

- Q&A -

EU-Produktsicherheitsverordnung (General Product Safety Regulation, GPSR)

Version | Stand: 1.0 | 26.07.2023

Ansprechpartner: Eva Behling ✉ eva.behling@bevh.org ☎ 0160 90586102

Am 12.06.2023 ist die EU-Produktsicherheitsverordnung (General Product Safety Regulation, GPSR) in Kraft getreten. Sie sieht eine Übergangsfrist von 18 Monaten vor und gilt somit ab dem 13.12.2024.

Nach Angaben der EU war es nötig, die aktuell geltende EU-Produktsicherheitsrichtlinie durch eine EU-Verordnung zu ersetzen und damit das Produktsicherheitsrecht EU-weit zu vereinheitlichen. Die GPSR ersetzt damit das derzeit geltende deutsche Produktsicherheitsgesetz (ProdSG). Mit der Verordnung soll durch den Einsatz von Technologien und digitalen Prozessen sowie Verbesserungen an den Warnsystemen, eine automatische Identifizierung und Übermittlung gemeldeter gefährlicher Produkte und die Durchführung automatischer Stichprobenkontrollen ermöglicht werden. Insbesondere der Distanzhandel stand im Fokus der Regulierung. Es wurden spezielle Regelungen für Onlinehändler und Marktplatzbetreiber eingeführt.

Dieses Papier gibt eine erste Übersicht der neuen Pflichten, ersetzt jedoch keine rechtliche Beratung im Einzelfall.

1. Welche Produkte fallen in den Anwendungsbereich der GPSR?
2. Wer ist Hersteller?
3. Welche Pflichten haben Hersteller?
4. Welche Pflichten haben Onlinehändler?
5. Was sind Produktidentifikatoren im Sinne des Art. 19 c) GPSR?
6. Welche Pflichten haben Onlinehändler darüber hinaus?

7. Welche Pflichten haben Marktplatzbetreiber?
8. Was ist das Safety-Gate?
9. Welche Meldepflichten haben Hersteller, Händler und Einführer?
10. Was ist bei einem Rückruf zu beachten?
11. Wie muss ein Rückruf gestaltet sein?
12. Welche Kundendaten dürfen beim Rückruf verwendet werden?

1. Welche Produkte fallen in den Anwendungsbereich der GPSR?

Der Anwendungsbereich ist grundsätzlich weit zu verstehen und gilt **für alle Verbraucherprodukte** insoweit, als es keine spezifischen unionsrechtlichen Bestimmungen über die Sicherheit der betreffenden Produkte gibt, die dasselbe Ziel verfolgen. Sie gilt nicht für

- Arzneimittel
- Lebens- und Futtermittel
- Lebende Pflanzen
- Pflanzenschutzmittel
- Antiquitäten

Bezüglich gebrauchter bzw. wiederaufbereiteter Produkte heißt es im Erwägungsgrund 16:

„Die in der vorliegenden Verordnung festgelegten Anforderungen sollten für gebrauchte Produkte oder Produkte, die repariert, wiederaufgearbeitet oder rezykliert wurden und im Rahmen einer gewerblichen Tätigkeit wieder in die Lieferkette gelangen, gelten, mit Ausnahme derjenigen Produkte, von denen Verbraucher vernünftigerweise nicht erwarten können, dass sie aktuelle Sicherheitsnormen erfüllen, beispielsweise Produkte, die ausdrücklich als Produkte mit Reparatur- oder Wiederaufarbeitungsbedarf dargestellt oder als Sammlerstücke von historischer Bedeutung auf dem Markt bereitgestellt werden.“

Die Richtlinie 87/357/EWG, die Verbraucherprodukte abdeckt, welche zwar keine Lebensmittel sind, aber Lebensmitteln ähneln und leicht mit solchen verwechselt werden können und deshalb von Verbrauchern, insbesondere Kindern, zum Mund geführt, gelutscht oder geschluckt werden können, wird aufgehoben und durch die vorliegende Verordnung ersetzt.

