wird gerade nicht verlangt (e contrario Wortlaut Nr. 30 Anhang I UGP-RL). Dafür spricht ferner, dass die EmpCo-RL die ökologischen und sozialen Merkmale eines Produkts „in einem weiten Sinne“ verstanden wissen will (Erwägungsgrund 3 S. 3 EmpCo-RL). Erwägungsgrund 7 S. 1 EmpCo-RL unterstreicht, dass sich Nachhaltigkeitssiegel „auf viele Merkmale eines Produkts (...) beziehen“. Ausdrücklich erwähnt werden in Erwägungsgrund 3 S. 3 EmpCo-RL dabei ferner auch die „Auswirkungen und Leistungen eines Produkts“ (engl.: The environmental and social characteristics of a product can be understood in a broad sense, encompassing the environmental and social aspects, impact and performance of a product; frz.: Les caractéristiques environnementales et sociales d'un produit peuvent s'entendre au sens large et inclure les aspects, les incidences et les performances dans les domaines environnemental et social). Mit dem Kauf regionaler Produkte unterstützen Käufer (unabhängig vom objektiven ökologischen oder sozialen „Wert“) aus ihrer Sicht (also den maßgeblichen angesprochenen Durchschnittsverbrauchern) die Landwirtschaft und die Verarbeitungsstruktur in der jeweiligen Region. Die regionale Herkunft wird der Durchschnittsverbraucher zudem als positive Auswirkungen des Produkts auf die Umwelt verstehen, etwa – wie erwähnt – hinsichtlich kürzerer oder längerer Transportwege oder aber etwa auch wegen entfallender Bewässerungserfordernisse. Dass ein regionales Produkt im Einzelfall wegen seiner Herstellungsmethode (z. B. Überdüngung) vielleicht sogar schädlicher für die Umwelt sein kann, stellt den vorliegenden Befund nicht grundsätzlich in Frage.

29 Diese Botschaften werden – aus Sicht des angesprochenen Verkehrs – zumindest konkludent vermittelt. Dies belegt letztlich folgendes Gedankenexperiment: Warum wird mit der regionalen Herkunft geworben, wenn sich aus dieser *keine* konkludente Aussage über (positive) ökologische oder soziale Aspekte entnehmen ließe. Irgendeinen Inhalt muss der Regionalitätshinweis nun aber vermitteln, ansonsten würde er nicht prominent beworben werden.

30 Ist auf einem Produkt ein Hinweis zur regionalen Herkunft angebracht, liegt es sodann auf der Hand, dass dieser in einem Siegel, Label etc. enthaltene Hinweis das Ziel hat, das Produkt im Hinblick auf seine Herkunft hervorzuheben oder zu fördern.

e) Keine verpflichtende Kennzeichnung

31 Verpflichtende Kennzeichnungen gemäß Unionsrecht oder nationalem Recht lassen sich ausweislich des Wortlautes der Definition eines Nachhaltigkeitssiegels (Art. 2 Abs. 1 lit. q UGP-RL n. F. a. E.) nicht als Nachhaltigkeitssiegel einordnen. Gesetzliche Kennzeichnungspflichten können freilich ohnehin zu keiner Verletzung der Vorgaben der EmpCo-RL führen – weder zur Verletzung des Anhangs I Nr. 2a UGP-RL noch zur Verwirklichung weiterer Tatbestände, z. B. gemäß Nr. 4a Anhang I UGP-RL n. F. Das leitet bereits über zur Frage, welche Konsequenzen aus der Annahme bzw. Verneinung eines Nachhaltigkeitssiegels folgen.

f) Konsequenzen der Annahme/Verneinung eines Nachhaltigkeitssiegels

Wenn man die Annahme eines Nachhaltigkeitssiegels verneint, muss besonderes Augenmerk auf die Regulierung allgemeiner Umweltaussagen gemäß Nr. 4a Anhang I UGP-RL gerichtet werden (dazu u. IV. 1.). Kann eine anerkannte hervorragende Umwelleistung nicht nachgewiesen werden (z. B. weil das „EU-Umweltzeichen“ nicht verliehen wurde), muss darauf geachtet werden, keine „allgemeine Umweltaussage“ zu treffen. Dies ist namentlich dann nicht der Fall, wenn die Spezifizierung der Umweltaussage auf demselben Medium klar und in hervorgehobener Weise erfolgt (näher u. IV. 1.).

Bejaht man hingegen, dass Regionalitätslabels als Nachhaltigkeitssiegel einzuordnen sind, befindet man sich im Anwendungsbereich von Anhang I Nr. 2a UGP-RL n. F. Das Nachhaltigkeitssiegel muss daher auf einem „Zertifizierungssystem“ beruhen (dazu sogleich u. III.).⁴¹⁾

Alternativ folgt die rechtliche Zulässigkeit daraus, dass das Siegel von einer staatlichen Stelle festgesetzt worden ist. Gemeint ist hier z. B. das EU-Umweltzeichen („Euro-Blume“) auf Basis der VO (EG) Nr. 66/2010 (vgl. Erwägungsgrund 7 Abs. 2 S. 1 EmpCo-RL). Auch wenn zusätzliche Formen der Angabe und Aufmachung von Lebensmitteln nach Art. 35 VO (EU) Nr. 1169/2011 (hier geht es um zusätzliche Angaben von Brennwert- und Nährstoffmengen) verwendet werden, ist das Anbringen von Nachhaltigkeitssiegeln ohne Zertifizierungssystem möglich (Erwägungsgrund 7 S. 5 EmpCo-RL).

3. Anforderungen an das Zertifizierungssystem

a) Grundsätzliches

Der Begriff des Zertifizierungssystems ist in Art. 2 Abs. 1 lit. r UGP-RL n. F. legaldefiniert. Demnach ist ein Zertifizierungssystem ein System der Überprüfung durch Dritte, mit dem zertifiziert 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 (engl.: a third-party verification scheme that certifies that a product, process or business complies with certain requirements, that allows for the use of a corresponding sustainability label, and the terms of which, including its requirements, are publicly available; frz.: un système de vérification par un tiers qui certifie qu'un produit, un processus ou une entreprise satisfait à certaines exigences, qui permet l'utilisation d'un label de développement durable correspondant et dont les dispositions, notamment les exigences qu'il définit, sont accessibles au public). Des Weiteren müssen vier in der Definition näher spezifizierte Kriterien erfüllt werden (dazu sogleich näher u. III. 3. b) bis f)). Der deutsche Gesetzgeber übernahm die europäische Formulierung weitgehend wörtlich.⁴²⁾

Bei einem Zertifizierungssystem geht es im Grundsatz darum, dass u. a. ein Produkt hinsichtlich der Erfüllung bestimmter Anforderungen zertifiziert wird. Ziel ist ein System der Überprüfung durch Dritte, wodurch sichergestellt werden soll, dass die in den Systemanforderungen definierten Vorgaben für die zu vergebenden Siegel vom „besiegelten Produkt“ tatsächlich erfüllt werden.⁴³⁾ Nicht erfasst sind firmeneigene Logos etc., sondern nur von Dritten verliehene Siegel. Es muss nun geprüft werden, welche weiteren Anforderungen dabei im Detail zu erfüllen sind.

