

Übersicht zu den wichtigsten Gesetzesänderungen im digitalen Bereich und dem Verbraucherschutzrecht für das Jahr 2022

Wichtige Gesetzesänderungen für den Online-Handel	<p><u>Das neue Telekommunikation-Telemedien-Datenschutzgesetz:</u> Seit 01.12.2021 in Kraft:</p> <ul style="list-style-type: none">- § 1 Abs. 3 TTDSG: Anwendungsbereich: Erfasst sind alle Unternehmen und Personen, die im Geltungsbereich des Gesetzes eine Niederlassung haben oder Dienstleistungen erbringen oder daran mitwirken - § 25 TTDSG: Einwilligungserfordernis beim Einsatz von Cookies und vergleichbaren Technologien - § 25 Abs. 2: Ausnahmen vom Einwilligungserfordernis Nr. 1: Load-Balancing-Cookies zur störungsfreien Auslieferung der Website Nr. 2: Unbedingt erforderliche Cookies, um dem Nutzer eine bestimmte Funktion zur Verfügung zu stellen - § 26 TTDSG: Anerkannte Dienste zur Einwilligungsverwaltung und Endnutzereinstellungen (Personal Information Management-Systeme – PIMS) Abs. 1: Beschränkung auf den Einsatz von Cookies und ähnlichen Technologien (§ 25 Abs. 1 TTDSG) Abs. 2: Ausgestaltung durch Rechtsverordnungen durch die Bundesregierung - § 28 TTDSG: Bußgeldvorschriften Abs. 4: Ausnahme von Telemedien von Behörden und sonstigen öffentlichen Stellen <p><u>Modifiziertes Kaufrecht</u> <u>Änderungen ab 01.01.2022:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- §§ 327-327u BGB: Begriff der digitalen Inhalte und digitalen Dienstleistungen (digitaler Produkte), Gewährleistungsrecht für Verträge über digitale Produkte - § 434 Abs.5 BGB: Neuer Sachmangelbegriff - § 439 Abs. 3 BGB: Verschärfte Regeln zur Nacherfüllung: Einbau oder Anbringung muss erfolgt sein „bevor der Mangel offenbart wurde“. Keine grob fahrlässigen Mängel mehr erfasst. - Abs. 5: Käufer hat dem Verkäufer die mangelhafte Sache zur Verfügung zu stellen - Abs. 6 S.2: Der Verkäufers hat die mangelhaften Sache zurückzunehmen - § 445b Abs. 2 S.2 BGB: Für den B2B-Bereich entfällt die absolute Verjährung der Regressansprüche - § 475 Abs. 3 S. 2: Keine Geltung des § 442 (Mangelkenntnis des Käufers) bei Verbrauchsgüterkäufen - § 475a Abs. 1 BGB: Verbrauchsgüterkaufvertrag über digitale Produkte - § 475b: Sachmangelbegriff einer Ware mit digitalen Elementen
--	--

- **§ 475c BGB:** Neue Regelungen für den Kauf von Sachen mit dauerhafter Bereitstellung von digitalen Elementen
- **§ 477 Abs. 1 BGB:** Verlängerung der Beweislast von sechs Monaten auf ein Jahr
- **§ 477 Abs. 2:** Verlängerung der Beweislast für Waren mit digitalen Elementen auf zwei Jahre
- **§ 479 BGB:** Neue verpflichtende Modalitäten für Garantieerklärungen
Abs. 3: Modalitäten für Haltbarkeitsgarantien

Ab dem 28.05.2022:

- **§ 357 BGB:** Änderungen zum Widerrufsrecht bei Dienstleistungen und digitalen Inhalten
- **§ 357a BGB:** Rechtsfolgen des Widerrufs von Verträgen über Finanzdienstleistungen