2. Wer ist Hersteller?

„Hersteller“ ist nach Art. 3 Nr. 8 jede natürliche oder juristische Person, die ein Produkt herstellt oder entwerfen oder herstellen lässt und dieses Produkt in ihrem eigenen Namen oder unter ihrer eigenen Handelsmarke vermarktet („Hersteller“, „hergestellt für“, etc...).

Die Herstellerpflichten treffen aber auch Wirtschaftsakteure, die ein Produkt wesentlich verändert, sofern sich die wesentliche Änderung auf die Sicherheit des Produkts auswirkt (siehe nächsten Punkt).

3. Welche Pflichten haben Hersteller?

Bereits nach dem aktuell geltenden Produktsicherheitsgesetz haben Hersteller Ihren Namen, Handelsnamen und ihre Postanschrift auf dem Produkt anzugeben. Diese Pflicht wird nun um die Angabe einer E-Mail-Adresse erweitert, Art. 9 Abs. 6:

„Die Hersteller geben ihren Namen, ihren eingetragenen Handelsnamen oder ihre eingetragene Handelsmarke, ihre Postanschrift und ihre E-Mail-Adresse sowie, falls abweichend, die Postanschrift oder die E-Mail-Adresse der zentralen Anlaufstelle an, unter der sie kontaktiert werden können. Diese Informationen werden auf dem Produkt selbst oder, wenn dies nicht möglich ist, auf der Verpackung oder in einer dem Produkt beigefügten Unterlage angebracht.“

Diese Herstellerangaben müssen fest auf/ an dem Produkt angebracht sein. Dies ist z.B. gewährleistet durch Aufdrucken, Aufkleben, Einfräsen, Einprägen, etc. Nur wenn das Anbringen auf dem Produkt selbst zu hohem Aufwand bedeutet oder aufgrund der Produktgröße nicht möglich ist, besteht die Möglichkeit die Angaben stattdessen auf der Produktverpackung anzugeben. Diese Ausnahme wird aber sehr restriktiv ausgelegt. Darüber hinaus räumt Art. 21 GPSR ein, dass die Typen-, Chargen- oder Seriennummer, Herstellerangabe und Bedienungsanleitung oder Sicherheitsinformationen (sofern erforderlich) zusätzlich in elektronischer Form bereitgestellt werden dürfen. Das Wort „zusätzlich“ deutet darauf hin, dass Chargen-Nr., Herstellerangabe und Bedienungsanleitung aber immer auch in physischer Form vorliegen müssen.

Die Pflichten der Hersteller treffen andere Wirtschaftsakteure dann, wenn sie ein Produkt unter ihrem Namen oder ihrer Handelsmarke in Verkehr bringt, Art. 13 Abs. 1, oder das Produkt wesentlich verändern, sofern sich die wesentliche Änderung auf die Sicherheit des Produkts auswirkt. Für die Zwecke dieser Verordnung gilt derjenige, der das Produkt wesentlich geändert hat, als Hersteller und unterliegt für den von der Änderung betroffenen Teil des Produkts oder für das gesamte Produkt den Pflichten des Herstellers nach Artikel 9.

Artikel 13 - Fälle, in denen die Pflichten der Hersteller für andere Personen gelten

(3) Eine physische oder digitale Änderung eines Produkts gilt als wesentlich, wenn sie sich auf die Sicherheit des Produkts auswirkt und die folgenden Kriterien erfüllt sind:

- a) Durch die Änderung wird das Produkt in einer Weise verändert, die in der ursprünglichen Risikobewertung des Produkts nicht vorgesehen war;*
- b) aufgrund der Änderung hat sich die Art der Gefahr geändert, ist eine neue Gefahr entstanden oder hat sich das Risikoniveau erhöht; und*
- c) die Änderungen wurden nicht von den Verbrauchern selbst oder in ihrem Auftrag für ihren eigenen Bedarf vorgenommen.*

Diese Anforderung sollte nur für den veränderten Teil des Produkts gelten, sofern sich die Änderung nicht auf das Produkt als Ganzes auswirkt. Um eine unnötige und unverhältnismäßige Belastung zu vermeiden, sollte die Person, die die wesentliche Änderung vornimmt, nicht verpflichtet sein, Prüfungen zu wiederholen und neue Unterlagen in Bezug auf Aspekte des Produkts zu erstellen, die von der Änderung nicht betroffen sind. Es sollte der Person, die die wesentliche Änderung vornimmt, obliegen, nachzuweisen, dass die Änderung keine Auswirkungen auf das Produkt als Ganzes hat.

