

Onlinehandel im Spannungsfeld von Verbraucherschutz und Nachhaltigkeit

HANS W. MICKLITZ / NIKOLA SCHIEFKE /
CHRISTA LIEDTKE / PETER KENNING /
LOUISA SPECHT-RIEMENSCHNEIDER / NINA BAUR

SVRV
SACHVERSTÄNDIGENRAT
FÜR VERBRAUCHERFRAGEN



Zitierhinweis für diese Publikation:

Micklitz, H. W., Schiefke, N., Liedtke, C., Kenning, P., Specht-Riemenschneider, L., Baur, N. [2020].
Onlinehandel im Spannungsfeld von Verbraucherschutz und Nachhaltigkeit. *Veröffentlichungen des
Sachverständigenrats für Verbraucherfragen*. Berlin: Sachverständigenrat für Verbraucherfragen.

Berlin, Dezember 2020

Veröffentlichungen des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen

ISSN: 2365-919X

Herausgeber

Sachverständigenrat für Verbraucherfragen

beim Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz

Mohrenstraße 37

10117 Berlin

Telefon: +49 (0) 30 18 580-0

Fax: +49 (0) 30 18 580-9525

E-Mail: info@svr-verbraucherfragen.de

Internet: www.svr-verbraucherfragen.de

Gestaltung: Atelier Hauer + Dörfler GmbH

© SVRV 2020

Onlinehandel im Spannungsfeld von Verbraucherschutz und Nachhaltigkeit

HANS W. MICKLITZ / NIKOLA SCHIEFKE / CHRISTA LIEDTKE / PETER KENNING / LOUISA SPECHT-RIEMENSCHNEIDER / NINA BAUR

Hans W. Micklitz

Sachverständigenrat für Verbraucherfragen (SVRV),
Europäisches Hochschulinstitut in Florenz und
Finland Distinguished Professor, University Helsinki

Nikola Schiefke

Geschäftsstelle des Sachverständigenrats für
Verbraucherfragen (SVRV), Bundesministerium der
Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV), Berlin

Christa Liedtke

Sachverständigenrat für Verbraucherfragen (SVRV),
Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie,
Folkwang Universität der Künste in Essen

Peter Kenning

Sachverständigenrat für Verbraucherfragen
(SVRV), Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Louisa Specht-Riemenschneider

Sachverständigenrat für Verbraucherfragen (SVRV),
Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

Nina Baur

Sachverständigenrat für Verbraucherfragen (SVRV),
Institut für Soziologie der Technischen Universität
Berlin

Anmerkungen

Die Sprache in diesem Text ist grundsätzlich geschlechterneutral gemeint. Auf eine durchgehende Nennung der Geschlechter wurde zugunsten der besseren Lesbarkeit verzichtet.

Dank

Der Sachverständigenrat möchte sich bei Frau Dr. Jutta Kemper (Unterabteilungsleiterin im BMJV), Herrn Dr. Thomas Weber (Leiter des für Nachhaltigkeit zuständigen Referats im BMJV) und der Leiterin der Geschäftsstelle des SVRV, Frau Barbara Leier, LL.M. (Duke University) für die wertvollen Anregungen und Diskussionen bedanken, sowie bei Herrn Dr. Björn Asdecker (Otto-Friedrich-Universität Bamberg) für die Überlassung relevanter Forschungsergebnisse der Forschungsgruppe Retourenmanagement.

Mitglieder und Mitarbeitende des SVRV

Mitglieder des SVRV

Prof. Dr. Peter Kenning (Vorsitzender)

Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing, an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Prof. Dr. Louisa Specht-Riemenschneider (Stellvertretende Vorsitzende)

Inhaberin des Lehrstuhls für Bürgerliches Recht, Informations- und Datenrecht an der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

Prof. Dr. Nina Baur

Leiterin des Fachgebiets Methoden der empirischen Sozialforschung am Institut für Soziologie der Technischen Universität Berlin

Susanne Dehmel

Rechtsanwältin und Mitglied der Geschäftsleitung von Bitkom e.V.

Prof. Dr. Veronika Grimm

Inhaberin des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Wirtschaftstheorie, an der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg

Prof. Dr. Christa Liedtke

Leiterin der Abteilung „Nachhaltiges Produzieren und Konsumieren“ am Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie und Professorin für Nachhaltigkeit im Design, Fachbereich Industrial Design an der Folkwang Universität der Künste in Essen

Prof. Dr. Dr. h. c. Hans W. Micklitz

Professor für Wirtschaftsrecht am Robert Schuman Centre für Advanced Studies des Europäischen Hochschulinstituts in Florenz und Finland Distinguished Professor, University Helsinki

Sven Scharioth

Bereichsleitung Marktbeobachtung und Mitglied der Geschäftsleitung im Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Prof. Dr. Dr. h. c. Gert G. Wagner

Max Planck Fellow am MPI für Bildungsforschung in Berlin, Research Associate beim Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft in Berlin und Senior Research Fellow bei der Längsschnittstudie Sozio-oekonomisches Panel (SOEP) am DIW Berlin

Mitarbeitende des SVRV

Leiterin der Geschäftsstelle:

Barbara Leier, LL.M. (Duke University)

Wissenschaftlicher Stab der Geschäftsstelle:

Dr. Christian Groß
Sarah Sommer, M.A.
Dr. Patrick Weber

Executive Summary

Immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher interessieren sich für die Bedingungen, unter denen Konsumgüter und Dienstleistungen entstehen. Sie möchten möglichst nachhaltig konsumieren. Gleichzeitig wünschen sie sich aber auch einen ungestörten, möglichst sorglosen Konsum. Daraus entstehen Konflikte, die nicht nur gesellschaftlich diskutiert werden, sondern sich auch in rechtlichen Problemen widerspiegeln. Denn während Nachhaltigkeit bislang im Umweltrecht verankert ist, finden sich im Verbraucherrecht hingegen nur wenige, erste Ansätze. Die daraus resultierende Problematik eines auf den Vertragsschluss konzentrierten Verbraucherrechts in Zeiten einer zunehmenden Bedeutung des nachhaltigen Konsums soll im vorliegenden Papier an einem Beispiel veranschaulicht werden: der Retourenproblematik im Onlinehandel.

Der Umsatzanteil des Onlinehandels betrug 2019 bereits 10 Prozent des gesamten Einzelhandelsumsatzes in Deutschland. Absolut liegt er derzeit bei 72,6 Mrd. Euro. Mehr als 80 Prozent der Deutschen im Alter zwischen 14 und 69 Jahren kaufen online ein. Alle Prognosen unterstellen ein weiteres Wachstum dieser Vertriebsform. Mit der steigenden Bedeutung des Onlinehandels steigt aber auch die Anzahl der Retouren. Circa 12 Prozent aller bestellten Artikel und sogar ca. 45 Prozent der online bestellten Textilien und Schuhe wurden im Jahr 2018 von den Verbrauchern retourniert. Die Gesamtkosten der Branche für die Retouren liegen bei geschätzten 5,46 Mrd. Euro. Dies entspricht in etwa dem jährlichen Bruttogehalt von 138.000 Arbeitnehmern. Ein zentraler Grund für diese hohe Summe ist, dass Verbraucher binnen 14 Tagen ab Erhalt, also physischer Entgegennahme der Ware, den Vertrag grundlos widerrufen können und im Anschluss den Verkaufspreis und in der Regel die Versandkosten von den Unternehmen zurückerhalten. Meistens übernehmen die Unternehmen sogar die Rücksendekosten.

Eine holistische Betrachtung aller Regelungen entlang der Produktzyklen von der Produktion bis zur erhofften Wiederverwertung zeigt, dass die nicht im Mittelpunkt stehenden Phasen weit vor und nach Vertragsschluss national und international unterschiedlichen rechtlichen Anforderungen unterliegen. Für den Verbraucher ist es derzeit nahezu ausgeschlossen, sich über die Regeln einen Überblick zu verschaffen und vor allem herauszufinden, unter welchen Bedingungen die im Onlinehandel gekauften Produkte hergestellt und transportiert werden sowie ob und in welcher Form sie in den Produktkreislauf zurückgeführt werden.

Ein Ausbau des bisherigen Verbraucherrechtssystems hin auf einen nachhaltigen Konsum lässt sich allerdings nicht allein mit weiteren Informations- und Aufklärungspflichten bewältigen. Notwendig ist eine Verzahnung der umweltrechtlichen mit den verbraucherrechtlichen Regeln. Diese Herkulesaufgabe möchte der SVRV mit diesem Policy Brief anstoßen.

Bei der Suche nach dem Weg in eine, so widersprüchlich es klingen mag, nachhaltige Konsumgesellschaft sind die Verantwortlichkeiten der Unternehmen, des Gesetzgebers und des Verbrauchers neu auszutarieren. Gefordert ist eine Verantwortungsübernahme aller Beteiligten. Der SVRV diskutiert das Für und Wider möglicher Wege zur Förderung des nachhaltigen Konsums: Anreizsysteme, Befähigung zu einem verantwortungsbewussten Handeln (sogenanntes Boosting oder Nudging), Besteuerung von Ressourcen, Selbstverpflichtungen, Einführung einer Kostentragungspflicht für Retouren von mangelfreien Produkten, technologische Lösungen zur Reduzierung von Retouren und die Einführung eines Lieferkettengesetzes. Wofür auch immer man sich entscheiden wird, die Transformation der Wirtschaft im Hinblick auf Nachhaltigkeit bedarf einer umfassenden politischen und gesellschaftlichen Diskussion, um die Voraussetzungen für die notwendigen gesetzlichen Änderungen zu schaffen. Diese Transformation sollte dabei nicht nur auf einer supranationalen Ebene stattfinden, sondern auch auf nationaler Ebene vorangetrieben werden.

Keywords

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS / VERBRAUCHERRECHT / NACHHALTIGKEIT /
VERBRAUCHERVERANTWORTUNG / ONLINEHANDEL / RETOUREN / PRODUKTZYKLUS /
INFORMATIONSPFLICHTEN / UMWELTRECHT / LIEFERKETTEN / MENSCHENRECHTE

Inhalt

I. Problemaufriss	7
II. Empirische Grundlagen des Onlinehandels	11
1. Umsatz, Produktgruppen.....	11
2. Retouren.....	12
III. Onlinehandel im Spiegel der rechtlichen Regelungen	14
1. Verbrauchervertragsrecht.....	14
a) Vertragsschluss.....	14
b) Widerruf des Vertrages.....	15
c) Zwischenfazit.....	15
2. Rechtsgrundlagen von der Produktion zur Verwertung.....	16
a) Rohstoffanbau/-gewinnung und Anforderungen an die Produktion.....	17
b) Vorvertragliche Phase, Werbung und vorvertragliche Informationen.....	21
c) Transport, insbesondere von der Produktion zum (Groß-)Händler und vom (Groß-)Händler zum Kunden.....	23
d) Nachvertragliche Phase, insbesondere After-Sales-Promotion und Nutzung des Produkts.....	23
e) Ende der Nutzung durch den Kunden, insbesondere Entsorgung und Wiederaufbereitung.....	25
f) Fazit.....	28
IV. Lösungsansätze für eine nachhaltige Entwicklung des Onlinehandels	30
1. Ausgangslage.....	30
a) Verteilung von Verantwortlichkeiten.....	30
b) Regelungsebenen.....	31
2. Ansätze für eine nachhaltige Entwicklung des Onlinehandels.....	32
a) Für und Wider einer Kostentragungspflicht.....	32
b) Für und Wider technologischer Lösungen.....	33
c) Für und Wider einer Selbstverpflichtung zum Zwecke der Reduktion des „Free Shipping Effect“.....	34
d) Technologische Ansätze für eine nachhaltigere Produktauswahl in Onlineshops.....	34
3. Ansätze für eine nachhaltige Entwicklung des Verbrauchervertragsrechts.....	34
4. Ansätze außerhalb des Verbrauchervertragsrechts.....	35
a) Lieferkettengesetz.....	35
b) Beteiligung der Hersteller an den Kosten des Recyclings.....	36
c) Reduzierung des Primärrohstoffverbrauchs.....	36
V. Schlussbemerkung	37
Literatur	38

I. Problemaufriss

Verbraucherpolitik und Umweltpolitik, Verbraucherrecht und Umweltrecht, so wie sie heute die politische Diskussion bestimmen, sind nahezu zeitgleich in den 60er Jahren des vorherigen Jahrhunderts entstanden. VerbraucherRECHT geht zurück auf die Verbraucherbotschaft von Präsident Kennedy im Jahre 1962.¹ Die Politik und die Ideologie finden ihren Ausdruck in der Consumer-Rights-Rhetorik, der Idee, dass Verbraucher mit Rechten ausgestattet werden müssen, um sich in der Konsumgesellschaft behaupten zu können. Die letzten sechs Jahrzehnte haben einen erheblichen Ausbau der Verbraucherrechte mit sich gebracht und das Verbraucherrecht zu einem eigenständigen Rechtsgebiet ausgeformt. Eine allgemeingültige Definition für den Begriff des Verbraucherrechts ist bisher nicht entwickelt worden und es ist nicht trennscharf abgrenzbar von anderen Rechtsgebieten. Dies insbesondere deshalb, weil es in Deutschland kein eigenständiges Gesetzbuch für Verbraucherrecht gibt, sondern die jeweiligen Vorschriften verteilt sind auf viele unterschiedliche Gesetze. Selbst in den EU-Mitgliedstaaten, in denen es ein eigenes Verbrauchergesetzbuch gibt, wie etwa Frankreich und Italien, fehlt es an einer konzeptionellen Durchdringung eines eigenständigen und für sich selbst stehenden Verbraucherrechts. Überwiegend handelt es sich um eine Gesetzessammlung, die in ihren Grundfesten auf den Regeln der nationalen Zivilgesetzbücher aufruft und ohne dieses Referenzsystem nicht auskommt.

Eine gewisse Orientierung bietet die Definition von Verbraucherschutzgesetzen in § 2 Abs. 1 UKlaG als „Vorschriften [...], die dem Schutz der Verbraucher dienen“. Nach allgemeinem Verständnis zählen zum Verbraucherrecht insbesondere die Sondervorschrif-

ten des Verbrauchervertragsrechts in den §§ 312 ff., 355 ff. und 310 Abs. 3 BGB sowie die bei den einzelnen Vertragstypen angefügten Sonderregeln wie zum Beispiel §§ 474 ff., 491 ff. und 651a ff. BGB. Darüber hinaus finden sich eine Vielzahl hoheitlich-präventiver Verbraucherschutzvorschriften im öffentlichen Recht,² so zum Beispiel Regelungen zu verbraucher-schützenden Standards und deren Durchsetzung im Verwaltungsrecht, wie unter anderem im Arznei- und Lebensmittelrecht. Das nicht eben konfliktfreie Verhältnis zwischen Verbraucherrecht und Umweltrecht ist spätestens seit den 90er Jahren hinlänglich bekannt.³ Verbraucherrecht und Verbraucherpolitik basieren ursprünglich auf der Idee eines ungestörten Konsums. Verbraucherrechte sollen garantieren, dass defekte Produkte repariert oder ausgetauscht werden können. Widerrufsrechte im Direktvertrieb, im Fernabsatz, im Timesharing und im Verbraucherkredit bieten dem Verbraucher die Möglichkeit, unerwünschte Verträge aus der Welt zu schaffen, und sei es aus dem Grund, dass der Verbraucher nach Abschluss des Vertrages ein besseres, weil billigeres Angebot gefunden hat.

Umweltpolitik und Umweltschutz sowie Umweltrecht stehen für ein anderes Weltbild und verfolgen eine andere Intention. Hier geht es um den Schutz der Natur vor möglichen Risiken der Produktions- und Konsumgesellschaft.⁴ Sowohl das Umwelt- als auch das Verbraucherrecht sind Querschnittsmaterien, deren Regelungen bisher weitestgehend ohne Bezug zueinander erlassen wurden. Der Aufstieg der Nachhaltigkeit als Politikkonzept – seit dem Brundtland-Bericht 1987 bis zur Formulierung und Verabschiedung der internationalen Nachhaltigkeitsziele 2015 (der Agenda

1 Schrader/Liedtke/Lamla/Arens-Azevêdo/Hagen/Jaquemoth/Kenning/Schmidt-Kessel/Strünck, Verbraucherpolitik für nachhaltigen Konsum – Verbraucherpolitische Perspektiven für eine nachhaltige Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft, 2013; Hippel, Verbraucherschutz, 1. Auflage 1974 mit dem Abdruck der für die Entstehungsgeschichte einschlägigen Dokumente.

2 Schmidt-Kessel, Lehrbuch Verbraucherrecht, 2018, S. 6.

3 Krämer/Micklitz/Tonner, Law and diffuse Interests in the European Legal Order, Liber amicorum Norbert Reich, 1997.

4 Vgl. hierzu auch Liedtke/Baur/Dehmel/Grimm/Kenning/Micklitz/Specht-Riemenschneider/Scharioth, Nachhaltigen Konsum und Nachhaltige Produktion ermöglichen – Empfehlungen für die Verbraucherpolitik, 2020; Europäische Kommission, Aktionsplan für Nachhaltigkeit in Produktion und Verbrauch und für eine nachhaltige Industriepolitik, 2008.

2030) – hat an der fehlenden gedanklichen und systematischen Verbindung beziehungsweise fehlenden gegenseitigen Durchdringung beider Rechtsmaterien nichts Grundlegendes geändert. Damit soll nicht gesagt werden, dass es nicht Ansätze im Verbraucherrecht gibt, die Umwelt und die Nachhaltigkeit in den Bestand der bisherigen Regeln einzubauen.⁵ Je nachdem, welchen Stellenwert man den Nachhaltigkeitszielen beimisst, ist jedoch weit mehr erforderlich als die Fortschreibung der bisherigen „Ansätze“ hin auf nachhaltige Konsumentenrechte. **Das gesamte über Jahrzehnte hinweg immer weiter ausgebaute Verbraucherrecht ist neu zu durchdenken.**⁶

Nachhaltigkeit wird als Transformationsziel im Sinne der Agenda 2030 verstanden. Eine nachhaltige Entwicklung ist demnach eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der jetzigen Generation dient, ohne die Möglichkeit künftiger Generationen zu gefährden, ihre Bedürfnisse zu befriedigen.⁷ Sie hat drei Dimensionen – eine wirtschaftliche, eine soziale und eine ökologische. Obwohl seit 2015 mit den internationalen Nachhaltigkeitszielen konkrete politikbereichsübergreifende weltweit anerkannte Ziele vorliegen (die sogenannten SDGs: Sustainable Development Goals), sind diese bisher allenfalls rudimentär in die verbraucherrechtlichen Grundlagen eingeflossen. Die SDGs 8 „Nachhaltiges Wirtschaftswachstum“ und 12 „Nachhaltige Produktions- und Konsummuster sicherstellen“ nehmen die nachhaltige Entwicklung der Produktions- und Konsumgesellschaft in den Blick.⁸

Das Schlagwort vom nachhaltigen Konsum ist auf den ersten Blick ein Oxymoron, das nach tradiertem Verständnis einander entgegengesetzte Ziele zu vereinen sucht. Will man diesen Widerspruch auflösen,

müssen beide Rechtsmaterien zusammengedacht, aufeinander abgestimmt und miteinander verknüpft werden. Das verlangt, sich mit den Grenzen der Rechterhetorik auseinanderzusetzen. Diejenigen Vertreter der Rechtswissenschaft, die die Ansätze der Verknüpfung im geltenden Recht suchen beziehungsweise in einer Weiterentwicklung und Überformung des Verbraucherrechts mit umweltpolitischen Zielsetzungen, plädieren für einen **Ausbau der Verbraucherrechte** hin auf die Sicherstellung eines nachhaltigen Konsums.⁹ In einer solchen Perspektive hängt die Realisierung von Nachhaltigkeit an der Wahrnehmung und Ausübung der Verbraucherrechte. Die Rechterhetorik wird sozusagen in die Nachhaltigkeit hinein verlängert. Für eine wirkliche Veränderung ist mehr erforderlich. Der Verbraucher muss **aktiv Verantwortung** für seinen Konsum übernehmen, ebenso wie der Hersteller für die nachhaltige Produktion und der Gesetzgeber für die Bereitstellung eines rechtlichen Rahmens.¹⁰ Im Verbraucherrecht hat weder die Verantwortung des Verbrauchers noch die des Herstellers für einen nachhaltigen Konsum bislang Niederschlag gefunden. **Eine der Kernfragen der Verbraucherpolitik ist, wie verantwortliches und verantwortungsbewusstes Verbraucherhandeln im Sinne der Nachhaltigkeit gefördert werden kann.** Hier rücken weithin diskutierte Anreizsysteme (Boosting¹¹ und Nudging¹²) in den Vordergrund, die oftmals mit der Verbraucherbildung und Bildung für Nachhaltige Entwicklung verknüpft werden.¹³

Die SDGs adressieren das Verbraucherrecht an keiner Stelle direkt. Als Querschnittsmaterie liefern sie jedoch Ansatzpunkte für eine Neuausrichtung des Verbraucherrechts.¹⁴ Das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) als in erster Linie

5 Überblick bei *Halfmeier*, Nachhaltiges Privatrecht, AcP 215, 2016, S. 717.

6 *Micklitz*, Squaring the Circle? Reconciling Consumer Law and the Circular Economy, in: *Keirbilck/Terryn* (Hrsg.), Consumer Protection in a Circular Economy, 2019, S. 321.

7 Diese Definition geht insbesondere zurück auf den Brundtland-Bericht der UN World Commission on Environment and Development.

8 *Liedtke et al.*, Nachhaltigen Konsum und Nachhaltige Produktion ermöglichen, 2020.

9 *Tonner/Gawel/Schlacke/Alt/Bretschneider*, Gewährleistung und Garantie als Instrumente zur Durchsetzung eines nachhaltigen Produktumgangs, VuR 2017, S. 3; sowie im Europäischen Kontext: *Keirbilck/Terryn* (Hrsg.), Circular Economy and Consumer Protection, 2019.

10 *Schrader et al.*, Verbraucherpolitik für nachhaltigen Konsum, 2013, S. 6 und 17.

11 Max-Planck-Institut (MPI) für Bildungsforschung, Stärkung von Entscheidungskompetenzen („Boosting“).

12 *Sunstein/Reisch*, Trusting Nudges: Toward a bill of right for nudging, 2019; Umweltbundesamt (UBA), Nudge-Ansätze beim nachhaltigen Konsum: Ermittlung und Entwicklung von Maßnahmen zum „Anstoßen“ nachhaltiger Konsummuster, 2017.

13 *Schrader et al.*, Verbraucherpolitik für nachhaltigen Konsum, 2013, S. 17.

14 Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV), Ressortbericht Nachhaltigkeit, Bericht zum Stand der Integration der Rechts- und Verbraucherpolitik in die Agenda 2030, 2020.

Gesetzgebungsministerium ist für die Förderung des Rechtsstaates zuständig, deren Bedeutung für eine nachhaltige Entwicklung im Zielsystem der Agenda 2030 in SDG 16 formuliert wird.¹⁵ Darüber hinaus verantwortet das BMJV den wirtschaftlichen Verbraucherschutz, der über die Nachhaltigkeit mit dem SDG 12 verschränkt ist. Das BMJV hat eine doppelte Verantwortung: als Gesetzgebungsministerium ist es für eine Ausrichtung der Gesetze an den Zielen der Nachhaltigkeit verantwortlich, als Verbraucherschutzministerium für eine nachhaltige Entwicklung des Verbraucherrechts. Deshalb adressiert dieses Papier den Kern der Arbeit des BMJV.