41) Vgl. auch BT-Drs. 21/1855, S. 2.

42) Zu kleineren Abweichungen sogleich im folgenden Text zu den einzelnen Tatbestandsmerkmalen.

43) *Kufer/Pres*, WRP 2025, 433, 437.

b) Öffentliche Einsehbarkeit

- 37** Maßgeblich ist dabei zunächst, dass die Bedingungen des Zertifizierungssystems, einschließlich seiner Anforderungen, „öffentlich einsehbar“ (engl.: publicly available; frz.: accessibles au public) sind. Was sind die Voraussetzungen für die Nutzung eines bestimmten Zertifikats? Wie werden diese im Detail definiert? Es müssen nicht nur die Bedingungen des Systems publik sein (engl.: terms; frz.: les dispositions), sondern auch die Anforderungen im Einzelnen (engl.: including its requirements; besonders deutlich die frz. Fassung: notamment les exigences qu’il définit).
- 38** Spezifische Anforderungen an die Form der öffentlichen Zugänglichkeit werden dabei nicht aufgestellt. So findet sich – anders als etwa in Art. 7 Abs. 4a S. 1 UGP-RL: „und die in einem bestimmten Bereich der Online-Benutzeroberfläche zur Verfügung gestellt werden, der von der Seite, auf der die Suchergebnisse angezeigt werden, unmittelbar und leicht zugänglich ist“ – keine Regelung, an welcher Stelle z. B. auf einer Webseite die Voraussetzungen des Systems publiziert sein müssen. Während es treuwidrig wäre, die Bedingungen so versteckt zu publizieren, dass sie faktisch nicht gefunden werden können, genügt es, wenn sie sich in den „Baumstrukturen“ einer Webseite logisch auffinden lassen. Ein Durchschnittsverbraucher muss die Informationen letztlich finden können, wobei diesem auf Basis des normativen Verbraucherleitbildes durchaus ein Mindestmaß an „Recherchekompetenz“ unterstellt werden darf. Schon nach bisheriger Rechtsprechung bestand im Übrigen ein entsprechendes Transparenzerfordernis.⁴⁴⁾
- 39** Inhaltlich kommt es darauf an, dass die letztlich verbindlich geltenden Regelungen auffindbar sind. Nicht ausreichend sind bloße Visualisierungen oder umgangssprachliche Zusammenfassungen (z. B. in FAQ). Diese sind nicht hinreichend belastbar. Es kommt folglich darauf an, die maßgebliche „Rechtsgrundlage“ einsehen zu können. Dabei ist sodann zu berücksichtigen, dass auf unbestimmte Rechtsbegriffe nicht gänzlich verzichtet werden kann. Potenziell verbleibende Auslegungsschwierigkeiten oder im Einzelfall auftretende Unklarheiten sind – wie bei jedem Rechtstext (sei es in Form eines Gesetzes oder Vertrags) – hinzunehmen. Hinzuweisen ist auch darauf, dass im Falle der Eintragung einer Gewährleistungsmarke auch auf diese Weise die Bedingungen öffentlich einsehbar sind.⁴⁵⁾

c) Zugänglichkeit des Systems

- 40** Das erste von Art. 2 Abs. 1 lit. r UGP-RL n. F. vermittels einer Unter Nummerierung besonders hervorgehobene Kriterium ist, dass das System allen Gewerbetreibenden, die bereit und in der Lage sind, die Anforderungen des Systems zu erfüllen, unter transparenten, lauterer und diskriminierungsfreien Bedingungen offenstehen muss (engl.: the scheme is open under transparent, fair, and non-discriminatory terms to all traders willing and able to comply with the scheme’s requirements; frz.: le système est ouvert, à des conditions transparentes, équitables et non discriminatoires, à tous les professionnels désireux et en mesure de se conformer aux exigences du système). Im deutschen Umsetzungsgesetz soll leicht anders formuliert werden: Statt der Formulierung „Gewerbetreibende“ findet sich der Begriff des „Unternehmers“. Auch auf die Ergänzung „die bereit und in der Lage sind“ wird verzichtet.⁴⁶⁾ Dieses Kriterium galt nach Ansicht der Literatur im Grundsatz bereits bisher.⁴⁷⁾
- 41** Fraglich ist, ob eine Einschränkung des Zugangs zum Siegel auf Mitglieder den hier aufgestellten Anforderungen genügt. In der

bisherigen BGH-Rechtsprechung war dies kein Grund, ein Siegel als irreführend zu bewerten.⁴⁸⁾ Auch der Wortlaut der Neuregelung nötigt nicht zu einer Neubewertung. Entscheidend ist, dass im Ergebnis (ggf. unter Eingehung einer Mitgliedschaft) jeder das Siegel nutzen kann, der die Anforderungen, die das Siegel aufstellt, erfüllt. Die Bedingungen haben freilich transparent, lauter und diskriminierungsfrei zu sein. Soweit die aufgestellten Kriterien aber durch Sachgründe gerechtfertigt werden können, bestehen hier keine Bedenken.

Den Anforderungen genügen hingegen nach in der Literatur vertretener Ansicht „geschlossene Systeme von Industrieverbänden“ oder „unternehmenseigene Logos“ nicht.⁴⁹⁾ Im Ergebnis entscheidend muss sein, ob ein Unternehmer, der an sich die sachlichen Anforderungen des Nachhaltigkeits Siegels erfüllt, Zugang zu diesem hat oder praktisch bekommen kann (z. B. durch eine Verbandsmitgliedschaft) und nicht aus formalen Gründen auch im Ergebnis ausgeschlossen wird.