4. Welche Pflichten haben Onlinehändler?

Im Fernabsatzgeschäft wird der Zeitpunkt, in dem die Produktsicherheit bereits gewährleistet werden muss auf den Zeitpunkt des Anbietens vorverlagert. Unabhängig davon also, ob der Onlinehändler das Produkt noch aus dem Nicht-EU-Ausland geliefert bekommt oder es bereits im Lager vorrätig hat, muss zu dem Zeitpunkt, in dem er das Produkt in seinem Onlineshop oder seinem Bestellkatalog anbietet, sichergestellt sein, dass die Herstellerangaben vorliegen, Sicherheitshinweise vorliegen, etc. Damit wird ein Gleichlauf zur Bereitstellungsfiktion aus Art. 6 der EU-Marktüberwachungsverordnung ((EU) 2019/1020) geschaffen.

Speziell für den Fernabsatzverkauf werden nun folgende Informationspflichten eingeführt:

Artikel 19 - Pflichten der Wirtschaftsakteure im Hinblick auf den Fernabsatz

Stellt ein Wirtschaftsakteur Produkte online oder über eine andere Form des Fernabsatzes auf dem Markt bereit, so muss das Angebot dieser Produkte mindestens die folgenden eindeutigen und gut sichtbaren Angaben enthalten:

- a) den **Namen, den eingetragenen Handelsnamen oder die eingetragene Handelsmarke des Herstellers sowie die Postanschrift und die E-Mail-Adresse, unter denen er kontaktiert werden kann,***

b) falls der Hersteller nicht in der Union niedergelassen ist: den Namen, die Postanschrift und die E-Mail-Adresse der verantwortlichen Person im Sinne des Artikels 16 Absatz 1 dieser Verordnung oder des Artikels 4 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2019/1020,

c) Angaben, die die **Identifizierung des Produkts** ermöglichen, einschließlich einer **Abbildung des Produkts**, seiner Art und **sonstiger Produktidentifikatoren**, und

d) **etwaige Warnhinweise** oder Sicherheitsinformationen, die gemäß dieser Verordnung oder den anwendbaren Harmonisierungsrechtsvorschriften der Union in einer Sprache, die für die Verbraucher leicht verständlich ist und die der Mitgliedstaat festlegt, in dem das Produkt auf dem Markt bereitgestellt wird, auf dem Produkt oder auf der Verpackung anzubringen oder in einer Begleitunterlage beizufügen sind.

Demnach sind ab dem 13.12.2024 bei den Produktangeboten im Onlineshop und in Katalogen auch immer der Hersteller mitsamt Adresse und E-Mail-Adresse anzugeben.

5. Was sind Produktidentifikatoren im Sinne des Art. 19 c) GPSR?

Vorgesehen war in Art. 19 c) GPSR zunächst die verpflichtende Angabe der Chargen-Nr. Immerhin hierbei ließ sich der Gesetzgeber von uns davon überzeugen, dass dies in der Praxis nicht umsetzbar ist und so hält sich der Gesetzgeber hier nun bewusst wage. In Erwägungsgrund 42 heißt es dazu:

„Die verlässliche Identifizierung von Produkten und die Bereitstellung von Informationen über den Hersteller und andere relevante Wirtschaftsakteure in der gesamten Lieferkette tragen dazu bei, die beteiligten Wirtschaftsakteure zu ermitteln und gegebenenfalls mit wirksamen und verhältnismäßigen Korrekturmaßnahmen, wie etwa gezielten Rückrufen, auf gefährliche Produkte zu reagieren. Die Identifizierung der Produkte und die Bereitstellung von Informationen über den Hersteller und andere relevante Wirtschaftsakteure sorgen somit dafür, dass Verbraucher, einschließlich Menschen mit Behinderungen, und Marktüberwachungsbehörden zutreffende Informationen über gefährliche Produkte erhalten, was das Vertrauen in den Markt stärkt und unnötige Handelsstörungen vermeidet. Die Produkte sollten daher Angaben aufweisen, die eine Identifizierung des Produkts selbst sowie die Ermittlung des Herstellers und gegebenenfalls des Einführers und weiterer relevanter Wirtschaftsakteure ermöglichen. Diese Anforderungen könnten für bestimmte Arten von Produkten, die wahrscheinlich ein ernstes Risiko für die Gesundheit und Sicherheit von Verbrauchern darstellen, durch ein System zur Erhebung und Speicherung von Daten verschärft werden, das neben der Identifizierung des Produkts auch die Identifizierung seiner Bestandteile oder der an seiner Lieferkette beteiligten Wirtschaftsakteure ermöglicht. Dies gilt unbeschadet der Informationspflichten gemäß

der Richtlinie 2011/83/EU in Bezug auf die wesentlichen Eigenschaften der Waren, in dem für den Datenträger und die Art der Waren angemessenen Umfang. Eine Abbildung sollte als Fotografie, Illustration oder sonstiges piktografisches Element betrachtet werden, das die einfache Identifizierung eines Produkts oder potenziellen Produkts ermöglicht.“

6. Welche Pflichten haben Onlinehändler darüber hinaus?

Das Ziel der GPSR ist der Schutz der Verbraucher und die Gewährleistung von sicheren Produkten. Um dieses Schutzniveau sicherzustellen, müssen alle Wirtschaftsakteure in der Vertriebskette entsprechende Maßnahmen einhalten. Dazu heißt es in Erwägungsgrund 32 der GPSR:

„Je nach ihrer Rolle in der Lieferkette sollten die Wirtschaftsakteure verhältnismäßige Pflichten in Bezug auf die Sicherheit von Produkten haben, sodass ein hohes Schutzniveau für die Gesundheit und Sicherheit der Verbraucher gewährleistet ist und gleichzeitig das effiziente Funktionieren des Binnenmarkts sichergestellt wird. Alle Wirtschaftsakteure, die Teil der Liefer- und Vertriebskette sind, sollten geeignete Maßnahmen ergreifen, um zu gewährleisten, dass sie nur Produkte auf dem Markt bereitstellen, die sicher und mit dieser Verordnung konform sind. Es ist notwendig, für eine klare und verhältnismäßige Aufteilung der Pflichten zu sorgen, die der Rolle jedes Akteurs im Liefer- und Vertriebsprozess entsprechen. Was beispielsweise die Überprüfung betrifft, ob der Hersteller und gegebenenfalls der Einführer ihren Pflichten nachgekommen sind, sollte der Händler nur zu faktenbezogenen Überprüfungen verpflichtet sein, nicht aber zu einer Bewertung der von ihnen bereitgestellten Informationen. Die Informationen über die Identifizierung des Produkts und der Wirtschaftsakteure sowie Anweisungen und Sicherheitsinformationen könnten von den Wirtschaftsakteuren zusätzlich in digitaler Form mittels elektronischer Lösungen, etwa eines QR-Codes oder eines Datenmatrix-Codes, bereitgestellt werden.“

Für Händler werden die Pflichten in Art. 12 aufgeführt. Demnach haben sie faktenbezogen überprüfen, ob folgende Aspekte eingehalten sind:

- Es liegt eine Typen-, Chargen- oder Seriennummer vor
- das Produkt weist eine Herstellerangabe auf
- für das Produkt sind Bedienungsanleitung oder Sicherheitsinformationen (sofern erforderlich) vorhanden

Wenn ein Händler aufgrund der ihm vorliegenden Informationen der Auffassung ist oder Grund zu der Annahme hat, dass ein Produkt nicht konform ist, weil diese Aspekte nicht erfüllt sind oder es sich um ein gefährliches Produkt handelt, darf der Händler das Produkt

nicht auf dem Markt bereitstellen, solange die Konformität des Produkts nicht hergestellt ist.