Bislang hat die Diskussion um die Nachhaltigkeit das Verbraucherrecht nicht wirklich erreicht. Verbraucherverantwortlichkeiten kommen im Verbraucherrecht prinzipiell nicht vor. Sicher darf der Verbraucher seinen Vertragspartner nicht täuschen, tut er es, muss er sich gegebenenfalls Arglist vorwerfen lassen. Umgekehrt wird der Verbraucher nicht vom Rechtssystem sanktioniert, wenn er von seinen Rechten, vor allem von seinen Informationsrechten, keinen Gebrauch macht. Diese Denkweise findet ihren Ursprung in der Konsumgesellschaft der 60er und 70er Jahre. Verbraucherrechte sollen den Verbraucher im Konfliktfall gegen missbräuchliche Unternehmenspraktiken schützen. In dieser Perspektive lässt sich Nachhaltigkeit vorrangig über den Ausbau von Informationsrechten verwirklichen. Der selbstbestimmte handelnde Verbraucher müsste und sollte in den Stand gesetzt werden, eine nachhaltige Konsumententscheidung zu treffen, er ist gefordert, die Kaufentscheidung im Lichte der potenziellen Auswirkungen auf die Umwelt zu hinterfragen. Verbraucherrechte und Verbraucher-Selbst-Verantwortung verschmelzen. Die Analyse der rechtlichen Regeln wird zeigen, dass selbst der Verbraucher, der willens ist, sich dieser Herausforderung zu stellen, auf informationspolitische und oft auch strukturelle Barrieren stößt. Kurz, es ist ihm oder ihr in

der Praxis nahezu unmöglich, die für eine verantwortungsbewusste und nachhaltige Entscheidung notwendigen Informationen zu erhalten.¹⁶

Der Grundkonflikt zwischen Umwelt und Konsum reicht jedoch weiter und tiefer.¹⁷ Obwohl die weit überwiegende Mehrheit der Verbraucher eine nachhaltige Entwicklung für prinzipiell unterstützenswert hält,¹⁸ weicht ihr tatsächliches Konsumverhalten regelmäßig von diesem Prinzip ab.¹⁹ Verbraucher müssen deshalb mehr Verantwortung für ihr tatsächliches Konsumverhalten übernehmen (können). Die Übernahme von Verantwortung steht theoretisch nicht im Widerspruch zur Verbraucherrechte-Rhetorik. Wenn Menschen unterschiedliche Handlungsoptionen haben, tragen sie auch Verantwortung für ihr Handeln.²⁰ Hier soll nicht einer einseitigen Übernahme von Verantwortung durch die Verbraucher das Wort geredet werden. Wenn überhaupt, so geht es um eine Verteilung der Verantwortlichkeiten.²¹ Danach gibt es keinen Hauptverantwortlichen, sondern ein Wechselspiel gegenseitiger Verantwortlichkeiten zahlreicher Akteure wie Unternehmen, Verbraucher, nationale und internationale Gesetzgeber sowie Verbände und Organisationen. Oft wird vorgebracht, dass sich nur wenige Verbraucher verantwortlichen Konsum leisten können. Unabhängig davon, dass der Anteil des Einkommens, den Verbraucher für die Grundversorgung ausgeben, in den letzten Jahren deutlich zurückgegangen ist, verharrt dieses Denken in tradierten Konsummustern und -strukturen. Auch auf der Anbieterseite und gegebenenfalls staatlicher Seite sind mehr Mut und Innovation zur Transformation nötig. Nachhaltiges Handeln muss nicht teuer beziehungsweise teurer sein, ganz im Gegenteil. Es muss aber die Gelegenheit für ein solches Handeln bestehen beziehungsweise geschaffen werden, die Wahlmöglichkeit vorhanden sein und das Wissen und die Kompetenz beziehungsweise entwickelt werden, dies auch verantwortlich für Nachhaltigkeit nutzen zu können. Hier sind Politik,

15 BMJV, 2020.

16 Liedtke et al., Nachhaltigen Konsum und Nachhaltige Produktion ermöglichen, 2020.

17 Schrader et al., Verbraucherpolitik für nachhaltigen Konsum, 2013.

18 Caggemini, Consumer Products and Retail, How sustainability is fundamentally changing consumer preferences, 2020; PricewaterhouseCoopers (PwC), Surviving the Retail Apocalypse, 2019.

19 Barbarossa/Pastore, Why environmentally conscious consumers do not purchase green products: A cognitive Mapping approach, 2015; hierhin gehören auch Studien, die sich mit dem Attitude-/Intention-Behavior Gap auseinandersetzen.

20 Schrader et al., Verbraucherpolitik für nachhaltigen Konsum, 2013.

21 Schrader et al., Verbraucherpolitik für nachhaltigen Konsum, 2013.

Wirtschaft und Wissenschaft gefordert. Sie sind die verantwortlichen Akteure, die das Produktions- und Konsumsystem gestalten.

Der SVRV stellt die Verantwortlichkeiten für eine Ausrichtung der Wirtschaft und Politik auf einen nachhaltigen Konsum in das Zentrum seiner Überlegungen. Sollen die ehrgeizigen Ziele der Agenda 2030 realisiert werden, braucht es eine Verantwortungsübernahme der Wirtschaft, der Politik, aber auch der Verbraucher selbst. Gäbe es nur nachhaltig produzierte Produkte, sähe unsere Wirtschaftsordnung und unsere Rechtsordnung und damit auch die Verteilung der Verantwortlichkeiten anders aus.

Die 2015 von der UNO einvernehmlich verabschiedeten 17 Globalen Nachhaltigkeitsziele bieten eine einmalige Gelegenheit, das Verbraucherrecht der Konsumgesellschaft auf den Prüfstand der Nachhaltigkeit zu stellen. Die Europäische Kommission hat sich unter ihrer Präsidentin von der Leyen dem „Green Deal“ verschrieben, dem Umbau und der Umorientierung der gesamten Wirtschaft auf Nachhaltigkeit.²² Die deutsche Ratspräsidentschaft im zweiten Halbjahr 2020 hat den Klimawandel und die Nachhaltigkeit zu ihrem zentralen Thema erklärt. Angesichts des sich verändernden sozio-ökonomischen Umfeldes müssen sich auch die Verbraucherpolitik und das Verbraucherrecht verstärkt der Frage stellen, wie ein nachhaltiges Verbraucherrecht aussehen könnte und sollte.

Der SVRV will am Beispiel des Onlinehandels aufzeigen, dass eine adäquate Behandlung des nachhaltigen Konsums eine holistische Betrachtungsweise erfordert. Verbraucherpolitik und vor allem das Verbraucherrecht setzt vielfach am Vertrag an und fokussiert sich auf den Vertrag beziehungsweise die vorgelagerte Stufe der Werbung beziehungsweise die nachgelagerte des Widerrufs. Es verharret damit in einer eindimensionalen Perspektive des Zwei-Personen-Verhältnisses. Dem Gebot der Nachhaltigkeit wird nur eine Betrachtungsweise gerecht, die den gesamten Produktzyklus analysiert, von der Rohstoffbereitstellung über die Produktion bis zur Wiederverwertung. Der SVRV will mit einer holistischen Analyse des Onlinehandels einen Diskussionsbeitrag zu einer holistischen Gesetzgebung liefern, die eben diesen Zyklus in den Vordergrund stellt. Der Onlinehandel eignet sich besonders zur beispielhaften Darstellung der Probleme, da er klar abgrenzbar ist, sich derzeit besonders dynamisch entwickelt und geprägt wird von einer zunehmenden internationalen Verflechtung. Die Probleme liegen auf der Hand, das Spannungsfeld zwischen Konsum und Umwelt ist offensichtlich. Schnelle Lösungen sind nicht in Sicht. Umso notwendiger ist eine offene gesellschaftspolitische Diskussion. Als Grundlage für diese Diskussion werden zunächst die empirischen Grundlagen des Onlinehandels dargestellt und die einschlägigen rechtlichen Regelungen des Verbraucher-Vertragsrechts zusammengefasst. Von dort ausgehend möchte der SVRV den Blick erweitern und neben den konkret für den Onlinehandel relevanten rechtlichen Regelungen auch die für den Warenhandel insgesamt geltenden Regelungen einbeziehen, um die angekündigte holistische Betrachtung zu ermöglichen. Daran anschließen wird sich eine Zusammenstellung von möglichen Lösungsansätzen.

²² Die Kommission will rechtliche und außerrechtliche Vorschläge unterbreiten. Noch ist nicht absehbar, ob die Kommission einen Paradigmenwechsel vornehmen wird, sprich weg vom Ausbau des Verbraucherschutzes durch immer weitere Informationsrechte.

II. Empirische Grundlagen des Onlinehandels

1. Umsatz, Produktgruppen

Der Onlinehandel hat in den vergangenen 15 Jahren in Deutschland stark an Bedeutung zugenommen. War er in 2008 noch für knappe 3 Prozent des Einzelhandelsumsatzes verantwortlich, so sind es mittlerweile mehr als 10 Prozent.²³ Der *interaktive Handel* insgesamt (hierzu gehören Onlineverkäufe von Waren und Dienstleistungen sowie schriftliche und telefonische Bestellungen) setzte 2019 in Deutschland 94 Mrd. Euro um.²⁴ Davon entfiel mit 72,6 Mrd. Euro der bei weitem größte Anteil auf den Onlinehandel mit Waren²⁵, weshalb sich die folgenden Ausführungen auf diesen beschränken. Der Trend zeigt, dass weiterhin mit einem Wachstum der Branche zu rechnen ist. So stieg der Brutto-Umsatz 2019 im Vergleich zum Vorjahr um 11,6 Prozent an.²⁶

Aktuelle Entwicklung: Aufgrund der Corona-Krise gaben im April 58 Prozent der Onlinehändler an, Umsatzverluste zu erleiden, 31 Prozent vermeldeten eine Umsatzsteigerung.²⁷ Die Anzahl der versandten

Pakete stieg seit der Verschärfung der Maßnahmen am 13. März bis zum 6. April 2020 um 90 Prozent an.²⁸ Eine Umsatzsteigerung zeigt sich insbesondere bei Artikeln für die Gesundheitsvorsorge, zum Zeitvertreib zu Hause und bei dem Zubehör für den Heimarbeitsplatz.²⁹ Experten gehen davon aus, dass ein Teil des an den Onlinehandel verlorenen Umsatzes des stationären Einzelhandels auch nach Öffnung der Läden dauerhaft beim Onlinehandel verbleiben wird.³⁰

Bereits jetzt kaufen 66 Prozent der Deutschen über 14 Jahren und mehr als 80 Prozent der Deutschen zwischen 14 und 69 Jahren online ein.³¹ Die **umsatzstärksten Warengruppen** im Onlinehandel sind dabei **Textilien** (25,6 Prozent) und **Verbraucherelektronik** (28,7 Prozent).³² Knapp ein Fünftel der derzeit online gekauften Waren wird aus dem EU-Ausland geliefert, wobei davon auszugehen ist, dass der internationale Versandhandel weiter wachsen wird.³³ Die Anzahl der Paket-, Express- und Kuriersendungen ist in Deutschland 2018 auf über 3,5 Mrd. gestiegen.³⁴ Im nationalen B2C-Markt nahmen die Sendungen von 2017 bis 2018 um 7,4 Prozent zu.³⁵

23 Institut der deutschen Wirtschaft, Report 33/19: Lage und Trends im deutschen Online-Handel, 2019.

24 Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V. (bevh), Pressemitteilung vom 21.01.2020: Vielbesteller treiben E-Commerceumsatz in 2019 auf neuen Höchststand.

25 Institut der deutschen Wirtschaft, 2019.

26 Bevh, 2020.

27 Händlerbund, Studie Teil 2 Coronavirus 2020, Auswirkungen im Online-Handel, 2020.

28 Sendcloud, Corona-Krise im E-Commerce: Die Auswirkungen auf den Onlinehandel und Onlinehändler.

29 Sendcloud, Corona-Krise im E-Commerce.

30 Bulwiengesa, Auswirkungen des Shutdown auf die Einzelhandelsmieten, 2020.

31 Handelsverband Deutschland (HDE), Online Monitor 2020, 2020.

32 HDE, 2020; Institut für Handelsforschung (IFH) Köln, Onlineanteil am Gesamtumsatz nach Warengruppen, 2018.

33 Institut der deutschen Wirtschaft, 2019; Händlerbund, E-Commerce weltweit: Recht & Steuern, 2019.

34 Bundesverband Paket & Express Logistik (BIEK), Kurier-Express-Paketdienste-Studie (KEP-Studie) 2019; hier sind auch B2B- und C2C-Sendungen mit erfasst, deren Anteil blieb im Vergleich zum Vorjahr jedoch gleich.

35 BIEK, 2019.

2. Retouren

Ein nicht unerheblicher Anteil der von den Kunden online bestellten Waren werden aus unterschiedlichen Gründen als *Retouren* wieder an die Händler zurückgesendet.

Im Jahr 2018 wurden ca. 280 Mio. Pakete und 487 Mio. Artikel, das bedeutet 16,3 Prozent der ausgelieferten Pakete und 12,1 Prozent der bestellten Artikel, retourniert.³⁶ Allerdings variiert der Anteil der zurückgesendeten Artikel stark in Abhängigkeit von der betrachteten Warengruppe. So ist dieser in der Gruppe **Textilien und Schuhe** vergleichsweise **hoch** (45,1 Prozent der Pakete und 21,0 Prozent der Artikel werden retourniert), wohingegen bei der **Verbraucherelektronik** deutlich **weniger** Waren (5,6 Prozent der Sendungen und 5,1 Prozent der Artikel) zurückgesendet werden.³⁷

Hauptursache dürfte sein, dass im Onlinehandel die Möglichkeit zur Anprobe von Textilien und Schuhen fehlt. Es gibt keine einheitlichen Passformen für die genaue Größe und Weite der Artikel, sodass diese häufig trotz Größenangaben nicht den Wünschen der Kunden entsprechen.³⁸

Die Kosten für die Retourensendungen belaufen sich durchschnittlich auf 11,24 Euro pro zurückgesendetem Artikel (5,67 Euro Transportkosten + 5,57 Euro Bearbeitungskosten) beziehungsweise 19,51 Euro pro Retourensending, also Paket, das zurückgeschickt wird (9,85 Euro Transportkosten + 9,66 Euro Bearbeitungskosten).³⁹ Dabei sind laut Angaben der Händler die größten Kostentreiber die Transportkosten, der Wertverlust und der Aufwand für die Sichtung der Ware.⁴⁰

Die Gesamtkosten der Branche für Retouren liegen bei geschätzten 5,46 Mrd. Euro pro Jahr.⁴¹

Trotzdem erhoben 2019 lediglich 15 Prozent der Händler Rücksendegebühren gegenüber ihren Kunden. Weitere 4 Prozent planen die Einführung von Rücksendegebühren; der Hauptanteil der Händler mit 81 Prozent erhebt keine Gebühren und plant auch keine Einführung.⁴² Die Erhebung von Rücksendegebühren schwankt stark in Abhängigkeit von der Größe der Unternehmen, je kleiner der Händler, desto eher erhebt er Rücksendegebühren.⁴³

Die Rücksendungen führen notwendigerweise zu einem erhöhten Transportaufkommen. Die *Forschungsgruppe Retourenmanagement* an der Universität Bamberg hat herausgefunden, dass allein die Rücksendung von im Onlinehandel bestellten Waren 238.000 Tonnen CO₂-Äquivalente produziert.⁴⁴ Dies entspricht einem Anteil von 0,0262 Prozent am Gesamt-CO₂-Ausstoß in Deutschland.

36 Forschungsgruppe Retourenmanagement an der Universität Bamberg, Retourentacho 2018/19, 2019c.

37 Forschungsgruppe Retourenmanagement, 2019c.

38 Pur/Weinfurthner/Wittmann/Wittmann/Stahl, Retourenmanagement im Online-Handel – Das Beste daraus machen, 2012.

39 Forschungsgruppe Retourenmanagement, 2019c.

40 Forschungsgruppe Retourenmanagement, 2019c.

41 Forschungsgruppe Retourenmanagement, 2019c.

42 Forschungsgruppe Retourenmanagement an der Universität Bamberg, Präventives Retourenmanagement und Rücksendegebühren, 2019a.

43 Forschungsgruppe Retourenmanagement, 2019a.

44 Forschungsgruppe Retourenmanagement, 2019a.

Was mit den an die Händler zurückgesendeten Artikeln geschieht, hängt maßgeblich von ihrem Wert und Zustand ab. So kann ein Teil der Waren direkt als Neuware weiterverkauft werden, während andere Waren zuvor noch durch die Händler aufbereitet werden müssen oder lediglich als B-Ware weiterverkauft werden können.⁴⁵ **Circa 4 Prozent** der Retouren, und damit rund **20 Mio. retournierte Artikel**, wurden in 2018 **entsorgt, das heißt weggeworfen**.⁴⁶ Die Zahlen fußen auf einer Befragung von Onlinehändlern. Inwieweit die Angaben repräsentativ sind, ist nicht bekannt. Als Gründe werden von den Händlern angegeben: Die technische Aufbereitung der Artikel war nicht möglich (53 Prozent), die Aufbereitung ist nicht wirtschaftlich, weil der finanzielle Aufwand für eine Spende höher wäre als für die Entsorgung der Ware oder es an Abnehmern für eine Spende fehlt (40 Prozent) oder die Marken- und Patentinhaber die Weiterverwertung verboten haben (5 Prozent).⁴⁷ Der Wert der entsorgten Waren lag in 80 Prozent der Fälle unter 15 Euro, was ein Grund dafür sein dürfte, dass 55 Prozent der Händler ihre Kosten für die Warenentsorgung lediglich auf 0,85 Euro pro Artikel schätzen, jedoch selbst keine Statistiken führen.⁴⁸

45 Pur et al., Retourenmanagement im Online-Handel, 2012.

46 Forschungsgruppe Retourenmanagement an der Universität Bamberg, Retourenentsorgung, 2019b.

47 Forschungsgruppe Retourenmanagement, 2019b.

48 Forschungsgruppe Retourenmanagement, 2019b.

III. Onlinehandel im Spiegel der rechtlichen Regelungen

Im Mittelpunkt des zivilrechtlichen Verbraucherrechts stehen vertragsbezogene Regeln, die auf die Situation bei Vertragsschluss beziehungsweise vor Vertragsschluss abstellen. In diesem Kontext zeigen sich die regulatorischen Defizite in der Offenlegung von nachhaltigkeitsrelevanten Informationspflichten besonders deutlich.⁴⁹ Aber erst die Einbeziehung aller Regeln, die den Produktzyklus erfassen, legt das ganze Dilemma einer Regulierungsphilosophie offen, die die jeweiligen Stufen jeweils unterschiedlichen Anforderungen unterwirft, ohne dass diese Regelungen untereinander, geschweige denn mit dem Verbraucherrecht abgestimmt wären.

1. Verbrauchervertragsrecht

a) Vertragsschluss

Im Onlinehandel zwischen Verbrauchern und Unternehmen geht es primär um die Lieferung von Waren gegen Geld. Die Beteiligten wollen regelmäßig einen Kaufvertrag gemäß § 433 BGB (vgl. Art. 2 Nr. 5 RL 2011/83/EU⁵⁰) schließen.

Notwendig sind die Abgabe eines Angebots und eine Annahme. Präsentiert ein Unternehmer seine Produkte auf seiner Internetseite oder auf einem Online-marktplatz, so handelt es sich in der Regel um eine sogenannte *Invitatio ad offerendum* (rechtlich unverbindliche Aufforderung zur Abgabe eines Angebots).⁵¹

Der Kunde bringt dem Unternehmer gegenüber seinen Rechtsbindungswillen und seine Zahlungsbereitschaft in Bezug auf ein konkretes Produkt zum Ausdruck und gibt damit ein Angebot ab. Im Verhältnis zwischen Verbrauchern und Unternehmern ist hierfür gemäß § 312j Abs. 3 BGB, Art. 8 Abs. 2 VR-RL die **ausdrückliche Bestätigung** der Zahlungsverpflichtung durch den Verbraucher notwendig, die in der Regel durch einen Klick auf eine mit „zahlungspflichtig bestellen“ oder mit einer entsprechenden eindeutigen Formulierung beschrifteten Schaltfläche erfolgt.

Dem Unternehmer stehen verschiedene Möglichkeiten offen, das Angebot anzunehmen. Die meisten Unternehmen versenden eine Auftragsbestätigung per E-Mail oder legen in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen ein bestimmtes Verhalten (zum Beispiel Versendung der Ware) fest, das als Annahme gelten soll.⁵² Erfolgt keine ausdrückliche Erklärung der Vertragsannahme, so kann diese auch konkludent durch die Versendung der Ware oder einer Zahlungsaufforderung erfolgen.⁵³

Im Onlinehandel wird in der Regel vereinbart, dass der Unternehmer die Ware nicht selbst dem Verbraucher nach Hause liefert, sondern dass er die Ware gut verpackt an ein sorgfältig ausgewähltes Transportunternehmen übergibt und dieses die Ware bei dem Verbraucher abliefern (sogenannte *Schickschuld*).⁵⁴ Wer die Kosten für die Hinsendung trägt, wird zwischen den Parteien vereinbart, typischerweise über Allgemeine Geschäftsbedingungen.

49 Vgl. hierzu auch *Liedtke et al.*, Nachhaltigen Konsum und Nachhaltige Produktion ermöglichen, 2020, S. 27.

50 Im Folgenden: VR-RL.

51 MüKo-BGB/*Busche* § 145 Rn. 14.

52 *Föhlisch/Stariradefff*, Zahlungsmittel und Vertragsschluss im Internet, NJW 2016, S. 353, 354.

53 *Föhlisch/Stariradefff*, Zahlungsmittel und Vertragsschluss im Internet.

54 BeckOGK-BGB/*Beurskens*, § 269 Rn. 64f.

b) Widerruf des Vertrages

Im deutschen (vgl. § 241 Abs. 1 BGB) wie im europäischen Recht gilt der Grundsatz *pacta sunt servanda* (Verträge sind einzuhalten). Das heißt, die Parteien sind an ihre Vereinbarung, hier den Kaufvertrag, gebunden und zur Erbringung der vereinbarten Leistungen verpflichtet. Eine Ausnahme von diesem Grundsatz ergibt sich nach rechtmäßigem Widerruf des Vertrages gemäß § 355 Abs. 1 BGB. Verlässliche Zahlen zur Ausübung des Widerrufsrechts wurden bisher nicht erhoben, bekannt sind jedoch die Retourenanteile insgesamt. So wurden **2018 16,3 Prozent der ausgelieferten Pakete und 12,1 Prozent der bestellten Artikel retourniert**; hierunter fallen jedoch neben Rücksendungen aufgrund ausgeübten Widerrufsrechts unter anderem auch die wegen Falschlieferungen und mangelhafter Lieferungen. Anwendbar ist § 355 Abs. 1 BGB nur auf Verbraucherverträge, also Verträge zwischen Verbrauchern und Unternehmern, die eine entgeltliche Leistung des Unternehmers zum Gegenstand haben (§§ 312 Abs. 1, 310 Abs. 3, 13f. BGB; vgl. Art. 2 Nr. 1, 2; 3 Abs. 1 VR-RL).

Da es sich bei Verträgen im Onlinehandel um Verträge im Fernabsatz im Sinne von § 312c Abs. 1 BGB beziehungsweise Art. 2 Nr. 7 VR-RL handelt, steht dem bestellenden Verbraucher gemäß § 312g Abs. 1 BGB ein Widerrufsrecht im Sinne von § 355 Abs. 1 BGB, Art. 9 VR-RL zu. Zur Ausübung seines Widerrufsrechts muss der Verbraucher den Widerruf des Vertrages eindeutig gegenüber dem Unternehmer erklären, wobei es genügt, wenn seiner Erklärung der Wille zur endgültigen Loslösung vom Vertrag zu entnehmen ist.