Dass ein Lizenz- und/oder Kontrollvertrag abzuschließen ist oder Gebühren fällig werden,⁵⁰⁾ steht dem Kriterium der allgemeinen Zugänglichkeit nicht entgegen. Das folgt schon daraus, dass die Einhaltung der Bedingungen vertraglich abgesichert werden und das System auch finanziert werden muss.

d) Beteiligung von Sachverständigen und Interessenträgern

Ausweislich des zweiten von Art. 2 Abs. 1 lit. r UGP-RL n. F. gesondert hervorgehobenen erforderlichen Kriteriums für das System müssen „die Anforderungen des Systems (...) vom Systeminhaber in Absprache mit einschlägigen Sachverständigen und Interessenträgern ausgearbeitet (werden)“ (engl.: the scheme’s requirements are developed by the scheme owner in consultation with relevant experts and stakeholders; frz.: les exigences définies par le système sont élaborées par le propriétaire de ce dernier en consultation avec les experts et les parties prenantes concernées). Auf diese Weise wird die Berücksichtigung einschlägiger Expertise und die Berücksichtigung von Dritt- und Allgemeininteressen garantiert. Es soll eine „höher[e] objektiv[e] Nachvollziehbarkeit“ gewährleistet werden.⁵¹⁾

Die Auswahl der Sachverständigen und Interessenvertreter darf nicht willkürlich erfolgen. Der augenscheinliche Zweck der Regelung, externe Expertise, aber auch Dritt- und Allgemeininteressen bei der Entwicklung des Zertifizierungssystems zu berücksichtigen, würde konterkariert, wenn der Systeminhaber eine allein durch eigene Interessen geleitete Auswahl vornehmen könnte. Eine „einseitige“ Festlegung ist nicht möglich.⁵²⁾ Nicht ganz unbedenklich ist aber die Formulierung in der deutschen Umsetzung, die auf „geeignete Sachverständige und Interessenträger“ abstellt.⁵³⁾ Weitergehende qualitative Anforderungen lassen sich aus dem Wortlaut der EmpCo-RL auch nach anderen Sprachfassungen gerade nicht entnehmen (vgl. engl.: relevant; frz.: avec les experts et les parties prenantes concernées). Jedenfalls kann die Vorgabe nicht so gelesen werden, dass in jedem Fall bestimmte oder gar *sämtliche* einschlägige Verbände oder Organisationen zu beteiligen sind.⁵⁴⁾ Das folgt bereits wie ange-

44) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 33 – IVD-Gütesiegel („Die angewandten Verfahren und Maßstäbe müssen allgemein zugänglich sein“); so auch *Ritlewski* GRUR 2024, 1580, 1582.

45) Vgl. *Nordemann-Schiffel*, GRUR 2025, 1785, 1786.

46) BT-Drs. 21/1855, S. 8; begrüßend *Jung/Dowse*, EuZW 2025, 506, 509.

47) *Ritlewski*, GRUR 2024, 1580, 1582.

48) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 29 – IVD-Gütesiegel („Der Frage, ob der Bekl. das beanstandete Gütesiegel ausschließlich an seine Mitglieder vergibt, kommt – wie das BerGer. zutreffend ausgeführt hat – in diesem Zusammenhang für die Beurteilung einer lauterkeitsrechtlichen Irreführung keine ausschlaggebende Bedeutung zu.“).

49) *Maaßen/Perino-Stiller*, GRUR-Prax 2025, 134, 136; *Münker*, WRP 2025 702, 706; *Kamps/Wiemann*, K&R 2024, 627, 628 (hinsichtlich unternehmenseigener Nachhaltigkeitslabel).

50) Vgl. BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 30 – IVD-Gütesiegel.

51) *Jung/Dowse*, EuZW 2025, 506, 509.

52) Vgl. *Münker*, WRP 2025, 702, 706.

53) BT-Drs. 21/1855, S. 8; kritisch auch *Jung/Dowse*, EuZW 2025, 506, 509.

54) Zu weit *Maaßen/Perino-Stiller*, GRUR-Prax 2025, 134, 136.

Hofmann, Auswirkungen der EmpCo-RL auf Siegel mit Informationen zur regionalen Herkunft

deutet daraus, dass der Richtlinien-Wortlaut keine spezifischen Vorgaben macht – auch nicht in den Erwägungsgründen.⁵⁵⁾

- 46 In der Sache überzeugend ist es, dem Systeminhaber hier ein breites Auswahlermessen zuzugestehen. Es muss allein deutlich werden, dass externes Wissen tatsächlich einfließen kann und betroffene Dritt- und Allgemeininteressen grundsätzlich repräsentiert werden. Werden beispielsweise Experten aus unterschiedlichen, teils öffentlichen oder gemeinnützigen Organisationen beteiligt, muss regelmäßig davon ausgegangen werden, dass den aufgestellten Anforderungen genügt wird. Eine zu strenge Auslegung würde auch dem Ziel der EmpCo-RL, nachhaltige Kaufentscheidungen zu fördern, im Ergebnis zuwiderlaufen. Darauf wird noch näher zurückzukommen sein (u. V.).

e) Verfahren zum Umgang mit Verstößen

- 47 Drittens müssen gem. Art. 2 Abs. 1 lit. r UGP-RL n. F. „in dem System (...) Verfahren für den Umgang mit Verstößen gegen die Anforderungen des Systems festgelegt (sein) und es ist der Entzug oder die Aussetzung der Verwendung des Nachhaltigkeitsiegels durch den Gewerbetreibenden im Falle von Verstößen gegen die Anforderungen des Systems vorgesehen“ (engl.: the scheme sets out procedures for dealing with non-compliance with the scheme's requirements and provides for the withdrawal or suspension of the use of the sustainability label by the trader in case of non-compliance with the scheme's requirements; frz.: le système établit des procédures pour traiter les cas de non-conformité à ses exigences et prévoit le retrait ou la suspension de l'utilisation du label de développement durable par le professionnel en cas de non-respect des exigences définies par le système). Die deutsche Version spricht wiederum statt von Gewerbetreibenden von Unternehmern.