Änderung ab 01.07.2022

- **§ 312 Abs. 1a i.V.m. § 327 Abs. 3 BGB:** Anwendung von Verbraucherschutzvorschriften auch bei personenbezogenen Daten als Gegenleistung („Bezahlen mit Daten“)
- **§ 327q Abs. 2 BGB:** Kündigungsmöglichkeit für Unternehmen, im Fall der Unmöglichkeit der Vertragserbringung, bei Widerruf der datenschutzrechtlichen Erklärung durch Verbraucher

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Ab 01.10.2021:

- **§ 308 Nr. 9:** Verbot von Abtretungsausschlüssen in AGB, mit Ausnahme von Zahlungsdienstleistungsverträgen

Ab 01.03.2022:

- **§ 309 Nr. 9:** Zu automatischen Verlängerungen von Dauerschuldverhältnissen und Kündigungsfristen
Nr.9 a): Vertragslaufzeit nicht länger als zwei Jahre
Nr.9 b): Keine stillschweigende Verlängerung von Vertragsverhältnissen. Erlaubt ist eine Verlängerung auf unbestimmte Zeit, mit Kündigungsfrist von höchstens einem Monat.
Nr.9 c): Keine Kündigungsfrist länger als einen Monat vor Ablauf der zunächst vorgesehenen Vertragsdauer

Ab dem 01.07.2022:

- **§ 312k Abs. 1-5 BGB:** Pflicht zum Kündigungsbutton für Verbraucherverträge in Form von Dauerschuldverhältnissen im elektronischen Geschäftsverkehr und Gestaltungsvorgaben
Abs. 6: Bei einem Verstoß gegen Verbraucherschutzvorschriften seitens des Unternehmers, haben Verbraucher ein Kündigungsrecht ohne Kündigungsfrist

Neue Preisangabenverordnung (PAngV) ab dem 28.05.2022

- **§ 4 PAngV:** Pflicht zur Angabe des Grundpreises
- **§ 5 Abs. 1 PAngV:** Bessere Preistransparenz für Verbraucher: 1 Kilogramm bzw. 1 Liter als Mengeneinheit für die Angaben von Grundpreisen

- **§ 6a PAngV:** Ergänzende Vorgaben zur Darstellung einer Preisermäßigung
Abs. 3: Abweichende Regelungen für schnell verderbliche Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit
- **§ 7 PAngV:** Klare Regelungen zur Ausweisung von Pfandbeträgen: Höhe des Pfandbetrages ist neben dem Gesamtpreis anzugeben
- **§ 9 Abs. 1 Nr. 3 PAngV:** Abweichende Regelungen für schnell verderbliche Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit
- **§ 11 PAngV:** Zusätzliche Preisangabenpflicht bei Preisermäßigungen für Waren: Verhinderung kurzfristiger Preiserhöhungen
Abs. 2: Zulässigkeit einer „schrittweise Absenkung“ des Preises
Abs. 4 Nr.2: Sonderregelungen für schnell verderbliche Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit
- **§ 14 Abs. 2 PAngV:** Ergänzende Regelungen bezüglich Elektrofahrzeugen: Angabe des Preises von öffentlich zugänglichen Ladepunkten in Kilowattstunde
- **§ 20 Abs. 2 Nr.1 PAngV:** Begehung einer Ordnungswidrigkeit bei einem Verstoß gegen § 11 PAngV

Änderung des Verpackungsgesetzes (VerpackG)

Geltung ab 01.07.2022:

- **§ 3 Abs. 14b VerpackG:** Definition des „elektronischen Marktplatzes“
- **§ 3 Abs. 14c VerpackG:** Definition des „Fulfillment-Dienstleisters“
- **§ 7 Abs. 2 S. 3 VerpackG:** Registrierungspflicht für Letztvertreiber von Serviceverpackungen im Verpackungsregister LUCID bei der Stiftung Zentrale Stelle
- **§ 7 Abs. 7 VerpackG:** Pflicht für Betreiber elektronischer Marktplätze und Fulfillment-Dienstleister, die Hersteller hinsichtlich ihrer Pflichten aus dem Verpackungsgesetz zu überprüfen
- **§ 9 Abs. 1 VerpackG:** Registrierungspflicht für sämtliche Hersteller von Verpackungen im Verpackungsregister LUCID bei der Stiftung Zentrale Stelle
- **§ 12 VerpackG:** Ausnahme der Registrierungspflicht für Verpackungen, die nicht in Deutschland an den Endverbraucher abgegeben werden
- **§ 15 Abs. 1 S.5 VerpackG:** Neue Informationspflichten der Letztvertreiber von Verpackungen gegenüber Verbraucher über Rückgabemöglichkeiten und deren Sinn und Zweck

