

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

Kennzeichnungspflichten: zur Identifizierung des Bereitstellers und des Produkts bei Verbraucherprodukten nach § 6 Produktsicherheitsgesetz

Seit dem 01.12.2011 gilt das neue Produktsicherheitsgesetz (ProdSG), welches das bis dahin geltende Geräte- und Produktsicherheitsgesetz (GPSG) abgelöst hat. Das ProdSG hat zum Ziel, durch die Schaffung einheitlicher Sicherheitsstandards für Verbraucherprodukte und technische Arbeitsmittel eine Gefährdung von Leib und Leben der Anwender so weit wie möglich zu reduzieren. Nach dem ProdSG dürfen Produkte damit nur auf dem Markt bereitgestellt werden, wenn sie gewisse Sicherheitsstandards erfüllen und nicht die Gesundheit der Verwender gefährden. Das neue ProdSG bringt auch hinsichtlich der Kennzeichnung von Verbraucherprodukten umfangreiche Änderungen mit sich.

Einleitung

Nicht zuletzt aufgrund zwingender europäischer Vorgaben bestand für den deutschen Gesetzgeber ein erheblicher Anpassungsbedarf bezüglich der Vorschriften des GPSG. Dieser war so groß, dass er sich – anstatt nur das GPSG zu ändern – dazu entschieden hat, ein komplett neues Gesetz – eben das ProdSG – zu verabschieden.

Eine dieser Änderungen stellt die erweiterte Kennzeichnungspflicht von Verbraucherprodukten nach § 6 Abs. 1 S.1 Nr. 2 und Nr. 3 ProdSG dar. Die Einhaltung dieser Vorschriften stellt nach unseren Erfahrungen Hersteller und Einführer von Verbraucherprodukten nicht selten vor Herausforderungen. In letzter Zeit zeigt sich anhand unserer Beratungspraxis zudem, dass deutsche Behörden im Rahmen der Marktaufsicht die Einhaltung der Vorgaben des § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 und Nr. 3 ProdSG vermehrt überwachen.

Grund genug, nachfolgend die Anforderungen an die Kennzeichnung von Verbraucherprodukten im Sinne des § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 und Nr. 3 ProdSG näher zu beleuchten, insbesondere unter Berücksichtigung der hierzu in der Praxis am häufigsten an uns herangetragenen Fragestellungen.

A. Sachlicher Anwendungsbereich der Vorschrift des § 6 Abs. 1 S. 1 Nr.2 und Nr. 3 ProdSG

Erfasst von der Vorschrift des § 6 Abs. 1 ProdSG werden nur sogenannte Verbraucherprodukte. Die in § 6 Abs. 1 ProdSG vorgesehenen Kennzeichnungspflichten sind daher ausschließlich bei der Bereitstellung solcher Verbraucherprodukte am Markt zu beachten.

Die Legaldefinition des Verbraucherprodukts im Sinne des ProdSG findet sich dabei in der Vorschrift des § 2 Nr. 26 ProdSG. Danach sind „Verbraucherprodukte neue, gebrauchte oder wiederaufgearbeitete Produkte, die für Verbraucher bestimmt sind oder unter Bedingungen, die nach vernünftigem Ermessen vorhersehbar sind, von Verbrauchern benutzt werden könnten, selbst wenn sie nicht für diese bestimmt sind; als Verbraucherprodukte gelten auch Produkte, die dem Verbraucher im Rahmen einer Dienstleistung zur Verfügung gestellt werden,“

Nur Teilmenge der Produkte nach dem ProdSG erfasst

Verbraucherprodukte stellen damit nur eine Teilmenge der vom ProdSG erfassten Produkte (vgl. § 2 Nr. 22 ProdSG) dar. Erfasst sind damit nur neue, gebrauchte oder wiederaufgearbeitete Waren, Stoffe oder Zubereitungen, die durch einen Fertigungsprozess hergestellt worden sind, die für Verbraucher bestimmt sind oder unter Bedingungen, die nach vernünftigem Ermessen vorhersehbar sind, von Verbrauchern benutzt werden könnten, selbst wenn sie nicht für diese bestimmt sind, wobei keine Verwendungsfertigkeit erforderlich ist.

Definition des Verbraucherprodukts jedoch sehr weitreichend

Die sehr weitreichende Legaldefinition von Verbraucherprodukten macht deutlich, dass fast alle Produkte im Sinne des ProdSG auch als Verbraucherprodukt einzustufen sind. Sobald ein neues, gebrauchtes oder wiederaufgearbeitetes Produkt dazu bestimmt ist, von einem Verbraucher verwendet zu werden oder – wenn eine solche Bestimmung nicht gegeben ist – zumindest vernünftigerweise damit gerechnet werden muss, dass das Produkt von einem Verbraucher benutzt werden könnte, handelt es sich um ein Verbraucherprodukt im Sinne des § 6 Abs. 1 ProdSG.

Zunächst ist es nicht erforderlich, dass das Produkt ausschließlich für die Verwendung durch Verbraucher bestimmt ist. Vielmehr reicht eine Bestimmung aus, die auch eine Verwendung durch Verbraucher vorsieht.

Verbraucherprodukt kraft Zweckbestimmung

Bestimmt für die Verwendung durch einen Verbraucher kann ein Produkt in zweierlei Hinsicht sein. Zunächst kann die Bestimmung in subjektiver Hinsicht erfolgen, quasi durch entsprechende Widmung durch den Inverkehrbringer, also denjenigen, der das Produkt erstmals auf dem Markt bereitstellt (z.B. die Bezeichnung des Produkts als Haushaltsgerät oder als Industriemaschine durch den Hersteller, seinen Bevollmächtigten oder den Importeur). Der Inverkehrbringer definiert damit den Adressatenkreis des Produkts. Diese Begrenzung des Nutzerkreises kann auf verschiedenen Wegen erfolgen, etwa durch die Bezeichnung und Beschreibung des Produkts, durch Angaben in der Gebrauchs- oder Montageanleitung oder durch die Gestaltung des Vertriebswegs.

Die Bestimmung kann sich jedoch auch aus objektiven Kriterien ergeben, insbesondere aus der Bauart des Produkts. So definiert „ 2 Nr. 5 b) ProdSG als bestimmungsgemäße Verwendung auch „die übliche Verwendung, die sich aus der Bauart und Ausführung des Produkts ergibt“. Wenn die Gestaltung des jeweiligen Produkts dies objektiv nahelegt, wird damit auch ein Verbraucher bestimmungsgemäßer Nutzer dieses Produkts. Insbesondere überlagert diese objektive Komponente der Produktbestimmung die subjektive. Es wäre widersprüchlich, wenn ein Hersteller sein Produkt einerseits so konzipiert, dass dieses (auch) für die Verwendung durch Verbraucher geeignet ist, andererseits durch entsprechende Hinweise zu verstehen gibt, dass es nicht für die Verwendung zu privaten Zwecken geeignet ist.

Verbraucherprodukt bereits kraft vernünftigerweise vorhersehbarer Verwendung durch Verbraucher

Jedoch kommt es für die Einordnung eines Produkts als Verbraucherprodukt gar nicht entscheidend auf die dem Produkt nach den oben dargestellten Grundsätzen gegebene Bestimmung an. Auch wenn danach ein Produkt gar nicht für eine Verwendung durch den Verbraucher bestimmt ist, wird es zum Verbraucherprodukt, wenn es vernünftigerweise vorhersehbar auch durch einen Verbraucher nutzbar ist.

Zu den Verbraucherprodukten sind damit auch die sogenannten Migrationsprodukte zu rechnen, also solche Produkte, die ursprünglich für eine gewerbliche Nutzung entwickelt worden sind, bei denen aber vernünftigerweise anzunehmen ist, dass diese aufgrund ihrer Verwendbarkeit im Bereich der privaten Lebensführung auch dort zum Einsatz kommen können (z.B. Beamer oder Minibagger). Hierbei wird insbesondere durch den stetigen technischen Fortschritt, insbesondere hinsichtlich des dadurch bedingten Preisverfalls, der Kompaktheit und der leichteren Bedienbarkeit technischer Geräte eine gewisse Weitsicht des Inverkehrbringers erwartet, da Verbraucher nach und nach Gerätearten in ihren Haushalten nutzen, der Nutzung (etwa aufgrund der Anschaffungskosten oder der Größe) wenige Jahre zuvor ausschließlich Unternehmern vorbehalten war. Ob ein Produkt vernünftigerweise und vorhersehbar in Verbraucherrhände gelangen kann, ist regelmäßig eine (im Vorhinein) schwer zu beantwortende Wertungsfrage. Eine Grenze wird jedenfalls dort zu ziehen sein, wo die Berührung eines Verbrauchers mit einem Produkt nicht mehr vernünftig erscheint oder sogar schon nicht mehr vorhersehbar ist. Die atypische oder gar missbräuchliche Verwendung eines Produkts durch einen

Verbraucher führt jedenfalls nicht dazu, dass dieses als Verbraucherprodukt zu klassifizieren ist.

Umgekehrt wird verliert ein Verbraucherprodukt (z.B. Kaffeemaschine für den privaten Gebrauch) nicht deswegen seine Eigenschaft als Verbraucherprodukt, weil es im konkreten Fall an einen Unternehmer abgegeben wird (z.B. Einsatz der Kaffeemaschine im Büro). Es kommt damit wie oben erwähnt auf die Bestimmung durch den Hersteller bzw. auf die vorhersehbare Nutzung durch einen Verbraucher an, und nicht auf das konkrete Rechtsgeschäft, in dessen Rahmen das Produkt auf dem Markt bereitgestellt wird.

Auch Produkte erfasst, die einem Verbraucher im Rahmen einer Dienstleistung zur Verfügung gestellt werden

Werden Produkte dem Verbraucher im Rahmen einer Dienstleistung zur Verfügung gestellt, gelten diese ebenso als Verbraucherprodukte. Dies ist dann der Fall, wenn der Verbraucher Produkte zur aktiven Nutzung zur Verfügung gestellt bekommt, etwa Fitnessgeräte in einem Fitnessstudio oder Fahrgeräte in einem Vergnügungspark.

Verwendungsfertigkeit nicht entscheidend

Schließlich kommt es auch nicht darauf an, ob das Produkt bereits verwendungsfertig ist. Damit können auch noch nicht verwendungsfertige Produkte (z.B. Teile eines Bausatzes) Verbraucherprodukte sein.