- 48 Dieses Kriterium will sicherstellen, dass die Anforderungen an das System tatsächlich erfüllt werden, indem allen voran Sanktionen für Verstöße vorgesehen sind. Gerade dadurch lässt sich die Glaubwürdigkeit als übergeordnetes Ziel (vgl. Erwägungsgrund 7 Abs. 1 S. 1 und S. 3 EmpCo-RL) sicherstellen. Spezifische Vorgaben, welche Verstöße unter welchen Voraussetzungen (z. B. Verschulden) wie zu ahnden sind, finden sich im Wortlaut nicht. Zumindest der deutsche Wortlaut der EmpCo-RL macht aber deutlich, dass ein Einzelverstoß für einen Entzug oder eine Aussetzung der Verwendung des Nachhaltigkeitssiegels nicht zwingend ist („Verstößen“). Im Sinne des Verhältnismäßigkeitsgrundsatzes wäre es in der Tat nicht einleuchtend, dass jedweder Kleinstverstoß mit der „Höchststrafe“, dem Siegelentzug oder auch – praktisch kaum weniger einschneidend – der Aussetzung der Verwendung des Nachhaltigkeitssiegels, geahndet wird. Besteht ein abgestuftes Konzept für Sanktionen (z. B. Vertragsstrafen, Siegelentzug bei wiederholten, nicht unerheblichen Verstößen) genügt dies, um das Ziel eines „glaubwürdigen“ (vgl. Erwägungsgrund 7 EmpCo-RL) Siegels zu erreichen. Entscheidend ist, dass glaubwürdige Sanktionen bis hin zum Entzug der Erlaubnis zur Siegelnutzung vorgesehen sind; die Ausgestaltung im Detail muss dem Systeminhaber zugestanden werden. Ein gewisses Augenmaß bei der Sanktionierung untergräbt nicht die Glaubwürdigkeit des Siegels. Ist im Lizenzvertrag eine außerordentliche Kündigungsmöglichkeit im Falle wiederholter schuldhafter Verstöße gegen den Lizenzvertrag betreffend das Nachhaltigkeitssiegel vorgesehen, wird der Anforderung genügt. Spielraum besteht auch für die Ausgestaltung des Verfahrens für den Umgang mit Verstößen.

f) Überwachung

- 49 Das vierte von Art. 2 Abs. 1 lit. r UGP-RL in der Unternummerierung aufgezählte Kriterium lautet: „Die Überwachung der Einhal-

tung der Anforderungen des Systems durch einen Gewerbetreibenden unterliegt einem objektiven Verfahren und wird von einem Dritten durchgeführt, dessen Kompetenz und Unabhängigkeit sowohl vom Systeminhaber als auch vom Gewerbetreibenden auf internationalen, unionsweiten oder nationalen Normen und Verfahren beruht“ (engl.: the monitoring of a trader's compliance with the scheme's requirements is subject to an objective procedure and is carried out by a third party whose competence and independence from both the scheme owner and the trader are based on international, Union or national standards and procedures; frz.: le contrôle du respect par le professionnel des exigences du système fait l'objet d'une procédure objective et est effectué par un tiers dont la compétence et l'indépendance par rapport au propriétaire du système comme au professionnel sont fondées sur des normes et procédures internationales, de l'Union ou nationales).⁵⁶⁾ Erwägungsgrund 7 S. 4 EmpCo-RL ergänzt, dass diese Überwachung von „einem Dritten“ durchgeführt werden sollte, „dessen Kompetenz und Unabhängigkeit sowohl vom Systeminhaber als auch von dem Gewerbetreibenden [engl.: trader; frz.: professionnel] auf der Grundlage internationaler, unionsweiter oder nationaler Normen und Verfahren sichergestellt ist, beispielsweise durch den Nachweis der Einhaltung einschlägiger internationaler Normen wie der Norm ISO 17065 „Konformitätsbewertung – Anforderungen an Stellen, die Produkte, Prozesse und Dienstleistungen zertifizieren“ oder durch die in der Verordnung (EG) Nr. 765/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vorgesehenen Mechanismen“.

Hierbei handelt es sich um ein Kernkriterium. Ausweislich der deutschen Gesetzesbegründung ist es von „besonderer Wichtigkeit“, dass die Nachhaltigkeitseigenschaft, die durch das jeweilige Nachhaltigkeitssiegel herausgestellt wird, von einem vom Unternehmer zu unterscheidenden Dritten unabhängig und unvoreingenommen überprüft wird.⁵⁷⁾ Es muss ein Dreipersonenverhältnis bestehen.⁵⁸⁾ Zu unterscheiden sind also der Unternehmer, der das Siegel nutzt (Systemteilnehmer), der Systeminhaber (Siegelanbieter) und ein Dritter, der die Zertifizierung durchführt und überwacht.⁵⁹⁾ Ein Unternehmer darf ein vom Siegelinhaber vergebenes Label nur dann im geschäftlichen Verkehr verwenden, wenn die Überprüfung der Zertifizierungskriterien durch einen unabhängigen dritten Prüfer erfolgt.⁶⁰⁾ Der unabhängige Dritte darf keiner Kontrolle oder Weisungsbefugnis einer anderen Person oder Organisation unterliegen.⁶¹⁾ Der unabhängige Dritte darf weder Einfluss auf den durch die einschlägigen Normen vorgegebenen Prüfungsmaßstab haben noch an Weisungen – sowohl des Inhabers des Zertifizierungssystems als auch seines Arbeitgebers – gebunden sein.⁶²⁾ Nicht ausreichend ist folglich, wenn der Siegelanbieter die Überprüfung der Anforderung an sein System selbst vornimmt.⁶³⁾ Eine Eigenzertifizierung ist nicht möglich.⁶⁴⁾

56) Auch bei der Gewährleistungsmarke findet sich das Neutralitätsprinzip, *Nordemann-Schiffel*, GRUR 2025, 1785, 1786.

57) BT-Drs. 21/1855, S. 35.

58) *Münker*, WRP 2025, 702, 706; *Göckler/Rosenow*, GRUR 2024, 331, 334; *Göckler*, GRUR 2023, 465, 466 („Das entscheidende Merkmal dieser Definition steckt in der Voraussetzung eines Dreipersonenverhältnisses zwischen Gewerbetreibendem, Eigentümer des Systems (= Siegelinhaber) und Prüfer. Denn das Nachhaltigkeitssiegel darf künftig von einem Gewerbetreibenden nur noch verwendet werden, wenn es auf einem „System der Überprüfung durch Dritte“ beruht und „die Überwachung (...) von einer Partei durchgeführt wird, die vom Eigentümer des Systems und dem Gewerbetreibenden unabhängig ist.“); *Kuifer/Pres*, WRP 2025, 433, 437; siehe auch *Dobler/Hardinghaus*, BB 2024, 2439, 2443.

59) *Maafen/Perino-Stiller*, GRUR-Prax 2025, 134, 136.

60) *Göckler*, GRUR 2023, 465, 466.

61) BT-Drs. 21/1855, S. 30.

62) BT-Drs. 21/1855, S. 30.