Anpassung des Elektrogesetz (ElektroG):

Änderung ab 01.01.2022:

- **§ 14 Abs. 2 S.3 ElektroG:** Erweiterte Rücknahmepflichten für Betreiber und Online-Händler

Gesetz gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG)

Änderungen ab 28.05.2022:

- **§ 1 Abs. 2 UWG:** Verhältnis des UWG zu anderen Vorschriften: Vorrang von Spezialvorschriften

	<ul style="list-style-type: none"> - § 2 Abs. 1 Nr. 2 UWG: Anpassung des Begriffs der „geschäftlichen Handlung“: digitale Dienstleistungen sind ebenfalls erfasst - § 2 Abs. 1 Nr.6 UWG: Definition „Online-Marktplatz“ (nahezu gleichlautend mit dem modifizierten § 312k Abs. 3 BGB und mit inhaltlichem Zusammenhang mit dem neuen § 246a § 1 EGBGB) - § 3 Abs. 1 Nr.7 UWG: Definition „Ranking“ - § 5 Abs. 3 Nr. 2 UWG: Irreführungstatbestand des „dual-quality-Vertriebs“: Irreführung bei der Vermarktung auf unterschiedlichen Märkten „als identisch“, obgleich sie sich in ihrer Zusammensetzung oder in ihren Merkmalen unterscheiden. - § 5a Abs. 4 UWG: Schleichwerbeverbot: Kennzeichnungspflichten des kommerziellen Zwecks einer Handlung (Influencer-Marketing): Gesetzliche Vermutung der Gegenleistung, es sei denn, der Handelnde macht glaubhaft, dass er eine solche nicht erhalten hat (S.3). - § 5b Abs. 1 Nr.6 UWG: Unternehmereigenschaft des Händlers als wesentliche Information i.S.d. § 5a Abs. 1 UWG - § 5b Abs. 2 S.1 UWG: Offenlegungspflicht der Unternehmen für Hauptparameter zur Feststellung des Rankings und der relativen Gewichtung der Hauptparameter im Vergleich zu anderen Parametern, in Form einer allgemeinen Beschreibung Abs. 2 S.2: Keine Geltung für Online-Suchmaschinen Abs. 3: Informationspflicht für Unternehmen hinsichtlich Produktbewertungen: Offenlegung ob und wie die Bewertungen verifiziert werden und von Verbrauchern stammen, die die Waren oder Dienstleistungen tatsächlich genutzt oder erworben haben - § 9 Abs. 2 UWG: Individualschadensersatzanspruch für Verbraucher bei Lauterkeitsverstößen Abs. 2: Vorsätzliche und Fahrlässige Handlungen nach § 3 UWG erfasst: Ausnahme für unlautere Geschäftliche Handlungen nach §§ 3a, 4 und 6 - § 19 UWG: Neue Bußgeldvorschriften - Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG: Umfassende systematische Umgestaltung und Vervollständigung Nr. 11a: Verbot der Beeinflussung von Rankings Nr. 23a: Wiederkauf von Eintrittskarten als unlautere Handlung Nr. 23b: Irreführung über die Echtheit von Verbraucherbewertungen Nr. 23c: Gefälschte Verbraucherbewertungen Nr. 26: Entspricht dem bisherigen § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG
<p>Wichtige Gesetzesänderungen im Bereich des Online-Marketings</p>	<p><u>Neue Preisangabenverordnung (PAngV)</u> <u>Ab dem 28.05.2022:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - § 4 PAngV: Pflicht zur Angabe des Grundpreises - § 5 Abs. 1 PAngV: Bessere Preistransparenz für Verbraucher: 1 Kilogramm bzw. 1 Liter als Mengeneinheit für die Angaben von Grundpreisen - § 6a PAngV: Ergänzende Vorgaben zur Darstellung einer Preisermäßigung Abs. 3: Abweichende Regelungen für schnell verderbliche Waren oder