Verbraucherprodukt nach § 2 Nr. 26 ProdSG ist damit richtigerweise jedes Produkt, das bestimmungsgemäß oder vernünftigerweise vorhersehbar zumindest auch zu privaten Zwecken – und eben nicht nur geschäftsmäßig, d.h. gewerblich oder beruflich selbständig – benutzt werden kann, vgl. Wilrich, Das neue Produktsicherheitsgesetz (ProdSG), Rn. 77.

Diese Aussonderung der Teilmenge der Verbraucherprodukte aus den Produkten dient dazu, die Bereitstellung von Verbraucherprodukten gesetzestechisch mit besonderen Anforderungen belegen zu können, die der Gesetzgeber für Verbraucherprodukte als erforderlich ansieht. Durch die „dynamische“ Definition des Verbraucherprodukts in Folge eines Abstellens auch auf die denkbare Verwendung des Produkts (auch) durch Verbraucher zudem verhindert werden, dass ursprünglich rein für gewerbliche Zwecke konzipierte Produkte ohne die erforderlichen Anpassungen auf den Verbrauchermarkt gelangen.

B. Persönlicher Anwendungsbereich der Vorschrift des § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 und Nr. 3 ProdSG

Die in der Vorschrift des § 6 Abs. 1 ProdSG enthaltenen Kennzeichnungspflichten hinsichtlich Verbraucherprodukten sind sowohl an den Hersteller des Produkts, als auch an dessen Bevollmächtigten sowie den Einführer des Produkts adressiert.

Hersteller muss kennzeichnen

Hersteller ist nach der Legaldefinition des § 2 Nr. 14 ProdSG

„jede natürliche oder juristische Person, die ein Produkt herstellt oder entwickeln oder herstellen lässt und dieses Produkt unter ihrem eigenen Namen oder ihrer eigenen Marke vermarktet; als Hersteller gilt auch jeder, der

- a) geschäftsmäßig seinen Namen, seine Marke oder ein anderes unterscheidungskräftiges Kennzeichen an einem Produkt anbringt und sich dadurch als Hersteller ausgibt oder
- b) ein Produkt wiederaufarbeitet oder die Sicherheitseigenschaften eines Verbraucherprodukts beeinflusst und dieses anschließend auf dem Markt bereitstellt,“

Auch Bevollmächtigter muss Kennzeichnungspflichten beachten

Ein möglicher Bevollmächtigter des Herstellers wird nach der Vorschrift des § 2 Nr. 6 ProdSG definiert als „jede im Europäischen Wirtschaftsraum ansässige natürliche oder juristische Person, die der Hersteller schriftlich beauftragt hat, in seinem Namen bestimmte Aufgaben wahrzunehmen, um seine Verpflichtungen nach der einschlägigen Gesetzgebung der Europäischen Union zu erfüllen,“.

Schließlich treffen auch den Einführer Kennzeichnungspflichten

Einführer ist nach der Definition des § 2 Nr.8 ProdSG „jede im Europäischen Wirtschaftsraum ansässige natürliche oder juristische Person, die ein Produkt aus einem Staat, der nicht dem Europäischen Wirtschaftsraum angehört, in den Verkehr bringt,“

Die Kennzeichnungspflichten treffen die drei vorgenannten Gruppen von Wirtschaftsakteuren nebeneinander und unabhängig voneinander.

Die Kennzeichnung nach § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 und Nr. 3 ProdSG ist keine Händlerpflicht

Kein Adressat der Kennzeichnungspflichten nach § 6 Abs. 1 ProdSG ist damit der Händler, also nach § 2 Nr. 12 ProdSG „jede natürliche oder juristische Person in der Lieferkette, die ein Produkt auf dem Markt bereitstellt, mit Ausnahme des Herstellers und des Einführers,“

C. Handlungsbezogener Anwendungsbereich der Vorschrift des § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 und Nr. 3 ProdSG

Die vorgenannten Wirtschaftsakteure trifft die Pflicht zur Kennzeichnung des Verbraucherprodukts in dem Moment, in welchem diese das Verbraucherprodukt auf dem Markt bereitstellen. Es muss also dafür gesorgt werden, dass eine den gesetzlichen Anforderungen genügende Kennzeichnung vor Bereitstellung des Verbraucherprodukts auf dem Markt erfolgt ist.

Nach der Definition des § 2 Nr. 4 ProdSG ist die Bereitstellung auf dem Markt „jede entgeltliche oder unentgeltliche Abgabe eines Produkts zum Vertrieb, Verbrauch oder zur Verwendung auf dem Markt der Europäischen Union im Rahmen einer Geschäftstätigkeit,“.

Nur geschäftsmäßiges Handeln erfasst

Erfasst wird damit als Bereitstellung nur die Abgabe von Verbraucherprodukten im Rahmen einer Geschäftstätigkeit. Rein privates Handeln unterfällt nicht dem Anwendungsbereich des ProdSG.

Vertrieb, Verbrauch oder Verwendung als Zielrichtung

Die Abgabe des Verbraucherprodukts muss mit dem Ziel des Vertriebs (aus Sicht des Abnehmers), des Verbrauchs oder der Verwendung (jeweils durch den zukünftigen Besitzer des Verbraucherprodukts) erfolgen. Maßgeblich ist dabei, dass einer der vorgenannten Wirtschaftsakteure das Verbraucherprodukt „aus der Hand gibt“, es damit aus seinem Einwirkungsbereich entlässt, es also abgibt und ein anderer es empfängt. Es kommt damit auf den Übergang der tatsächlichen Sachherrschaft an, aus welchem die Verantwortlichkeit des Abnehmers für den ordnungsgemäßen Zustand des Produkts resultiert.