Die Erklärung des Widerrufs hat in der Regel binnen 14 Tagen ab Erhalt zu erfolgen, also ab physischer Entgegennahme der Ware durch den Verbraucher (§ 355 Abs. 2, 356 Abs. 2 Nr. 1 BGB, Art. 9 Abs. 2 lit. b VR-RL). Die Widerrufsfrist beginnt gemäß § 356 Abs. 3 S. 1 BGB jedoch nicht zu laufen, bevor der Unternehmer den Verbraucher gemäß den Anforderungen des Art. 246a § 1 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 EGBGB belehrt hat. Sie endet spätestens 12 Monate und 14 Tage nach Erhalt der Ware (§ 356 Abs. 3 S. 2 BGB). Zur Wahrung der Frist genügt die rechtzeitige Absendung der Widerrufserklärung (§ 355 Abs. 1 S. 5 BGB).

Rechtsfolge des wirksamen Widerrufs ist die Aufhebung der Vertragsbindung und Umwandlung des Kaufvertrages in ein Rückgewährschuldverhältnis (§ 355 Abs. 3 S. 1 BGB, Art. 12 ff. VR-RL). Der Unternehmer ist verpflichtet, die vom Verbraucher geleisteten Zahlungen binnen 14 Tagen ab Kenntnis des Widerrufs zurückzugewähren (§ 357 Abs. 1 BGB, Art. 13 Abs. 1 VR-RL). Zusätzlich hat er die Standardlieferkosten zu erstatten, wenn diese zunächst vom Verbraucher gezahlt wurden (§ 357 Abs. 2 BGB, Art. 13 Abs. 1, 2 VR-RL). Der Verbraucher hat die Ware binnen 14 Tagen ab Erklärung des Widerrufs an den Unternehmer zurückzusenden (§ 357 Abs. 1 BGB, Art. 14 VR-RL). Soweit ersichtlich sind keine Zahlen darüber bekannt, welche Händler Kosten erheben beziehungsweise in welcher Höhe und welche nicht.

Die Kosten für die Rücksendung der Ware trägt der Verbraucher nur, wenn der Unternehmer ihn ordnungsgemäß im Sinne von Art. 246 a § 1 Abs. 2 S. 1 Nr. 2 EGBGB aufgeklärt hat (§ 357 Abs. 6 BGB, Art. 14 Abs. 1 UAbs 2 VR-RL).⁵⁵ Im Übrigen haftet der Verbraucher dem Unternehmer gegenüber auf Ersatz eines Wertverlustes der Ware, wenn dieser auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit der Ware zurückzuführen ist und der Unternehmer den Verbraucher über die Bedingungen, die Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts unterrichtet hatte (§ 357 Abs. 7 BGB, Art. 14 Abs. 2 VR-RL).

c) Zwischenfazit

Die Zusammenfassung zeigt, dass die unionsrechtlich determinierten Vorschriften des Verbraucher-Vertragsrechts die Rechte und Pflichten der Parteien detailliert festlegen. Allerdings enthalten sie **nahezu keine zielgerichteten Regelungen zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele**, obwohl das Verbraucher-Vertragsrecht ansonsten weitestgehend durchreguliert ist. Die Ausgestaltung des Verbrauchervertragsrechts kann als Beleg für ein tradiertes Verständnis des Verbraucherrechts gelten, in dem es vorrangig um den Ausbau der Verbraucherrechte geht, um einen ungestörten Konsum bei Kauf im Onlinehandel zu ermöglichen. Nachhaltigen Konsum zu verwirklichen bedeutet, die Verantwortlichkeiten der Hersteller, des

Gesetzgebers und des Verbrauchers zu thematisieren und auszutariieren. Genau daran fehlt es in den unionsrechtlichen Regeln zum Onlinehandel, die von den Mitgliedstaaten gemeinsam mit dem Europaparlament beschlossen wurden.

2. Rechtsgrundlagen von der Produktion zur Verwertung

Um einen Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen des Onlinehandels mit Textilien und Verbraucherelektronik zu gewinnen, reicht der Blick auf

das Vertragsrecht nicht aus. Ein vollständiges Bild erhält man nur, wenn all die Regeln mit in den Blick genommen werden, die die verschiedenen Phasen eines Produkts, sozusagen *von der Wiege bis zur Bahre* oder *vielleicht besser von der Wiege bis zur Wiege*, von der Produktion bis zur Entsorgung oder zum Recycling erfassen. Tatsächlich existiert eine Vielzahl unterschiedlicher Regelungen zur Herstellung, zum Transport, zur Nutzung und zur Entsorgung des Produkts.

Die vorliegende Untersuchung legt den Schwerpunkt auf verbraucherbezogene Regeln beziehungsweise solche, die unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit von besonderem Interesse sind. So verschiebt sich die Perspektive. Neben deutschen gesetzlichen Regeln rücken angesichts von globalen Lieferketten interna-

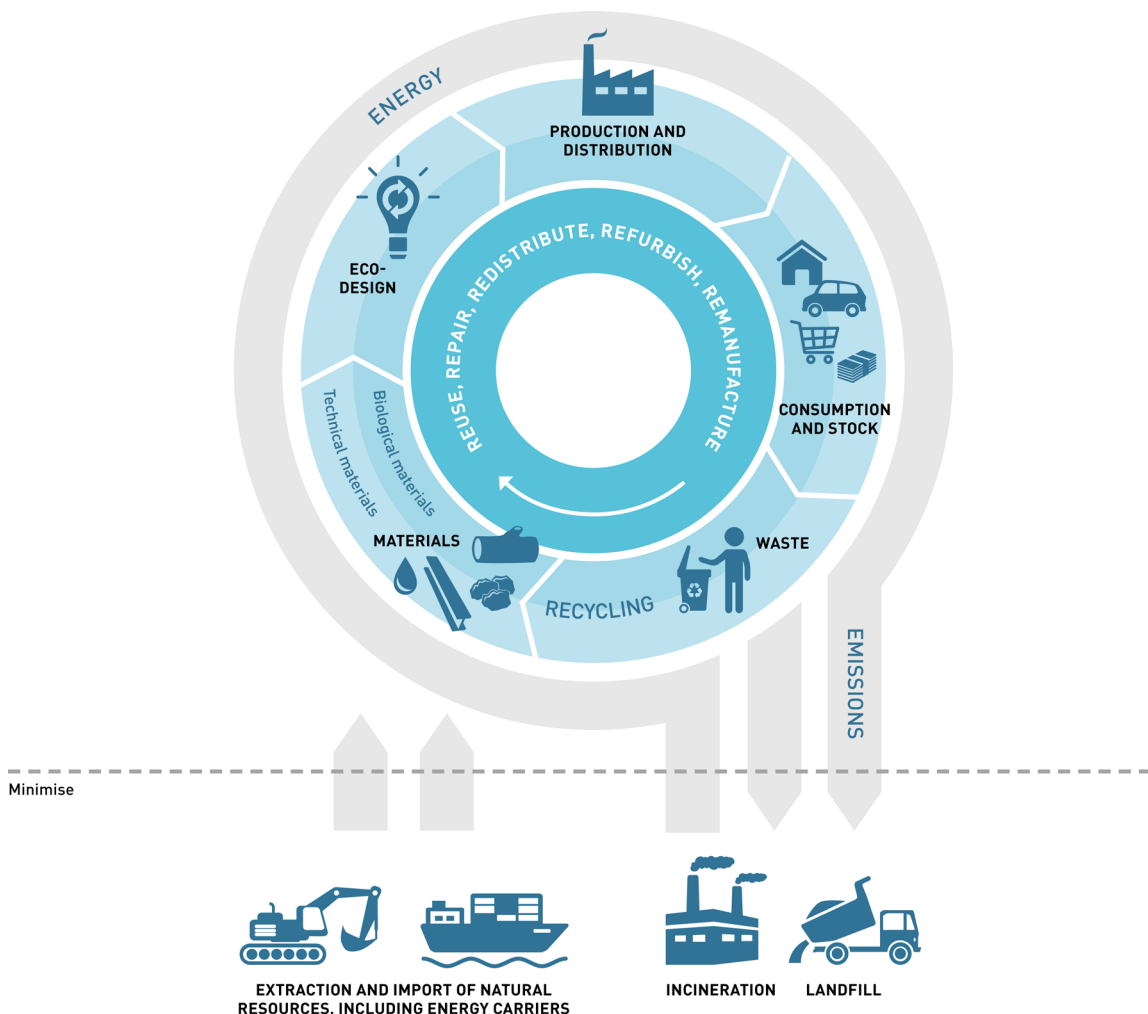


Abb. 1: European Environment Agency, Circular economy in Europe, EEA Report No 2/2016, 2016 (Das Layout wurde angepasst.)

tionale Konventionen und Verträge, aber auch freiwillige Vereinbarungen der Unternehmen in den Blickpunkt des Interesses.

Nicht nur für den juristischen Laien ist es schwer, die relevanten Regelungen in Bezug auf die Nachhaltigkeit eines Produkts zu identifizieren. Die nachstehende Zusammenstellung soll zweierlei leisten – einen querschnittsmäßigen Überblick bereitstellen, welche Regelungen in welchem Bereich bestehen, beziehungsweise den Zeitpunkt offenlegen, wann ein Verbraucher welche Informationen über die Nachhaltigkeit seines Produkts erhalten kann beziehungsweise muss oder sollte. Die Darstellung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die schier endlose Zahl von freiwilligen Vereinbarungen, Siegeln und Bündnissen national, europäisch und international, die sich zumindest mittelbar auf die Nachhaltigkeitsbilanz eines Produkts auswirken, erfordert die Konzentration auf die wesentlichen Rahmenbedingungen.

a) Rohstoffanbau/-gewinnung und Anforderungen an die Produktion

Bevor das eigentliche Produkt, also beispielsweise ein T-Shirt oder Smartphone, produziert werden kann, müssen Rohstoffe angebaut und geerntet beziehungsweise gewonnen werden. Hier rücken insbesondere Südafrika, Südamerika und Asien in den Fokus des Interesses, als Lieferanten von Rohstoffen, aber auch als Produzenten.⁵⁶ Bereits in dieser Phase zeigt sich eines der großen Probleme der Informationsbeschaffung. Erste Ansätze liegen bereits vor. So hat das Zentrum Ressourceneffizienz (VDI) Richtlinien für den Rohstoffaufwand entwickelt.⁵⁷

Die meisten Elektronikgeräte bestehen aus einer Vielzahl von Metallen, die in unterschiedlichen Ländern gewonnen werden. Gleiches gilt für den Anbau von Textilfasern. Die aus Verbrauchersicht relevante Kenn-

zeichnung des Herkunftslandes führt in eine äußerst komplexe Rechtsproblematik, in der sich nationales Recht, EU-Recht und Welthandelsrecht miteinander verschränken. Vom Grundsatz her beruhen die europäische und die Weltwirtschaftsordnung auf einer Trennung zwischen produktbezogenen und prozessbezogenen Regeln. Im weltweiten Maßstab gilt, dass nationale oder europäische Regeln keine diskriminierende Wirkung für die Produktion außerhalb Europas entfalten dürfen. Ob und inwieweit einheitliche europäische Kennzeichnungspflichten zum nachhaltigen Konsum mit dem GATT/WTO vereinbar sind, ist bis heute strittig. Was aus Verbrauchersicht wünschenswert wäre, nämlich die Offenlegung des Herkunftslandes und vielleicht gar die Offenlegung der Bedingungen, unter denen der jeweilige Rohstoff gewonnen oder das Produkt hergestellt wird, erweist sich als rechtlich vermintes Gelände.⁵⁸

Da die Hersteller oder Verkäufer weder auf dem fertigen Produkt noch an anderer Stelle angeben müssen, aus welchen Ländern die genutzten Rohstoffe stammen, können selbst besonders aufmerksame und interessierte Verbraucher nicht nachvollziehen, welche nationalen gesetzlichen Regelungen vor Ort für den Abbau der Rohstoffe des von ihnen begehrten Produktes galten.⁵⁹ Erschwert wird die Übersicht noch dadurch, dass Rohstoffe auf Börsen und Plattformen gehandelt werden. Unternehmen, die dort einkaufen, wissen nicht unbedingt und können nicht wissen, woher die Rohstoffe kommen. Gleiches gilt für die verschiedenen Produktionsschritte wie das Spinnen der Rohfasern, die Textilveredelung oder die Gewinnung der Metalle aus dem Erz, die Herstellung der Vor- und Zwischenprodukte sowie das Zusammensetzen der Elektronikgeräte. Im Rahmen globaler Wertschöpfungsketten erstrecken sich die Produktionsprozesse als Netzwerke über Landesgrenzen hinweg, um die Stärken der unterschiedlichen Standorte optimal zu nutzen und die Produktion insgesamt effizienter zu

56 International Resource Panel, *Global Resources Outlook 2019, Natural Resources for the future we want*, 2019; Umwelt Institut München e.V., *Anbau von Baumwolle*; Misereor et al., *Fairer Abbau, gerechte Teilhabe*, 2013.

57 Zentrum Ressourceneffizienz (VDI), *Ressourceneffizienz: Bewertung des Rohstoffaufwands*, VDI-Richtlinie 4800, Blatt 2, 2018; dazu auch die Ressourcenkommission am Umweltbundesamt (KRU).

58 *Sankari*, *Collective valuation of the common good through consumption: What is (un)lawful in mandatory country-of-origin labelling of non-food products?* In: Amaral Junior/Klein Vieira/Almeida (Hrsg.), *Sustainable Consumption: The Right to a Healthy Environment*, 2019, S. 207–227.

59 Ab 01.01.2021 treten immerhin für vier sogenannte „Konfliktrohstoffe“ neue Regelungen für die Einfuhr in die EU aus Konflikt- und Hochrisikogebieten in Kraft: EU-Verordnung 2017/821.

gestalten.⁶⁰ Mithin ist eine Nachverfolgung der für die Nachhaltigkeit des Endprodukts relevanten gesetzlichen Regelungen in den Extraktions-, Verarbeitungs- und Produktionsländern praktisch unmöglich. Ein Weiteres kommt hinzu: Selbst wenn der Verbraucher wüsste, welche nationalen gesetzlichen Regelungen für die Produktion seines Produktes galten, könnte er sich nicht sicher sein, dass diese eingehalten wurden. In vielen Entwicklungsländern entstehen zwar nach und nach gesetzliche Nachhaltigkeitsstandards, allerdings wird deren Einhaltung nicht überall von den staatlichen Behörden oder unabhängigen NGOs ausreichend kontrolliert und überwacht.⁶¹

Erfolgt die Produktion in Deutschland, sind die TA Luft⁶², die BImSchV⁶³, die Abwasser VO⁶⁴ und die EU-Verordnung 1907/2006⁶⁵ einzuhalten. Diese umweltrechtlichen Anforderungen haben zumeist einen unionsrechtlichen Hintergrund. Tatsächlich hat die EU ein dichtes Netz von Regeln geschaffen, dass die Produktion innerhalb der EU an die Einhaltung von Schutzstandards bindet. Auch in der EU können die rechtlichen Anforderungen und deren praktische Kontrolle jedoch auseinanderfallen. Allerdings ist es den Mitgliedstaaten verwehrt, den Import aus einem anderen EU-Mitgliedsland mit dem Argument abzuwehren, dass im EU-Herkunftsland die umweltrechtlichen Vorgaben nicht effizient kontrolliert werden.⁶⁶

Die Umorganisation der Weltwirtschaft über globale Wertschöpfungs- und Lieferketten hat die politische Aufmerksamkeit immer stärker auf die Bedingungen gelenkt, unter denen Produkte außerhalb von Europa

in Asien, Afrika und Südamerika hergestellt werden. Mit der Umorganisation verbessern sich nicht nur die Möglichkeiten des Herstellers bzw. der Hersteller und Zulieferbetriebe, sondern auch der Verbraucher, nicht zuletzt mithilfe der modernen Kommunikationsmittel Informationen über den Ablauf in der Lieferkette zu erhalten. Eine ganz andere Frage ist, ob und inwieweit diese Möglichkeiten der Kontrolle und der Ausübung von Verantwortung in einen rechtlich verbindlichen Rahmen übersetzt werden.

Eine einheitliche rechtliche Verpflichtung europäischer Unternehmen zur Einhaltung von Menschenrechts- und Umweltstandards entlang der Lieferketten existiert bislang nicht, wird allerdings aktuell diskutiert.⁶⁷ Derzeit hat lediglich Frankreich für in Frankreich ansässige Unternehmen einen branchenübergreifenden verbindlichen Menschenrechts- und Umweltstandard entlang der Lieferketten etabliert. In anderen EU-Mitgliedstaaten gibt es vereinzelt branchenspezifische oder auf bestimmte Aspekte des Menschenrechts- oder Umweltschutzes bezogene Regelungen.⁶⁸ In Deutschland ist die Diskussion um ein Lieferkettengesetz nicht abgeschlossen. Das Wirtschaftsministerium plädiert dafür, im Hinblick auf die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie Unternehmen nicht weiter zu belasten, während unter anderem das Arbeitsministerium der Auffassung ist, dass nachhaltige Lieferketten dazu beitragen, dass Unternehmen solche Krisen wie die Corona-Pandemie besser bewältigen können.⁶⁹ Der nationale Aktionsplan zur Umsetzung der VN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte enthält keine verpflichtenden Regelungen, sondern lediglich Anforderungen an die

60 Herr/Teipen/Dünhaupt/Mehl, Wirtschaftliche Entwicklung und Arbeitsbedingungen in globalen Wertschöpfungsketten, 2020.

61 Öko Institut, Working Paper 3/2018, Umweltschutz wahrt Menschenrechte! Deutsche Unternehmen in der globalen Verantwortung, 2018; Umweltbundesamt (UBA), Verantwortungsvolle Rohstoffgewinnung? Herausforderungen, Perspektiven, Lösungsansätze, 2017.

62 Technische Anleitung zur Reinhaltung der Luft; sie dient dem Schutz vor schädlichen Umwelteinwirkungen durch Luftverunreinigungen durch technische Anlagen.

63 Bundesimmissionsschutzverordnung; sie regelt, welche Anforderungen für Feuerungsanlagen in Bezug auf die Freisetzung von gesundheitsgefährdende Stoffe gelten.

64 Die Abwasserverordnung bestimmt Mindestanforderungen für das Einleiten von Abwasser in Gewässer aus den in den Anhängen bestimmten Herkunftsbereichen. So erfasst Anhang 38 die Textilherstellung und -veredelung, Anhang 40 die Metallbearbeitung und -verarbeitung.

65 Die Sogenannte REACH-VO; eine europäische Chemikalienverordnung zur Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung chemischer Stoffe.

66 Vgl. EuGH Urt. v. 23.05.1996 – C 5/94.

67 Europäische Kommission, Study on due diligence requirements through the supply chain, 2020.

68 Zum Beispiel Großbritannien (Modern Slavery Act, 2015); Frankreich (Loi relative au devoir de vigilance, 2017), Niederlande (Child Labour Due Diligence Act, 2019), zum ganzen Salminen/Rajavuori, Transnational Sustainability laws and the regulation of global value chains: comparison and a framework for analysis, Maastricht Journal of European and Comparative Law, 2019 (26), S. 602.

69 Siehe dazu die Pressemitteilung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) vom 12.06.2020.

Unternehmen und setzt somit auf freiwillige Selbstverpflichtungen.⁷⁰ Eine generelle Selbstverpflichtung deutscher Unternehmen zur Einhaltung der VN-Leitprinzipien existiert nicht. Allerdings gibt es zahlreiche branchen-, verbands- und unternehmensbezogene Selbstverpflichtungen für Unternehmen. Deren Qualität hängt entscheidend davon ab, ob die Unternehmen die eingegangenen Verpflichtungen auch einhalten und öffentlich darüber Rechenschaft ablegen. Tatsächlich gibt es Unternehmen, die von sich aus die Initiative ergreifen und in der Entwicklung einer nachhaltigen Produktion eine Vorreiterrolle einnehmen.⁷¹

Die Bundesregierung überprüfte im Rahmen eines Monitorings zwischen 2018 und 2020 die Umsetzung der im Nationalen Aktionsplan (NAP) festgelegten Sorgfaltspflichten durch die Unternehmen. In der ersten Erhebungsphase 2019 erfüllten knapp 20 Prozent die Anforderungen,⁷² die Auswertung der zweiten Erhebungsphase 2020 zeigt, dass auch weiterhin lediglich 13 bis 17 Prozent der Unternehmen die Anforderungen an die im NAP festgelegten Sorgfaltspflichten einhalten.⁷³ Die Ergebnisse beruhen auf einer Befragung der Unternehmen und einer Anhörung von Stakeholdergruppen. Die Ergebnisse werden laut Bericht einem mehrstufigen Plausibilitätscheck unterzogen. In einer Pressemitteilung vom 14. Juli, dem Tag, an dem die vorläufigen Ergebnisse der zweiten Befragung vorgestellt wurden, kündigten die Minister Heil und Müller

an, dass nun die Vereinbarungen im Koalitionsvertrag greifen und ein Lieferkettengesetz noch in der aktuellen Legislaturperiode einzuführen ist.⁷⁴ Hintergrund ist, dass sowohl der Koalitionsvertrag als auch der NAP vorsehen, dass die Bundesregierung weitere Schritte bis hin zu einer gesetzlichen Regulierung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten ergreift, wenn weniger als 50 Prozent der Unternehmen die Anforderungen des NAPs erfüllen. Unterstützt wird die Forderung nach einem Lieferkettengesetz unter anderem von der Verbraucherzentrale Bundesverband und dem Rat für nachhaltige Entwicklung, der die Bundesregierung als unabhängiges Expertengremium berät,⁷⁵ ebenso wie der Initiative Lieferkettengesetz, die aus mehr als einhundert Nichtregierungsorganisationen besteht.⁷⁶

Auf europäischer Ebene gilt für die Produktion von Elektrogeräten die Ökodesign-Richtlinie⁷⁷, die in Verbindung mit den jeweiligen produktspezifischen Durchführungsmaßnahmen unter anderem Anreize zur nachhaltigen Entwicklung, insbesondere zur nachhaltigen Auswahl und zu einem nachhaltigen Einsatz des Rohmaterials sowie zur nachhaltigen Fertigung schaffen soll.⁷⁸ Betreiber von großen Betriebseinrichtungen müssen zudem ihre bei der Produktion innerhalb der EU erzeugten Emissionen und Abfälle in ein der Öffentlichkeit frei und unentgeltlich zugängliches Schadstoffregister (PRTR)⁷⁹ eintragen, sodass die Verbraucher sich zumindest über diesen Aspekt der Produktion theore-

70 Vgl. auch die im April 2020 verabschiedeten Leitlinien der Bundesregierung zu entwaldungsfreien Lieferketten.

71 Business & Human Rights Resource Centre, Business Statement, Unsere Verantwortung in einer globalisierten Welt. Für eine gesetzliche Regelung menschenrechtlicher und umweltbezogener Sorgfaltspflichten, 2020.

72 Bundesregierung, Monitoring des Umsetzungsstandes der im Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrecht 2016–2020 beschriebenen menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht von Unternehmen, Zwischenbericht Erhebungsphase 2019.

73 Bundesregierung, Monitoring des Umsetzungsstandes der im Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrecht 2016–2020 beschriebenen menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht von Unternehmen, Zwischenbericht Erhebungsphase 2020; siehe auch Umweltbundesamt (UBA), Umweltbezogene und menschenrechtliche Sorgfaltspflichten als Ansatz zur Stärkung einer nachhaltigen Unternehmensführung, Zwischenbericht Arbeitspaket 1 – Analyse der Genese und des Status quo, 2019.

74 Gemeinsame Pressemitteilung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) vom 14.07.2020.

75 Rat für nachhaltige Entwicklung, Nachhaltige Lieferketten, 2020.

76 Initiative Lieferkettengesetz, „Ein starkes Zeichen“: Initiative Lieferkettengesetz zur Ankündigung eines EU-Lieferkettengesetzes von Justizkommissar Reynders, Pressestatement vom 30. April 2020; Business & Human Rights Resource Centre, 2020.