Waren mit kurzer Haltbarkeit

- **§ 7 PAngV:** Klare Regelungen zur Ausweisung von Pfandbeträgen: Höhe des Pfandbetrages ist neben dem Gesamtpreis anzugeben
- **§ 9 Abs. 1 Nr. 3 PAngV:** Abweichende Regelungen für schnell verderbliche Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit
- **§ 11 PAngV:** Zusätzliche Preisangabenpflicht bei Preisermäßigungen für Waren: Verhinderung kurzfristiger Preiserhöhungen
Abs. 2: Zulässigkeit einer „schrittweise Absenkung“ des Preises
Abs. 4 Nr.2: Sonderregelungen für schnell verderbliche Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit
- **§ 14 Abs. 2 PAngV:** Ergänzende Regelungen bezüglich Elektrofahrzeugen: Angabe des Preises von öffentlich zugänglichen Ladepunkten in Kilowattstunde
- **§ 20 Abs. 2 Nr.1 PAngV:** Begehung einer Ordnungswidrigkeit bei einem Verstoß gegen § 11 PAngV

Gesetz gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG)

Änderungen ab 28.05.2022:

- **§ 1 Abs. 2 UWG:** Verhältnis des UWG zu anderen Vorschriften: Vorrang von Spezialvorschriften
 - **§ 2 Abs. 1 Nr. 2 UWG:** Anpassung des Begriffs der „geschäftlichen Handlung“: digitale Dienstleistungen sind ebenfalls erfasst
 - **§ 2 Abs. 1 Nr.6 UWG:** Definition „Online-Marktplatz“ (nahezu gleichlautend mit dem modifizierten § 312k Abs. 3 BGB und mit inhaltlichem Zusammenhang mit dem neuen § 246a § 1 EGBGB)
 - **§ 3 Abs. 1 Nr.7 UWG:** Definition „Ranking“
 - **§ 5 Abs. 3 Nr. 2 UWG:** Irreführungstatbestand des „dual-quality-Vertriebs“: Irreführung bei der Vermarktung auf unterschiedlichen Märkten „als identisch“, obgleich sie sich in ihrer Zusammensetzung oder in ihren Merkmalen unterscheiden
 - **§ 5a Abs. 4 UWG:** Schleichwerbeverbot: Kennzeichnungspflichten des kommerziellen Zwecks einer Handlung (Influencer-Marketing): Gesetzliche Vermutung der Gegenleistung, es sei denn, der Handelnde macht glaubhaft, dass er eine solche nicht erhalten hat (S.3)
 - **§ 5b Abs. 1 Nr.6 UWG:** Unternehmereigenschaft des Händlers als wesentliche Information i.S.d. § 5a Abs. 1 UWG
 - **§ 5b Abs. 2 S.1 UWG:** Offenlegungspflicht der Unternehmen für Hauptparameter zur Feststellung des Rankings und der relativen Gewichtung der Hauptparameter im Vergleich zu anderen Parametern, in Form einer allgemeinen Beschreibung
- Abs. 2 S.2:** Keine Geltung für Online-Suchmaschinen
- Abs. 3:** Informationspflicht für Unternehmen hinsichtlich Produktbewertungen: Offenlegung ob und wie die Bewertungen verifiziert werden und von Verbrauchern stammen, die die Waren oder Dienstleistungen tatsächlich genutzt oder erworben haben