D. Kennzeichnungspflichten nach der Vorschrift des § 6 Abs. 1 ProdSG

Die Kennzeichnungspflichten nach § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 und Nr. 3 ProdSG verfolgen zwei Zielrichtungen.

Identifikation des Bereitstellers

Durch Einhaltung der Kennzeichnungspflichten nach § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 ProdSG soll es möglich sein, den Bereitsteller des Verbraucherprodukts identifizieren zu können. Die Vorschrift lautet:

“

"Der Hersteller, sein Bevollmächtigter und der Einführer haben jeweils im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit bei der Bereitstellung eines Verbraucherprodukts auf dem Markt (...) den Namen und die Kontaktanschrift des Herstellers oder, sofern dieser nicht im Europäischen Wirtschaftsraum ansässig ist, den Namen und die Kontaktanschrift des Bevollmächtigten oder des Einführers anzubringen,"

”

Identifikation des Verbraucherprodukts

Mit den Kennzeichnungspflichten nach § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 ProdSG soll eine eindeutige Rückverfolgbarkeit des Verbraucherprodukts gewährleistet werden. Die Vorschrift lautet:

„Der Hersteller, sein Bevollmächtigter und der Einführer haben jeweils im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit bei der Bereitstellung eines Verbraucherprodukts auf dem Markt (...) eindeutige Kennzeichnungen zur Identifikation des Verbraucherprodukts anzubringen.“

Effektive Marktüberwachung soll gewährleistet werden

In der Vergangenheit kam es nicht selten vor, dass deutsche Behörden Kenntnis von einem unsicheren Verbraucherprodukt erlangt haben, die notwendigen Schritte (Information des Herstellers, Information der Verbraucher, Einleitung eines Rückrufs) aber nicht effektiv betreiben konnten. Dies entweder deswegen, weil der Bereitsteller des Verbraucherprodukts nicht ermittelt werden konnte oder weil die betroffene Charge des Verbraucherprodukts nicht ausfindig gemacht werden konnte.

Dem soll mit den Kennzeichnungspflichten des § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 und Nr. 3 ProdSG entgegengewirkt werden, so dass fortan bei Bekanntwerden eines unsicheren Produkts von den Marktaufsichtsbehörden der Bereitsteller zuverlässig kontaktiert werden kann und die betroffene Charge des unsicheren Produkts zum Zwecke eines umfassenden Rückrufs schnell identifiziert und benannt werden kann.

Angaben zu Identifikation des Bereitstellers nach § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 ProdSG

In diesem Rahmen besteht die Pflicht, den Namen und die Kontaktanschrift des Herstellers des Verbraucherprodukts anzugeben, sofern der Hersteller im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) ansässig ist.

Als Kontaktanschrift ist die Angabe einer postalischen Anschrift erforderlich, an die eine Postzustellung erfolgen kann. Keinesfalls ausreichend ist in diesem Zusammenhang die Angabe lediglich einer Internet- oder Emailadresse des Herstellers, ebenso wenig wie die bloße Angabe einer EAN oder eines Warenzeichens mit eindeutigem Firmenbezug. Letzteres vermag bestenfalls die Namensangabe zu ersetzen, nicht aber die Angabe der Anschrift. Auch die Angabe einer Postfachadresse reicht nach überwiegender Ansicht nicht aus, da diese als nicht zustellungsfähig gilt.

Hersteller des Verbraucherprodukts sitzt nicht im EWR

Sofern der Hersteller über keinen Sitz im EWR verfügt, ist die Angabe von dessen Name und Kontaktanschrift zur Erfüllung der Kennzeichnungspflichten nach § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 ProdSG nicht ausreichend. Den Marktüberwachungsbehörden und den Verbrauchern soll ein Ansprechpartner zur Verfügung stehen, der im EWR sitzt. In diesem Fall muss die Kennzeichnung dadurch erfolgen, dass entweder der Name und die Kontaktanschrift des Bevollmächtigten (sofern ein solcher existiert) oder der Name und die Kontaktanschrift des Einführers des Verbraucherprodukts angegeben werden. Die Angabe des Herstellers kann als Zusatz weiterhin erfolgen (hierbei sollte jedoch für ausreichende Transparenz gesorgt werden, indem der Bevollmächtigte bzw. der Einführer und der Hersteller ausdrücklich als solche benannt werden). Als zusätzliche Angabe schaden Name und Kontaktanschrift des Nicht-EWR-Herstellers nicht, für sich alleine genommen ist diese jedoch zur Erfüllung der Kennzeichnungspflichten nicht ausreichend.

Nichtbeachtung der Kennzeichnungspflicht des § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 ProdSG stellt eine Ordnungswidrigkeit dar

Wer als verantwortlicher Wirtschaftsakteur die Kennzeichnungspflicht hinsichtlich der Angaben zum Bereitsteller des Verbraucherprodukts missachtet, handelt ordnungswidrig nach § 39 Abs. 1 Nr. 3 ProdSG. Diese Ordnungswidrigkeit kann nach § 39 Abs. 2 ProdSG mit einem Bußgeld bis zu 10.000,-- Euro geahndet werden.