77 Ursprünglich EU-Richtlinie 2005/32, neugefasst durch EU-Richtlinie 2009/125; in deutsches Recht umgesetzt durch das EVPG.

78 Zum Ganzen: *Ries*, Bericht über die Umsetzung der Ökodesign-Richtlinie (2009/125/EG), Ausschuss für Umweltfragen, öffentliche Gesundheit und Lebensmittelsicherheit, 2018; *Durand*, Längere Lebensdauer für Produkte: Vorteile für Verbraucher und Unternehmen, Ausschuss für Binnenmarkt und Verbraucherschutz, 2017; *Kemna/Wierda/Aarts*, Van Holsteijn en Kemna B. V.(VHK), Ecodesign Impact Accounting – Overview Report 2016, angefertigt für die Europäische Kommission, 2016; *Pietikäinen*, Ressourceneffizienz: Wege zu einer Kreislaufwirtschaft, 2014/2208 (INI), Ausschuss für Umweltfragen, öffentliche Gesundheit und Lebensmittelsicherheit, 2015; *Stammeringer/Geppert*, Energielabel – Fluch oder Segen für Verbraucher?, in: Bala/Schuldzinski (Hrsg.), Der verantwortungsvolle Verbraucher – Aspekte des ethischen, nachhaltigen und politischen Konsums, 2015, S. 109–121.

79 Deutsches Register einsehbar unter thu.de, die Meldungen werden dann von den Mitgliedstaaten an die europäische Kommission übermittelt und in das E-PRTR eingetragen.

tisch informieren können.⁸⁰ Das Register gibt Auskunft über konkrete Betriebe, über Branchen und Standorte. Die Suche nach einem bestimmten Betrieb führt zu einem Datenblatt, das Angaben zu Freisetzung in Luft, Wasser, Boden und Verbringung von Schadstoffen und Abfällen enthält. Ein Laie kann mit den Angaben nicht viel anfangen. Derzeit wird das Format überarbeitet, möglicherweise wird die Darstellung übersichtlicher und zugänglicher.

Internationale Übereinkommen regeln die soziale Nachhaltigkeit mit dem Ziel, einen von den nationalen Regelungen unabhängigen Standard zu etablieren. So hat zum Beispiel die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) Kernarbeitsnormen entwickelt, die grundlegende Arbeits- und Sozialstandards auf einem Mindeststandard sichern sollen. Bereits 146 Länder haben alle acht der Kernarbeitsnormen ratifiziert, sodass diese nahezu weltweit gelten.⁸¹ Allerdings binden die Normen lediglich die Staaten als Völkerrechtssubjekte. Für eine unmittelbare Geltung gegenüber den Unternehmen ist eine Umsetzung in das jeweilige nationale Recht notwendig. Zudem geben die Vereinten Nationen⁸², die OECD⁸³ oder die UN-Global-Compact-Initiative⁸⁴ Nachhaltigkeitsstandards vor, an denen sich zahlreiche multinationale und nationale Unternehmen orientieren. Da es sich bei den genannten Empfehlungen und Leitlinien lediglich um unverbindliche Regelungen handelt, können sich Verbraucher allerdings nicht sicher sein, dass die Produkte unter Beachtung dieser Grundsätze produziert wurden.

Vor diesem Hintergrund haben sich zahlreiche staatliche und nichtstaatliche Initiativen gebildet, die die Händler und Unternehmen dazu verpflichten wollen, die Einhaltung bestimmter Nachhaltigkeitsstandards

entlang der Produktionskette selbst zu überwachen und diese Überwachung zu protokollieren. Neben den allgemeinen Nachhaltigkeitsinitiativen wie Fairtrade existieren branchen- und phasenspezifische Initiativen wie der Grüne Knopf oder das Bündnis für nachhaltige Textilien beziehungsweise im Bereich Elektronik zum Beispiel IRMA (Initiative for responsible mining assurance) für einen verantwortungsvollen Bergbau. Die Vielzahl nicht aufeinander abgestimmter Vereinbarungen, Siegel und Bündnisse, die unterschiedliche Nachhaltigkeitsstandards für unterschiedliche Produktionsphasen garantieren sollen, lassen nicht immer auf den ersten Blick erkennen, für wen welche Vereinbarungen gelten und ob es sich lediglich um unverbindliche Leitlinien oder Vereinbarungen mit verpflichtendem Charakter handelt. Eine gewisse Hilfestellung bieten mittlerweile eigene Internetseiten, die eine Übersicht der für ein bestimmtes Produkt oder der für bestimmte Branchen bestehenden Bündnisse und Siegel bereitstellen, zum Beispiel das von der deutschen Bundesregierung initiierte Projekt Siegelklarheit.de oder label-online.de, auf das der SVRV in seinem Policy Brief Nachhaltiger Konsum hingewiesen hat.⁸⁵ Alleine deren Existenz belegt allerdings, dass die vorhandenen Siegel und Initiativen beziehungsweise die unübersichtliche Vielzahl dieser Initiativen der Verbraucherinformation anscheinend nur unzureichend genügen. So gaben im Rahmen einer Studie 72 Prozent der befragten Teilnehmer an, sich durch die Vielzahl von Siegeln verwirrt zu fühlen.⁸⁶ Nur jeder sechste Befragte hält sich für gut informiert über Produktsiegel.⁸⁷

Weitere Abhilfe kann die im Jahr 2019 ins nationale Recht implementierte und für den markenrechtlichen Schutz von Gütesiegeln konzipierte Gewährleistungsmarke schaffen. Ihr Inhaber kann für Waren und

80 Dem Benutzer stehen verschiedene Auswertungsmöglichkeiten zur Verfügung. So kann er entweder nach konkreten Betrieben suchen oder sich eine Liste der Betriebe bestimmter Branchen oder an bestimmten Orten anzeigen lassen. Da zu jedem Betrieb lediglich ein Datenblatt mit Angaben zu Schadstoff- und Abfallemissionen ohne entsprechende Vergleichswerte angezeigt wird, dürfte der Erkenntnisgewinn für Laien überschaubar sein.

81 International Labour Organisation (ILO), ilo.org; unter anderem auch Indonesien, Kongo, Pakistan; Bangladesch und Indien haben immerhin sieben beziehungsweise sechs der Kernarbeitsnormen ratifiziert.

82 United Nations, Guiding Principles on Business and Human Rights: Implementing the United Nations „Protect, Respect and Remedy“ Framework, deutsche Übersetzung: Global Compact Netzwerk Deutschland, Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte: Umsetzung des Rahmens der VN „Schutz, Achtung und Abhilfe“, 2020.

83 Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, 2011.

84 Global Compact Netzwerk Deutschland, Die zehn Prinzipien des Global Compact.

85 Liedtke et al., Nachhaltigen Konsum und Nachhaltige Produktion ermöglichen, 2020, S. 27.

86 Verbraucher Initiative e. V., Wirkung von Siegeln auf das Verbraucherverhalten, 2016; befragt wurden im Rahmen einer repräsentativen Zufallsstichprobe 1.004 deutschsprachige Privatpersonen ab 14 Jahren.

87 Verbraucher Initiative e. V., 2016.

Dienstleistungen, für die die Gewährleistungsmarke eingetragen ist, das Vorliegen bestimmter Eigenschaften gewährleisten (Garantiefunktion), zum Beispiel Nachhaltigkeitsaspekte. Den markenrechtlichen Schutz erlangt der Markenmelder unter anderem nur dann, wenn er unabhängig ist, also die von ihm zertifizierten Waren und Dienstleistungen nicht selbst anbietet und er seine Standards hinsichtlich Produkt- und Qualitätseigenschaften sowie seine Nutzungsbedingungen in einer Markensatzung offenlegt, die im Markenregister für jedermann einsehbar ist.⁸⁸ Noch ist es zu früh, um die Wirksamkeit der Gewährleistungsmarke für die Nachhaltigkeit erlassen zu können.

b) Vorvertragliche Phase, Werbung und vorvertragliche Informationen

Unter dem Stichwort „green claims“ werden eine Reihe von speziellen, vor allem EU-rechtlichen Regeln verstanden, die sich mit der Produktkennzeichnung, aber auch mit den möglichen Verstößen bei einer falschen oder irreführenden Angabe befassen. Sie umfassen ein weites Spektrum produktbezogener Regeln.⁸⁹ Allgemeine gesetzliche Regeln für die Behandlung von Umweltwerbung bestehen nicht.⁹⁰ Die rechtlichen Grenzen einer umweltbezogenen Werbung sind an dem Verbot der irreführenden Werbung gemäß §§ 3, 5 UWG zu messen. Das deutsche Lauterkeitsrecht beruht auf der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.⁹¹ Es kennt kein gesetzlich verankertes Informationsgebot. Werbetreibende Unternehmen sind nicht verpflichtet, den Verbraucher aufzuklären, sie dürfen ihn aber auch nicht in die Irre führen. Das heißt: Wirbt ein Unternehmen mit der Umweltfreundlichkeit von Produkten und/oder deren Nachhaltigkeit, so ist es nicht verpflichtet, den Verbraucher in allen Details über die Umweltfreundlichkeit aufzuklären. Umgekehrt darf es den Verbraucher aber auch nicht durch Weglassen von

relevanten Informationsbestandteilen in die Irre führen. Hier greift die Irreführung durch Unterlassen. Die Grenze ist schwierig zu ziehen. In der Rechtsprechung und auch in der Diskussion um die Ausgestaltung der konkreten Anforderungen besteht die Tendenz, den Maßstab für die Werbung mit umweltfreundlichen Produkten zunehmend strenger zu fassen. Das Irreführungsverbot kann sich situationspezifisch in ein Informationsgebot umwandeln, dessen Reichweite von den Gerichten bestimmt wird.⁹² Die Anpreisung einer Ware als besonders umweltfreundlich ist also prinzipiell erlaubt. Allerdings werden hohe Anforderungen an ihre Zulässigkeit im konkreten Einzelfall gestellt.⁹³ Sie bemisst sich prinzipiell nach den Erwartungen des durchschnittlichen Verbrauchers unter Berücksichtigung der Gesamtumstände, wobei der Unternehmer keine unwahren oder zur Täuschung geeigneten Angaben über das Produkt machen darf. In jüngster Zeit zeigen sich in der Rechtsprechung des EuGH vorsichtige Tendenzen, vom Maßstab des Durchschnittsverbrauchers abzuweichen und stärker auf den konkreten Adressatenkreis Rücksicht zu nehmen.⁹⁴ Ob sich diese Richtungsänderung in schärferen Anforderungen an die Umweltwerbung niederschlagen wird, ist jedoch offen.

Nicht zuletzt angestoßen durch die EU hat der deutsche Gesetzgeber den Kanon der dem Hersteller und dem Verkäufer auferlegten Informationspflichten ständig erweitert. Trotz des hohen Grades an Detailliertheit an vorvertraglichen Informationspflichten für einzelne Vertragstypen oder für einzelne Rechtsbeihilfe **fehlt es an einer Regelung über die Nachhaltigkeit von Produkten**. Zwar sind Unternehmen gemäß § 312d Abs. 1 BGB iVm Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 10 EGBGB dazu verpflichtet, Verbrauchern Informationen zu für sie geltenden Verhaltenskodizes (zu denen zum Beispiel auch Selbstverpflichtungen zur Einhaltung von Menschenrechten und Umweltstandards entlang

88 Liedtke et al., Nachhaltigen Konsum und Nachhaltige Produktion ermöglichen, 2020, S. 26.

89 Europäische Kommission, Misleading green claims, Extract of the Guidance for the implementation/application of Directive 2005/29/EC on unfair commercial practices.

90 Köhler/Bornkamm/Fedderson-UWG/Köhler, 38. Aufl. 2020, § 3 UWG Rn. 9.19; Ansätze für sekundärrechtliche Regelungen, die Anforderungen an Umweltwerbung definieren, werden bei MüKo-Lauterkeitsrecht/Micklitz/Namysłowska, 2020, Rn. 100 ff. aufgeführt.

91 EG-Richtlinie 2005/29; Zuletzt geändert durch die am 07.01.2020 in Kraft getretene und bis Januar 2022 in nationales Recht umzusetzende Omnibus-Richtlinie (EU-Richtlinie 2019/2161), allerdings sind keine Änderungen im Hinblick auf nachhaltigkeitsrelevante Aspekte vorgesehen.

92 BGH GRUR 1991, S. 548, 549 – Umweltengel; BGH GRUR 1991, S. 546, 547 – „...aus Altpapier“; Rohnke, Werbung mit Umweltschutz, GRUR 1988, S. 667, 669.

93 Ohly/Sosnitza-Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb/Sosnitza, 7. Aufl. 2016, § 5 UWG Rn. 301 ff.

94 Purnhagen/Schebesta, The behaviour of the average consumer: a little less normativity and a little more reality in the courts case law? Reflections on Teekanne, ELR 2016, S. 590.

der Lieferkette zählen) zur Verfügung zu stellen. Allerdings genügt es bei begrenzten Darstellungsmöglichkeiten (zum Beispiel Vertragsschluss per SMS) im Fernabsatzvertrag, wenn diese Informationen „in geeigneter Weise zugänglich gemacht“ werden (Art. 246a § 3 Abs. 2 iVm § 4 Abs. 3 EGBGB). Dafür reicht der Hinweis im Vertrag, dass weitere Informationen auf der Internetseite des Unternehmens zu finden sind.⁹⁵ Dort können die entsprechenden Verhaltenskodizes verlinkt oder eingefügt werden. Die Initiative zur Information muss jedoch vom Verbraucher ausgehen. In allen anderen Fällen von Fernabsatzverträgen gilt, dass eine „mediengerechte Darstellung“ (Art. 246a § 4 Abs. 3 S. 1 EGBGB) ausreicht. Für Vertragsschlüsse im Internet genügt es, wenn das Unternehmen die entsprechenden Informationen vor dem Vertragsschluss verlinkt und der Verbraucher sich auf der Internetseite durchklicken kann.⁹⁶ Auch hier erfordert die gesetzliche Regelung nicht, dass der Verbraucher die Informationen vor Vertragsschluss wahrgenommen hat, sondern lediglich, dass er die Informationen ohne großen Aufwand wahrnehmen kann. Die Gründe resultieren zum Teil aus den rechtlichen Barrieren des europäischen und internationalen Wirtschaftsrechts, obgleich Spielraum für weiterführende nationale Ansätze verbleibt. Darauf wird zurückzukommen sein. Zunächst werden die beiden Produktgruppen, die im Zentrum des Onlinehandels stehen, einer näheren Darstellung unterzogen.

Gemäß § 4 Textilkennzeichnungsgesetz (TextilKennzG) iVm EU-Verordnung 1007/2011 dürfen Textilerzeugnisse nur mit einer die Faserzusammensetzung enthaltenden Etikettierung auf den Markt gebracht werden. Das entspricht einer allgemeinen Informationspflicht vor Vertragsschluss. Problematisch ist, dass der Unternehmer zwar grundsätzlich alle Faserbestandteile angeben muss, das Produkt aber auch dann als ausschließlich aus einer Faser bestehend bezeichnet werden darf, wenn es bis zu 2 Prozent Fremdfaser enthält, dies unvermeidbar und nicht Ergebnis einer systema-

tischen Hinzufügung ist. Mithin ist für den Verbraucher trotz Kennzeichnungspflicht nicht erkennbar, ob das Produkt zu 100 Prozent aus dem angegebenen Material besteht oder Fremdfasern enthält. Für das spätere Recycling von Textilien ist die Frage, ob es sich um reine Fasern oder Mischfasern handelt, hingegen von herausragender Relevanz, da gegebenenfalls eine aufwendige Trennung vor der Wiederverwendung notwendig ist.⁹⁷ Neue Probleme bahnen sich bereits an. Die Hersteller von Textilien bauen verstärkt Elektronik in die Kleidung ein. Die Entwicklung steht erst am Anfang und beschäftigt unter dem Stichwort „Wearables“ und „Smart Textiles“ vor allem den Datenschutz, betrifft jedoch ebenso die Kennzeichnung.⁹⁸

Die Europäische Umweltagentur fordert, dass die eingesetzten Materialien und Bauteile im Kreislauf, mindestens aber in Kaskaden geführt werden beziehungsweise erneut in den biologischen Kreislauf integriert werden können und zur Umweltschonung beitragen.⁹⁹ Textilien müssen demnach entweder aus biologisch abbaubaren Materialien bestehen oder es müssen die Voraussetzungen für sortenreines Recycling bei der Herstellung geschaffen werden.¹⁰⁰ Die Entwicklung bei Wearables läuft in die umgekehrte Richtung. Der Einbau von Elektronik stellt die Recyclingunternehmen vor bislang ungelöste Probleme. Theoretisch ist hier der Anwendungsbereich der Ökodesign-Richtlinie eröffnet. Für die Produktgestaltung und das In-den-Verkehr-Bringen solcher Textilien fehlen jedoch bislang die entsprechenden rechtlichen Vorgaben.

Ähnliches gilt für Schuhe, bei denen sich die Materialkennzeichnungspflicht aus § 10a Bedarfsgegenständeverordnung (BedGgStV) iVm EG-Richtlinie 94/9 ergibt. Für Elektronikgeräte gelten die §§ 3, 6a Energieverbrauchskennzeichnungsgesetz (EnVKG), nach denen energieverbrauchsrelevante Produkte beim Verkauf und in der Werbung mit Energieverbrauchsklassen und gegebenenfalls auch in Bezug auf andere Ressourcenverbräuche zu kennzeichnen sind. Das wirkliche Pro-

95 Beck-OGK/Busch, Juli 2020, Art. 246a § 4 EGBGB Rn. 25.

96 Spindler/Schuster-Recht der elektronischen Medien/Schirmbacher, 2019, Art. 246a EGBGB Rn. 246ff.

97 Friege, Leitfaden zur Wiederverwendung und Verwertung von Alttextilien, 2020; Bartl, Recycling und Wiederverwendung von Fasern aus Abfällen, ÖWAW 2009.

98 Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen, Unsportlich: Datenschutz-Mängel bei Wearables und Fitness-Apps, 2017; Kopp/Sokoll, Wearables am Arbeitsplatz – Einfallstore für Alltagsüberwachung?, NZA 2015, S. 1352.

99 European Environment Agency, Circular economy in Europe, EEA Report No 2/2016, 2016.

100 Spiegel, Altkleidermarkt vor dem Kollaps – Die Fast-Fashion-Flut (Video), 2020.

blem in Bezug auf die Nachhaltigkeit ist auch hier die hybride Verknüpfung von Materialien wie Metallen und Kunststoffen, die in der Wiederaufbereitung nicht mehr getrennt werden können.¹⁰¹

In dieser Phase kommen die erwähnten Siegel und Mitgliedschaften in Nachhaltigkeitsbündnissen zum Tragen. Interessiert sich ein Verbraucher besonders für die Nachhaltigkeit eines Produkts, so wird er in Werbung und in den Produktangaben auf diese Informationen sehr achten müssen. Einmal unterstellt, die freiwillig bereitgestellten Informationen erfüllen ihren Zweck, so bleibt das Problem bestehen, dass der Verbraucher nicht überprüfen kann, ob der Hersteller sich an die selbst gesteckten Ziele in der Praxis hält. Die Gewährleistungsmarke bietet hier den Vorteil, dass der unabhängige Markeninhaber verpflichtet ist, die Markennutzer, sprich die Anbieter der zertifizierten Waren und Dienstleistungen, auf die Einhaltung der in seiner Markensatzung offengelegten Standards hin zu überprüfen.¹⁰² Andernfalls droht der Verfall der Marke. De facto übernimmt der Markeninhaber also eine Kontrollfunktion zugunsten der Verbraucher. Wie die Kontrolle in der Praxis auszusehen hat, wird sich erst herausstellen müssen.

c) Transport, insbesondere von der Produktion zum (Groß-)Händler und vom (Groß-)Händler zum Kunden

Informationen darüber, wie nachhaltig der Transport des Produkts ist, sowohl von der Produktionsstätte zum (Groß-)Händler als auch von diesem weiter zum Kunden, erhält der Kunde nur auf freiwilliger Basis. Die Onlinehändler sind weder verpflichtet anzugeben, wo das Produkt produziert wurde, noch, wo es derzeit lagert, mit welchen Transportmitteln es die Wege bis zum Endkunden zurücklegen wird, wie schnell es geliefert wird und ob die bestellten Artikel in einem gemeinsamen Paket oder einzeln geliefert werden. Zudem sind die Versandhändler nicht zur Angabe eines durchschnittlichen CO₂-Verbrauchswerts oder ähnlicher Ressourcenverbrauchsangaben verpflichtet.

Regelungen bestehen in Bezug auf die Versandverpackung des Produkts. So regelt das Verpackungsgesetz, dass die Ausmaße der Verpackung auf ein Mindestmaß zu beschränken sind (§ 4 Nr. 1 VerpackG), dass die verwendeten Materialien der Wiederverwendung oder Verwertung zuführbar sein müssen (§ 4 Nr. 2 VerpackG) sowie dass die Verpackungen zur Identifizierung des Materials entsprechend gekennzeichnet werden können (§ 6 iVm Anlage 5 VerpackG).

d) Nachvertragliche Phase, insbesondere After-Sales-Promotion und Nutzung des Produkts

Die Nutzung des Produkts durch den Verbraucher gerät erst allmählich in das Visier des Gesetzgebers. Dabei gibt es gerade dort erhebliches Potential, die Nachhaltigkeitsbilanz eines Produkts zu beeinflussen.¹⁰³ Erste Regelungen bezüglich der Nutzungsphase finden sich in den EU-Richtlinien über digitale Inhalte¹⁰⁴ und Warenkauf¹⁰⁵ aus dem Jahr 2019, die bis zum 31.12.2021 in deutsches Recht umzusetzen sind. Art. 7 lit. d, 8 Abs. 2 der Richtlinie über digitale Inhalte beziehungsweise Art. 7 Abs. 3 der Warenkaufrichtlinie sehen eine Aktualisierungspflicht für die gewöhnliche Lebensdauer des Produkts beziehungsweise für einen im Vertrag vereinbarten Zeitraum vor. Die im Erwägungsgrund 32 der Warenkaufrichtlinie genannten Ziele zur Förderung nachhaltiger Verbrauchergewohnheiten und zum Ausbau der Kreislaufwirtschaft sind nur von bedingtem rechtlichem Stellenwert. Typischerweise werden die Erwägungsgründe vom EuGH in der Interpretation der einschlägigen Vorschriften herangezogen, sie können keine eigenständigen Pflichten begründen.

Das Ökodesign-Arbeitsprogramm 2016–2019 der Europäischen Kommission formuliert die Vorgabe, dass Anforderungen an die Langlebigkeit, Reparierbarkeit und Wiederverwendbarkeit der Produkte bei der Ermittlung möglicher Ökodesign-Durchführungsmaßnahmen zu berücksichtigen sind, da diese Produkteigenschaften zu großen Teilen von der ursprünglichen Produktgestaltung abhängig sind.¹⁰⁶ 2019 wurden die ersten drei Ökodesign-Durchführungsmaßnahmen mit Regelungen

101 Reuter/van Schaik, Recycling Indices Visualizing the Performance of the Circular Economy, World of Metallurgy-Erzmetall, 2016.

102 Vgl. Liedtke et al., Nachhaltigen Konsum und Nachhaltige Produktion ermöglichen, 2020.

103 So auch Schlacke/Tonner/Gawel/Alt/Bretschneider, Nachhaltiger Konsum bei der Produktnutzung als Herausforderung rechtlicher Steuerung, ZUR 2016, S. 451.