63) *Maafen/Perino-Stiller*, GRUR-Prax 2025, 134, 136; *Nordemann-Schiffel*, GRUR 2025, 1785, 1786; *Münker*, WRP 2025, 702, 706.

64) *Göckler*, GRUR 2023, 465, 466.

Hofmann, Auswirkungen der EmpCo-RL auf Siegel mit Informationen zur regionalen Herkunft

- 51 Unterschieden werden kann dabei zwischen der Erteilung der Erlaubnis zur Nutzung des Siegels und der siegelkonformen Nutzung, also einer Überwachung auch nach der Erteilung der Nutzungserlaubnis. Der Wortlaut der EmpCo-RL trifft hier keine eindeutige Aussage. Allerdings spricht die neutrale Formulierung „Überwachung der Einhaltung der Anforderungen des Systems“ (engl.: monitoring) eher dafür, dass hier auch eine fortlaufende Überwachung gemeint ist.⁶⁵⁾ Die bisherige deutsche Rechtsprechung fordert in diesem Sinne, nicht nur eine neutrale Vergabe des Siegels durch die verleihende Stelle, sondern auch, dass „die fortdauernde Überwachung der Siegelnutzung“ neutral erfolgt.⁶⁶⁾ Fraglich ist dabei, ob die Zertifizierung jährlich erneuert werden muss.⁶⁷⁾ Wird aber tatsächlich jährlich kontrolliert, ob die Zertifizierungsvorgaben eingehalten sind, genügt dies den Anforderungen in jedem Fall, zumal wenn zusätzlich risikobasiert stichprobenartige Kontrollen stattfinden. Weitergehende Anforderungen wären nicht nur unverhältnismäßig, während die „Glaubwürdigkeit“ des Siegels (vgl. Erwägungsgrund 7 Abs. 1 S. 1 und S. 3 EmpCo-RL) dadurch sowohl aus Verkehrssicht als auch objektiv gewährleistet ist. Die Überwachung der Einhaltung der Anforderungen muss zugleich einem objektiven Verfahren unterliegen. Das Überwachungssystem muss in den einschlägigen Verträgen im Detail beschrieben sein.
- 52 Fehlt eine Akkreditierung namentlich nach der DIN EN ISO/IEC 17065, stellt sich die Frage, ob es ausreicht, dass die Zertifizierungsstelle auf andere Weise nachweist, dass sie ihre Tätigkeit auf Basis der Norm durchführt. Erwägungsgrund 7 Abs. 1 S. 4 EmpCo-RL verlangt, dass die Kompetenz und Unabhängigkeit „auf der Grundlage internationaler, unionsweiter oder nationaler Normen und Verfahren sichergestellt ist“. Die Formulierung „auf der Grundlage“ im Erwägungsgrund 7 Abs. 1 S. 3 EmpCo lässt sich auch so interpretieren, dass allein maßgeblich ist, dass die materiellen Anforderungen des Regelwerks in der Sache gewährleistet sind.⁶⁸⁾ Einer solchen Sichtweise steht auch der Wortlaut von Art. 2 Abs. 1 lit. r UGP-RL n. F. nicht zwingend entgegen, der davon spricht, dass die Kompetenz und Unabhängigkeit des Dritten sowohl vom Systeminhaber als auch vom Gewerbetreibenden „auf internationalen, unionsweiten oder nationalen Normen und Verfahren beruht“ (engl.: based on; frz.: sont fondée). In der Tat geht es darum, einen belastbaren Maßstab für die Kompetenz und Unabhängigkeit des Dritten sowohl vom Systeminhaber als auch den Händlern zu haben. Im Lichte einer teleologischen Auslegung (u. V.) dürfen die Anforderungen zudem nicht überspannt werden, so dass es durchaus möglich erscheint, auf andere Weise nachzuweisen, dass eine entsprechende hinreichende Überwachung der Einhaltung der Systemanforderungen gegeben ist. Allerdings spricht Erwägungsgrund 7 Abs. 1 S. 4 EmpCo-RL spezifischer vom „Nachweis der Einhaltung einschlägiger internationaler Normen wie der Norm ISO 17065 (...) oder durch die in der Verordnung (EG) Nr. 765/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates (...) vorgesehenen Mechanismen“ (engl.: by demonstrating compliance with relevant international standards, such as ISO 17065; frz.: la preuve qu’il respecte les normes). Hier bringt der europäische Gesetzgeber zum Ausdruck, dass die einschlägigen Regelwerke tatsächlich vollumfänglich konkret eingehalten werden (insbesondere auch: formale Akkreditierung) und nicht nur als Orientierung dienen.
- 53 Behält sich der Systeminhaber vor, zusätzlich selbst Kontrollen durchzuführen, ist dies unschädlich. Dem Anliegen der Glaub-

würdigkeit des Systems wird dadurch nicht geschadet – ganz im Gegenteil. Auch wenn der Systeminhaber (verpflichtende) Schulungen für die Zertifizierer anbietet (einschließlich der Installation eines „Beauftragten“), spricht dies für sich genommen nicht gegen die Unabhängigkeit des Dritten. Letztlich ist freilich *allein* ausschlaggebend, ob die Kompetenz und Unabhängigkeit der Dritten „auf der Grundlage internationaler, unionsweiter oder nationaler Normen und Verfahren sichergestellt ist“, konkret durch den Nachweis der Einhaltung der Norm ISO 17065 (Erwägungsgrund 7 Abs. 1 S. 4 EmpCo-RL). Zusätzliche Abreden (einschließlich auch der Verwirkung eventueller Gebühren) müssen sich daran messen lassen.

4. Sonstiges

Bei der Verletzung durch den Unternehmer, der ein Siegel nutzt, ist Erwägungsgrund 7 EmpCo-RL zu seinem Vorteil zu beachten. Die deutsche Gesetzesbegründung zieht daraus den Umkehrschluss, dass der Unternehmer, der das Siegel nutzt, nicht verpflichtet ist, im Detail zu überprüfen, ob der (Zertifizierungs-) Systeminhaber tatsächlich die Voraussetzungen für die Annahme eines Zertifizierungssystems im Einzelnen einhält.⁶⁹⁾ Das läuft auf eine Plausibilitätskontrolle hinaus. Diese hat aber auch tatsächlich anhand der öffentlich einsehbaren Bedingungen des Zertifizierungssystems zu erfolgen (vgl. Erwägungsgrund 7 Abs. 1 S. 3 EmpCo-RL).