	<ul style="list-style-type: none"> - § 9 Abs. 2 UWG: Individualschadensersatzanspruch für Verbraucher bei Lauterkeitsverstößen Abs. 2: Vorsätzliche und Fahrlässige Handlungen nach § 3 UWG erfasst: Ausnahme für unlautere Geschäftliche Handlungen nach §§ 3a, 4 und 6 - § 19 UWG: Neue Bußgeldvorschriften - Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG: Umfassende systematische Umgestaltung und Vervollständigung Nr. 11a: Verbot der Beeinflussung von Rankings Nr. 23a: Wiederkauf von Eintrittskarten als unlautere Handlung Nr. 23b: Irreführung über die Echtheit von Verbraucherbewertungen Nr. 23c: Gefälschte Verbraucherbewertungen Nr. 26: Entspricht dem bisherigen § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG
<p>Wichtige Gesetzesänderungen speziell für das Influencer-Marketing</p>	<p><u>Gesetz gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG)</u> Ab dem 28.05.2022:</p> <ul style="list-style-type: none"> - § 2 Abs. 1 Nr. 2 UWG: Anpassung des Begriffs der „geschäftlichen Handlung“: digitale Dienstleistungen sind ebenfalls erfasst. - § 5a Abs. 4 UWG: Schleichwerbverbot: Kennzeichnungspflichten des kommerziellen Zwecks einer Handlung Abs. 4 S.3: Gesetzliche Vermutung der Gegenleistung, es sei denn, der Handelnde macht glaubhaft, dass er eine solche nicht erhalten hat.
<p>Wichtige Gesetzesänderungen im Vertragsrecht</p>	<p><u>Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)</u> Ab 01.10.2021:</p> <ul style="list-style-type: none"> - § 308 Nr. 9: Verbot von Abtretungsausschlüssen in AGB, mit Ausnahme von Zahlungsdienstleistungsverträgen. <p>Ab 01.03.2022:</p> <ul style="list-style-type: none"> - § 309 Nr. 9: Zu automatischen Verlängerungen von Dauerschuldverhältnissen und Kündigungsfristen Nr.9 a): Vertragslaufzeit nicht länger als zwei Jahre Nr.9 b): Keine stillschweigende Verlängerung von Vertragsverhältnissen. Erlaubt ist eine Verlängerung auf unbestimmte Zeit, mit Kündigungsfrist von höchstens einem Monat. Nr.9 c): Keine Kündigungsfrist länger als einen Monat vor Ablauf der zunächst vorgesehenen Vertragsdauer <p>Ab dem 01.07.2022:</p> <ul style="list-style-type: none"> - § 312k Abs. 1-5 BGB: Pflicht zum Kündigungsbutton für Verbraucherverträge in Form von Dauerschuldverhältnissen im elektronischen Geschäftsverkehr und Gestaltungsvorgaben Abs. 6: Bei einem Verstoß gegen Verbraucherschutzvorschriften seitens des Unternehmers haben Verbraucher ein Kündigungsrecht ohne Kündigungsfrist <p><u>Modifiziertes Kaufrecht</u> Änderungen ab 01.01.2022</p> <ul style="list-style-type: none"> - §§ 327-327u BGB: Begriff der digitalen Inhalte und digitalen Dienstleistungen (digitaler Produkte), Gewährleistungsrecht für Verträge über digitale Produkte - § 434 Abs.5 BGB: Neuer Sachmangelbegriff