104 EU-Richtlinie 2019/770.

105 EU-Richtlinie 2019/771.

106 Europäische Kommission, Ökodesign-Arbeitsprogramm 2016–2019, 2016, S. 9 f.

zur Dauer der Lieferbarkeit und Lieferzeit von Ersatzteilen sowie zur Austauschbarkeit von Ersatzteilen mit allgemein erhältlichem Werkzeug für die Produktgruppen Kühlgeräte¹⁰⁷, Haushaltswaschmaschinen- und trockner¹⁰⁸ sowie Haushaltsgeschirrspüler¹⁰⁹ erlassen. Die genannten Regelungen sind ab März 2021 gültig. Faktoren wie die Nutzungszeit und die Art und Weise der Nutzung beeinflussen, wie nachhaltig ein Produkt am Ende seiner Lebenszeit tatsächlich war. Die Unternehmen können bereits jetzt das Nutzungsverhalten ihrer Kunden durch das Bereitstellen entsprechender Nutzungshinweise positiv beeinflussen. So zum Beispiel durch die weitverbreitete Anbringung von Textilpflegehinweisen auf der Kleidung. Weiß der Verbraucher, wie er seine Kleidung am besten wäscht und bügelt, steigert sich die Lebensdauer des Produkts und damit grundsätzlich auch dessen Nachhaltigkeitsbilanz. Allerdings stellen sich Probleme ganz eigener Art, wenn Hersteller Trockenreinigung empfehlen, um einer möglichen Haftung beim Waschen in der Waschmaschine zu entgehen. Bei der Pflege und Wartung von Smartphones und Waschmaschinen beziehungsweise Geschirrspülern zeigt sich, dass der durchschnittliche Verbraucher lediglich über begrenzte Kenntnisse verfügt und diesbezüglich erheblicher Spielraum besteht, um die Langlebigkeit dieser Produkte zu erhöhen.¹¹⁰

Ein weiterer Nutzungsaspekt wird im Bereich der Verbraucherelektronik relevant. Weist das Produkt im Laufe der Zeit Schäden auf, so ist für die Entscheidung des Kunden über die Weiternutzung des Produkts oder das Ende der Nutzung insbesondere entscheidend, ob das Produkt prinzipiell reparierbar ist, und wenn ja, ob eine solche Reparatur im konkreten Fall verfügbar ist (zum Beispiel ob die notwendigen Ersatzteile noch vorrätig sind) und mit welchen Kosten sie verbunden ist. So gaben im Rahmen einer Befragung 74 Prozent der Verbraucher an, sich aus Kostengründen gegen eine Reparatur ihres Elektrogeräts entschieden zu haben.¹¹¹ Aus

der Sicht des Verbrauchers lohnt sich eine Reparatur nur dann, wenn der Produktwert nach der Reparatur mindestens genauso hoch ist wie die Reparaturkosten selbst beziehungsweise durch die Reparatur zumindest die Lebensdauer verlängert werden würde. Dazu müsste der Hersteller beziehungsweise Händler jedoch Auskunft über die Lebensdauer geben können und müssen. Zahlen über einen Mindestwert von Kleingeräten, unterhalb dessen eine Reparatur ineffizient ist, existieren soweit ersichtlich nicht.

Trotz einer jahrzehntelangen Diskussion über die Mindesthaltbarkeit von Produkten, über After-Sales-Management und Kundendienste haben sich die Mitgliedstaaten der EU nicht zu einer gemeinsamen Regelung durchringen können, mit Ausnahme der begrenzten Vorgaben in der Richtlinie über digitale Inhalte und der Warenkaufrichtlinie. Dort ist immerhin geregelt, dass der Hersteller Sicherheitsupdates für die Dauer des Vertrages beziehungsweise bei einmaliger Bereitstellung der Leistung für einen Zeitraum, den der Verbraucher aufgrund der Art und des Zwecks der digitalen Inhalte oder digitalen Dienstleistungen und unter Berücksichtigung der Umstände und der Art des Vertrags vernünftigerweise erwarten kann, bereitstellen muss.¹¹² Die Unternehmen haben in der Regel kein Interesse daran, dass die Verbraucher die Produkte möglichst lange nutzen. Im Gegenteil, kurze Produktzyklen bedeuten für sie nicht nur eine Chance zur Differenzierung im Wettbewerb mit anderen Anbietern, sondern sie bieten auch die Möglichkeit, höhere Absatzzahlen für Neukäufe zu generieren. Unternehmen, die rasch innovieren, gewinnen somit nicht nur preispolitische Spielräume, sondern verbessern unter Umständen auch durch Skalen- und Lerneffekte ihre Kostenposition. Beides gemeinsam führt zu attraktiven Renditen für innovative Produkte. Die Position des Verbrauchers ist ambivalent und variiert je nach Produkt. Gerade bei Elektrokleingeräten, die im Fokus

107 EU-Verordnung 2019/2024.

108 EU-Verordnung 2019/2023.

109 EU-Verordnung 2019/2022.

110 *Jaeger-Erben/Hipp*, Letzter Schrei oder langer Atem? Erwartungen und Erfahrungen im Kontext von Langlebigkeit bei Elektronikgeräten, 2017; *Bichler/Gorny/Stamminger*, Are German consumers using their dishwashers in an energy efficient way? An online study of German households, EEDAL, 7th International Conference, 2013; *Geppert/Stamminger*, Do Consumers Act in a Sustainable Way Using Their Refrigerator? The Influence of Consumer Real Life Behaviour on the Energy Consumption of Cooling Appliances, in: *International Journal of Consumer Studies*, 34 (2) 2010, S. 219–27; *Gillingham/Kotchen/Rapson/Wagner*, „The Rebound Effect is Over-played“, *Nature* 493 2013, S. 475–476.

111 Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv), Pressemitteilung vom 06.06.2017, Elektroschrott verhindern – Reparaturen fördern.

112 Art. 8 Abs. 2 der Richtlinie über digitale Inhalte.

der Untersuchung stehen, mag der Verbraucher technische Innovationen begrüßen und gar verlangen. Das tatsächliche Kaufverhalten korrespondiert nur bedingt mit dem bei Umfragen angegebenen Wunsch nach nachhaltigen Produkten.¹¹³ Andererseits gibt es auch Verbraucher, die ein Leap-Frogging betreiben, das heißt bei einer zunehmenden Verkürzung der Innovationszyklen dazu übergehen, eine Produktgeneration einfach zu überspringen.¹¹⁴

Gleichzeitig finden sich Anhaltspunkte, dass Unternehmen gezielt die Lebens- und Nutzungsdauer ihrer Produkte einschränken und somit eine frühzeitige Alterung oder einen Funktionsverlust bewirken, um den Verkauf neuer Produkte zu fördern (sogenannte **geplante Obsoleszenz**).¹¹⁵ Geplante Obsoleszenz könnte sich jedoch dann als sinnvolles Steuerungs- oder Signalelement erweisen, wenn dadurch Verschleiß verhindert wird, der ein Recycling des Produkts, einzelner Bauteile oder Materialien be-, vielleicht sogar verhindern würde. Dies wäre durch den Hersteller nachzuweisen, für den Verbraucher begründet zu kommunizieren und in ein entsprechendes nutzungsgerechtes Produktmanagement und -recycling zu integrieren. Zwar kann eine Förderung von Reparaturen zu einer längeren Lebensdauer und damit grundsätzlich positiveren Nachhaltigkeitsbilanz des Produkts führen, aber auch Konflikte mit Nachhaltigkeits- und Verbraucherschutzaspekten hervorrufen.¹¹⁶ In der Gesamtbetrachtung kann ein Austausch gegen ein neueres, innovativeres Produkt in Einzelfällen tatsächlich nachhaltiger sein als die Reparatur des alten Geräts. Das ist aus Verbrauchersicht negativ, wenn die Förderung der Reparierbarkeit und längeren Lebensdauer des Produkts zu höheren Anschaffungspreisen und zu einer geringeren Befriedigung des Konsumbedürfnisses führt.

Aber auch der Umkehrschluss trifft zu. Es hilft dem Verbraucher wenig, wenn er kurzlebige Produkte zu niedrigen Preisen erwerben kann. Diese Bedingungen müssten bei der Gestaltung und dem Design eines Produktes berücksichtigt werden. Anforderungen sollten, wie in dem Arbeitsprogramm 2016–2019 zur Ökodesign-Richtlinie formuliert, rechtlich verpflichtend den Marktzugang regeln.¹¹⁷

Ähnlich problematisch ist das Phänomen des Rückgabebetrgs. Hinter diesem Begriff verbirgt sich die Vermutung, dass ein Teil der Retouren darauf zurückzuführen ist, dass Verbraucher die Möglichkeit des § 312g BGB missbrauchen,¹¹⁸ zum Beispiel indem sie ein Hochzeits- oder Abendkleid oder einen Metalldetektor zur Suche eines verlorenen Schlüssels nach der einmaligen Nutzung zurückschicken und anschließend das Geld vom Händler zurückverlangen. Studien zeigen, dass das damit angesprochene Verhalten von einer Vielzahl verschiedener Faktoren wie dem Geschlecht, dem Alter und der Bildung abhängt.¹¹⁹

e) Ende der Nutzung durch den Kunden, insbesondere Entsorgung und Wiederaufbereitung

Hat sich der Verbraucher dazu entschieden, die Nutzung des Produkts zu beenden, stellt sich die Frage, wie dessen weiteres Schicksal aussieht. Eine Übersicht der verschiedenen Optionen, wie es mit dem Produkt weitergehen kann, bietet die Abfallhierarchie in § 6 Kreislaufwirtschaftsgesetz (KrWG).¹²⁰ An erster Stelle steht die **Vermeidung** von Abfall, indem der Verbraucher zum Beispiel das Produkt als **gebrauchte Ware weiterverkauft**.¹²¹ Erfolgt der Second-Hand-Verkauf über einen Unternehmer, gilt insoweit eine gesetzliche Erleichterung gegenüber dem Verkauf von Neuwaren,

113 Verbraucherbefragungen zeigen, dass die große Mehrheit der Verbraucher sich haltbare und langlebige Produkte wünscht: ADEME, Evaluation économique de l'allogement de la durée d'usage de produits de consommation et biens d'équipement, 2020. Eine andere Frage ist, wie sich die Verbraucher konkret verhalten.

114 *Backhaus/Bonus*, Die Beschleunigungsfälle oder der Triumph der Schildkröte, 1998.

115 *Boos/Brönneke/Wechsler*, Konsum und nachhaltige Entwicklung, Verbraucherpolitik neu denken, 2019; *Brönneke/Wechsler*, Obsoleszenz interdisziplinär: Vorzeitiger Verschleiß aus Sicht von Wissenschaft und Praxis, 2015.

116 *Schlacke et al.*, Nachhaltiger Konsum, S. 453f.

117 Ressourcenkommision am Umweltbundesamt (KRU), Produktkennzeichnungsstelle zur Förderung der Ressourceneffizienz und Kreislauffähigkeit von Produkten, 2017.

118 Vgl. *Harris*, Fraudulent Return Proclivity, *Journal of Retailing*, 2008, S. 461–476.

119 *Harris*, Fraudulent Return Proclivity, S. 465.

120 Nationale Umsetzung der europäischen Abfallrahmenrichtlinie EU-Richtlinie 2008/98. Das Gesetz wird gerade überarbeitet, zum Referentenentwurf vom 05.08.2019: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit, Referentenentwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der Abfallrahmenrichtlinie der EU.

121 § 3 Abs. 20 KrWG.

als dass gemäß § 476 Abs. 2 2. Hs. BGB die Gewährleistung auf ein Jahr (und nicht wie bei Neuwaren mindestens zwei Jahre) begrenzt werden kann. Auf die Abfallvermeidung folgt die Vorbereitung zur Wiederverwendung, also **Wiederaufbereitung** des Produkts, sodass es seinem **ursprünglichen Zweck** wieder zugeführt werden kann.¹²²

Insbesondere im Bereich der Elektro- und Elektronikgeräte sind in jüngerer Zeit Firmen entstanden, die anbieten, gebrauchte Geräte anzukaufen, zu überprüfen und gegebenenfalls zu reparieren und dann als gebrauchte Produkte weiterzuverkaufen. Auch hier gilt die gesetzliche Erleichterung aus § 476 Abs. 2 2. Hs. BGB (verkürzte Verjährung). In der Praxis bieten viele Unternehmen längere Garantien für ihre Reparaturarbeiten, um das Vertrauen der Kunden zu gewinnen. Ist eine Wiederaufbereitung des Produkts nicht möglich oder erscheint sie nicht sinnvoll, kann das Produkt auch recycelt werden. **Recycling** beinhaltet jedes Verfahren, mit dem Abfälle zu Erzeugnissen, Materialien oder Stoffen entweder für den ursprünglichen oder für andere Zwecke aufbereitet werden.¹²³ Sowohl Textilien als auch Elektro- und Elektronikgeräte werden zunehmend in großen Recyclinganlagen aufbereitet, um aus ihnen Sekundärrohstoffe zu gewinnen. In 2019 wurden 17,4 Prozent des weltweiten Elektroschrotts¹²⁴ recycelt, das Schicksal der übrigen 82,6 Prozent ist ungewiss.¹²⁵ Europa hat mit 42,5 Prozent die höchste Recyclingquote, Afrika bildet mit 0,9 Prozent das Schlusslicht.¹²⁶ Deutschland hat 2018 mit einer Sammelquote von 43,1 Prozent das EU-Sammelziel von 45 Prozent knapp verfehlt. Allerdings gibt die Recyclingquote lediglich an, welcher Anteil der Verwertung zugeführt wird, nicht aber, welcher Anteil in welcher Qualität in neue Produkte gelangt. Ein genauer Wert für Deutschland ist diesbezüglich nicht bekannt.

Das Umweltbundesamt hält eine Erhöhung der Sammelquote bei einer deutlichen Vereinfachung der Rückgabemöglichkeiten für möglich.¹²⁷ Durch weitere Rückgabeorte in unmittelbarer Nähe der Letztbesitzer der Altgeräte könnten der Rückgabekomfort erhöht und die Sammelquote gesteigert werden. Gleichzeitig müsste die in § 18 Abs. 2 ElektroG geregelte Pflicht der Hersteller zur Information privater Haushalte über Rückgabemöglichkeiten und Sammlungen von Altgeräten konkretisiert werden, sodass die Verbraucher Kenntnis von den ihnen zur Verfügung stehenden Möglichkeiten erhalten. Ein weiterer, jedoch aufwendigerer Ansatz wäre die Einführung eines Pfandsystems (vgl. § 25 Abs. 1 Nr. 2 KrWG) für Elektrogeräte, vergleichbar dem bei Getränkeverpackungen, wie sie kürzlich die Fraktion der Linken im Bundestag vorgeschlagen hat.¹²⁸ Hier stellen sich allerdings Folgefragen, die einer weiteren Vertiefung bedürfen.¹²⁹

In Bezug auf das Recycling von Textilien zeigt sich ein anderes Problem. Weil in immer kürzeren Abständen neue Kollektionen auf den Markt kommen, sind zum einen immer mehr Kleidungsstücke im Umlauf, zum anderen leidet unter dem erhöhten Produktionsdruck die Qualität der einzelnen Kleidungsstücke. Diese ist jedoch maßgeblich für den Recyclingerfolg. Die Freie und Hansestadt Hamburg hat Konsequenzen gezogen und seine Textilsammelcontainer abgeschafft, da sich die Weitergabe der gesammelten Textilien an Textilverwertungsunternehmen immer weniger lohnt.¹³⁰ Der Fachverband Textilrecycling betont, dass die Kosten für die Verbrennung von nicht verwertbaren Textilien in den letzten Jahren drastisch gestiegen sind.¹³¹ Deshalb fordert er die Erhebung einer Gebühr von der Modeindustrie pro auf den Markt gebrachtem Kleidungsstück für das Sammeln und Recyceln.¹³² Mit dem Einbau von Elektronik in die Kleidung wird diese Forderung lauter werden, weil Recyclingverfahren immer aufwen-

122 § 3 Abs. 24 KrWG.

123 § 3 Abs. 25 KrWG.

124 2019 entstanden weltweit 53,6 Mio. Tonnen Elektroschrott; im Vergleich zu 2014 stieg die weltweite Elektroschrottmenge bis 2019 um 21 Prozent (Forti/Baldé/Kuehr/Bel, The Global E-Waste Monitor 2020, Quantities, flows, and the circular economy potential, 2020.)

125 Forti et al., The Global E-Waste Monitor 2020, 2020.

126 Forti et al., The Global E-Waste Monitor 2020, 2020.

127 Umweltbundesamt (UBA), Elektroaltgeräte, 2020.

128 BT-Drs. 19/19642 v. 28.05.2020.

129 Vertiefend: Zeit Online, Art. v. 05.01.2020, Grüne wollen Pfand auf Handys und Tablets einführen.

130 Spiegel, Altkleidermarkt vor dem Kollaps (Video), 2020.

131 Bundesverband Sekundärrohstoffe und Entsorgung e. V. (bvse), Textilstudie 2020: Bedarf, Konsum und Wiederverwendung von Bekleidung und Textilien in Deutschland, 2020.

132 Spiegel, Altkleidermarkt vor dem Kollaps (Video), 2020.

diger werden. Recyclinganlagen unterliegen den gleichen gesetzlichen Regelungen, die schon für die Produktion des ursprünglichen Produkts galten (TA-Luft, BImSchV, Abwasser VO, EU-Verordnung 1907/2006). Darüber hinaus bleiben Möglichkeiten der **sonstigen Verwertung** (insbesondere energetische Verwertung und Verfüllung) sowie die **Beseitigung des Abfalls**, zum Beispiel seine Verbringung in ein Dauerlager.

Grundsätzlich müssen Abfälle staatlichen Entsorgern überlassen werden,¹³³ das heißt den entsorgungspflichtigen Körperschaften, wenn der Erzeuger oder Besitzer des Abfalls ihn nicht selber verwerten kann oder will (§§ 7 Abs. 2, 17 Abs. 1 KrWG). Damit die Abfälle dem richtigen Entsorger übergeben werden können, sind die Hersteller im Rahmen ihrer Produktverantwortung gemäß § 23 Abs. 2 Nr. 3 KrWG verpflichtet, schadstoffhaltige Erzeugnisse zu kennzeichnen.

Für Elektroaltgeräte bestehen insofern Sonderregelungen. Den entsorgungspflichtigen Körperschaften (Landkreisen, Städten) steht es frei, ob sie ein Schick- oder ein Holsystem einführen.¹³⁴ Die Körperschaften haben in weitem Umfang von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, das Einsammeln oder das Holen gemeinwirtschaftlichen Unternehmen zu übertragen. Die Vergabe durch die Körperschaften kann entweder inhouse oder im Wege der Ausschreibung erfolgen. Der so gesammelte Elektroschrott kann entweder geschreddert oder rückgebaut werden. Der Rückbau erlaubt eine vollständige Wiederverwertung der eingesetzten Materialien, was beim Schreddern gerade nicht der Fall ist. Rückbau setzt voraus, dass der Recycler weiß, welche Produkte beziehungsweise Materialien oder Stoffmische verwendet wurden. Handelt es sich um hybride Produkte, hilft selbst ein genauer Hinweis auf die Zusammensetzung nicht weiter. Über die bestehenden Trennverfahren lassen sich Stoffe und Bauteile nicht sortenrein rückbauen.¹³⁵ Das ElektroG 2020 setzt die europäische WEEE-Richtli-

nie¹³⁶ in deutsches Recht um. Die WEEE-Richtlinie hatte unter anderem ein neues Klassifizierungssystem eingeführt. Für die Wiederaufbereitung bildet die Klassifizierung der Geräte den entscheidenden Ausgangspunkt. Aus der Sicht der Recyclingwirtschaft wirft vor allem eine Kategorie Probleme auf: Die kleinen IT- und Telekommunikationsgeräte mit einer äußeren Abmessung von nicht mehr als 50 cm werden ohne weitere Differenzierung einer einzigen Kategorie zugeordnet, obwohl sie aus gänzlich unterschiedlichen Produkten beziehungsweise Bauteilen zusammengesetzt sind.

Nach § 5 ElektroG müssen die Hersteller eine gemeinsame Sammelstelle für Elektro- und Elektronikaltgeräte einrichten. Diese Aufgabe hat die Stiftung Elektroaltgeräte Register (Stiftung EAR) übernommen. Sie registriert die Hersteller von Elektro- und Elektronikgeräten und koordiniert die Bereitstellung der Sammelbehälter und die Abholung der Altgeräte bei den öffentlich-rechtlichen Entsorgungsträgern in der Bundesrepublik Deutschland. Der Sache nach ist es nicht nur ein Register, sondern Teil des Abfallentsorgungssystems. Eine Ausnahme von der Pflicht zur Überlassung an den Entsorger bildet zum einen die Rücknahme durch den Hersteller oder Verkäufer des Produkts (§§ 17 Abs. 2, 23 Abs. 2 Nr. 5 KrWG iVm § 26 KrWG). Auf eine solche Rückgabemöglichkeit¹³⁷ hat der Träger der Produktverantwortung (Hersteller oder Verkäufer) den Verbraucher hinzuweisen (§ 23 Abs. 2 Nr. 4 KrWG). In der Praxis läßt sich der Hersteller oftmals nicht mehr identifizieren, weil die Kennzeichnung mit der Lebensdauer des Produkts verblasst und eine Rückgabe verunmöglicht. Die Kosten müssen von Recyclingunternehmen getragen werden, bei denen die nicht mehr identifizierbaren entsorgten Elektrogeräte auflaufen.

Die Pflicht zur Bereitstellung einer Rückgabemöglichkeit beim Verkäufer besteht für Elektrogeräte gemäß § 17 Abs. 1 ElektroG ab einer Verkaufsfläche von

133 Gemäß § 69 KrWG handelt ordnungswidrig, wer seinen Müll nicht oder falsch trennt. Wer giftigen Müll zulasten der Umwelt außerhalb der dafür zugelassenen Anlagen ablagert, macht sich sogar gemäß § 326 StGB strafbar.

134 § 13 Abs. 1, 3 ElektroG.

135 Reuter/Schaik, Recycling Indices Visualizing the Performance of the Circular Economy, World of Metallurgy – Erzmetall, 2016; Reuter/Schaik/Ballester, Limits of the Circular Economy: Fairphone Modular Design Pushing the Limits, World of Metallurgy – Erzmetall, 2018; Reuter/Hudson/Schaik/Heiskanen/Meskers/Hagelüken, United Nations Environment Programme (UNEP), Metal Recycling: Opportunities, Limits and Infrastructure. A Report of the Working Group on the Global Metal Flows to the International Resource Panel, 2013.

136 EU-Richtlinie 2012/19, geändert durch die Richtlinie 2018/849.

137 Bei der Produktverantwortung als solche, die unter anderem auch den Hinweis auf Rückgabemöglichkeiten umfasst, handelt es sich um eine Zielvorgabe, die bei der Auslegung und Abwägung anderer Bestimmungen Berücksichtigung findet. (BeckOK-Umweltrecht/Konzak, 54. Ed. April 2019, § 23 KrWG Rn. 7).