Auch die bisherigen Anforderungen an Testsiegel, insbesondere im Hinblick auf Fundstellenangaben, sind weiter zu berücksichtigen. In der Literatur wird betont, dass konkret auch auf Nachhaltigkeitssiegeln eine Fundstellenangabe erforderlich ist.⁷⁰⁾ Der Umstand, dass eine neutrale Prüfung bestimmter Anforderungen erfolgt, begründe ein Informationsinteresse des Verbrauchers hinsichtlich der im Einzelfall für die Siegelnutzung erforderlichen Anforderungen.⁷¹⁾ Hierbei handelt es sich aber nicht um eine neue, von der EmpCo-RL aufgestellte Anforderung.

IV. Auswirkungen weiterer Ergänzungen der schwarzen Liste auf Siegel zur regionalen Herkunft

1. Allgemeine Umweltaussagen

Das Verbot des Treffens einer allgemeinen Umweltaussage,⁷²⁾ wobei der Gewerbetreibende die anerkannte hervorragende Umweltaussage, auf die sich die Aussage bezieht, nicht nachweisen kann (Nr. 4a Anhang I UGP-RL n. F.),⁷³⁾ spielt für Siegel zur regionalen Herkunft schon deshalb keine Rolle, weil es an einer „allgemeinen Umweltaussage“ fehlt. Eine allgemeine Umweltaussage ist ausweislich von Art. 2 Abs. 1 lit. p UGP-RL n. F. eine schriftlich oder mündlich getätigte Umweltaussage (zu diesem Begriff vgl. Art. 2 Abs. 1 lit. o UGP-RL n. F., dazu u. IV. 2.), einschließlich über audiovisuelle Medien, die (1) nicht auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten ist und bei der die Spezifizierung der Aussage (2) nicht auf demselben Medium klar und in hervorgehobener Weise angegeben ist.⁷⁴⁾

Nimmt man an, dass der Hinweis auf die regionale Herkunft eine Umweltaussage ist (dazu u. IV. 2.), dürfte diese also erstens nicht

65) Womöglich enger Münker, WRP 2025, 702, 706 („Das bedeutet, dass die Zertifizierung und damit die Überprüfung der Einhaltung der Siegelkriterien künftig durch eine dritte Person vorzunehmen ist“).

66) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 29 – IVD-Gütesiegel.

67) Kufer/Pres, WRP 2025, 433, 437.

68) Materielle Kriterien werden auch betont in BT-Drs. 21/1855, S. 30.

69) BT-Drs. 21/1855, S. 30; vgl. auch Gückler/Rosenow, GRUR 2024, 331, 334 („Bemerkenswert an der Konstruktion des Tatbestands ist, dass sich sämtliche Anforderungen nicht unmittelbar an den Siegelinhaber richten, der die Verantwortung für die Ausgestaltung seines Zertifizierungssystems trägt, sondern beim Unternehmer ansetzen.“); vgl. auch Kufer/Pres, WRP 2025, 433, 437.

70) Vgl. auch Maaßen/Perino-Stiller, GRUR-Prax 2025, 134, 136.

71) Maaßen/Perino-Stiller, GRUR-Prax 2025, 134, 136.

72) Dazu näher Münker, WRP 2025, 702, 707 f.

73) In BT-Drs. 21/1855, S. 10 findet sich folgende Formulierung: „(...) das Treffen einer allgemeinen Umweltaussage, wenn der Unternehmer keine ihr zugrunde liegende anerkannte hervorragende Umweltaussage nachweisen kann.“

74) Ausführlich dazu lesenswert Kufer/Pres, WRP 2025, 433, 435.

Hofmann, Auswirkungen der EmpCo-RL auf Siegel mit Informationen zur regionalen Herkunft

auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten sein, um als allgemeine Umweltaussage zu gelten (vgl. Art. 2 Abs. 1 lit. p UGP-RL n. F.). Mittels Nachhaltigkeitssiegel können auch künftig allgemeine Umweltaussagen rechtskonform vermittelt werden.⁷⁵⁾ Hier interessierende Labels mit Informationen zur regionalen Herkunft sind aber nach hier vertretener Ansicht als Nachhaltigkeitssiegel gemäß Art. 2 Abs. 1 lit. q UGP-RL n. F. zu verstehen (dazu o. III.). Die Aussage zur regionalen Herkunft ist dort Gegenstand des Siegels. Zweitens wird in der Definition zur allgemeinen Umweltaussage darauf abgestellt, dass die „Spezifizierung der Aussage nicht auf demselben Medium in klar und in hervorgehobener Weise angegeben ist“, beispielsweise im selben Fernseh- oder Radiowerbespot, auf der Produktverpackung oder auf der Online-Verkaufsoberfläche (Erwägungsgrund 9 S. 4 EmpCo-RL). Der europäische Gesetzgeber verneint daher eine allgemeine Umweltaussage für die Angabe „100% der für die Herstellung dieser Verpackung verwendeten Energie stammen aus erneuerbaren Quellen“ (Erwägungsgrund 9 S. 5 EmpCo-RL). Wird ein Regionalitätshinweis (die Angabe „regional“ kann im Ausgangspunkt als allgemeine Umweltaussage verstanden werden) durch die Angabe der konkreten Herkunftsregion spezifiziert (z. B. „Johannisbeeren aus dem Rheinland“; „abgepackt in 53179 Bonn“) fehlt es an einer *allgemeinen* Umweltaussage.

- 58 Im Übrigen stellt Nr. 4a Anhang I UGP-RL n. F. auf eine anerkannte hervorragende Umweltleistung ab. Anerkannte hervorragende Umweltleistung wird in Art. 2 Abs. 1 lit. s UGP-RL n. F. definiert als „Umweltleistung im Einklang mit der Verordnung (EG) Nr. 66/2010 des Europäischen Parlaments und des Rates, mit nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach EN ISO 14024 Typ I, die in den Mitgliedstaaten offiziell anerkannt sind, oder mit Umwelthöchstleistungen nach sonstigem geltenden Unionsrecht“ (vgl. auch Erwägungsgrund 10 EmpCo-RL). Vereinfacht gesagt: Eine anerkannte hervorragende Umweltleistung liegt vor, wenn die Anforderungen an europäische, nationale oder regionale Umweltkennzeichen erfüllt sind oder die Voraussetzungen einer besonderen Umweltfreundlichkeit im Unionsrecht selbst definiert sind.⁷⁶⁾ Für den Verbotstatbestand ist sodann maßgeblich, dass der Gewerbetreibende die anerkannte hervorragende Umweltleistung, auf die sich die allgemeine Umweltaussage bezieht, nicht nachweisen kann – z. B. weil die Anforderungen an die EU-Bio-Zertifizierung nach VO (EU) 2018/848 nicht erfüllt sind.