Solange sich ein Produkt in ihrer Verantwortung befindet, gewährleisten Händler, dass die Lagerungs- oder Transportbedingungen die Konformität des Produkts mit dem allgemeinen Sicherheitsgebot nicht beeinträchtigen.

7. Welche Pflichten haben Marktplatzbetreiber?

Zunächst müssen Marktplatzbetreiber dafür Sorge tragen, dass Marktplatzhändler die Möglichkeit haben, die Herstellerangaben nach Art. 19 GPSR bei ihnen anzugeben.

Darüber hinaus sollen Marktplatzbetreiber in Anbetracht ihrer wichtigen Rolle – nach Auffassung des Gesetzgebers – mehr Verantwortung in Bezug auf die Verhinderung des Online-Verkaufs gefährlicher Produkte tragen:

- Marktplatzbetreiber haben sich für den Zweck einer wirksamen Marktüberwachung im Safety-Gate-Portal zu registrieren und im Safety-Gate-Portal ihre zentrale Kontaktstelle anzugeben, um die Kommunikation zu Produktsicherheitsfragen zu vereinfachen.
- Darüber hinaus müssen Marktplatzbetreiber eine zentrale Kontaktstelle benennen, über die sie mit den Marktüberwachungsbehörden der Mitgliedstaaten in Bezug auf Fragen der Produktsicherheit kommunizieren und diese Kontaktstelle im Safety-Gate hinterlegen.
- Auch für die Kommunikation mit Verbrauchern muss eine zentrale Kontaktstelle benannt werden, über welche die Verbraucher in Bezug auf Fragen der Produktsicherheit direkt und schnell mit ihnen kommunizieren können.
- Die GPSR verlangt von Marktplatzbetreibern das bewährte Konzept des notice-and-take-down-Verfahrens – sie müssen unsichere Produkte unverzüglich – in jedem Fall aber innerhalb von zwei Arbeitstagen nach Eingang der Anordnung – von ihren Online-Schnittstellen entfernen, sobald ihnen die Inhalte, die sich auf ein Angebot eines gefährlichen Produkts beziehen, tatsächlich bekannt oder – im Falle von Schadensersatzansprüchen – bewusst werden. Dies gilt insbesondere in Fällen, in denen Marktplatzbetreibern Tatsachen oder Umstände zur Kenntnis gebracht wurden, auf deren Grundlage ein sorgfältiger Wirtschaftsakteur die Rechtswidrigkeit hätte feststellen müssen.

- Darüber hinaus werden Marktplatzbetreiber dazu angehalten, Produkte anhand des Safety-Gate-Portals zu prüfen, bevor sie diese auf ihre Schnittstelle stellen. Dafür sieht die EU vor, das Safety-Gate-Portal zu modernisieren und aktualisieren damit Marktplatzbetreiber über eine Online-Schnittstelle unsichere Produkte leichter ermitteln können.

Die Anwendung des DSA, der für Marktplatzbetreiber weiterhin gilt, bleiben von diesen Regelungen unberührt.

8. Was ist das Safety-Gate?

Viele kennen es vielleicht noch unter dem Namen "RAPEX" - das „Rapid Alert System for dangerous non-food products“. Diese Abkürzung wird nun zu „Safety- Gate“ geändert, damit es eindeutiger benannt ist und von Verbraucher besser erreicht werden kann.

Das Schnellwarnsystem Safety Gate ist ein von der EU-Kommission eingerichtetes System, über das Behörden und die Kommission Informationen über Maßnahmen im Zusammenhang mit gefährlichen Produkten austauschen und vertrauliche Informationen enthalten kann. Warnmeldungen werden auf dem Safety-Gate-Portal veröffentlicht, um die Öffentlichkeit über gefährliche Produkte zu informieren.