400 m² für Elektro- und Elektronikgeräte beim Kauf eines vergleichbaren Neugeräts. Das Gleiche gilt für die Rückgabe von bis zu fünf Altgeräten einer Geräteart, wenn keine äußere Abmessung der Geräte größer als 25 cm ist. Geräte, die größer sind und dem ElektroG unterfallen (Kantenlänge 50 cm), müssen die Verkäufer nicht zurücknehmen. Die deutsche Umwelthilfe hat gegen zwei Onlinehändler ein Gerichtsverfahren angestrengt, in denen es um die dem Verbraucher zugunsten zuzurechnende Entfernung zur Abgabe der Produkte geht.¹³⁸ Überdies können Elektro- und Textilabfälle sogenannten Sammelstellen übergeben werden, wenn diese ordnungsgemäß angezeigt wurden (§ 17 Abs. 2 Nr. 3, 4 KrWG iVm § 18 KrWG).¹³⁹ Diese Sammelstellen arbeiten gewerblich oder gemeinnützig (wie zum Beispiel Kleidercontainer von Hilfsorganisationen oder gewerblichen Textilverwertern). Bei ihnen laufen all die Probleme auf, die eine unzureichende Kennzeichnung der Produktmaterialien (Stichwort hybride Produkte) und Defizite in der Klassifizierung von Textilien und Elektrogeräten hervorbringen.

f) Fazit

Die Rechtslage außerhalb des Vertragsrechts des BGB ist vielgestaltig und unübersichtlich, für die Politik, für die Wirtschaft ebenso wie für die Verbraucherschaft. Dies gilt nicht nur für verletzte und vertrauende Verbraucher. Selbst gut gebildeten, interessierten und engagierten „mündigen Verbrauchern“ wird ein erheblicher Rechercheaufwand zugemutet, der nicht einmal in jedem Fall zum Erfolg führen dürfte. Die Unternehmen sind ausnahmsweise verpflichtet, dem Verbraucher aus eigener Initiative Informationen zu Nachhaltigkeitsaspekten ihres Produkts zukommen zu lassen. Die rechtlichen Rahmenbedingungen bleiben aufgrund der häufig globalen Liefer- und Produktionsketten schwer nachvollziehbar und ihre Einhaltung kaum überprüfbar. Grundsätzlich positiv zu bewerten sind die zahlreichen Selbstverpflichtungen und Bündnisse zur freiwilligen Überwachung der Liefer- und Produktionsketten sowie die freiwillige Bereitstellung von Informationen und Nutzungshinweisen durch Unternehmen, jedenfalls dann, wenn die Unternehmen im gebotenen Umfang und nachprüfbar offenlegen, welche Maßnahmen sie

ergriffen haben, um die Einhaltung der Standards zu überwachen. **Aufgrund der Vielzahl nicht aufeinander abgestimmter, unterschiedlicher Initiativen ist es dem Verbraucher jedoch letztendlich kaum und vor allem häufig nicht ohne eigenen umfangreichen Rechercheaufwand möglich, eine nachhaltige Kaufentscheidung zu treffen.**

Woran es aus rechtspolitischer Sicht vordringlich fehlt, ist eine Verzahnung des Verbrauchervertragsrechts mit den rechtlichen Regeln der vor- und nachgelagerten Stufen der Ressourcengewinnung, der Herstellung, des Transports, des After-Sales-Service sowie der Wiederaufbereitung und Entsorgung. Hier stehen nicht nur ganze Rechtsgebiete isoliert nebeneinander wie etwa das Verbraucherrecht und das Abfallrecht oder das Verbraucherrecht und Vorschriften zur Produktion im europäischen In- und Ausland. Vielleicht noch schwerer wiegt in der Umsetzung des Ziels eines nachhaltigen Konsums, dass öffentlich-rechtliche Vorschriften, die sich an die Gesellschaft als Ganzes richten, und privat-rechtliche Vorschriften, die die Parteien eines Vertrages betreffen, nicht aufeinander abgestimmt sind. **Verbraucher als mögliche Adressaten oder zumindest als Nutznießer werden bislang bei der Entwicklung der Regeln zu wenig berücksichtigt.** Ein signifikantes Beispiel ist das fehlende Zusammenspiel von öffentlich-rechtlichen Kennzeichnungsvorschriften und privatrechtlichen Informationspflichten.

Die systematische Verzahnung des Verbraucherrechts mit vor- und nachgelagerten Rechtsgebieten zur Realisierung der Kreislaufwirtschaft ist eine Herkulesaufgabe, die bislang noch kein Staat auf dieser Welt in Angriff genommen hat. Die Europäische Union hat in der letzten Legislaturperiode das Verbrauchervertragsrecht einer grundlegenden Remedur unterzogen. Vorrangiges Ziel der EU war die Vollharmonisierung des Verbraucherrechts, gerade auch des Verbrauchsgüterkaufrechts und des Fernabsatzes. Das unter der Juncker-Kommission geschaffene Verbraucherrecht geht auf die Nachhaltigkeit und die Notwendigkeit eines nachhaltigen Konsums bestenfalls rhetorisch ein. Insoweit steht die neue Kommission vor der nicht gerade einfachen Aufgabe, das gerade verabschiedete, aus

¹³⁸ LG Dresden, Urt. v. 05.12.2019 – Az 44 HK O 147/18; LG Ingolstadt, Urt. v. 21.02.2020 – Az 2 HK O 1582/18.

¹³⁹ Gewerbliche und Gemeinnützige Sammlungen sind spätestens drei Monate vor Aufnahme bei der zuständigen Behörde anzuzeigen (§ 18 Abs. 1 KrWG). Die Behörde kann die Sammlung unter Auflagen stellen, von Bedingungen abhängig machen oder untersagen (§ 18 Abs. 5 KrWG).

einer Vielzahl von Richtlinien und Verordnungen bestehende Regelwerk auf die Nachhaltigkeit umzuschreiben. Die Mitgliedstaaten haben mit ihrer Zustimmung zur Vollharmonisierung ihre Regelungsbefugnisse innerhalb des Anwendungsbereichs an die EU delegiert und sich damit ihrer Handlungsprärogative erst einmal begeben.

Dennoch bleibt es Deutschland unbenommen, eigene Impulse zu setzen und in der Entwicklung eines nachhaltigen Verbraucherrechts eine Vorreiterrolle innerhalb der EU einzunehmen. Die Möglichkeit zu einem solchen Voranschreiten lässt sich unter anderem Art. 114 (5) AEUV entnehmen, der den Mitgliedstaaten die Kompetenz belässt, auf neue wissenschaftliche Erkenntnisse gestützte einzelstaatliche Bestimmungen zum Schutz der Umwelt oder der Arbeitsumwelt aufgrund eines spezifischen Problems für diesen Mitgliedstaat, das sich nach dem Erlass der Harmonisierungsmaßnahme ergibt, einzuführen. Ein solches einseitiges Voranschreiten ist auch nach der Wirtschaftsverfassung der EU möglich. Die Nachhaltigkeit wird zwar als Ziel erwähnt, aber selbst im Umweltrecht sind die Kompetenzen der EU begrenzt, Art. 191 AEUV. **Diese große Lösung, die Entwicklung eines nachhaltigen Verbraucherrechts, bedarf mit Sicherheit der weiteren Vertiefung, wissenschaftlich, rechtlich konzeptionell, empirisch.** Der SVRV kann und will diesen Prozess anstoßen und beschleunigen.

Die nachfolgenden Vorschläge zur Reform des Onlinehandels sind somit nur ein kleiner Mosaikstein im großen Bild des nachhaltigen Konsums. Sie zielen auf die kurzfristige Verbesserung eines konkreten Problems, nämlich die Reduktion der Retouren im beiderseitigen Interesse der Händler und Verbraucher. In der Regelung des Onlinehandels spiegeln sich gleichwohl alle Probleme eines nachhaltigen Verbraucherrechts, das diesen Namen verdient.

IV. Lösungsansätze für eine nachhaltige Entwicklung des Onlinehandels

So wie eine Problemanalyse in Bezug auf die Nachhaltigkeit des Onlinehandels einer holistischen Betrachtungsweise bedarf und sich nicht alleine auf das Vertragsrecht beschränken kann, sind auch die möglichen Lösungsansätze nicht alleine dort zu suchen. Vielmehr wird es eines Zusammenspiels von regulatorischen wie technologischen Ansätzen sowie eines gesellschaftlichen Wandels bedürfen, in dem die wechselseitigen Verantwortlichkeiten aller Beteiligten neu austariert werden, um den Onlinehandel in eine nachhaltigere Zukunft führen zu können. Einige mögliche Ansätze möchten wir im Folgenden mit Vor- und Nachteilen darstellen und so eine Diskussionsgrundlage schaffen.

1. Ausgangslage

a) Verteilung von Verantwortlichkeiten

Nach geltendem Vertragsrecht kann der Verbraucher frei darüber entscheiden, ob er die Ware an den Unternehmer zurücksendet; denn er braucht den Widerruf des Vertrags nicht zu begründen. Der Unternehmer kann lediglich versuchen, die Ursachen für Retouren, zum Beispiel falsche Erwartungen und Vorstellungen von dem Produkt, von vornherein zu beseitigen beziehungsweise zu vermindern.¹⁴⁰ Der Kunde hingegen kann die Möglichkeit einer Retoure schon bei Bestellung der Ware einkalkulieren, indem er von vornherein mehrere Farben und Größen eines Produkts zur Ansicht und Auswahl bestellt. Die Kosten für die Rücksendung trägt der Kunde nur bei entsprechender vorheriger In-

formation durch den Unternehmer und in der Praxis eher selten. In der bereits erwähnten Befragung aus dem Jahr 2019 gaben lediglich 15 Prozent der Händler an, von der Möglichkeit der Übertragung der Rücksendekosten auf den Kunden Gebrauch zu machen.¹⁴¹

Die Unternehmen kämpfen um die Gunst des Verbrauchers, indem sie darauf verzichten, den Verbraucher mit den Kosten der Rücksendung zu belasten. Bei einer Retoure sind dem Verbraucher zudem der gezahlte Preis und die Versandkosten zu erstatten. Ein Anreiz, im Zweifelsfall auf eine Retoure zu verzichten und die Ware zu behalten, besteht für den Verbraucher aus wirtschaftlicher Sicht nicht, ganz im Gegenteil. Wobei ohnehin fraglich ist, ob ein Verzicht auf die Rücksendung wirklich nachhaltiger wäre, da dann das Produkt womöglich entweder ungenutzt herumliegen oder direkt vom Kunden entsorgt würde. Notwendig ist also, dass Verbraucher die bestellten Artikel sorgfältig auswählen, sodass sich die Frage einer Rücksendung in der Regel gar nicht mehr stellt. Der Wettbewerb wirkt sich zugunsten des Verbrauchers aus, der durch die gesetzliche Regelung geradezu ermuntert wird, eine Vielzahl von Produkten zu bestellen und sich anschließend das passende auszusuchen. Theoretisch müsste der Unternehmer ein Interesse an einer möglichst umfassenden und originalgetreuen Darstellung des Produkts haben, um seinerseits die Anzahl der Retouren möglichst gering zu halten. Doch auch wenn einige Unternehmen diesen Ansatz verfolgen, stehen derlei Versuche in einem gewissen Gegensatz zu dem Käuferlebnis, das die sorg- und sanktionslose Vielbestellung ermöglicht. Deutlich wird jedenfalls, dass die Ausgestaltung der Versandkosten allein auf einen In-

¹⁴⁰ Vgl. *Lemm*, Versandhausberater Nr. 22/2020, S. 4f.

¹⁴¹ Forschungsgruppe Retourenmanagement, 2019a.

teressenausgleich von Unternehmen und Verbraucher ausgerichtet ist, dass aber die Nachhaltigkeit und das Ideal des nachhaltigen Konsums nicht in regulatorische Überlegungen eingeflossen sind.

In Bezug auf die weiteren Rechtsgrundlagen sind die Verantwortlichkeiten differenzierter zu betrachten. Unternehmen sind (bisher) nicht verpflichtet, die Einhaltung von umweltbezogenen und sozialen Nachhaltigkeitsstandards ihrer Lieferanten entlang der Produktionskette zu überwachen. Insoweit sind die Verbraucher auf freiwillige Selbstverpflichtungen der Unternehmen angewiesen und müssen von sich aus darauf achten, ob sich das Unternehmen eine Selbstverpflichtung auferlegt oder einer Initiative angeschlossen hat beziehungsweise ob das Produkt ein Nachhaltigkeitsiegel trägt. Doch selbst wenn die Verbraucher die entsprechenden Produktinformationen erhielten, bliebe die Frage, ob die Verbraucher diese auch tatsächlich zur Kenntnis nehmen und ihren Entscheidungen zugrunde legen würden. Anders ist es in der vorvertraglichen Phase. Dort darf der Unternehmer keine irreführenden umweltbezogenen Werbeangaben machen und ist zumindest hinsichtlich bestimmter Produkteigenschaften zur Kennzeichnung verpflichtet. Insoweit wird der Verbraucher informiert, ohne dass er sich darum bemühen muss. Zusätzlich kann er sich über Mitgliedschaften des Unternehmens in Initiativen, über Selbstverpflichtungen und Produktsiegel informieren.

In Bezug auf den Produkttransport gibt es lediglich Leitlinien und freiwillige Informationen der Unternehmen. Sie müssen die Leitlinien einhalten und den Verbraucher mit den für dessen Entscheidung notwendigen Informationen versorgen. In der nachvertraglichen Phase sind sowohl Unternehmen als auch Verbraucher für eine nachhaltige Nutzung verantwortlich. So werden Unternehmen bei der Produktgestaltung und im After-Sales-Management zu einer Ermöglichung und Hinwirkung auf eine nachhaltige Nutzung des Produkts durch den Verbraucher angehalten. Der Verbraucher trägt durch sein Nutzungsverhalten und seine Entscheidung über eine mögliche Retoure im Falle des Widerrufs oder in Bezug auf Reparaturen und Neuanschaffungen zur

Nachhaltigkeitsbilanz des Produkts bei. Nach Ende der Produktnutzung treffen die Unternehmen Pflichten im Rahmen ihrer Produktverantwortung. Letztlich obliegt es jedoch dem Verbraucher, für welchen Entsorgungsweg er sich entscheidet. Dabei ist es nicht einfach herauszufinden, was genau mit den Elektroaltgeräten oder den Textilien geschieht, ob diese zur erneuten Nutzung wieder aufbereitet oder geschreddert werden. 2019 wurden einer Studie zufolge über 80 Prozent des **globalen** Elektromülls nicht offiziell gesammelt.¹⁴² Ein geringer Anteil von unter 10 Prozent insbesondere kleiner Geräte wurde demnach über den normalen Hausmüll entsorgt, der Rest ist unbekannt und wurde vermutlich als Second-Hand-Ware in Länder mit geringerem Einkommen verbracht, illegal exportiert und entsorgt oder mit anderen Abfallströmen vermischt, was deren Recycling erschwert.¹⁴³ Die Probleme des regulären Recyclings zeigen, wie wichtig es ist, dass Unternehmen das Ende der Produktnutzung bereits beim Produktdesign mitdenken. Die verarbeiteten Materialien und das Design sind wesentliche Faktoren für das Gelingen des Recyclings beziehungsweise die alternativen Optionen am Ende der Produktnutzung. Ein Konzept und klare Vorgaben für eine Material(mix)verwendung und deren Logistik über den Produktzyklus hinweg wären notwendig, um eine Kreislauforientierung auch nur in Ansätzen erreichen zu können.¹⁴⁴

b) Regelungsebenen

Die hier relevanten Regelungen des Vertragsrechts sind unionsrechtlich determinierte nationale Regelungen, das gilt für den Fernabsatz ebenso wie für den Verbrauchsgüterkauf. Beide Rechtsbereiche sind vollständig harmonisiert. Danach trägt der Käufer, also der Verbraucher, die Kosten der Rücksendung im Falle des Widerrufs. Diese Kostentragungspflicht ist jedoch an die vorherige Information gebunden.

Auch in den vorgelagerten und nachgelagerten Stufen der Produktion und des Vertriebs bewegt sich Deutschland nicht in einem rechtsfreien Raum. Neben das omnipotente Unionsrecht treten die Vorgaben des GATT und der WTO, die keine ausdrücklichen Vorgaben in Bezug auf eine nachhaltige Wirtschaft beziehungs-

¹⁴² Forti et al., The Global E-waste monitor 2020, 2020, S. 14.

¹⁴³ Forti et al., The Global E-waste monitor 2020, 2020, S. 14.

¹⁴⁴ Stahel, The Circular Economy: A User's Guide, 2019.

weise einen nachhaltigen Konsum enthalten. Möglicherweise könnte man sogar so weit gehen, dass bei den einschlägigen internationalen Vorgaben die Nachhaltigkeit bisher keine relevante Kategorie ist, sodass nachhaltigere Produkte nicht bevorzugt werden dürfen. Jede nationale Regelung, ob es eine mögliche Pflicht zur Herkunftsangabe oder ein Lieferkettengesetz ist, muss auf seine Vereinbarkeit mit dem Unionsrecht und dem Welthandelsrecht überprüft werden.

2. Ansätze für eine nachhaltige Entwicklung des Onlinehandels

a) Für und Wider einer Kostentragungspflicht

Die Forschungsgruppe Retourenmanagement an der Universität Bamberg hat 2019 eine Studie zum präventiven Retourenmanagement und insbesondere zu einer Einführung von Rücksendegebühren durchgeführt.¹⁴⁵ Die Autoren der Studie kommen zu dem Ergebnis, dass schon eine Mindestgebühr von exemplarischen 3 Euro¹⁴⁶ zu einer Senkung der Retouren um 16 Prozent führen würde. Da die Retourenkosten bisher von den Unternehmen bei der Preiskalkulation mit einberechnet werden, würde der Bestellpreis für die Kunden sinken, lediglich rücksendefreudige Kunden hätten das Nachsehen. Bereits jetzt könnten Unternehmer ihre Kunden, wenn sie diese vor Vertragsschluss darüber informieren, zur Tragung der Rücksendekosten verpflichten. Fast 60 Prozent der Unternehmen gaben bei der Befragung an, sie würden gerne eine Rücksendegebühr erheben, können dies jedoch aus Wettbewerbsgründen nicht umsetzen.¹⁴⁷ Dieses Problem wäre gelöst, wenn von Gesetzes wegen die Kunden zur Tragung der Rücksendegebühren verpflichtet wären. Eine optionale Kostenregelung beseitigt nicht den Wettbewerb zugunsten des Verbrauchers, aber den zu Lasten der Nachhaltigkeit. Externe Kosten (zum Beispiel aufgrund der ver-

ursachten Umweltschäden) würden internalisiert und sichtbar gemacht und nicht über den Kaufpreis auf alle Verbraucher umgelegt. Notwendig wäre eine zwingende Regelung, was aber wiederum ganz eigene Rechtsfragen aufwirft. Grundsätzlich sind solche Regelungen der Marktwirtschaft fremd. Typischerweise geht es ja um den umgekehrten Fall. Unternehmen erlegen dem Verbraucher Kosten auf, gegen die sich dieser wehrt.

Eine solche Kostenverlagerung stünde zudem im Gegensatz zu der bislang dominierenden Position der Verbraucherverbände in Deutschland und in Europa. Schon in den Arbeiten zur Fernabsatzrichtlinie¹⁴⁸ hatten sich die Verbraucherverbände für eine kostenlose Rücksendung im Falle des Widerrufs stark gemacht. Der politische Kompromiss war die Einführung einer Informationsverpflichtung, um die Kosten auf den Verbraucher abwälzen zu können. Im Zuge der Arbeiten zur sogenannten Modernisierungsrichtlinie schlug die Europäische Kommission vor, den Art. 16 der Verbraucherrechte-Richtlinie¹⁴⁹ um einen Buchstaben n) zu ergänzen, nach dem eine Ausnahme von dem Widerrufsrecht auch dann vorliegen sollte, wenn der Verbraucher die Ware während der Widerrufsfrist in einem Maße genutzt hat, das zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendig gewesen wäre.¹⁵⁰ Dieser Vorschlag wurde jedoch einhellig vom Europäischen Rat und Europäischen Parlament abgelehnt.

Die Politik setzt weiterhin auf den Ausbau der Verbraucherrechte zum ungestörten Konsum. Nachhaltigkeitsaspekte scheinen nach wie vor keine Rolle zu spielen, vielmehr liegt der Fokus weiterhin auf der Interessenlage im Zwei-Personen-Verhältnis. Ein Abweichen von dieser Position käme nachgerade einer tektonischen Verschiebung des bisherigen Verbraucherparadigmas nahe. Hieße es doch, dass Verbraucherverbände sich aktiv der Frage zuwenden, ob und inwieweit Verbraucher selbst eine Verantwortung tragen sollen und müssen. Eine Möglichkeit wäre, Verbraucher verstärkt über die Folgen ihres Handelns, zum Beispiel eines Wider-

145 Forschungsgruppe Retourenmanagement, 2019a.

146 Laut den Studienautoren sollte eine Mindestgebühr vergleichsweise niedrig sein, das heißt zwischen 2 und 3 Euro liegen, um weder Verbraucher noch die Vertriebsform des Internethandels unangemessen zu benachteiligen.

147 Forschungsgruppe Retourenmanagement, 2019a.

148 EG-Richtlinie 97/7.

149 EU-Richtlinie 2011/83.

150 Europäische Kommission, Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates, 2018.

rufs, für die Umwelt zu informieren oder im Wege der Voreinstellung etwa kostengünstigen Sammelbestellungen den Vorrang einzuräumen (sogenanntes Nudging/Boosting). Hierbei würden Verbraucher zu einem verantwortlichen Handeln angeregt, allerdings nicht verpflichtet. Kostenregelungen zu Lasten der Verbraucher haben eine weitere Schattenseite. Sie wirken sich typischerweise zu Lasten der schwachen Verbraucher aus. Hilfreich wäre in jedem Fall, die Verbraucher selbst zu befragen, um zu ermitteln, ob und inwieweit eine Bereitschaft zur aktiven Verantwortungsübernahme existiert, wenn sich diese denn im Portemonnaie auswirkt. Einer repräsentativen Umfrage der VZ NRW aus dem Jahr 2018 nach wünschen sich Verbraucher lieber positive Anreize vonseiten der Anbieter zur Reduzierung von Retouren als Mehrkosten für sich selbst.¹⁵¹

b) Für und Wider technologischer Lösungen

Die Crux des Fernabsatzes liegt in der mangelnden Möglichkeit der Inaugenscheinnahme, des In-die-Hand-Nehmens, des Sich-Vertrautmachens mit dem Produkt. Der Gesetzgeber will dieses Defizit mit Informationspflichten ausgleichen. Der Kanon dieser Pflichten ist breit gefächert, das fehlende Käuferlebnis kann keine Informationspflicht kompensieren. Informationspflichten sind oft Second-best-Lösungen. Deshalb sind auch die brancheninternen Versuche, die Händler zu besseren und genaueren Produktbeschreibungen zu bewegen, nicht die Lösung. Selbst wenn es gelänge, eine Produktbeschreibung zu verfassen, die es erlaube, etwa bei Textilien anhand der Selbstvermessung herauszufinden, ob das Produkt eventuell passt, so bliebe immer noch ein zentrales Problem zu lösen: Wie kann der Onlinehandel dem Kunden das Käuferlebnis näherbringen, die Möglichkeit, in wenigen Sekunden im Wege der Anprobe herauszufinden, ob das Kleidungsstück dem Verbraucher steht oder ob das Handy gut in der Hand liegt?

Es nimmt kaum Wunder, dass die Unternehmen das reale durch ein virtuelles Käuferlebnis ersetzen wollen. In den letzten Jahren wurden und werden immer

wieder neue technologische Lösungen entwickelt, um die Anzahl der Retourensendungen zu senken. Diese setzen insbesondere darauf, den Nachteil der fehlenden Möglichkeit zur Anprobe und Inaugenscheinnahme im Onlinehandel durch möglichst genaue Produktbeschreibung und -darstellung sowie Größenermittlung auszugleichen. Ein Beispiel wäre eine dreidimensionale Scan-App.¹⁵² Andere Unternehmen bieten etwas altmodisch eine Schritt-für-Schritt-Anleitung für die Vermessung des eigenen Körpers oder werten die Bestellhistorie des Kunden aus, um ihm so möglichst passgenaue Vorschläge machen zu können.¹⁵³ Neue Lösungen werden nicht auf sich warten lassen. So gehört nicht viel Phantasie dazu, sich ein Szenario auszumalen, in dem die Software des Herstellers den ganzen Körper einscann und dann die Maße ermittelt.