2. Umweltaussagen zum gesamten Produkt

- 59 Gemäß Nr. 4b Anhang I UGP-RL n. F. ist das Treffen einer Umweltaussage zum gesamten Produkt oder der gesamten Geschäftstätigkeit des Gewerbetreibenden verboten, wenn sie sich nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts oder eine bestimmte Aktivität der Geschäftstätigkeit des Gewerbetreibenden bezieht (z. B. Verweis auf Herstellung eines Produkts mit Recyclingmaterial, wenn nur die Verpackung aus Recyclingmaterial besteht, Erwägungsgrund 11 S. 2 EmpCo-RL). Derartige Aussagen lassen sich freilich auch schon nach bisheriger Rechtslage als irreführend und somit unlauter und unzulässig klassifizieren.⁷⁷⁾
- 60 Umweltaussage ist in Art. 2 Abs. 1 lit. o UGP-RL n. F. legaldefiniert. Eine Umweltaussage ist demnach, unabhängig von ihrer Form, eine Aussage oder Darstellung, die nach Unionsrecht oder nationalem Recht nicht verpflichtend ist, einschließlich Darstel-

lungen durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole wie beispielsweise Etiketten, Markennamen, Firmennamen oder Produktbezeichnungen, im Kontext einer kommerziellen Kommunikation, und in der ausdrücklich oder stillschweigend angegeben wird, dass ein Produkt, eine Produktkategorie, eine Marke oder ein Gewerbetreibender eine positive oder keine Auswirkung auf die Umwelt hat oder weniger schädlich für die Umwelt ist als andere Produkte, Produktkategorien, Marken bzw. Gewerbetreibende oder seine bzw. ihre Auswirkung im Laufe der Zeit verbessert wurde.

Dem Hinweis auf die regionale Herkunft lässt sich nun aber zumindest stillschweigend die Angabe entnehmen, dass ein Produkt eine „positive Wirkung auf die Umwelt hat“ oder „weniger schädlich für die Umwelt ist als andere Produkte“. Dies lässt sich damit begründen, dass bei regionalen Produkten lange, potenziell klimaschädliche Transportwege wegfallen (auch o. III. 2. d)). Auch kann z. B. eine Bewässerung nicht erforderlich sein. Verneint man eine solche konkludente Erklärung, etwa weil die Regionalität ein Wert an sich ist oder anderen Zielen wie der Förderung der regionalen Wirtschaft durch Verbraucher dient (hier liegt indes ein „soziales Merkmal“ des Produkts vor, o. III. 2. d)), wäre eine allgemeine Umweltaussage nicht gegeben.

Sieht man in Informationen zur regionalen Herkunft eine Umweltaussage, ist zu beachten, dass sich die Aussage nicht auf das gesamte Produkt beziehen darf, wenn sie sich nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts bezieht. Insbesondere wenn bei einem Erzeugnis nicht sämtliche Rohstoffe aus der Region kommen, darf nicht damit geworben werden, dass das gesamte Produkt regionaler Herkunft ist. Werden nicht regionale Bestandteile aber explizit ausgewiesen, scheidet der Tatbestand aus (vgl. auch Erwägungsgrund 11 S. 3 EmpCo-RL). Wird etwa darauf verwiesen, dass bei einem verarbeiteten Produkt zwar das Schweinefleisch aus der Region (z. B. Thüringen) stammt, die verwendeten Pistazien aber nicht regionaler Herkunft sind, kommt ein Verstoß nicht in Betracht. Gleiches gilt für Prozentangaben zum regionalen Anteil. Wird z. B. angegeben, dass der Anteil regionaler Rohstoffe am Gesamtprodukt 92% entspricht, wird der Tatbestand nicht verwirklicht – zumal vor dem Hintergrund des normativen Verbraucherleitbildes.

V. Teleologische Auslegung: Anreize zur Nutzung von Siegeln

Die hier diskutierten maßgeblichen Änderungen der EmpCo-RL⁷⁸⁾ basieren im Kern auf dem Gedanken des Verbots der Irreführung (vgl. explizit Erwägungsgrund 1 S. 3 EmpCo-RL).⁷⁹⁾ Zu berücksichtigen ist dabei die Sichtweise des Durchschnittsverbrauchers. Dieser fiktive typische Verbraucher ist bekanntlich „angemessen gut unterrichtet und angemessen aufmerksam und kritisch“ (Erwägungsgrund 18 UGP-RL).⁸⁰⁾ Vor dem Hintergrund des normativen Verbraucherleitbildes dürfen die in den Neuregelungen aufgestellten Anforderungen nicht überspannt werden. Der moderne Durchschnittsverbraucher ist gerade nicht ein „an der Grenze zur Debität verharrende[r], unmündige[r], einer umfassenden Betreuung bedürftige[r], hilflose[r] Verbraucher.“⁸¹⁾

In diesem Sinne sieht die bisherige deutsche Rechtsprechung die „Zahlung einer angemessenen Gebühr für die Durchführung der

75) Maaßen/Perino-Stiller, GRUR-Prax 2025, 134, 136.

76) BT-Drs. 21/1855/, S. 28; vgl. auch Kufer/Pres, WRP 2025, 433, 436 („Die Idee dahinter: Allgemeine Umweltaussagen sind generell verboten, wenn sie nicht durch ein anerkanntes staatliches bzw. europäisches Umweltsiegel oder Unionsstandards zertifiziert sind.“).

77) Maaßen/Perino-Stiller, GRUR-Prax 2025, 134, 136.

78) Kritisch Münker, WRP 2025, 702.

79) Einschränkend Münker, WRP 2025 702, 705.

80) Vgl. auch jüngst EuGH 14.11.2024 – C-646/22, WRP 2025, 39, ZEuP 2025, 881 – Compass Banca SpA/Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato mit Anmerkung von F. Hofmann.

81) Emmerich, in: FS Gernhuber, 1993, S. 857, 870; Emmerich, Das Recht des unlauteren Wettbewerbs, 5. Aufl. 1998, S. 181; insgesamt zum sich wandelnden Verbraucherleitbild Prange, WRP 2025, 717 ff.