Das Safety-Gate umfasst drei Elemente:

1. ein Schnellwarnsystem für gefährliche Non-Food-Produkte, über das nationale Behörden und die Kommission Informationen über diese Produkte austauschen können (Schnellwarnsystem Safety Gate),
2. ein Webportal zur Information der Öffentlichkeit, samt der Möglichkeit, Beschwerden einzureichen (Safety-Gate-Portal), und
3. ein Webportal, das es Unternehmen ermöglicht, ihrer Pflicht nachzukommen, den Behörden und Verbrauchern gefährliche Produkte und Unfälle zu melden (Safety-Business-Gateway).

9. Welche Meldepflichten haben Hersteller, Händler und Einführer

In erster Linie wird der Hersteller als Verantwortlicher angesehen. Wenn ein Händler Kenntnis erlangt von einem produktbedingten Unfall, der zum Tod oder zu Gesundheitsnachteilen führt, so hat der Händler zunächst den Hersteller darüber zu informieren. Dem Hersteller obliegt es dann, dies unverzüglich (ab Kenntnis) den zuständigen Behörden des Mitgliedstaates, in dem sich der Unfall ereignet hat, über das

Safety-Business-Gateway zu melden. Existiert kein in der Union niedergelassener Hersteller, hat der EU-Wirtschaftsakteur für die Meldung zu sorgen (Art. 20 Abs. 4 GPSR).

10. Was ist bei einem Rückruf zu beachten?

Wenn ein Wirtschaftsakteur einen Produktrückruf einleitet oder er von einer zuständigen nationalen Behörde angeordnet wird, muss der Wirtschaftsakteur dem Verbraucher die Wahl zwischen mindestens zwei der folgenden Abhilfemaßnahmen anbieten:

- Reparatur,
- Ersatz oder
- angemessene Erstattung des Wertes des zurückgerufenen Produkts

Der Wirtschaftsakteur kann dem Verbraucher nur eine einzige Abhilfemaßnahme anbieten, wenn alles andere nicht möglich oder unverhältnismäßig ist, Art. 37 GPSR.

Wenn Verbrauchern mehrere Abhilfemaßnahmen zur Auswahl angeboten werden, kann dies die Wirksamkeit eines Rückrufs verbessern. Die Reparatur durch Verbraucher sollte nur dann als mögliche Abhilfemaßnahme erachtet werden, wenn sie vom Verbraucher leicht und sicher durchgeführt werden kann, zum Beispiel durch den Austausch einer Batterie oder durch Abschneiden übermäßig langer Zuziehcordeln an einem Kleidungsstück für Kinder, sofern dies in der Rückrufanzeige vorgesehen ist.

Darüber hinaus sollten Anreize wie Rabatte oder Gutscheine gefördert werden, um die Verbraucher zu motivieren, sich an einem Rückruf zu beteiligen, damit die Wirksamkeit von Rückrufen verbessert wird. Die Reparatur des Produkts sollte nur dann als mögliche Abhilfemaßnahme erachtet werden, wenn die Sicherheit des reparierten Produkts sichergestellt werden kann. Der Erstattungsbetrag sollte mindestens dem vom Verbraucher gezahlten Preis entsprechen. Ist kein Nachweis für den gezahlten Preis verfügbar, so sollte dennoch eine angemessene Erstattung des Wertes des zurückgerufenen Produkts gewährt werden.

Die Abhilfemaßnahme darf keine erheblichen Unannehmlichkeiten für den Verbraucher mit sich bringen, lässt die zivilrechtlichen Ansprüche des Verbrauchers unberührt und muss im Ganzen kostenfrei für den Verbraucher sein. So sind auch keine Versandgebühren von diesem zu tragen, Art. 37 Abs. 5 GPSR.

