

UWG-Sonderregel für Altware mit Umweltwerbung

22.10.2026, 18:25 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *MTR Legal Rechtsanwälte Pressearchiv*



Köln, 22. Oktober 2026. Der Bundestag hat kurz vor Abschluss des Gesetzgebungsverfahrens eine Übergangsregel für bestimmte Waren mit umweltbezogenen Aussagen in das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb aufgenommen. Der neue § 15b UWG betrifft Altware, die vor dem maßgeblichen Stichtag in Verkehr gebracht wurde, schafft aber keinen allgemeinen Aufschub für Werbung.

Die Ergänzung steht im Zusammenhang mit den neuen Vorgaben zur Nachhaltigkeitswerbung, die auf der Richtlinie (EU) 2024/825 beruhen. In Deutschland wurden diese Vorgaben durch das Dritte Gesetz zur Änderung des UWG vom 12. Februar 2026 umgesetzt und sollen im Wesentlichen ab dem 27. September 2026 gelten. § 15b UWG soll verhindern, dass bereits vorhandene Warenbestände allein wegen künftig unzulässiger Nachhaltigkeitsaussagen vernichtet werden müssen. Für Unternehmen bleibt dennoch entscheidend, dass die Vorschrift eng begrenzt ist.

Späte Ergänzung im Gesetzgebungsverfahren

Der neue § 15b UWG war nicht Teil des ursprünglichen Regierungsentwurfs. Eingefügt wurde die Regelung im Rahmen des Gesetzes zur Modernisierung des Designrechts, das durch eine Ausschussänderung zusätzlich Änderungen am UWG erhielt. Der Bundestag nahm den Entwurf am 24. September 2026 in der Fassung der Beschlussempfehlung des Rechtsausschusses an. Nach dem Bundestagsbeschluss waren für das Inkrafttreten noch die Befassung des Bundesrats und die Verkündung im Bundesgesetzblatt erforderlich.

Die Sonderregel reagiert auf praktische Schwierigkeiten bei Waren, die bereits hergestellt oder in den Verkehr gebracht wurden. Der Bundesrat hatte zuvor auf Produktionszyklen sowie auf das Risiko hingewiesen, dass Verpackungen und Produkte in erheblichem Umfang entsorgt werden müssten. In der Begründung wurden insbesondere sogenannte Slow Mover angesprochen, etwa Bücher, die typischerweise über längere Zeiträume abverkauft werden. Ziel ist damit nicht die Fortsetzung unzulässiger Werbung, sondern eine Verhältnismäßigkeitsprüfung bei bereits im Markt befindlichen Waren.

Kein allgemeiner Aufschub für Nachhaltigkeitswerbung

§ 15b UWG beschränkt sich auf Waren, die vor dem 27. September 2026 in Verkehr gebracht wurden. Nicht erfasst sind neue Produkte, die erst nach diesem Zeitpunkt in den Markt gelangen. Ebenfalls nicht erfasst sind Werbemaßnahmen außerhalb des Warenbestands. Dazu gehören insbesondere Internetseiten, Online-Shops, Social-Media-Auftritte, Kataloge und Plakatwerbung.

Für diese Werbeformen bleibt der 27. September 2026 der maßgebliche Stichtag. Unternehmen können sich insoweit nicht auf eine zusätzliche Übergangsphase berufen. Auch bei Altware führt § 15b UWG nicht dazu, dass eine beanstandete Aussage rechtmäßig wird. Die Vorschrift betrifft vielmehr die Frage, ob ein Unterlassungsanspruch im konkreten Einzelfall nach Abwägung aller Interessen unverhältnismäßig wäre.

Bei dieser Abwägung nennt das Gesetz mehrere Kriterien. Zu berücksichtigen sind insbesondere:

- **das Gewicht des Verstoßes,**
- **der Aufwand und die Kosten** für die Beseitigung des Verstoßes,
- **die Umweltbelastungen,** die mit einer Vernichtung der Ware verbunden wären.

Die Sonderregelung ist zeitlich auf zwei Jahre begrenzt und soll Unterlassungsansprüche während einer Übergangszeit bis September 2028 nur zulassen, wenn dies verhältnismäßig ist. Ein umfassender Schutz vor wettbewerbsrechtlichen Folgen ist damit nicht verbunden. Maßgeblich bleibt stets die gerichtliche Bewertung im Einzelfall. Unternehmen sollten daher Warenbestände, Produktkennzeichnungen und begleitende Werbung getrennt betrachten.

Neue Anforderungen an Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen

Die EmpCo-Vorgaben führen zu erheblichen Änderungen im deutschen Lauterkeitsrecht. Aussagen über künftige Umweltleistungen, etwa zur Klimaneutralität in späteren Jahren, setzen künftig realistische Umsetzungspläne voraus, die öffentlich zugänglich sind und von unabhängigen Dritten kontrolliert werden. Allgemeine Aussagen wie „umweltfreundlich“ sind nur noch unter engen Voraussetzungen möglich. Aussagen wie „klimaneutral“, die allein auf der rechnerischen Kompensation produktbezogener Emissionen beruhen, werden unzulässig.

Auch Nachhaltigkeitsiegel werden strenger reguliert. Zulässig sind sie künftig nur, wenn sie staatlichen Ursprungs sind oder auf einem gesetzlich definierten Zertifizierungssystem beruhen. Hinzu kommen neue Informationsinstrumente im Bereich Gewährleistung und Haltbarkeitsgarantien im B2C-Geschäft. Die Änderungen können deshalb Auswirkungen auf Produktgestaltung, Vertrieb und Kapitalmarktkommunikation haben.

„Für Unternehmen und Investoren ist wichtig, dass § 15b UWG keine pauschale Entwarnung für vorhandene Warenbestände bedeutet“, sagt Rechtsanwalt Michael Rainer, MTR Legal Rechtsanwälte. „Die wirtschaftliche Bedeutung liegt vor allem darin, dass Altware im Einzelfall anders behandelt werden kann, während die allgemeinen Anforderungen an Nachhaltigkeitswerbung ab dem Stichtag umfassend zu beachten sind.“

Betroffene Unternehmen sollten insbesondere unterscheiden, ob es um bereits in Verkehr gebrachte Waren, neue Produkte oder begleitende Werbekanäle geht. Für Altware kann die Verhältnismäßigkeitsprüfung relevant werden, wenn eine Änderung oder Vernichtung erhebliche Kosten oder Umweltbelastungen verursachen würde. Für Online- und Printwerbung außerhalb der Ware gilt diese Entlastung dagegen nicht. MTR Legal Rechtsanwälte berät im Wettbewerbsrecht zu lauterkeitsrechtlichen Anforderungen und nachhaltigkeitsbezogenen Werbeaussagen.

Weitere Informationen: <https://www.mtrlegal.com/uebergangsregel-fuer-altware-mit-umweltwerbung-im-uwg/>

MTR Legal Rechtsanwälte

Breslauer Platz 4
50668 Köln
Deutschland

MichaelRainer

+49 221 9999220

info@mtrlegal.com

www.mtrlegal.com

Portrait

MTR Legal Rechtsanwälte ist eine bundesweit und international tätige Full-Service-Wirtschaftskanzlei. Die Sozietät berät Unternehmen, institutionelle Investoren und vermögende Privatpersonen in den Bereichen Gesellschafts-, Steuer-, Handels-, Vertrags-, Vertriebs-, Kapitalmarkt- und Bankrecht.

Standorte: Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, Leipzig, München, Stuttgart. Representative Offices: London, Paris, Amsterdam, Singapore.

MTR Legal ist Mitglied im internationalen Netzwerk IR Global und wird regelmäßig von Handelsblatt und Best Lawyers empfohlen.

News-ID: 1327862 • Views: 137 (Stand: 01.11.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1327862/UWG-Sonderregel-fuer-Altware-mit-Umweltwerbung.html>