Prüfung oder die Verleihung des Siegels“ nicht als einen eine Irreführung begründenden Faktor an.⁸²⁾ Auch die „Bestimmung des Verfahrens und der Prüfkriterien liegt grundsätzlich in der autonomen Entscheidung der vergebenden Stelle“. ⁸³⁾ Auch wenn diese Rechtsprechung für die Auslegung der EmpCo-RL naturgemäß nicht bindend ist, lässt sich hier das auch auf EU-Ebene geltende Argument, dass der Durchschnittsverbraucher mit bestimmten Gepflogenheiten durchaus vertraut ist, verallgemeinern.

- 65 Zu bedenken ist des Weiteren, dass Zertifizierungssysteme Transaktionskosten senken.⁸⁴⁾ Für Verbraucher können einfach wertvolle Informationen transportiert werden. Dieser Gewinn für Verbraucher ist aber nur möglich, wenn die Anforderungen an nicht-staatliche Siegel etc. nicht überspannt werden. Während dem Gedanken der Irreführung Rechnung zu tragen ist, muss zugleich bedacht werden, dass übertriebene Anforderungen dazu führen, dass die Bereitschaft zur Verwendung von Siegeln sinkt. Damit ist Verbrauchern am Ende genauso wenig geholfen. „Fortschritte beim ökologischen Wandel“ (Erwägungsgrund 1 S. 1 EmpCo-RL) können praktisch nur dann erzielt werden, wenn der rechtliche Rahmen dies auch praktisch ermöglicht. Wenn Erwägungsgrund 1 S. 1 EmpCo-RL das Ziel eines „nachhaltigen Konsumverhaltens“ ausdrücklich ausruft,⁸⁵⁾ muss die Richtlinie aber folglich auch dafür sorgen, dass einschlägige Informationen, die zu einem nachhaltigen Konsumverhalten beitragen, auch tatsächlich bereitgestellt werden. Legt man die Vorgaben der Richtlinie extensiv aus, drohen sich die Ziele der Richtlinie ins Gegenteil zu verkehren. Obwohl ein Produkt z. B. tatsächlich regional

hergestellt wurde, droht diese Information nicht vermittelt zu werden.⁸⁶⁾ Eine „informierte Kaufentscheidung“ (Erwägungsgrund 1 S. 1 EmpCo-RL; vgl. auch Erwägungsgrund 3 S. 1 EmpCo-RL) ist auch dann nicht mehr gegeben. Produkte, die tatsächlich besser für die Umwelt sind als konkurrierende Produkte (vgl. Erwägungsgrund 1 S. 5 EmpCo-RL) können dann von vornherein nur schwerer unterschieden werden. Natürlich muss ein Nachhaltigkeitsiegel glaubwürdig sein (vgl. Erwägungsgrund 1 S. 3 EmpCo-RL); „Transparenz und Glaubwürdigkeit“ sind zentral (Erwägungsgrund 7 S. 1 EmpCo-RL). Nachhaltigkeitsiegel müssen aber auch zu vernünftigen Kosten rechtssicher entwickelt und verwendet werden können. Nur dann geht die Rechnung im Ergebnis auf.

VI. Fazit

Unbeschadet der rechtspolitischen Überzeugungskraft fallen Regionalitätshinweise in den Anwendungsbereich der EmpCo-RL. Wird der Hinweis über ein Siegel vermittelt, sind die strengen Vorgaben aus Nr. 2a Anhang I UGP-RL n. F. zu beachten. Auch im Übrigen ist Vorsicht geboten. Ohne klare Spezifizierung der regionalen Herkunft auf dem Produkt droht namentlich ein Konflikt mit Nr. 4a Anhang I UGP-RL n. F.

82) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 30 – IVD-Gütesiegel.

83) BGH, 04.07.2019 – I ZR 161/18, WRP 2020, 317, Rn. 32 – IVD-Gütesiegel.

84) F. Hofmann, in: Eisfeld/Otto/Pahlow/Zwanzger (Hrsg.) (Fn. 7), S. 261, 262.

85) Vgl. auch BT-Drs. 21/1855 S. 1.

86) Dazu auch Gillner, Editorial WRP Heft 9/2025.

RAin Ulrike Gillner, Bad Homburg*

Werbung mit Green Claims und Siegeln: Wann ist ein Logo ein (Nachhaltigkeits-)Siegel?

Zugleich Besprechung von LG Frankfurt a. M., 03.06.2025 – 3-06 O 8/24**

INHALT

- I. Zum Sachverhalt
- II. Zur Entscheidung des LG Frankfurt a. M.
 1. Werbung mit „CO₂-neutral“
 2. Werbung mit „Carbon Neutral“-Logo
- III. Einordnung
 1. Werbung mit „CO₂-neutral“
 - a) Erläuterung in der Werbung selbst
 - b) Eignung der Waldschutzprojekte zur CO₂-Kompensation
 2. Werbung mit „Carbon Neutral“-Logo
- IV. Ausblick – Drittes UWG-Änderungsgesetz
 1. Werbung mit Umweltaussagen
 2. Werbung mit Nachhaltigkeitsiegeln
- V. Fazit

Werbung mit Testsiegeln und Auszeichnungen ist in der Praxis ein „Dauerbrenner“ – und war auch in den letzten Jahren immer wieder einmal Gegenstand gerichtlicher Überprüfungen. Dieser Beitrag beleuchtet das Urteil des LG Frankfurt a. M., 03.06.2025 – 3-06 O 8/24,¹⁾ in dem es u. a. um die Frage ging, ob im konkreten Fall ein (Nachhaltigkeits-)Siegel überhaupt vorliegt und welche Maßstäbe für diese Beurteilung anzuwenden sind. Vor dem Hintergrund der neuen Vorschriften des Dritten UWG-Änderungsgesetzes, mit dem u. a. die Richtlinie (EU) 2024/825 (sog. EmpCo-Richtlinie) in nationales Recht umgesetzt worden ist, wird auch das Thema Werbung mit Nachhaltigkeitsiegeln in verschiedenen Facetten relevant werden.

I. Zum Sachverhalt

Der Kläger, ein Umweltschutzverband, der in die Liste der klagebefugten Verbraucherverbände eingetragen ist, beanstandete

1) Das hier genannte Entscheidungsdatum korrespondiert nicht mit der zu der Entscheidung veröffentlichten Pressemitteilung des LG Frankfurt a. M. vom 26.08.2025. In der Entscheidungsdatenbank des Landes Hessen lareda.de sowie in juris wird als Entscheidungsdatum jedoch der 03.06.2025 angegeben, sodass dieses Datum hier zum Zwecke der Auffindbarkeit zugrunde gelegt wird.

* Mehr über die Autorin erfahren Sie auf S. 691.

** Abgedruckt in WRP 2026, 407 f. Ls.