

ZfPC

Zeitschrift für Product Compliance
4/2023 | Seiten 153–200

Aus der EU kommt Neues für Produkte und Produktion

Editorial

Für Nonfood-Einzelhändler und -Importeure kann sich das Geschäftsmodell die nächsten Jahre gravierend verändern. Es sind dabei nicht nur Technologie, Digitalisierung und neue Wettbewerber, sondern zunehmend staatliche Regulierungen, die die Spielregeln im Produkthandel massiv beeinflussen. Dazu zwei gute Beispiele: die geplante neue Produkthaftungsrichtlinie und die geplante Vorschrift zur Lieferkettensorgfaltspflicht.

Von der EU-Kommission liegt seit September 2022 ein Entwurf vor, der die aus 1985 stammende Produkthaftungsrichtlinie für die Haftung für fehlerhafte Produkte an neue Realitäten (nach 38 Jahren!) anpassen soll, und das mit folgenden Änderungen: In diesem Entwurf ist die ersatzlose Aufhebung des Schwellenwertes von 500 EUR für Schäden als sog. Selbstbehalt vorgesehen. Damit können jetzt auch kleinste Schäden eingeklagt werden, einzeln – oder mit einer neuen Sammelklage! In der Folge ist unternehmensintern ein riesiger Bürokratieaufwand absehbar, ohne Relation zu den wirklich entstandenen Schäden.

Ferner entfällt für Personenschäden die bisherige Haftungsgrenze nach oben von 85 Mio. EUR. Die Prämien für derartige Versicherungspolicen werden sich verteuern, wenn sie überhaupt noch von Versicherern angeboten werden. In der Folge ergibt sich ein gesteigertes unkalkulierbares Risiko für Händler im Geschäftsbetrieb. Insbesondere typische Risikoartikel wie Sport- und Freizeitprodukte oder Artikel für Kinder/Kleinkinder sind dann wirtschaftlich möglicherweise gar nicht mehr interessant. Der Handel wird Nonfood-Produkte ohne Versicherungsschutz nicht mehr anbieten.

Geschädigte Kunden können im produkthaftungsrechtlichen Gerichtsverfahren ausweislich des Entwurfs die Offenlegung von Beweismitteln bei der verklagten Partei einfordern. Bei Nonfood-Eigenmarken wird dies auch den Handel betreffen, etwa in Bezug auf Prüfberichte zu chemischen und physikalischen Produkttests. Werden diese Unterlagen gerichtlich nicht vorgelegt, wird beweisrechtlich automatisch ein Produktfehler vermutet. Zynisch formuliert: Dann kann zukünftig jeder Händler gleich eine Downloadplattform einrichten und damit auch dem Wettbewerb eine wunderbare Transparenz zu Produkten und Sourcing liefern. Es würde im Markt sehr schnell transparent, welche Produkte gar nicht umfangreich getestet wurden. Damit hätten

wir auch eine Lösung für den in den Wirtschaftswissenschaften legendären „Market for Lemons“ von George A. Akerlof; die Unsicherheit über Qualitäten von Produkten würde aufgelöst. Bei der Herausgabe von Unterlagen im Wege der sog. Disclosure wird – mindestens – auf Nachbesserungen gedrängt werden müssen, damit Betriebsgeheimnisse wirklich und effizient gewahrt bleiben.

Bei der Produktion außerhalb der EU bleibt es ebenfalls sehr spannend: Der Entwurf für die EU-weite Vorschrift zur Lieferkettensorgfaltspflicht geht weit über das in Deutschland gültige Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) hinaus. Händler und Eigenmarken-Hersteller würden jetzt neu nicht nur für die direkten Vorlieferanten, sondern für die gesamte Kette indirekt haften, und nach den bisher bekannten Planungen zukünftig sogar zivilrechtlich. Die Wertschöpfungslieferkette über tier 1 hinaus zu kontrollieren – und sogar für kleinere Importeure (bei Textilien greift schon ein Mindestumsatz von 40 Mio. EUR!) – ist bei der hohen Komplexität von tier 2 und gar tier 3 realistisch kaum zu gewährleisten. Auch große Firmen werden schnell an ihre Grenzen stoßen. Komplexität kann jedoch keine Ausrede gegen das Ansinnen sein, eine menschenwürdige Produktion sicherzustellen. Da zudem hier keine EU-Verordnung, sondern eine EU-Richtlinie im Spiel ist, wird es wieder zu nationalen Unterschieden in der Übertragung in das nationale Recht kommen. Harte Chancengleichheit im Wettbewerb sieht anders aus.

Beide Initiativen der EU haben mit der Durchsetzung von Menschenrechten und der Sicherheit der Konsumentinnen und Konsumenten hehre und zu begrüßende Ziele. Die Umsetzung sollte sich jedoch an der Umsetzbarkeit und an der Chancengleichheit für alle Marktteilnehmer orientieren. Es ist nichts gegen neue Spielregeln einzuwenden, wenn diese die Effektivität im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb erhöhen. Effektivität bedeutet hier, nutzungssichere und zugleich menschenwürdig produzierte Produkte zu verkaufen. Das ist bisher in der Tat bei der Flut von Billigprodukten namentlich aus Asien noch nicht durchweg gegeben.

Prof. Dr. Carsten Kortum,
Studiengangsleiter BWL-Handel
Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW)