

## Stellungnahme

des Bundesverbands Freier Tankstellen und Unabhängiger Deutscher Mineralölhändler e. V. (bft) zum Referentenentwurf eines Dritten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb

Berlin, 25. Juli 2025

### I. Vorbemerkung

Wir danken Ihnen für die Gelegenheit zur Stellungnahme im Rahmen der Verbändeanhörung.

Der bft begrüßt grundsätzlich das Ziel des Gesetzgebers, Transparenz und Schutz vor Irreführung des Verbrauchers im Zusammenhang mit Umweltaussagen herzustellen und zu erhöhen.

Allerdings sehen wir mit großer Sorge, dass die geplanten Änderungen insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen zu einem finanziellen oder administrativen Aufwand führen, der entweder zu großen Wettbewerbsnachteilen gegenüber größeren Unternehmen führt, oder schlichtweg überhaupt nicht leistbar ist. Unsere Kritikpunkte beziehen sich im Wesentlichen auf Wettbewerbsverzerrung sowie die Schaffung eines fairen Wettbewerbs für den Tankstellenmittelstand.

### II. Im Einzelnen

#### 1. Bürokratische Belastung und Schätzung des Erfüllungsaufwands für die Wirtschaft, Seiten 18/19 der Gesetzesbegründung

Die in der Gesetzesbegründung angesetzten Bürokratiekosten sowie die Schätzung des Erfüllungsaufwands sehen wir aus der Perspektive des konzernunabhängigen Tankstellenmittelstands als zu niedrig angesetzt. Selbst der einmalige Erfüllungsaufwand von über 270 Mio. €, davon ein erheblicher Teil für Anpassungen an Produktkennzeichnung, Werbematerialien und digitale Systeme, trifft mittelständische und familiengeführte Unternehmen überproportional stark. Dies steht im Widerspruch zum politischen Ziel, KMU zu stärken und zu entlasten.

Anders als große Unternehmen verfügen KMU nicht über spezielle (Rechts-) Abteilungen oder grundsätzlich über weniger Manpower.

#### 2. Umweltaussagen müssen zudem überprüfbar oder zertifiziert sein, § 3 Absatz 3 in Verbindung mit den Nummern 2a und 4a des Anhangs

Der Entwurf stellt pauschale Aussagen zur CO<sub>2</sub>-Kompensation oder Zukunftsprognosen unter Generalverdacht (§ 5 Abs. 3 Nr. 4 UWG-E; Anhang Nr. 4c) und verlangt detaillierte Umsetzungspläne mit externen Audits. Damit wird legitime Werbung etwa für klimaneutrale Kraftstoffe wie HVO oder eFuels massiv erschwert. Der Entwurf hemmt damit

technologieoffene Kommunikation, die für die Bestandsflotte und eine echte Wahlfreiheit der Verbraucher essenziell ist. Dies führt dazu, dass kleine und mittlere Unternehmen (KMU) kaum noch mit Umweltaussagen werben können. Begriffe wie „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ oder „Zertifizierungssystem“ (§ 2 UWG-E) sind komplex und voraussetzungsreich. Es besteht die Gefahr, dass auch nachvollziehbare, aber nicht formell auditierte Umweltinformationen künftig unzulässig sind. Damit wird pragmatische Umweltkommunikation im Mittelstand faktisch unterbunden. Eine Zertifizierung werden sich KMU nicht leisten können, was zu einer Wettbewerbsverzerrung hin zu einer nicht mehr vorhandenen Wettbewerbsfähigkeit führen wird. Auch die Überprüfung der Umweltaussagen durch externe Sachverständige ist für KMU unzumutbar. Durch diese weitreichende Regelung, die auf EU-Gesetzgebung basiert, wird der verfassungsrechtliche Grundsatz der Verhältnismäßigkeit in Frage gestellt. Umweltbezogene Werbung wird grundsätzlich verboten, wenn nicht Zertifizierung und staatliche Nachweise vorgelegt werden können. Umweltaussagen zu treffen, wird somit mit hohen Kosten verbunden sein. Diese Gelder werden den Unternehmen fehlen, um sie in die grüne Transformation und in Nachhaltigkeit zu investieren. In Anbetracht der Tatsache, dass die EU-Kommission den Trilog zur Green Claims Directive jüngst abgesagt hat, gerade um eine Überforderung von KMU zu abzuwenden, stellt sich die Frage, warum in Deutschland weiterhin überambitioniert umgesetzt wird.

### **3. Praktikable Lösungen bei der Erläuterung der Umweltaussagen, Seite 32 der Gesetzesbegründung**

Die Marktteilnehmer und insbesondere die KMU sind auf praxisnahe Lösungen bei der Erläuterung ihrer Umweltaussagen angewiesen. Je nach Werbemedium ist nicht immer eine Erläuterung auf demselben möglich. Technisch komplexe Zusammenhänge wie beispielsweise der Herstellungsprozess und die CO<sub>2</sub>-Einsparung durch einen synthetischen Kraftstoff können dem Verbraucher erfahrungsgemäß weder an der Zapfsäule noch am Point of Sale vermittelt werden. Nur dort sind Umweltaussagen überhaupt für den Tankkunden wahrnehmbar. Daher sollten QR-Codes neben den Werbegriffen zulässig sein, die zu erklärenden Websites führen.