Muss der Verbraucher sich selbst in welcher Form auch immer vermessen und diese Daten übermitteln oder muss er sich gar vorab vom Händler einscannen lassen, tritt ein neues Problem auf. Das Unternehmen erhält eine ganze Reihe von potenziell wertvollen Daten, die sich auch in ganz anderen Wirtschaftszweigen verwerten ließen. Wie kann der Verbraucher kontrollieren, dass diese höchst sensiblen personenbezogenen Daten nicht missbraucht werden? Technologisch determinierte Möglichkeiten zur Steigerung des nachhaltigen Konsums kollidieren dann rasch mit datenschutzrechtlichen Regeln.

Zu den technologischen Lösungen gehört auch die Auffindbarkeit nachhaltiger Produkte einfacher und die Informationsbeschaffung für den Verbraucher effektiver zu machen sowie Fehlkäufe zu vermeiden. Hier rückt die Verantwortlichkeit von Online-Plattformen in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Der SVRV hat sich in seiner unlängst veröffentlichten Stellungnahme „Verbrauchergerechte Regulierung interaktionsmittelnder Plattformfunktionalitäten“ dazu geäußert. Zudem finden sich entsprechende Ansätze in den Forderungen des Verbraucherzentrale-Bundesverbands.¹⁵⁴

151 Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V., Umweltfreundlicher Versand: Verbraucher sehen Händler in der Pflicht, 2018.

152 TextilWirtschaft, Nike Fit: Per Smartphone-Scan zum passenden Schuh, 2019.

153 Weitere Ansätze aus den Bereichen augmented reality und virtuelle Realität wurden bereits 2013 skizziert: New Atlas, IKEA catalog uses augmented reality to give a virtual preview of furniture in a room, 2013.

154 Verbraucherzentrale Bundesverband e. V., Online-Plattformen und Vergleichsplattformen in die Verantwortung nehmen, 2020.

c) Für und Wider einer Selbstverpflichtung zum Zwecke der Reduktion des „Free Shipping Effect“

Eine weitere Möglichkeit, die Retourenquoten zu senken, bestünde darin, die aktuellen Forschungsergebnisse zum „Free Shipping Effect“ zu nutzen, um zum Beispiel unter Mitwirkung verschiedener relevanter Verbände sowie gegebenenfalls der Aufsichtsbehörden eine Selbstverpflichtung der Wirtschaft zu erwirken. Gegenstand dieser Selbstverpflichtung könnte es sein, auf eine offensive Bewerbung von „free shipping“ zu verzichten.¹⁵⁵ Eine aktuelle Studie von Shehu et al (2020) zeigt, dass in diesem Falle eine, wenn auch inkrementelle, so doch immerhin signifikante Reduktion der Retourenquoten um 0,3 Prozentpunkte möglich wäre. Da diese Reduktion zudem nachweislich eine positive Wirkung auf die Profitabilität der beteiligten Unternehmen haben würde und zudem die rechtliche Position der Verbraucher nicht einschränkt, könnte dieser Ansatz vergleichsweise rasch und konsensual realisiert werden.

Nachteilig wäre allerdings die überschaubare Effektivität sowie die Notwendigkeit, gerade auch international agierende Unternehmen einzubinden. Zudem wäre fraglich, ob Start-up-Unternehmen sich dieser Regelung anschließen würden oder aber vielmehr darin eine Chance zum Markteintritt sähen.

d) Technologische Ansätze für eine nachhaltigere Produktauswahl in Onlineshops

Neben speziellen Online-Märkten, die explizit damit werben, besonderen Wert auf die Nachhaltigkeit ihrer Produkte zu legen, bieten zunehmend herkömmliche Online-Shops wie zum Beispiel Zalando¹⁵⁶ und asos¹⁵⁷ ihren Kunden an, bei der Produktsuche einen Nachhaltigkeitsfilter auszuwählen. Dieser soll es den Kunden erleichtern, in der großen Menge an Angeboten speziell nach nachhaltigen Waren zu suchen. Problem dieser Nachhaltigkeitsfilter ist derzeit, dass die Filterkriterien zwischen den verschiedenen Shops variieren und trotz Erläuterungen auf den Internetseiten der einzelnen Shops recht

vage bleiben. Viele Shops orientieren sich zum Beispiel an bestehenden Siegeln und Standards. Folglich muss der einzelne Verbraucher zunächst genauer recherchieren, um zu verstehen, was dieser Filter im Einzelfall bedeutet. Nichtsdestotrotz bietet die Einstellungsmöglichkeit zumindest eine grobe Orientierung und könnte ein Ansatz sein, der nach und nach weiterentwickelt wird.

Aus der Sicht des nachhaltigen Konsums ist zudem von besonderer Bedeutung, welche Auswirkungen auf die Umwelt sich aus der fortschreitenden Digitalisierung der Wirtschaft und Gesellschaft ergeben. Die Untersuchung des UBA zum Konsum 4.0 weist bereits auf die steigende Energieintensität und den wachsenden Ressourcenverbrauch hin. Wenig absehbar ist, ob die mit der digitalen Wirtschaft wachsenden Möglichkeiten zu einer gesteigerten Reflexion des Verbrauchers über sein Entscheidungsverhalten führen oder nicht.¹⁵⁸

3. Ansätze für eine nachhaltige Entwicklung des Verbrauchervertragsrechts

Nachhaltigkeitsaspekte könnten zudem künftig stärker im bereits bestehenden Verbrauchervertragsrecht Berücksichtigung finden. Die Vorschläge und Denkmodelle liegen ja bereits seit 20 Jahren vor und sollen noch einmal kurz skizziert werden.

Ein möglicher Ansatz wäre beispielsweise, die Nachhaltigkeit explizit im kaufrechtlichen Mangelbegriff des § 434 BGB zu verankern. So könnte man § 434 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 BGB um den Satz „Zu der üblichen Beschaffenheit einer Sache zählen auch solche Eigenschaften, die die Nachhaltigkeit der Sache betreffen, insbesondere deren Energieeffizienz, Reparierfähigkeit und Mindestlebensdauer“ ergänzen.¹⁵⁹ Die spezifische Mindestlebensdauer

155 Zum Beispiel 100 Tage Rückgaberecht von Zalando.

156 Zalando, zalando.de/nachhaltigkeit.

157 ASOS, Nachhaltige Mode.

158 Umweltbundesamt (UBA), Die Zukunft im Blick, Konsum 4.0: Wie die Digitalisierung den Konsum verändert, Trendbericht zur Abschätzung der Umweltwirkungen, 2018, S. 77–78.

159 Zu diesen Vorschlägen: Schlacke/Tonner/Gawel/Alt/Bretschneider, Stärkung eines nachhaltigen Konsums im Bereich Produktnutzung durch Anpassungen im Zivil- und öffentlichen Recht, UBA-Texte 72/2015.

könnte sich aus § 8 ProdSG iVm einer produktbezogenen Rechtsverordnung und gegebenenfalls iVm privaten Normungen ergeben. Denn mittlerweile wird neben der Sicherheit und Gesundheit von Personen auch der Schutz der Umwelt als zulässiges Ziel einer Rechtsverordnung genannt. Dies hätte den Vorteil, dass zur Berücksichtigung des technischen Fortschritts nicht in jedem Einzelfall eine Gesetzesänderung notwendig würde, sondern lediglich die Rechtsverordnung beziehungsweise private Normung anzupassen ist.

Alternativ oder zusätzlich ließe sich über die Einführung einer in § 443 BGB zu verankernden Pflicht zur Abgabe einer Herstellergarantie nachdenken. Zeitraum und Inhalt der Garantieerklärung könnten weiterhin frei von den Herstellern gewählt werden, also auch mit null beziffert werden.¹⁶⁰ Die Pflicht zur Abgabe einer Garantieerklärung könnte zu einem entsprechenden Wettbewerb der Hersteller führen, sodass wohl keiner angeben würde, dass er nicht einmal für einen kurzen Zeitraum eine Garantie übernehmen würde. Vorteil einer solchen Pflicht wäre, dass technische Garantien bereits üblich sind und sich nahtlos in die bisherige Praxis einfügen würden. Eine solche Lösung wäre deutlich stärker sanktionierbar als die zuerst beschriebene Klarstellung im Mängelgewährleistungsrecht, da für Ansprüche aus einer Garantieerklärung kein Schaden nachgewiesen werden muss.

Weiterhin erscheint es sinnvoll, die bereits bestehenden Informationspflichten um Angaben zur Mindestlebensdauer, Reparaturfreundlichkeit und Energieeffizienz des Produkts zu ergänzen. Die genannten Nachhaltigkeitsstandards könnten als wesentliche Eigenschaften in Art. 246 Abs. 1 Nr. 1 EGBGB und Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 1 EGBGB aufgenommen werden. Eine Aufnahme in § 5a Abs. 3 Nr. 1 UWG erschiene ebenfalls sinnvoll, wäre allerdings unionsrechtswidrig, da die zugrundeliegende UGP-Richtlinie¹⁶¹ das Lauterkeitsrecht vollständig harmonisiert. Mithin müsste eine solche Ergänzung wohl auf unionsrechtlicher Ebene erfolgen.

4. Ansätze außerhalb des Verbrauchervertragsrechts

a) Lieferkettengesetz

Außerhalb des Vertragsrechts geht die Entwicklung sowohl auf nationaler Ebene¹⁶² als auch auf europäischer Ebene¹⁶³ in Richtung verpflichtender Regelungen zur Überwachung von Menschenrechts- und Umweltstandards entlang der Lieferketten durch Unternehmen. Da, wie die aktuellen Ergebnisse des zweiten NAP-Monitorings zeigen, die deutschen Unternehmen selbst nicht ausreichend ihre Lieferketten überwachen und demnach ihren Sorgfaltspflichten freiwillig nicht nachkommen, scheinen verbindliche gesetzliche Regelungen unumgänglich. Dafür spricht, dass die Verantwortung nicht länger allein bei den Verbrauchern liegen kann. Verbraucher erhalten in der Regel keine ausreichenden Informationen bezüglich der Nachhaltigkeit der Produkte und können selbst keine verantwortliche Entscheidung für oder gegen ein bestimmtes Unternehmen und Produkt treffen. Nicht nur aus Verbrauchersicht ist die Einführung eines solchen Lieferkettengesetzes zu befürworten, mittlerweile haben sich auch schon zahlreiche Unternehmen für die Einführung verpflichtender Regelungen ausgesprochen.¹⁶⁴

Regelungen sollten sich zukünftig verstärkt an die Angebotsseite wenden. Wichtig ist dabei, dass die Anforderungen nicht hinter denen der VN-Leitprinzipien zurückbleiben. Die Einhaltung von Menschenrechts- und Umweltschutzstandards sollte verpflichtend sein. Da nachteilige Umweltauswirkungen oft mit Menschenrechtsverletzungen einhergehen, sollten beide Problemkreise nicht wie bisher separat, sondern gemeinsam in einem umfassenden Lieferkettengesetz angegangen werden.¹⁶⁵ Bisher freiwillig von den Unternehmen erfüllte Standards, wie zum Beispiel die des grünen Knopfes, könnten zukünftig

160 Ressourcenkommission am Umweltbundesamt (KRU), Produktkennzeichnungsstelle zur Förderung der Ressourceneffizienz und Kreislauffähigkeit von Produkten, 2017.

161 EG-Richtlinie 2005/29.

162 Gemeinsame Pressemitteilung des BMZ und BMAS vom 14.07.2020.

163 Europäische Kommission, Study on directors' duties and sustainable corporate governance, 2020.

164 Business & Human Rights Resource Centre, Unsere Verantwortung in einer globalisierten Welt, 2020.

165 Rat für nachhaltige Entwicklung, Nachhaltige Lieferketten, 2020.

als gesetzlich festgelegte Mindeststandards dienen. Darüber hinaus sollte ein Lieferkettengesetz eine Verpflichtung der Unternehmen zur Analyse, zum Ergreifen von Maßnahmen und zur Berichterstattung enthalten sowie Verstöße sanktionieren. Unterstützenswert ist eine Regelung auf europäischer Ebene, damit für alle europäischen Unternehmen gleiche Wettbewerbsbedingungen herrschen. Da eine solche europäische Lösung allerdings aufgrund der Vielzahl der Beteiligten und widerstreitender Interessen in absehbarer Zeit nicht realistisch ist, erscheint es geboten, dass Deutschland so schnell wie möglich eine nationale Regelung erlässt.

b) Beteiligung der Hersteller an den Kosten des Recyclings

Der immer schnellere Produktzyklus spiegelt sich in den wachsenden Kosten der Entsorgung und Wiederaufbereitung wider. Die Tendenz zu hybriden Produkten, wie Kleidung mit eingebauter Elektronik oder Elektrogeräten, bei denen sich Metalle und Kunststoffe nicht mehr trennen lassen, stellt das gesamte System der Abfallentsorgung und Wiederaufbereitung vor neue, bislang unbekannte Probleme. So häufen sich bei den Entsorgungsfirmen Brände, die nicht zuletzt auf den sich ausbreitenden Einsatz von Lithiumbatterien in Elektrokleingeräten und Textilien zurückgehen, die nicht getrennt entsorgt werden können, selbst wenn es der Verbraucher denn wollte.¹⁶⁶ Die steigenden Kosten werden bislang weitgehend von den Kommunen aufgefangen.

Notwendig ist es aber, die Hersteller selbst in die Pflicht zu nehmen. Die Schwierigkeiten liegen auf der Hand, wenn die Produkte in globalen Wertschöpfungsketten hergestellt werden. Wer soll in die Pflicht genommen werden, der Hersteller in Asien, der Importeur, der Händler, der Verkäufer? Denken lässt sich auch an einen Fonds, in den mehrere der potenziell Verantwortlichen einzahlen. Notwendig ist vor allem,

eine Diskussion anzustoßen, die das Augenmerk auf die Konsequenzen der schnelleren Produktzyklen und des hybriden Einsatzes von Materialien richtet.

c) Reduzierung des Primärrohstoffverbrauchs

Ein weiterer Ansatz außerhalb des Verbrauchervertragsrechts und weit über den Onlinehandel hinausreichend wäre die Schaffung von Regelungen zur Reduzierung des Primärrohstoffverbrauchs. Diskutiert wird bereits seit einigen Jahren die Einführung einer Ressourcensteuer auf Primärrohstoffe.¹⁶⁷ Ressourcensteuern schaffen Anreize zur Effizienzsteigerung und konsequenter Kreislaufführung, sodass in der Folge die Gesamtnachfrage nach Primärrohstoffen sinkt und die nach qualitativ hochwertigen Sekundärrohstoffen steigt. Gleichzeitig könnten die zusätzlichen Steuereinnahmen genutzt werden, um die negativen Umweltfolgen des Rohstoffabbaus zu reduzieren. Noch darüber hinaus geht ein Vorschlag, der nicht nur den Abbau von Primärrohstoffen verfolgt, sondern einen Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft ebnen möchte. Statt bei den fertigen Produkten setzt dieser bei den Ausgangsmaterialien, also Rohstoffen an, die immer wieder neu dem Produktionskreislauf zugeführt werden sollen.¹⁶⁸ Um dies zu erreichen, sollten die Unternehmen, die die Rohstoffe erstmals in den Kreislauf einbringen, Eigentümer der Stoffe bleiben und diese lediglich an verarbeitende Unternehmen vermieten.¹⁶⁹ Um die Stoffe überhaupt auf den Markt bringen zu dürfen, müssten sie entweder die Kreislauffähigkeit des Materials zu einem gewissen Prozentsatz nachweisen oder etwa eine langfristige Planung für wachsende Wiederverwendungsraten von Recyclingmaterial in ihren Produkten über die nächsten 15 bis 25 Jahre nachweisen können.¹⁷⁰ Im Gegenzug dazu könnten die „Rohstoffvermieter“ zum Beispiel anteilige Wiedergewinnungsrechte erhalten.

166 Frankfurter Allgemeine Zeitung, Batterien verursachen jede Woche einen Brand, Art. v. 14.09.2019.

167 Vgl. zur Primärbaustoffsteuer: *Bahn-Walkowiak/Bleischwitz/Sanden*, Einführung einer Baustoffsteuer zur Erhöhung der Ressourceneffizienz im Baubereich, 2010; Umweltbundesamt (UBA), Positionspapier zur Primärbaustoffsteuer, 2019.

168 *Liedtke/Buhl/Ameli*, Designing value through less by integrating sustainability strategies into lifestyles, *International Journal of Sustainable Design*, 2013, Volume 2 (2), S. 167–180; *Bringezu/Bleischwitz*, Sustainable Resource Management: Global Trends, Visions and Policies for Europe and the World, 2009; *Schmidt-Bleek*, Wieviel Umwelt braucht der Mensch? MIPS, das Maß für ökologisches Wirtschaften, 1994.

169 *Stahel*, The Circular Economy: A User's Guide, 2019; *Stahel*, The Performance Economy, 2006.

170 Ressourcenkommission am Umweltbundesamt (KRU), Substitutionsquote: Ein realistischer Erfolgsmaßstab für die Kreislaufwirtschaft, 2019.

V. Schlussbemerkung

Das kleine Beispiel der Retouren im Onlinehandel zeigt nachdrücklich, dass dem Gebot der Nachhaltigkeit nicht mit regulatorischen Schnellschüssen gedient ist. Wie immer man sich eine Lösung vorstellt, ob es um einen nationalen Alleingang gehen soll, ob es um eine Neuverteilung der Verantwortlichkeiten zwischen Händlern, Herstellern und Verbrauchern geht, ob die Lösung an die Technologie ausgelagert wird, jede Variante weist Licht und Schattenseiten auf. Ein zentrales Hindernis resultiert aus der Vollharmonisierung des Verbraucherrechts, die im Jahre 2000 auf dem sogenannten Lisbon Summit von den Staatsoberhäuptern der EU verabschiedet wurde, um die Wettbewerbsfähigkeit der EU im Zeitalter der Globalisierung zu erhöhen. Man mag mit Fug und Recht bezweifeln, dass die seinerseits politisch beschlossene und von der EU in den nachfolgenden zwei Jahrzehnten im Einvernehmen mit den Mitgliedstaaten machtvoll vorangetriebene Vollharmonisierung die Nachhaltigkeit überhaupt abdecken kann, ob also die EU für den nachhaltigen Konsum innerhalb des vollharmonisierten Rechts die allein zuständige Instanz der Gesetzgebung ist.

Notwendig und erforderlich ist eine breite und offene gesellschaftspolitische Diskussion, aus der eine wachsende Veränderungsbereitschaft resultiert. Diese Diskussion muss gerade in den Parlamenten und in der Gesellschaft geführt werden, national wie innerhalb der Organe der EU. Die Transformation der Wirtschaft im Hinblick auf einen nachhaltigen Konsum und eine nachhaltige Produktion bleibt eine gesellschaftliche und damit auch politische Herausforderung, die viele Initiativen auf vielen Ebenen benötigt. Und auch wenn die EU mit Hilfe des zentralisierten Rechts hier maßgebliche Impulse setzen kann, sollten weitere Maßnahmen auch und gerade durch die Bundesrepublik Deutschland ergriffen werden.

Literatur

- Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME), Evaluation économique de l'allongement de la durée d'usage de produits de consommation et biens d'équipement, 2020, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: https://presse.ademe.fr/2020/06/allonger-la-duree-dusage-des-objets-un-gain-pour-la-planete-et-pour-le-porte-monnaie.html#_ftn3
- ASOS, Nachhaltige Mode, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: <https://www.asos.com/de/damen/der-nachhaltige-edit/cat/?cid=28981&nlid=ww|inspiration|ctas>
- Backhaus, K./Bonus, H., Die Beschleunigungsfalle oder der Triumph der Schildkröte, Schäffer-Poeschel, 1998
- Bahn-Walkowiak, B./Bleischwitz, R./Sanden, J., Einführung einer Baustoffsteuer zur Erhöhung der Ressourceneffizienz im Baubereich, Paper zu Arbeitspaket 3 des Projekts „Materialeffizienz und Ressourcenschonung“, 2010, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: https://epub.wupperinst.org/frontdoor/deliver/index/docId/3616/file/MaRess_AP3_7.pdf
- Barbarossa, C./Pastore, A., Why environmentally conscious consumers do not purchase green products: A cognitive Mapping approach, 2015, zuletzt abgerufen am 22.09.2020 unter: https://www.researchgate.net/publication/273874612_Why_environmentally_conscious_consumers_do_not_purchase_green_products_A_cognitive_mapping_approach
- Bartl, A., Recycling und Wiederverwendung von Fasern aus Abfällen, Österreichische Wasser- und Abfallwirtschaft, 2009
- Beck'scher Online Großkommentar, BGB, Stand 01.07.2020
- Beck'scher Online Großkommentar, EGBGB, Stand 15.07.2020
- Beck'scher Online-Kommentar zum Umweltrecht, 55. Ed. April 2019
- Bichler, S./Gorny, S./Stamminger, R., Are German consumers using their dishwashers in an energy efficient way? An online study of German households. EEDAL, 7th International Conference, 2013
- Bringezu, S./Bleischwitz, R., Sustainable Resource Management: Global Trends, Visions and Policies, Routledge, 2009
- Boos, A./Brönneke, T./Wechsler, A. (Hrsg.), Konsum und nachhaltige Entwicklung, Verbraucherpolitik neu denken, Nomos, 2019
- Brönneke, T./Wechsler, A., Obsoleszenz interdisziplinär: Vorzeitiger Verschleiß aus Sicht von Wissenschaft und Praxis, Nomos, 2015
- Bulwiengesa, Auswirkungen des Shutdown auf die Einzelhandelsmieten, 2020, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: https://www.bulwiengesa.de/sites/default/files/marktwissen_eh-mieten.pdf
- Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV), Ressortbericht Nachhaltigkeit, Bericht zum Stand der Integration der Rechts- und Verbraucherpolitik in die Agenda 2030, 2020.
- Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), Leitlinien der Bundesregierung zur Förderung von entwaldungsfreien Lieferketten von Agrarrohstoffen, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Wald/leitlinien-entwaldungsfreie-lieferketten.pdf?__blob=publicationFile&v=2

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU), Referentenentwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der Abfallrahmenrichtlinie der EU, 05.08.2019, zuletzt abgerufen am 21.09.2020 unter: <https://www.bmu.de/gesetz/referentenentwurf-eines-gesetzes-zur-umsetzung-der-abfallrahmenrichtlinie-der-europaeischen-union/>

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi), Pressemitteilung vom 12.06.2020, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: <https://www.bmw.de/Redaktion/DE/Pressemitteilungen/2020/20200612-corona-krise-ueberwinden-bundeswirtschaftsminister-altmaier-wirtschaft-schnellstens-wieder-auf-einen-nachhaltigen-wachstumspfad-bringen.html>

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)/Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), Gemeinsame Pressemitteilung des BMZ und BMAS vom 14.07.2020, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: http://www.bmz.de/de/presse/aktuelleMeldungen/2020/juli/200714_pm_21_Bundesminister-Heil-und-Mueller_Jetzt-greift-der-Koalitionsvertrag-fuer-ein-Lieferketten-Gesetz_Ziel-ist-ein-Abschluss-noch-in-dieser-Legislaturperiode/index.html

Bundesregierung, Monitoring des Umsetzungsstandes der im Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrecht 2016–2020 beschriebenen menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht von Unternehmen, Zwischenbericht Erhebungsphase 2019

Bundesregierung, Monitoring des Umsetzungsstandes der im Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrecht 2016–2020 beschriebenen menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht von Unternehmen, Zwischenbericht Erhebungsphase 2020

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V. (bevh), Pressemitteilung vom 21.01.2020: Vielbesteller treiben E-Commerceumsatz in 2019 auf neuen Höchststand, zuletzt abgerufen am 16.09.2020 unter: <https://www.bevh.org/presse/pressemitteilungen/details/vielbesteller-treiben-e-commerce-umsatz-in-2019-auf-neuen-hoehchststand.html>

Bundesverband Paket & Express Logistik (BIEK), Kurier-Express-Paketdienste-Studie 2019, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: <https://www.biek.de/publikationen/studien.html>

Bundesverband Sekundärrohstoffe und Entsorgung e. V. (bvse), Textilstudie 2020, Bedarf, Konsum und Wiederverwendung von Bekleidung und Textilien in Deutschland, 2020, zuletzt abgerufen am 07.09.2020 unter: https://www.bvse.de/dateien2020/1-Bilder/03-Themen_Ereignisse/06-Textil/2020/studie2020/bvse%20Alttextilstudie%202020.pdf

Business & Human Rights Resource Centre, Business Statement. Unsere Verantwortung in einer globalisierten Welt. Für eine gesetzliche Regelung menschenrechtlicher und umweltbezogener Sorgfaltspflichten, 2020, zuletzt abgerufen am 16.09.2020 unter: https://media.business-humanrights.org/media/documents/files/BusinessStatement_Update_25052020.pdf

Capgemini Research Institute, Consumer Products and Retail. How sustainability is fundamentally changing consumer preferences, 2020, zuletzt abgerufen am 16.09.2020 unter: <https://www.capgemini.com/de-de/wp-content/uploads/sites/5/2020/07/Final-Web-Report-Sustainability-In-CPRD.pdf>

Durand, P., Längere Lebensdauer für Produkte: Vorteile für Verbraucher und Unternehmen, Ausschuss für Binnenmarkt und Verbraucherschutz, 2017, zuletzt abgerufen am 22.09.2020 unter: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0214_DE.html

Europäische Kommission, Misleading green claims, Extract of the Guidance for the implementation/application of Directive 2005/29/EC on unfair commercial practices, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: https://ec.europa.eu/environment/eussd/pdf/green_claims/en.pdf

Europäische Kommission, Mitteilung der Kommission, Aktionsplan für Nachhaltigkeit in Produktion und Verbrauch und für eine nachhaltige Industriepolitik, 2008, zuletzt abgerufen am 22.09.2020 unter: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/MEMO_08_507

Europäische Kommission, Mitteilung der Kommission, Ökodesign-Arbeitsprogramm 2016–2019, 2016, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016DC0773&from=EN>

Europäische Kommission, Study on directors' duties and sustainable corporate governance, 2020, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e47928a2-d20b-11ea-adf7-01aa75ed71a1/language-en>

Europäische Kommission, Study on due diligence requirements through the supply chain, 2020, zuletzt abgerufen am 15.09.2020 unter: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/8ba0a8fd-4c83-11ea-b8b7-01aa75ed71a1/language-en>.