11. Wie muss ein Rückruf gestaltet sein?

Erfahrungen haben gezeigt, dass ein Drittel der Verbraucher gefährliche Produkte weiterverwenden, nachdem sie eine Rückrufanzeige gesehen haben. Der Hauptgrund ist,

dass Rückrufanzeigen kompliziert verfasst sind oder in ihnen das bestehende Risiko als gering dargestellt wird. Rückrufanzeigen sollten daher klar und transparent sein und in einer für den Verbraucher leicht verständlichen Sprache formuliert sein. Das bestehende Risiko muss eindeutig beschreiben sein, wobei Begriffe, Ausdrücke und andere Elemente zu vermeiden sind, die die Risikowahrnehmung der Verbraucher beeinträchtigen könnten. Art. 36 der Verordnung macht genaue Angaben dazu, wie ein Produktrückruf gestaltet sein darf. Insbesondere darf keine Verharmlosung stattfinden, indem Begriffe wie „rein vorsorglich“, „in seltenen Situationen“ oder „freiwillig“ verwendet werden. Außerdem ist eine gebührenfreie Telefonnummer oder einen interaktiven Online-Dienst anzugeben, bei dem Verbraucher mehr Informationen in der oder den jeweiligen Amtssprachen der Union erhalten können.

Die Kommission wird eine Vorlage zur Verfügung stellen, die den Wirtschaftsakteuren die Handhabung der Vorschriften erleichtern soll, Art. 36 Abs. 3 GPSR.

12. Welche Kundendaten dürfen beim Rückruf verwendet werden?

Um die Sicherheit der Verbraucher zu gewährleisten, ist es wichtig, dass sie schnell und verlässlich unterrichtet werden. Deshalb sollen Onlinehändler und Marktplatzbetreiber, die Kundendaten haben, diese nutzen dürfen, um die Kunden über Rückrufe und Sicherheitswarnungen zu informieren.

Aus Erwägungsgrund 85:

„Es ist daher erforderlich, Wirtschaftsakteure und Anbieter von Online-Marktplätzen rechtlich dazu zu verpflichten, jegliche Kundendaten, über die sie bereits verfügen, zu nutzen, um Verbraucher über Rückrufe und Sicherheitswarnungen zu unterrichten. In dieser Hinsicht sollten Wirtschaftsakteure und Anbieter von Online-Marktplätzen sicherstellen, dass die Möglichkeit zur direkten Kontaktaufnahme mit Kunden im Falle von sie betreffenden Rückrufen oder Sicherheitswarnungen in bestehende Kundentreueprogramme und Produktregistrierungssysteme aufgenommen wird, bei denen Kunden nach dem Kauf eines Produkts gebeten werden, dem Hersteller auf freiwilliger Basis einige Informationen wie ihren Namen, ihre Kontaktinformationen, das Produktmodell oder die Seriennummer mitzuteilen. Die bloße Tatsache, dass Rückrufe an Verbraucher gerichtet sind, sollte Wirtschaftsakteure und Anbieter von Online-Marktplätzen weder davon abhalten, alle Kunden auf eine Produktrückrufanzeige aufmerksam zu machen, noch davon, weiteren Endnutzern Abhilfemaßnahmen anzubieten. Wirtschaftsakteure und Anbieter von Online-Marktplätzen sollten angehalten werden, derartige Maßnahmen zu ergreifen, insbesondere im Falle von Kleinst- und kleinen Unternehmen, die wie Verbraucher auftreten.“

Darüber hinaus sieht Art. 35 Abs. 2 GPSR vor, dass Händler und Marktplatzbetreiber mit Produktregistrierungssystemen oder Kundenbindungsprogrammen, die die Identifizierung von von Kunden gekauften Produkten zu anderen Zwecken als der Übermittlung von Sicherheitsinformationen an ihre Kunden ermöglichen, ihren Kunden die Möglichkeit geben sollen, gesonderte Kontaktdaten ausschließlich zu Sicherheitszwecken zu hinterlegen. Die zu diesem Zweck erhobenen personenbezogenen Daten beschränken sich auf das erforderliche Mindestmaß und werden nur verwendet, um Verbraucher im Falle eines Rückrufs oder einer Sicherheitswarnung zu kontaktieren.