

--

Vorblatt

Ziele

Ziel 1: Nachhaltiges Konsumverhalten durch informierte Kaufentscheidungen der Verbraucherinnen und Verbraucher fördern

Ziel 2: Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen auf Online-Benutzeroberflächen

Ziel 3: Vermeidung von Gold-Plating und Verhinderung von Missbrauch

Inhalt

Das Vorhaben umfasst hauptsächlich folgende Maßnahmen:

Maßnahme 1: Anforderungen an Umweltaussagen, um Irreführungen hintanzuhalten

Maßnahme 2: Sicherstellung durch Untersagung gewisser Praktiken hinsichtlich frühzeitiger Obsoleszenz von Waren

Maßnahme 3: Anforderungen an Nachhaltigkeitssiegeln, um Irreführungen hinanzuhalten

Maßnahme 4: Klarstellungen in Bezug auf gewisse manipulative Geschäftspraktiken

Maßnahme 5: Punktuelle Änderungen im UWG, um Gold Plating und Missbrauch zu vermeiden

Wesentliche Auswirkungen

In den Wirkungsdimensionen gemäß § 17 Abs. 1 BHG 2013 treten keine wesentlichen Auswirkungen auf.

Finanzielle Auswirkungen auf den Bundeshaushalt und andere öffentliche Haushalte

Aus der gegenständlichen Maßnahme ergeben sich keine finanziellen Auswirkungen auf den Bund, die Länder, die Gemeinden oder auf die Sozialversicherungsträger.

Verhältnis zu den Rechtsvorschriften der Europäischen Union

Das Vorhaben dient der Umsetzung einer EU-Richtlinie

Besonderheiten des Normerzeugungsverfahrens

Keine

Vereinfachte wirkungsorientierte Folgenabschätzung

EmpCo-Umsetzung im UWG

Einbringende Stelle: Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus

Titel des Vorhabens: Bundesgesetz, mit dem das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 geändert wird (UWG-Novelle 2025)

Vorhabensart:	Gesetz	Inkrafttreten/ Wirksamwerden:	2026
Erstellungsjahr:	2026	Letzte Aktualisierung:	08.05.2026

Beitrag zu Wirkungsziel oder Maßnahme im Bundesvoranschlag

Beitrag zu:

- Wirkungsziel: Erhöhung der Attraktivität des Wirtschaftsstandortes (Untergliederung 40 Wirtschaft - Bundesvoranschlag 2026)

Problemanalyse

Problemdefinition

Die Richtlinie 2024/825/EU zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und bessere Informationen, ABl. L vom 6.3.2024, ist in nationales Recht umzusetzen. Weiters soll auch Art. 16e der Verbraucherrechte-RL idF der Richtlinie (EU) 2023/2673 zur Änderung der Richtlinie 2011/83/EU in Bezug auf im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/65/EG, ABl. Nr. L vom 28.11.2023 umgesetzt werden.

Ziele

Ziel 1: Nachhaltiges Konsumverhalten durch informierte Kaufentscheidungen der Verbraucherinnen und Verbraucher fördern

Beschreibung des Ziels:

Das Ziel der Richtlinie (EU) 2024/825 und somit der nationalen Umsetzung ist es, Verbraucherinnen und Verbraucher besser in die Lage zu versetzen, informierte Kaufentscheidungen zu treffen und so zu einem nachhaltigeren Konsumverhalten beizutragen, damit Fortschritte beim ökologischen Wandel erzielt werden können.

Umsetzung durch:

Maßnahme 1: Anforderungen an Umweltaussagen, um Irreführungen hintanzuhalten
 Maßnahme 2: Sicherstellung durch Untersagung gewisser Praktiken hinsichtlich frühzeitiger Obsoleszenz von Waren
 Maßnahme 3: Anforderungen an Nachhaltigkeitssiegeln, um Irreführungen hinanzuhalten

Ziel 2: Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen auf Online-Benutzeroberflächen

Beschreibung des Ziels:

Im Einklang mit den Zielsetzungen der Richtlinie (EU) 2023/2673 sollen beim Abschluss von B2C-Finanzdienstleistungsverträgen über Online-Benutzeroberflächen Verbraucherinnen und Verbraucher vor bestimmten Geschäftspraktiken, die manipulativ sein können, geschützt werden.