	<ul style="list-style-type: none"> - § 439 Abs. 3 BGB: Verschärfte Regeln zur Nacherfüllung: Einbau oder Anbringung muss erfolgt sein „bevor der Mangel offenbart wurde“. Keine grob fahrlässigen Mängel mehr erfasst. - Abs. 5: Käufer hat dem Verkäufer die mangelhafte Sache zur Verfügung zu stellen - Abs. 6 S.2: Der Verkäufers hat die mangelhaften Sache zurückzunehmen - § 445b Abs. 2 S.2 BGB: Für den B2B-Bereich entfällt die absolute Verjährung der Regressansprüche - § 475 Abs. 3 S. 2: Keine Geltung des § 442 (Mangelkenntnis des Käufers) bei Verbrauchsgüterkäufen - § 475a Abs. 1 BGB: Verbrauchsgüterkaufvertrag über digitale Produkte - § 475b: Sachmangelbegriff einer Ware mit digitalen Elementen - § 475c BGB: Neue Regelungen für den Kauf von Sachen mit dauerhafter Bereitstellung von digitalen Elementen - § 477 Abs. 1 BGB: Verlängerung der Beweislast von sechs Monaten auf ein Jahr - § 477 Abs. 2: Verlängerung der Beweislast für Waren mit digitalen Elementen auf zwei Jahre - § 479 BGB: Neue verpflichtende Modalitäten für Garantieerklärungen Abs. 3: Modalitäten für Haltbarkeitsgarantien <p><u>Ab dem 28.05.2022:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - § 357 BGB: Änderungen zum Widerrufsrecht bei Dienstleistungen und digitalen Inhalten - § 357a BGB: Rechtsfolgen des Widerrufs von Verträgen über Finanzdienstleistungen <p><u>Änderung ab 01.07.2022</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - § 312 Abs. 1a i.V.m. § 327 Abs. 3 BGB: Anwendung von Verbraucherschutzvorschriften auch bei personenbezogenen Daten als Gegenleistung („Bezahlen mit Daten“) - § 327q Abs. 2 BGB: Kündigungsmöglichkeit für Unternehmen, im Fall der Unmöglichkeit der Vertragserbringung, bei Widerruf der datenschutzrechtlichen Erklärung durch Verbraucher
<p>Wichtige Änderungen im AGB-Recht</p>	<p><u>Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)</u></p> <p><u>Ab 01.10.2021:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - § 308 Nr. 9: Verbot von Abtretungsausschlüssen in AGB, mit Ausnahme von Zahlungsdienstleistungsverträgen <p><u>Ab 01.03.2022:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - § 309 Nr. 9: Zu automatischen Verlängerungen von Dauerschuldverhältnissen und Kündigungsfristen Nr.9 a): Vertragslaufzeit nicht länger als zwei Jahre Nr.9 b): Keine stillschweigende Verlängerung von Vertragsverhältnissen. Erlaubt ist eine Verlängerung auf unbestimmte Zeit, mit Kündigungsfrist von höchstens einem Monat.

	<p>Nr.9 c): Keine Kündigungsfrist länger als einen Monat vor Ablauf der zu nächst vorgesehenen Vertragsdauer</p> <p><u>Ab dem 01.07.2022:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - § 312k Abs. 1-5 BGB: Pflicht zum Kündigungsbutton für Verbraucher- verträge in Form von Dauerschuldverhältnissen im elektronischen Ge- schäftsverkehr und Gestaltungsvorgaben Abs. 6: Bei einem Verstoß gegen Verbraucherschutzvorschriften seitens des Unternehmers, haben Verbraucher ein Kündigungsrecht ohne Kündi- gungsfrist
<p>Ergänzung: Wich- tige Gesetzesände- rungen speziell für das Fernabsatz- recht</p>	<p><u>Einwilligung in Telefonwerbung</u> <u>Schon seit 01.10.2021 in Kraft:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - § 7a UWG: Einwilligung in Telefonwerbung durch Verbraucher und Do- kumentationspflicht der Einwilligung - § 20 Abs. 1 Nr.2 i.V.m. Abs. 2 UWG: Bei Verstößen gegen § 7a UWG droht ein Bußgeld von bis zu 50.000 € <p><u>Änderungen der Gewerbeordnung:</u> Ab 28.05.2022:</p> <ul style="list-style-type: none"> - § 56a GewO: Abs. 1: Definition von Wanderlagern Abs. 6: Verbot des Verkaufs von Medizinprodukten und Nahrungsergän- zungsmitteln bei Kaffeefahrten - § 145 GewO: Neuer Bußgeldkatalog