Angaben zur Identifikation des Verbraucherprodukts nach § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 ProdSG

Über die Anbringung von Namen und Kontaktanschrift des Bereitstellers hinaus ist es erforderlich, durch entsprechende Kennzeichnungen eine eindeutige Identifizierung des Verbraucherprodukts zu ermöglichen. Hierdurch soll eine einfach Rückverfolgbarkeit des Verbraucherprodukts sichergestellt werden, so dass für den Fall des Bekanntwerdens eines Risikos durch dieses Produkt eine effektive Rückrufmöglichkeit besteht. Anhand der Angabe entsprechender Identifizierungsmerkmale soll ein genauer Rückschluss möglich sein, welche Teilbereiche bzw. Produktionszeiträume eines serienmäßig gefertigten Verbraucherprodukts konkret betroffen sind, z.B. von einem bekannt gewordenen Fabrikationsfehler.

Angabe von Marke, Modell und Typ

Für die Erfüllung der Kennzeichnungsanforderungen des § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 ProdSG ist es nicht erforderlich, dass für jedes einzelne Exemplar eines Verbraucherprodukts eine eigene, eindeutige Kennzeichnung (z.B. eindeutige Identifikationsnummer für jedes Exemplar einer Serie) gewählt werden muss. Ausreichend ist vielmehr die Angabe der Marke, des Modells und des Typs. Hierfür bieten sich Serien- bzw. Typnummern an. Nicht angegeben werden muss das Herstellungsdatum des Verbraucherprodukts.

Kennzeichnung muss grundsätzlich auf dem Verbraucherprodukt selbst erfolgen

Nach § 6 Abs. 1 S. 2 ProdSG sind die nach § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 und Nr. 3 erforderlichen Angaben grundsätzlich auf dem Verbraucherprodukt selbst anzubringen.

Kennzeichnung lediglich auf Verpackung des Verbrauchsprodukts reicht nur in Ausnahmefällen

Nur ausnahmsweise, wenn eine Anbringung der Kennzeichnung am Verbraucherprodukt selbst nicht möglich ist (z.B. mangelnde Lesbarkeit aufgrund der geringen Größe des Produkts oder Unmöglichkeit aufgrund der Beschaffenheit, z.B. bei Flüssigkeiten) kann die Kennzeichnung auch auf der Produktverpackung erfolgen. Die Angabe lediglich auf der Produktverpackung muss also durch einen sachlichen Grund gerechtfertigt sein, welcher die Angabe direkt auf dem Verbraucherprodukt unmöglich macht. Dies stellt einen entscheidenden Unterschied zur Vorgängervorschrift §5 Abs. 1 Nr. 1 b) GPSG dar, nach der die Kennzeichnung auf der Verpackung alternativ möglich war. Dieses Wahlrecht ist nach dem ProdSG gerade nicht mehr gegeben.

Angaben müssen lesbar und dauerhaft erfolgen

Die Angaben müssen weiterhin lesbar gestaltet sein sowie dauerhaft und fest angebracht werden. Idealerweise erfolgt die Kennzeichnung deshalb durch eine leicht erkennbare, dauerhafte und nur schwer entfernbare Beschriftung auf dem Produkt bzw. ausnahmsweise auf dessen Verpackung, z.B. durch Bedrucken oder Gravur. Jedenfalls dürfte ein einfacher Aufkleber dem Dauerhaftigkeitserfordernis nicht genügen. Wenn trotzdem auf eine Aufkleberkennzeichnung zurückgegriffen werden muss, sollten hochwertige Spezialaufkleber zu Kennzeichnungszwecken Verwendung finden, die typischen Belastungen (Reibung, Wischen, Hitze, Kälte, Feuchtigkeit) standhalten und sich nicht rückstandslos abziehen lassen-

Weglassen der Angaben ausnahmsweise möglich, wenn dies „vertretbar“ ist

Die Angaben zur Identifikation des Bereitstellers und des Verbraucherprodukts nach § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 und Nr. 3 ProdSG können nach der Vorschrift des § 6 Abs. 1 S. 3 ProdSG dann weggelassen werden, wenn dies „vertretbar“ ist. Auch wenn das Wort „vertretbar“ so klingt, als sei damit die Rechtfertigung für das Weglassen der Kennzeichnungen ein Leichtes, täuscht dies. Das Weglassen dieser Informationen ist nur bei Vorliegen gewichtiger sachlicher Gründe legitim, stellt also den Ausnahmefall dar und darf keinesfalls so verstanden werden, als sei ein Weglassen bereits dann rechtmäßig, wenn dies nur irgendwie „vertretbar“ erscheint.

Was bedeutet „vertretbar“?

Das Gesetz nennt hier zwei Regelbeispiele, bei deren Vorliegen das Weglassen der Informationen „vertretbar“ ist:

- Dem Verwender des Produkts sind die Angaben ohnehin bekannt. Dies ist etwa dann denkbar, wenn es sich bei dem Verbraucherprodukt um eine Einzel- bzw. Sonderanfertigung handelt (z.B. einer Kleiderschrank, der individuell nach Kundenwunsch vom Schreiner konstruiert worden ist)
- Die Anbringung der Kennzeichnung ist unmöglich oder mit einem unverhältnismäßig hohem Aufwand verbunden. Eine Kennzeichnung ist regelmäßig nur dann unmöglich, wenn Sie weder auf dem Verbraucherprodukt selbst noch auf dessen Verpackung angebracht werden kann (auf dem Verbraucherprodukt etwa deshalb nicht, weil es nur eine sehr geringe Größe hat, z.B. bei einer Reißzwecke oder aufgrund dessen Beschaffenheit (Flüssigkeit, Pulver oder Paste), auf dessen Verpackung etwa deshalb nicht, weil eine solche gar nicht existiert, z.B. Verkauf von Reißzwecken als loses Schüttgut).