Umsetzung durch:

Maßnahme 4: Klarstellungen in Bezug auf gewisse manipulative Geschäftspraktiken

Ziel 3: Vermeidung von Gold-Plating und Verhinderung von Missbrauch

Beschreibung des Ziels:

Gold-Plating und somit Übererfüllung von Unionsrecht gilt es auch im UWG zu vermeiden. Ebenso soll durch klare Regelungen - wie zum Verhältnis des UWG zu anderen Rechtsvorschriften - Rechtsunsicherheit vermieden werden. Des Weiteren soll Abmahnmissbrauch verhindert werden.

Umsetzung durch:

Maßnahme 5: Punktuelle Änderungen im UWG, um Gold Plating und Missbrauch zu vermeiden

Maßnahmen

Maßnahme 1: Anforderungen an Umweltaussagen, um Irreführungen hintanzuhalten

Beschreibung der Maßnahme:

An allgemeine Umweltaussagen, welche nicht auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten sind oder bei denen die Spezifizierung der Aussage nicht auf demselben Medium klar und in hervorgehobener Weise angegeben ist, werden in Umsetzung der Richtlinie strengere Voraussetzungen geknüpft: Für diese Umweltaussagen soll der Nachweis einer anerkannten hervorragenden Umweltleistung (insbesondere durch das EU-Umweltzeichen oder anerkannte nationale Umweltzeichen) erbracht werden.

Umweltaussagen zu künftigen Umweltleistungen müssen mitsamt messbaren und zeitgebundenen Zielen in einem öffentlich zugänglichen Umsetzungsplan festgehalten werden, welcher von unabhängigen externen Expertinnen und Experten regelmäßig überprüft werden muss.

Eine weitere Maßnahme in diesem Zusammenhang betrifft das Verbot von produktbezogenen Aussagen zur Klimaneutralität – aber auch zu verringerten oder positiven Auswirkungen auf die Umwelt –, sofern sich diese Aussage auf der Kompensation von Treibhausgasemissionen außerhalb der Wertschöpfungskette begründet.

Umsetzung von:

Ziel 1: Nachhaltiges Konsumverhalten durch informierte Kaufentscheidungen der Verbraucherinnen und Verbraucher fördern

Maßnahme 2: Sicherstellung durch Untersagung gewisser Praktiken hinsichtlich frühzeitiger Obsoleszenz von Waren

Beschreibung der Maßnahme:

Gewisse Praktiken im Zusammenhang mit frühzeitiger Obsoleszenz sollen durch Regelung im Anhang des UWG künftig untersagt werden. Dies betrifft ua. das Verbot der kommerziellen Kommunikation über eine Ware, wenn ein Merkmal zur Begrenzung der Haltbarkeit enthalten ist und dem Gewerbetreibenden Informationen über ein solches Merkmal und seine Auswirkungen zur Verfügung stehen - somit primär dem Hersteller. Es geht somit hier um Fälle der geplanten frühzeitigen Obsoleszenz — eine Geschäftspraktik, bei der ein Produkt vorsätzlich mit einer begrenzten Lebensdauer geplant oder konzipiert wird, sodass es nach einem bestimmten Zeitraum oder einer vorgegebenen Intensität der Verwendung veraltet ist oder nicht mehr funktioniert. Weitere adressierte Praktiken im Rahmen dieser Maßnahme betreffen ua. Softwareaktualisierungen, falsche Behauptungen zur Haltbarkeit von Waren oder das Verbot der Präsentation einer Ware als reparierbar, wenn sie dies nicht ist.

Umsetzung von:

Ziel 1: Nachhaltiges Konsumverhalten durch informierte Kaufentscheidungen der Verbraucherinnen und Verbraucher fördern

Maßnahme 3: Anforderungen an Nachhaltigkeitssiegeln, um Irreführungen hinanzuhalten

Beschreibung der Maßnahme:

Nachhaltigkeitssiegel sollen künftig nur noch verwendet werden können, wenn diese von staatlichen Stellen stammen oder wenn diese auf einem den Voraussetzungen entsprechenden Zertifizierungssystem, welches allen die Anforderungen des Systems erfüllenden Unternehmern offenstehen soll, beruhen.