Europäische Kommission, Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates vom 05.04.93, der Richtlinie 98/6/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der EU-Verbraucherschutzvorschriften, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018PC0185&from=DE>

European Environment Agency, Circular economy in Europe, EEA Report No 2/2016, 2016, zuletzt abgerufen am 15.09.2020 unter: <https://www.eea.europa.eu/publications/circular-economy-in-europe>

Föhlisch, C./Stariradef, T., Zahlungsmittel und Vertragsschluss im Internet, NJW 2016, S. 353

Forschungsgruppe Retourenmanagement, Präventives Retourenmanagement und Rücksendegebühen, 2019a

Forschungsgruppe Retourenmanagement an der Universität Bamberg, Retourenentsorgung, 2019b

Forschungsgruppe Retourenmanagement an der Universität Bamberg, Retourentacho 2018/19, 2019c

Forti, V./Baldè, C. P./Kuehr, R./Bel, G., The Global E-waste Monitor 2020, Quantities, flows, and the circular economy potential, 2020, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter: http://ewastemonitor.info/wp-content/uploads/2020/07/GEM_2020_def_july1_low.pdf#.

Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ.net), Batterien verursachen jede Woche einen Brand, Art. v. 14.09.2019, zuletzt abgerufen am 15.09.2020 unter: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/muellbranche-will-pfandpflicht-fuer-batterien-16340952.html>

Friege, H., Leitfaden zur Wiederverwendung und Verwertung von Alttextilien, 2020, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter: https://www.bavweb.de/media/custom/2886_1406_1.PDF?1587474053

Geppert, J./Stamminger, R., Do Consumers Act in a Sustainable Way Using Their Refrigerator? The Influence of Consumer Real Life Behaviour on the Energy Consumption of Cooling Appliances, International Journal of Consumer Studies, 34 (2) 2010, S. 219–227

Gillingham, K./Kotchen, M./Rapson, D./Wagner, G., „The Rebound Effect is Over-played.“, Nature, 493 2013, S. 475–476

Global Compact Netzwerk Deutschland, Die zehn Prinzipien des Global Compact, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter: <https://www.globalcompact.de/de/ueber-uns/Dokumente-Ueber-uns/DIE-ZEHN-PRINZIPIEN-1.pdf>

Global Compact Netzwerk Deutschland, Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte: Umsetzung des Rahmens der VN „Schutz, Achtung und Abhilfe“, 2020, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter: https://www.globalcompact.de/wAssets/docs/Menschenrechte/Publikationen/leitprinzipien_fuer_wirtschaft_und_menschenrechte.pdf

Halfmeier, A., Nachhaltiges Privatrecht, AcP 215, 2016, S. 717

Händlerbund, E-Commerce weltweit: Recht & Steuern, 2019, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter: <https://www.haendlerbund.de/de/downloads/ecommerce-weltweit-recht-steuern.pdf>

- Händlerbund, Studie Teil 2 Coronavirus 2020, Auswirkungen im Online-Handel, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: <https://www.haendlerbund.de/de/downloads/2020-corona-studie-teil-2.pdf>
- Handelsverband Deutschland (HDE), Online-Monitor 2020, 2020, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: https://einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=10433
- Harris, L. C., Fraudulent Return Proclivity: An Empirical Analysis, *Journal of Retailing* 84, 2008, S. 461–476
- Herr, H./Teipen, C./Dünhaupt, P./Mehl, F., Wirtschaftliche Entwicklung und Arbeitsbedingungen in globalen Wertschöpfungsketten, 2020, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter: https://www.boeckler.de/de/faust-detail.htm?sync_id=8840
- Hippel, v. E., Verbraucherschutz, J. C. B. Mohr (Paul Siebeck), 1. Auflage 1974
- Initiative Lieferkettengesetz, „Ein starkes Zeichen“: Initiative Lieferkettengesetz zur Ankündigung eines EU-Lieferkettengesetzes von Justizkommissar Reynders, Pressestatement vom 30. April 2020, zuletzt abgerufen am 19.09.2020 unter: <https://lieferkettengesetz.de/pressemitteilung/eine-regulierung-ohne-sanktionen-ist-keine-regulierung-eu-kommissar-reynders-kuendigt-entwurf-fuer-eu-lieferkettengesetz-an/>
- Institut der deutschen Wirtschaft, Report 33/19: Lage und Trends im deutschen Online-Handel, 2019, zuletzt abgerufen am 16.09.2020 unter: https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/Report/PDF/2019/IW-Report_2019_Lage_und_Trends_im_Onlinehandel.pdf
- Institut für Handelsforschung (IFH Köln), Onlineanteil am Gesamtumsatz nach Warengruppen, 2018
- International Labour Organization (ILO), zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter: <https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>
- International Resource Panel, Global Resources Outlook 2019, Natural Resources for the future we want, 2019, zuletzt abgerufen am 16.09.2020 unter: <https://www.resourcepanel.org/file/1172/download?token=muaePxOQ>
- Jaeger-Erben, M./Hipp, T., Nachwuchsgruppe Obsoleszenz (Hrsg.), *Letzter Schrei oder langer Atem? Erwartungen und Erfahrungen im Kontext von Langlebigkeit bei Elektronikgeräten*, 2017
- Keirsbilck, B./Terry, E. (Hrsg.), *Consumer Protection in a Circular Economy*, Intersentia, 2019
- Kemna, R./Wierda, L./Aarts, S., Van Holsteijn en Kemna B. V. (VHK), *Ecodesign Impact Accounting – Overview Report 2016*, angefertigt für die Europäische Kommission, 2016, zuletzt abgerufen am 21.09.2020 unter: https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/eia_ii_-_overview_report_2016_rev20170314.pdf
- Köhler, H./Bornkamm, J./Feddersen, J., *UWG*, 38. Auflage, C.H. Beck, 2020
- Kopp, R./Sokoll, K., *Wearables am Arbeitsplatz – Einfallstore für Alltagsüberwachung?*, NZA 2015, S. 1352
- Krämer, L./Micklitz, H. W./Tonner, K., *Law and diffuse Interests in the European Legal Order/Recht und diffuse Interessen in der Europäischen Rechtsordnung. Liber amicorum Norbert Reich*, 1997
- Lemm, J., *Versandhausberater* Nr. 22/2020, S. 4f.
- Liedtke, C./Baur, N./Dehmel, S./Grimm, V./Kenning, P./Micklitz, H. W./Specht-Riemenschneider, L./Scharioth, S., *Nachhaltigen Konsum und Nachhaltige Produktion ermöglichen – Empfehlungen für die Verbraucherpolitik*, 2020
- Liedtke, C./Buhl, J./Ameli, N., *Designing value through less by integrating sustainability strategies into lifestyles*, *International Journal of Sustainable Design*, 2013, Volume 2 (2), S. 167–180

Max-Planck-Institut (MPI) für Bildungsforschung, Stärkung von Entscheidungskompetenzen („Boosting“), zuletzt abgerufen am 17.09.2020 unter: <https://www.mpib-berlin.mpg.de/forschung/forschungsbereiche/adaptive-rationalitaet/forschungsfelder/staerkung-von-entscheidungskompetenzen>

Micklitz, H. W., Squaring the Circle? Reconciling Consumer Law and the Circular Economy, in: Keirsbilck, B./Terry, E. (Hrsg.), Consumer Protection in a Circular Economy, Intersentia, 2019, S. 321

Misereor, Fairer Abbau, gerechte Teilhabe, 2013, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: <https://www.misereor.de/fileadmin/publikationen/dokumentation-konferenz-rohstoffe-sicher-fair.pdf>

Münchener Kommentar zum BGB, 8. Auflage, C. H. Beck, 2018

Münchener Kommentar zum Lauterkeitsrecht, 3. Auflage, C. H. Beck, 2020

New Atlas, IKEA catalog uses augmented reality to give a virtual preview of furniture in a room, 2013, zuletzt abgerufen am 25.09.2020 unter: <https://newatlas.com/ikea-augmented-reality-catalog-app/28703>

Ohly, A./Sosniza, O., Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 7. Auflage, C.H. Beck, 2016

Öko Institut, Working Paper 3/2018, Umweltschutz wahrt Menschenrechte! Deutsche Unternehmen in der globalen Verantwortung, 2018, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter: <https://www.oeko.de/fileadmin/oekodoc/WP-Umweltschutz-wahrt-Menschenrechte.pdf>

Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), OECD-Leitfaden für die Erfüllung der Sorgfaltspflicht zur Förderung verantwortungsvoller Lieferketten in der Bekleidungs- und Schuhindustrie, 2020, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264304536-de.pdf?expires=1600334318&id=id&accname=oid018224&checksum=491F241DF3BA862C5528ED542997F810>

Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, 2011, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264122352-de.pdf?expires=1600337562&id=id&accname=oid018224&checksum=C5D1DB0D922462D1E2874223FFC469D3>

Pietikäinen, S., Ressourceneffizienz: Wege zu einer Kreislaufwirtschaft, 2014/2208 (INI), Ausschuss für Umweltfragen, öffentliche Gesundheit und Lebensmittelsicherheit, 2015, zuletzt abgerufen am 22.09.2020 unter: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2015-0215_DE.html?redirect

PricewaterhouseCoopers (PwC), Surviving the Retail Apocalypse. What to learn from „clicks-to-bricks“, 2019, zuletzt abgerufen am 16.09.2020 unter: <https://www.pwc.de/de/human-resources/studie-surviving-the-retail-apocalypse.pdf>

Pur, S./Weinfurtner, S./Wittmann, M./Wittmann, G./Stahl, E., Retourenmanagement im Online-Handel – Das Beste daraus machen, 2012

Purnhagen, K./Schebesta, H., The behaviour of the average consumer: a little less normativity and a little more reality in the courts case law? Reflection on Teekanne, ELR 2016, S. 590

Rat für nachhaltige Entwicklung, Nachhaltige Lieferketten. Stellungnahme des Rates für Nachhaltige Entwicklung zu einer wirksamen Verankerung von Nachhaltigkeit und Menschenrechten in globalen Lieferketten, 2020, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: https://www.nachhaltigkeitsrat.de/wp-content/uploads/2020/05/20200513_RNE-Stellungnahme_Nachhaltige_Lieferketten.pdf

Ressourcenkommission am Umweltbundesamt (KRU), zuletzt abgerufen am 22.09.2020 unter: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/abfall-ressourcen/ressourcenkommission-am-umweltbundesamt-kru>

- Ressourcenkommission am Umweltbundesamt (KRU), Produktkennzeichnungsstelle zur Förderung der Ressourceneffizienz und Kreislauffähigkeit von Produkten, 2017, zuletzt abgerufen am 22.09.2020 unter: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1968/publikationen/kru_produktkennzeichnungsstelle.pdf
- Ressourcenkommission am Umweltbundesamt (KRU), Substitutionsquote: Ein realistischer Erfolgsmaßstab für die Kreislaufwirtschaft, 2019, zuletzt abgerufen am 17.09.2020 unter: <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/substitutionsquote-ein-realistischer>
- Reuter, M./Hudson, C./Schaik, v. A./Heiskanen, K./Meskers, C./Hagelüken, C., United Nations Environment Programme (UNEP), Metal Recycling: Opportunities, Limits and Infrastructure. A Report of the Working Group on the Global Metal Flows to the International Resource Panel, 2013.
- Reuter, M. A./Schaik, v. A., Recycling Indices Visualizing the Performance of the Circular Economy, World of Metallurgy – Erzmetall, 2016
- Reuter, M. A./Schaik, v. A./Ballester, M., Limits of the Circular Economy: Fairphone Modular Design Pushing the Limits, World of Metallurgy – Erzmetall, 2018
- Ries, F., Bericht über die Umsetzung der Ökodesign-Richtlinie (2009/125/EG), Ausschuss für Umweltfragen, öffentliche Gesundheit und Lebensmittelsicherheit, 2018
- Rohnke, C., Werbung mit Umweltschutz, GRUR 1988, S. 667
- Salminen, J./Rajavuori, M., Transnational sustainability laws and the regulation of global value chains: comparison and a framework for analysis, Maastricht Journal of European and Comparative Law, 2019 (26), S. 602
- Sankari, S. E., Collective valuation of the common good through consumption: What is (un)lawful in mandatory country-of-origin labelling of non-food products? In: Amaral Junior, d. A./Klein Vieira, L./Almeida, d. L. (Hrsg.), Sustainable Consumption: The Right to a Healthy Environment, Springer, 2019, S. 207–227.
- Schlacke, S./Tonner, K./Gawel, E./Alt, M./Bretschneider, W., Nachhaltiger Konsum bei der Produktnutzung als Herausforderung rechtlicher Steuerung, ZUR 2016, S. 451
- Schlacke, S./Tonner, K./Gawel, E./Alt, M./Bretschneider, W., Stärkung eines nachhaltigen Konsums im Bereich Produktnutzung durch Anpassungen im Zivil- und öffentlichen Recht, UBA-Texte 72/2015, 2015, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/texte_72_2015_staerkung_eines_nachhaltigen_konsums_im_bereich_produktnutzung_0.pdf
- Schmidt-Kessel, M., Lehrbuch Verbraucherrecht, 2018, zuletzt abgerufen am 22.09.2020 unter: <https://epub.uni-bayreuth.de/3811/>
- Schmidt-Bleek, F., Wieviel Umwelt braucht der Mensch? MIPS, das Maß für ökologisches Wirtschaften. Birkhäuser, 1994
- Schrader, U./Liedtke, C./Lamla, J./Arens-Azevêdo, U./Hagen, K./Jaquemoth, M./Kenning, P./Schmidt-Kessel, M./Strünck, C., Verbraucherpolitik für nachhaltigen Konsum – Verbraucherpolitische Perspektiven für eine nachhaltige Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft, 2013
- Sendcloud, Corona-Krise im E-Commerce: Die Auswirkungen auf den Onlinehandel und Onlinehändler, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: [Sendcloud.de/corona-krise-im-e-commerce](https://sendcloud.de/corona-krise-im-e-commerce)
- Shehu, E./Papies, D./Neslin, S. A., Free Shipping Promotions and Product Returns, Journal of Marketing Research, 2020
- Spiegel, Altkleidermarkt vor dem Kollaps – Die Fast-Fashion-Flut (Video), 16.08.2020, zuletzt abgerufen am 17.08.2020 unter: <https://www.spiegel.de/wirtschaft/service/altkleidermarkt-vor-dem-kollaps-zu-viel-muell-zu-viel-fast-fashion-a-1dde7378-8788-49a1-8a4c-cf1f0661cd60>
- Spindler, G./Schuster, F., Recht der elektronischen Medien, 4. Auflage, C.H. Beck, 2019

- Stahel, W. R.: *The Circular Economy: A User's Guide*, Routledge, 2019
- Stahel, W. R.: *The Performance Economy*, Routledge, 2006
- Stamminger, R./Geppert, J., Energielabel – Fluch oder Segen für Verbraucher?, in: Bala, C./Schuldzinski, W. (Hrsg.), *Der verantwortungsvolle Verbraucher – Aspekte des ethischen, nachhaltigen und politischen Konsums*, 2015, S. 109–121, zuletzt abgerufen am 22.09.2020 unter: https://www.verbraucherforschung.nrw/sites/default/files/migration_files/media236591A.pdf
- Sunstein, C. R./Reisch, L. A., *Trusting Nudges: Toward a bill of right for nudging*, Routledge, 2019
- TextilWirtschaft, Nike Fit: Per Smartphone-Scan zum passenden Schuh, 2019, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter: <https://www.textilwirtschaft.de/business/sports/neues-tool-nike-fit-per-smartphone-scan-zum-passenden-schuh-215674>
- Tonner, K./Gawel, E./Schlacke, S./Alt, M./Bretschneider, W., Gewährleistung und Garantie als Instrumente zur Durchsetzung eines nachhaltigen Produktumgangs, *VuR* 2017, S. 3
- Umweltinstitut München e. V., *Anbau von Baumwolle*, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: <http://www.umweltinstitut.org/fragen-und-antworten/bekleidung/anbau-von-baumwolle.html>
- Umweltbundesamt (UBA), *Die Zukunft im Blick, Konsum 4.0: Wie die Digitalisierung den Konsum verändert, Trendbericht zur Abschätzung der Umweltwirkungen*, 2018
- Umweltbundesamt (UBA), *Elektroaltgeräte*, 2020, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/abfall-ressourcen/produktverantwortung-in-der-abfallwirtschaft/elektroaltgeraete#elektronikaltgerate-in-deutschland>
- Umweltbundesamt (UBA), *Nudge-Ansätze beim nachhaltigen Konsum: Ermittlung und Entwicklung von Maßnahmen zum „Anstoßen“ nachhaltiger Konsummuster*, 2017, zuletzt abgerufen am 17.09.2020 unter: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2017-08-22_texte_69-2017_nudgeansaeetze_nach-konsum_0.pdf
- Umweltbundesamt (UBA), *Positionspapier zur Primärbaustoffsteuer*, 2019, zuletzt abgerufen am 09.09.2020 unter: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/190819_uba_pos_primarbaustoffsteuer_bf.pdf
- Umweltbundesamt (UBA), *Umweltbezogene und menschenrechtliche Sorgfaltspflichten als Ansatz zur Stärkung einer nachhaltigen Unternehmensführung, Zwischenbericht Arbeitspaket 1 – Analyse der Genese und des Status quo*, 2019, zuletzt abgerufen am 20.09.2020: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2019-09-03_texte_102-2019_ap_1-unternehmerische-sorgfaltspflichten.pdf
- Umweltbundesamt (UBA), *Verantwortungsvolle Rohstoffgewinnung? Herausforderungen, Perspektiven, Lösungsansätze; Zusammenfassung der Ergebnisse des Forschungsvorhabens „Ansätze zur Reduzierung von Umweltbelastung und negativen sozialen Auswirkungen bei der Gewinnung von Metallrohstoffen“ (UmSoRess)*, 2017, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2017-08-18_texte_66-2017_umsoress_zusamm.pdf
- United Nations, *Guiding Principles on Business and Human Rights: Implementing the United Nations „Protect, Respect and Remedy“ Framework*, 2011, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter: https://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf
- Verbraucher Initiative e. V., *Wirkung von Siegeln auf das Verbraucherverhalten*, 2016, zuletzt abgerufen am 15.09.2020 unter: https://verbraucher.org/media/file/1151.VI_Wirkung_Label_auf_Verbraucherverhalten_Ergebnisbericht__2016.pdf

Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv),
Online-Plattformen und Vergleichsplattformen in die
Verantwortung nehmen, 2020, zuletzt abgerufen am
14.09.2020 unter: [https://www.vzbv.de/dokument/
online-plattformen-und-vergleichsplattformen-die-
verantwortung-nehmen](https://www.vzbv.de/dokument/online-plattformen-und-vergleichsplattformen-die-verantwortung-nehmen)

Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv),
Pressemitteilung vom 06.06.2017, Elektroschrott ver-
hindern – Reparaturen fördern, zuletzt abgerufen am
15.09.2020 unter: [https://www.vzbv.de/pressemitteilung/
elektroschrott-verhindern-reparaturen-foerdern](https://www.vzbv.de/pressemitteilung/elektroschrott-verhindern-reparaturen-foerdern)

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V., Um-
weltfreundlicher Versand: Verbraucher sehen Händler
in der Pflicht, 2018, zuletzt abgerufen am 15.09.2020
unter: Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.,
Umweltfreundlicher Versand: Verbraucher sehen
Händler in der Pflicht, 2018

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.,
Unsportlich: Datenschutz-Mängel bei Wearables und
Fitness-Apps, 2017

World Commission on Environment and Development,
Our Common Future, Brundtland Report, 1987

Zalando, zuletzt abgerufen am 14.09.2020 unter:
<https://www.zalando.de/nachhaltigkeit/>

Zalando, 100 Tage Rückgaberecht, zuletzt abgerufen
am 25.09.2020 unter: [https://www.zalando.de/faq/100-
Tage-Ruckgaberecht.html](https://www.zalando.de/faq/100-Tage-Ruckgaberecht.html)

Zeit Online, Artikel vom 05.01.2020, Grüne wollen
Pfand auf Handys und Tablets einführen, zuletzt
abgerufen am 22.09.2020 unter: [https://www.zeit.de/
politik/deutschland/2020-01/recycling-buendnis-90-
die-gruenen-handys-pfand](https://www.zeit.de/politik/deutschland/2020-01/recycling-buendnis-90-die-gruenen-handys-pfand)

Zentrum Ressourceneffizienz (VDI), Ressourceneffi-
zien: Bewertung des Rohstoffaufwands, VDI-Richt-
linie 4800, Blatt 2, 2018



SACHVERSTÄNDIGENRAT FÜR VERBRAUCHERFRAGEN

Der Sachverständigenrat für Verbraucherfragen ist ein Beratungsgremium des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz. Er wurde im November 2014 eingerichtet.

Der Sachverständigenrat für Verbraucherfragen soll auf der Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse und unter Berücksichtigung der Erfahrungen aus der Praxis das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz bei der Gestaltung der Verbraucherpolitik unterstützen.

Der Sachverständigenrat ist unabhängig und hat seinen Sitz in Berlin.

Vorsitzender des Sachverständigenrats ist Prof. Dr. Peter Kenning.