Weitere Fallkonstellationen sind denkbar, wobei in jedem Falle eine gründliche Abwägung getroffen werden sollte dahingehend, welchen Nutzen die grundsätzlich geforderte Kennzeichnung und welche Kosten mit deren Anbringung verbunden sind. Die zu erwartenden Kosten sollten jedenfalls vernünftigen Wirtschaftlichkeitserwägungen entgegenstehen und dieser Umstand auch belegt werden können. Ein Weglassen der Kennzeichnung aus Zeit- oder Bequemlichkeitsgründen ist nicht möglich.

E. Häufige Problemstellungen im Zusammenhang mit den Kennzeichnungsvorgaben

Im Grund genommen sollten die dargestellten Kennzeichnungspflichten die beteiligten Wirtschaftakteure nicht vor allzu große Herausforderungen stellen, da die diesbezüglichen gesetzlichen Vorschriften bereits eine genaue Handlungsanleitung vorgeben. Dennoch bestehen häufig betriebswirtschaftliche Interessen der Kennzeichnungspflichtigen, die mit den gesetzlich geforderten Kennzeichnungspflichten kollidieren. Hier sollten im Einzelfall juristisch saubere Lösungsansätze

herausgearbeitet werden. Neben der bereits dargestellten, drohenden Ordnungswidrigkeitentatbestands bei Verstoß gegen die Pflicht zur Kennzeichnung nach § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 ProdSG drohen bei der Verletzung sowohl der Kennzeichnungspflicht nach § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 ProdSG als auch der nach § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 ProdSG jeweils wettbewerbsrechtliche Abmahnungen. Die Missachtung der dargestellten Kennzeichnungspflichten führt immer auch zu einem Wettbewerbsverstoß, der natürlich kostspielige Abmahnungen der Mitbewerber provoziert.

Originärer Hersteller will nicht nach außen hin auftreten

So wird häufig befürchtet, dass durch die gesetzlichen Vorschriften kein „Verbergen“ des eigentlichen Herstellers (Produzent) eines Verbraucherprodukts mehr möglich sei, was teilweise den Interessen der Wirtschaftsakteure, z.B. im Discountbereich, zuwiderläuft. Hier soll der (meist renommierte) Produzent nach außen hin nicht erkennbar sein, weil er befürchtet, sich durch den Absatz seiner Produkte über den Discounter den Absatz unter seiner Stammmarke zu beschädigen.

Hier kann jedoch regelmäßig der Discounter als „Quasi-Hersteller“ zum Einsatz kommen. Den „Quasi-Hersteller“ definiert das ProdSG in seinem § 2 Nr. 14 a) wie folgt:

„als Hersteller gilt auch jeder, der

a) geschäftsmäßig seinen Namen, seine Marke oder ein anderes unterscheidungskräftiges Kennzeichen an einem Produkt anbringt und sich dadurch als Hersteller ausgibt“

Ein solcher „Quasi-Hersteller“ ist also derjenige, der sich nach außen hin als Hersteller ausgibt, ohne tatsächlich originärer Hersteller zu sein, indem er seine Marke oder ein anderes unterscheidungskräftiges Kennzeichen am Produkt anbringt. Alleine durch das Labeln eines Verbraucherprodukts mit seinem Namen oder seiner Marke wird er in produktsicherheitsrechtlicher Hinsicht zum Hersteller des Produkts fingiert.

Ein solcher „Quasi-Hersteller“ darf ohne Weiteres auch den originären Hersteller verschweigen. Dies kann so Grob gesagt gilt dabei: „Wer auf dem Produkt draufsteht, ist auch dessen Hersteller“.

Sonderfall: Werbeartikel

Ganz ähnlich verhält es sich im Bereich der Werbeartikelbranche. Hier besteht seitens der beteiligten Wirtschaftsakteure regelmäßig kein Interesse daran, dass auf dem Werbeartikel der originäre Hersteller erkennbar ist. Zum einen schränkt dies regelmäßig die Werbewirkung ein, zum anderen z.B. aus Sicht einer Werbeagentur der Endkunde häufig gar nicht erfahren, woher diese die von ihr weiterbearbeiteten Werbeartikel bezieht.

Ein Beispiel: Die Werbeagentur A erhält vom Endkunden, der Versicherung B, den Auftrag, 10.000 Fußbälle mit dem Aufdruck „Besser B-versichert“, dem Namen, der Kontaktanschrift sowie dem Logo der B als Werbegeschenke zu liefern. A bestellt die unbedruckten Bälle beim Hersteller C aus Italien. Nach der Vorschrift des § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 ProdSG müssten die Bälle nun mit dem Namen und der Kontaktanschrift des C gekennzeichnet werden, da es sich um Verbraucherprodukt handelt, welches auch entsprechend gekennzeichnet werden kann.

An einem Auftreten des C auf den Bällen haben jedoch weder B noch A ein Interesse. Ganz im Gegenteil: Um die Werbewirkung hoch zu halten, soll nur B nach außen hin erkennbar sein. A will unter Umständen sogar vermeiden, dass B erfährt, woher die Bälle bezogen werden, damit A bei weiteren Aufträgen nicht umgangen werden kann.

In einer derartigen Konstellation kann sich wieder nützlich erweisen, dass B auf den Verbraucherprodukten durch den entsprechenden Werbeaufdruck ohnehin nach außen hin auftritt, sich damit aus Verbrauchersicht als Hersteller des Produkts ausgibt. Dadurch wird B zum „Quasi-Hersteller“ nach § 2 Nr. 14 a) ProdSG, so dass die Angabe von dessen Name und Kontaktanschrift genügt, um die Kennzeichnungspflichten nach § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 ProdSG zu erfüllen.

Jedoch sollte hier von den Beteiligten in Vorhinein geklärt werden, ob der Endkunde auch wirklich bereit ist, sich produktsicherheitsrechtlich als Hersteller behandeln zu lassen und die Vornahme entsprechender Kennzeichnungen auch vertraglich den Beteiligten zugeordnet werden, um Versäumnisse zu verhindern.

Originärer Hersteller mit Sitz außerhalb des EWR will nach außen hin auftreten

Auch der quasi umgekehrte Fall kommt in der Praxis häufig vor: Der Hersteller eines Verbraucherprodukts sitzt außerhalb des EWR, z.B. in der Schweiz und lässt seine Produkte auch in Deutschland vertreiben. Der Vertrieb in Deutschland erfolgt aus organisatorischen bzw. steuerlichen Gründen aber nicht durch den Hersteller selbst, sondern durch ein drittes Unternehmen, welches die Produkte des Herstellers nach Deutschland und damit in den EWR einführt und hier anschließend (unter dem Namen und/ oder der Marke des Herstellers) weiter vertreibt.

Nach der Vorschrift des § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 ProdSG muss das Verbraucherprodukt dann zur Identifizierung des Bereitstellers entweder unter Angabe des Namens und der Kontaktanschrift des Bevollmächtigten des Herstellers oder des Einführers (hier: das dritte Unternehmen) gekennzeichnet werden. Die bloße Angabe des Namens und der Kontaktanschrift des Hersteller mit Sitz in der Schweiz genügt den gesetzlichen Anforderungen gerade nicht, eben weil er keinen Sitz im EWR hat.

Hier bestehen seitens des Herstellers regelmäßig Bedenken, dass die Verbraucher durch die dargestellte Kennzeichnung ihn gar nicht mehr als Hersteller wahrnehmen würden, eben weil auf dem Produkt der Name und die Kontaktanschrift des Bevollmächtigten bzw. des Einführers prangt. Deshalb will der Nicht-EWR-Hersteller auch im Rahmen der Kennzeichnung des Verbraucherprodukts erkennbar sein.

Dies stellt regelmäßig kein Problem dar, da zwar zwingend Name und Kontaktanschrift des Bevollmächtigten bzw. Einführers anzugeben sind, dies aber nicht bedeutet, dass der Hersteller darüber hinaus nicht angegeben werden darf. Es ist damit denkbar, dass die Daten des Bevollmächtigten bzw. Einführers unter dem Zusatz „Bevollmächtigter:“ bzw. „Einführer:“ angegeben werden und parallel dazu die Daten des Herstellers unter dem Zusatz „Hersteller:“. Damit kann erreicht werden, dass die beteiligten Verbraucher den Hersteller im Rahmen der Produktkennzeichnung auch weiter als solchen wahrnehmen.

Voraussetzungen der „Unmöglichkeit“ im Sinne des § 6 Abs. 1 S. 2 ProdSG

Ein Schwerpunkt in der Beratungspraxis kristallisiert sich auch hinsichtlich des Wunsches vieler Wirtschaftsakteure heraus, das jeweilige Verbraucherprodukt nicht selbst kennzeichnen zu wollen, sondern nur dessen Verpackung.

Zunächst ist festzustellen, dass die Vornahme der erforderlichen Kennzeichnungen grundsätzlich immer auf dem Produkt selbst zu erfolgen hat. Das aus dem alten GPSG bekannte Wahlrecht zwischen einer Kennzeichnung des Produkts und einer Kennzeichnung auf dessen Verpackung existiert nach dem ProdSG nicht mehr. Dies ist auch nachvollziehbar, wird die Produktverpackung nur von wenigen Verbrauchern (dauerhaft) aufbewahrt. Verbraucherprodukte stellen sich jedoch häufig erst nach längerer Verwendung als unsicher heraus. Ist dann das Produkt selbst nicht gekennzeichnet und die gekennzeichnete Produktverpackung längst entsorgt, besteht die selbe Problematik wie bei einem gänzlich nicht gekennzeichneten Produkt.

Nach dem Wortlaut der Regelung des § 6 Abs. 1 S. 2 ProdSG ist eine Kennzeichnung ausschließlich auf der Produktverpackung nur dann zulässig, wenn die Vornahme der Kennzeichnung „nicht möglich ist“. Dies lässt zunächst vermuten, dass die Kennzeichnung des Produkts selbst tatsächlich technisch unmöglich sein muss. Nach hiesiger Auffassung kann es aber nicht alleine darauf ankommen, ob die Kennzeichnung auf dem Produkt selbst tatsächlich technisch unmöglich ist.