Umsetzung von:

Ziel 1: Nachhaltiges Konsumverhalten durch informierte Kaufentscheidungen der Verbraucherinnen und Verbraucher fördern

Maßnahme 4: Klarstellungen in Bezug auf gewisse manipulative Geschäftspraktiken

Beschreibung der Maßnahme:

In Bezug auf im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge wird klargestellt, dass es sich bei bestimmten verpönten Dark Patterns-Praktiken um eine unlautere Geschäftspraktik handelt.

Umsetzung von:

Ziel 2: Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen auf Online-Benutzeroberflächen

Maßnahme 5: Punktuelle Änderungen im UWG, um Gold Plating und Missbrauch zu vermeiden

Beschreibung der Maßnahme:

Im UWG werden Änderungen vorgenommen wie eine neue Bestimmung zur Umsetzung des Vorhabens „Rechtsmissbräuchliche Abmahnungen und Klagen sind zurückzudrängen“ des aktuellen Regierungsprogramms. Weiters wird in diesem Sinne eine Anpassung zur Klarstellung des Anwendungsbereichs des UWG in Form einer Kollisionsnorm aufgenommen.

Umsetzung von:

Ziel 3: Vermeidung von Gold-Plating und Verhinderung von Missbrauch

Abschätzung der Auswirkungen

Unternehmen

Finanzielle Auswirkungen auf Unternehmen insbesondere KMU

Das Vorhaben hat keine wesentlichen finanziellen Auswirkungen auf Unternehmen.

Erläuterung:

Umweltaussagen: Unternehmen, die Umweltaussagen im B2C-Geschäftsverkehr verwenden, müssen prüfen, ob diese den Voraussetzungen des Gesetzesvorhabens entsprechen. Im Falle einer allgemeinen Umweltaussage ist daher eine Spezifizierung am selben Medium nötig oder der Beleg einer anerkannten, hervorragenden Umweltleistung. Eine solche kann durch das EU Ecolabel oder das österreichische Umweltzeichen erlangt werden. Das österr. Umweltzeichen kostet den Unternehmen idR einmalig - abhängig von Sektor und Unternehmensgröße 205 bis 830 Euro (Antragsgebühr) und eine Jahresgebühr, ebenfalls variabel und zwischen 528 und 3 309 Euro.

(<https://www.umweltzeichen.at/de/zertifizierung/geb%C3%BChren>) Dazu können noch weitere Kosten kommen. Aktuell hat das österreichische Umweltzeichen 1684 Lizenznehmer

(https://www.umweltzeichen.at/site/assets/files/1040/20250212_uwz_factsheet_allgemein.pdf).

Generell wird anzunehmen sein, dass die Zahl an getätigten Umweltaussagen im B2C-Geschäftsverkehr durch das vorliegende Gesetzesvorhaben zurückgehen wird (Greenhushing), weil Unternehmen weniger bereit sein werden, den Aufwand auf sich zu nehmen.

Nachhaltigkeitssiegel: Der Label-Kompass (<https://www.bewusstkaufen.at/label-kompass/>) enthält aktuell (Stand:4.7.2025) 137 Label, wobei darunter auch Label (wie das Österreichische Umweltzeichen) von staatlichen Stellen bzw. Label, die auf Unionsgesetzgebung (EU Ecolabel, EU Biolabel, EU Energielabel) zurückzuführen sind, enthalten sind. Zum Teil werden diese Label nur von einem Unternehmen verwendet. Unternehmen, die diese Label nutzen, müssen überprüfen, 1. ob das Label ein Nachhaltigkeitssiegel iSd Gesetzesvorhabens ist und 2. ob die Voraussetzungen für diese (Überprüfung im Rahmen eines die Voraussetzungen erfüllenden Zertifizierungssystems oder Label von staatlichen Stellen) bereits erfüllt sind. In Fällen, in denen ein Nachhaltigkeitssiegel vorliegt und die Voraussetzungen noch nicht erfüllt sind, müssen die Unternehmen Anpassungen vornehmen und die Voraussetzungen für ein Zertifizierungssystem schaffen. In diesen Fällen entstehen den betroffenen Unternehmen wohl höhere Kosten, diese Kosten können stark variieren, abhängig von verschiedenen Faktoren wie Größe und Branche des Unternehmens (Kleinere Unternehmen könnten geringere Gebühren zahlen als größere, je nach Umfang und Komplexität der Zertifizierung), Art der Zertifizierung und Vorbereitungsaufwand und gewählte Zertifizierungsstelle (Preise können von Anbieter zu Anbieter variieren) und lassen sich daher schwer abschätzen. Alternativ werden voraussichtlich einige Unternehmen diese Nachhaltigkeitssiegel nicht mehr nutzen, wodurch keine weiteren direkten Kosten entstehen, die Zielsetzung der Richtlinie aber verfehlt wird.

Hinsichtlich der Änderungen im Zusammenhang mit der Umsetzung der Richtlinie 2023/2673 (Maßnahme 4) ist - mit Verweis auf das Verbraucherrechts-Änderungsgesetz 2026 - von 1.405 potentiell betroffenen Unternehmen auszugehen. 35 % der Unternehmen im Dienstleistungsbereich nutzen E-Commerce (Statistik Austria, 2024,

<https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2024/12/20241209IKTU2024.pdf>). Ausgehend von 16.052 Finanz- und Versicherungsdienstleistern (Statistik Austria, 2022,

<https://www.statistik.at/statistiken/industrie-bau-handel-und-dienstleistungen/arbeitsstaettenzaehlung/unternehmen>) ergeben sich unter der Annahme, dass ein Viertel dieser Unternehmen online Verträge mit Verbrauchern abschließen (B2C), sohin 1.405 potentiell betroffene Unternehmen.

Allerdings ist davon auszugehen, dass nur ein Bruchteil dieser potentiell betroffenen Unternehmen die vom gegenständlichen Vorhaben betroffene Geschäftspraktiken (stärkere Hervorhebung bestimmter Auswahlmöglichkeiten bei Entscheidungen sowie Senden wiederholter Aufforderungen an VerbraucherInnen) anwendet. Die betroffenen Unternehmen müssen ihre Praktiken überprüfen und ggf. diese künftig unterlassen.

Auswirkungen auf die Umwelt

Auswirkungen auf Energie oder Abfall

Das Vorhaben hat keine wesentlichen Auswirkungen auf Energie oder Abfall.

Erläuterung:

Der Vollständigkeit halber, sei darauf zu verweisen, dass keine wesentliche Umweltauswirkungen durch das Vorhaben zu erwarten sind. Durch die Vermeidung von Umweltaussagen aufgrund der damit verbundenen Bürokratie, könnten sich die Anstrengungen von Unternehmen in Umweltmaßnahmen zu investieren verringern. Theoretisch könnten die Regulierungen betreffend Praktiken der frühzeitigen Obsoleszenz sich auf eine Verringerung von Abfallmengen auswirken, allerdings zeigt die Praxis, dass Konsumentinnen und Konsumenten aufgrund niedriger Preise erst recht zu diesen problematischen Produkten greifen, wie man an der rasant steigenden Anzahl von Bestellungen bei Drittstaatenplattformen wie Shein und Temu sieht (aktuell ca. 12 Mio. Bestellungen pro Tag in Europa).

In Bezug auf Umweltaussagen ist die Intention des Gesetzesvorhabens, mehr gehaltvolle und wahre Umweltaussagen im B2C-Geschäftsverkehr, positiv und darin könnte ein Mehrwert für die Umwelt entstehen. Allerdings ist aber aufgrund der strengeren Voraussetzungen mit insgesamt weniger Umweltaussagen in der Werbung zu rechnen, weshalb sich die Auswirkungen voraussichtlich aufwiegen werden.

Konsumentenschutzpolitische Auswirkungen

Auswirkungen auf Konsumentinnen und Konsumenten in ihrem Verhältnis zu Unternehmen

Das Vorhaben hat keine wesentlichen Auswirkungen auf Konsumentinnen/Konsumenten in ihrem Verhältnis zu Unternehmen.

Erläuterung:

Laut Consumer Conditions Scoreboard der Europäischen Kommission haben, 56% der befragten Erwachsenen in Österreich angegeben, dass Umweltaspekte bei mindestens einem oder zwei Käufen 2024 die Kaufentscheidung beeinflusst haben. (EK, Consumer Conditions Scoreboard 2025, Grafik 16) Insgesamt gehen diese Zahlen an Verbraucherinnen und Verbraucher, die auf Umweltaspekte Wert legen, EU-weit jedoch zurück (-13% seit 2022).

Im Jahr 2024 spielten für 44% der Befragten Umweltaspekte beim Kauf keine Rolle, was bedeutet, dass für sie zusätzliche Regulierungen wie die vorliegende auch nichts daran ändern wird, dass diese Konsumentinnen und Konsumenten die Kaufentscheidung unabhängig von Umweltaspekten treffen.

Dieser Anteil von Konsumentinnen und Konsumenten muss mit anderen Maßnahmen, z.B.

Konsumentenbildung von einem nachhaltigen Konsum überzeugt werden.

Insgesamt ist in Österreich das Vertrauen der Befragten in von Unternehmen getätigte Umweltaussagen bereits sehr hoch und liegt über dem EU-Schnitt. (EK, Consumer Conditions Scoreboard 2025, Grafik 18).

Auswirkungen auf die finanzielle Position der Verbraucherinnen/Verbraucher

Das Vorhaben hat keine wesentlichen Auswirkungen auf die finanzielle Position der Verbraucherinnen/Verbraucher.

Erläuterung:

Es ist möglich, dass Unternehmen, die ihnen entstehenden Kosten für notwendige Zertifizierungen gegebenenfalls anhand höherer Produktpreise an Verbraucherinnen und Verbraucher weitergeben müssen.

Angaben zur Wesentlichkeit

Nach Einschätzung der einbringenden Stelle sind folgende Wirkungsdimensionen vom gegenständlichen Vorhaben nicht wesentlich betroffen im Sinne der Anlage 1 der WFA-Grundsatz-Verordnung.

Wirkungsdimension	Subdimension der Wirkungsdimension	Wesentlichkeitskriterium
Unternehmen	Finanzielle Auswirkungen auf Unternehmen	Mindestens 10 000 betroffene Unternehmen oder 2,5 Mio. € Gesamtbe- bzw. entlastung pro Jahr
Umwelt	Energie oder Abfall	<ul style="list-style-type: none"> - Änderung des Energieverbrauchs um mehr als 100 TJ pro Jahr oder - Änderung des Ausmaßes an gefährlichen Abfällen von mehr als 1 000 Tonnen pro Jahr oder des Ausmaßes an nicht gefährlichen Abfällen, die einer Beseitigung (Deponierung) zuzuführen sind, von mehr als 10 000 Tonnen pro Jahr
Konsumenten- schutzpolitik	Verhältnis der KonsumentInnen zu Unternehmen	<ul style="list-style-type: none"> - Mehr als 100 000 potenziell oder 5 000 aktuell betroffene KonsumentInnen pro Jahr oder - finanzielle Auswirkung von mehr als 500 000 € für alle KonsumentInnen oder mehr als 400 € pro Einzelfall bei mehr als 500 Personen pro Jahr
Konsumenten- schutzpolitik	Finanzielle Auswirkungen	Finanzielle Auswirkungen von mehr als 500 000 € für alle KonsumentInnen oder mehr als 400 € pro Einzelfall bei mehr als 500 Personen pro Jahr.

Dokumentinformationen

Vorlagenversion: V2.028

Schema: BMF-S-WFA-v.1.22

Fachversion: 1

Deploy: 2.15.12.RELEASE

Datum und Uhrzeit: 11.05.2026 08:28:42

WFA Version: 1.4

OID: 4111

B1|F0|H0|I0