Es sollte eine abgestufte Regelung eingeführt werden, die die Anforderungen an Nachweise und Prüfpflichten für KMU reduziert. Denkbar ist eine Bagatellgrenze oder ein vereinfachter Nachweisrahmen bei standardisierten Umweltinformationen (z. B. THG-Minderung im Vergleich zum Referenzkraftstoff gemäß RED II).

### **4. Leitlinien zur Anwendung der neuen Vorschriften**

Es bleiben viele unbestimmte Rechtsbegriffe, die durch die Gerichte geklärt werden müssten. Dies ist für die Unternehmen kostspielig und macht die Herstellung von Rechtssicherheit langwierig. Wünschenswert wäre daher die Herausgabe von Leitlinien, die einheitliche Rechtsanwendung vereinfacht und die Rechtsbegriffe hinreichend bestimmt macht.

### **5. Umsetzungsfristen**

Insbesondere der Mittelstand ist auf lange Umsetzungsfristen angewiesen, damit ausreichend Zeit für Prüfung und Anpassung besteht. Sonst droht ausgerechnet den KMU von

Abmahnvereinen gezielt ins Visier genommen zu werden. Wir schlagen 30 Monate ab in Kraft-treten der neuen Regelungen vor.

### III. Forderungen des bft

Zusammenfassend fordert der bft daher:

1. Bürokratiebelastung und -kosten unbedingt vermeiden - insbesondere für den Mittelstand. Zahlen im Rahmen des Erfüllungsaufwands sind zu niedrig angesetzt.
2. Wahrung des verfassungsrechtlichen Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit. Insbesondere keine überambitionierte Umsetzung von EU-Vorgaben. Umsetzungsstopp bis zur Klärung über die Green Claims Directive auf EU-Ebene.
3. Praktikable Lösungen bei der Erläuterung der Umweltaussagen zulassen. Komplexe Zusammenhänge lassen sich für den Verbraucher nicht immer auf dem oder durch dasselbe Werbemedium erläutern. Reduzierte Nachweis- und Prüfpflichten für kleine und mittelständische Unternehmen.
4. Belastbare Leitlinien herausgeben, die die Anwendung der neuen Vorschriften hinreichend bestimmt und einheitlich macht.
5. Lange Übergangsfristen für bereits umweltbezogene Angaben, damit ausreichend Zeit zur Prüfung und Anpassung, insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen besteht.

### IV. Fazit

Als Interessenvertretung mittelständischer Mineralölhandels- und Tankstellenunternehmen warnt der bft ausdrücklich davor, durch die geplanten Bestimmungen neue bürokratische Hürden für kleine und mittlere Unternehmen zu schaffen. Besonders vor dem Hintergrund politisch gewünschter Investitionen in die Reduktion von Treibhausgasemissionen im Verkehrssektor, dürfen neue bürokratische Belastungen nicht zum Investitionshindernis werden. Wir sehen die Einführung von synthetischen Kraftstoffen und Kraftstoffen, die aus erneuerbaren Rohstoffen hergestellt werden wie der paraffinische Diesel HVO (Hydrotreated Vegetable Oil) als gesamtgesellschaftliche Aufgabe zur Erreichung der Klimaziele. Viele unserer Unternehmen arbeiten hart an der Markteinführung von HVO-Diesel, der erst seit letztem Jahr auf dem deutschen Markt öffentlich verkauft werden darf. Diese Investitionen sollten nicht dadurch konterkariert werden, dass durch kurze Übergangsfristen Geschäftsmodelle für Abmahnungen entstehen und unsere Unternehmen dadurch unnötig in den Fokus von Abmahnvereinen geraten, weil sie die neuen Vorschriften nicht schnell genug umsetzen können. Dies ist nicht erforderlich.

Der bft steht dem Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz gerne für Rückfragen und einen weiterführenden Dialog zur Verfügung.

---

*Der bft Bundesverband Freier Tankstellen und Unabhängiger Deutscher Mineralölhändler e.V. setzt sich als starker Vertreter von über 530 konzernunabhängigen Unternehmen, die Tankstellennetze und Mineralölhandel betreiben, für die wirtschaftliche Eigenständigkeit und den Erhalt einer freien Marktwirtschaft im Energiehandel ein. Mit über 2.800 Tankstellen bundesweit stellen die Mitglieder des bft rund 20 Prozent des deutschen Tankstellenmarktes. Das größte Tankstellennetz verfügt über ca. 250 Tankstellen, die kleinste Einheit stellt die Einzel-tankstelle dar. Unsere Mitglieder sind mittelständische, inhabergeführte Familienunternehmen und spielen eine tragende Rolle in der Versorgungssicherheit und Mobilitätswende.*

---

**Hauptstadtbüro Berlin**  
Reinhardtstr. 12  
10117 Berlin  
Tel +49 30 2332 029-18  
info@bft.de

**Hauptgeschäftsstelle Büro Bonn**  
Ippendorfer Allee 1d  
53127 Bonn  
Tel +49 228 91029-44  
info@bft.de

Sparkasse Köln-Bonn  
**IBAN** DE43370501980001206903  
**BIC** COLSDE33XXX  
**USt-IdNr.** DE 1221 25510  
www.bft.de