So ist es etwa bei einem Sortiment Reißzwecken, verpackt in einer Kunststoffbox sicherlich aus technischer Sicht nicht unmöglich, jede einzelne Reißzwecke an deren Kopf mit dem Namen und der Kontaktanschrift des Herstellers und einem Identifizierungsmerkmal zu versehen. Mittels Lasergravur sollte dies bei einem nicht allzu umfangreichen Namen bzw. Kontaktanschrift durchaus realisierbar sein. Allerdings wäre die Beschriftung dann für den Verbraucher mit bloßem Auge kaum zu erkennen und damit unnütz. Die Vorschrift des § 6 Abs. 1 S. 2 ProdSG wird daher dahingehend auszulegen sein, dass eine Kennzeichnung nur auf der Verpackung auch dann zulässig ist, wenn die Kennzeichnung auf dem Produkt selbst zwar an sich möglich ist, aber bei vernünftiger Betrachtung keinen Sinn macht.

Weiterhin ist eine Ausdehnung der Zulässigkeit der Kennzeichnung ausschließlich auf der Produktverpackung nach einer Äußerung des Arbeitsausschusses Marktüberwachung (AAMü) auch dann denkbar, wenn die Kennzeichnung auf dem Produkt selbst zwar technisch möglich wäre, für den verantwortlichen Wirtschaftsakteur jedoch mit ausreichend schwerwiegenden Nachteilen verbunden ist. Hier ist etwa an eine Unvereinbarkeit mit dem Produktdesign oder eine unverhältnismäßige Kostenbelastung zu denken. Diese Tendenz der Verwaltung kann jedoch keinesfalls als Freibrief verstanden werden. Hier sollten Für und Wider einer Kennzeichnung auf dem Verbraucherprodukt selbst umfangreich abgewogen werden und die Entscheidung für eine Kennzeichnung lediglich auf der Verpackung im Falle einer marktaufsichtlichen Maßnahme unter Darlegung entsprechend schwerwiegender Nachteile gut begründbar sein.

Irreführung bei ausländischen Verbraucherprodukten durch Angabe einer Kontaktanschrift in Deutschland

Nicht unberechtigt sind die Anfragen, die uns dahingehend primär von Importeuren erreichen, die Verbraucherprodukte aus Drittstaaten nach Deutschland einführen. Hier bestehen häufig Bedenken dahingehend, dass für die beteiligten Verbraucher der Eindruck entstehen könnte, es handele sich um ein Produkt deutscher Fertigung, wenn der Importeur seinen Namen und seine deutsche Kontaktanschrift aufbringt, weil dies wie ein geographischer Herkunftsnachweis wirken könne.

In der Tat existiert Rechtsprechung, die bei der Angabe des Worts „Deutschland“ bzw. „Germany“ oder auch nur des der Postleitzahl vorangestellten „D“ auf dem Typenschild eines Produkts, das komplett im Ausland gefertigt wurde, eine Irreführungsgefahr bejaht, wenn nicht zugleich in ausreichender Weise klargestellt wird, dass es sich eben nicht um ein Produkt „Made in Germany“ handelt, vgl. nur [OLG Stuttgart, Urteil vom 10.02.1995, Az.:2 U 238/94.](#)

Insbesondere wenn bei der Angabe der Kontaktanschrift eine Hervorhebung des Standorts in Deutschland erfolgt (z.B. durch Hinterlegung mit der Deutschlandflagge) kann hier Ungemach drohen.

Kennzeichnungspflichten aufgrund verschiedener gesetzlicher Vorschriften

Für bestimmte Verbraucherprodukte ergeben sich Kennzeichnungspflichten aus verschiedenen gesetzlichen Vorschriften. Dies ist beispielsweise bei Elektro- oder Elektronikgeräten für Verbraucher der Fall. Bei solchen Geräten ergeben sich Kennzeichnungspflichten sowohl aus den hier behandelten Vorschriften des § 6 Abs. 1 S. 1 ProdSG, als auch regelmäßig aus der Vorschrift des § 7 ElektroG sowie neuerdings regelmäßig auch aus den Vorschriften der §§ 5 und 7 der ElektroStoffV.

Teilweise decken sich diese spezialgesetzlichen Kennzeichnungsanforderungen mit denen aus § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 und Nr. 3 ProdSG. Teilweise gehen diese jedoch auch darüber hinaus, so dass die bloße Einhaltung der hier dargestellten Kennzeichnungspflichten für Verbraucherprodukte einen Verstoß gegen spezialgesetzliche Vorschriften, etwa des ElektroG oder der ElektroStoffV zur Folge haben kann.

Weitere Informationen zur dieser Thematik können Sie unserem Artikel ["Die Produktkennzeichnung: von Elektro- und Elektronikgeräten nach dem ProdSG, dem ElektroG und der ElektroStoffV"](#) entnehmen.

F. Fazit

Mit Inkrafttreten des neuen ProdSG haben sich die Vorschriften an die Kennzeichnung von Verbraucherprodukten deutlich verschärft. Auch die Kontrolldichte durch die Behörden ist seitdem höher geworden. Bei Nichteinhaltung der Kennzeichnungsvorgaben drohen Bußgelder und wettbewerbsrechtliche Abmahnungen. Hersteller, deren Bevollmächtigte und Einführer von Verbraucherprodukten sollten daher ein besonderes Augenmerk auf eine ordnungsgemäße Produktkennzeichnung legen. Wir unterstützen Sie gerne dabei!

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt