

Inhaltsverzeichnis

Herausgeber- und Autorenverzeichnis	V
Vorwort	IX
Abkürzungsverzeichnis	XIX
Abbildungsverzeichnis	XXI
1 Einleitung	1
2 Rechtliche Einordnung	3
2.1 Vorbemerkung und wesentliche Inhalte	3
2.2 Struktur, Aufbau und Zielsetzung	4
2.2.1 Regelungsgefüge und Inkrafttreten	4
2.2.2 Zielsetzung der Verordnung	5
2.2.3 Planungsvorgaben der Kommission	6
2.2.3.1 Priorisierung von Produktgruppen	7
2.2.3.2 Erster Arbeitsplan vom 16. April 2025	10
2.2.4 Zusammenspiel mit der aufzuhebenden Öko- design-RL	12
2.2.5 Umstellungsfristen	15
2.2.6 Verhältnis zu anderen EU-Produktrechts- vorschriften	18
2.3 Anwendungsbereich	19
2.3.1 Erfasste Produktgruppen	19
2.3.1.1 Eingeschränkte Anwendung auf Fahrzeuge	22
2.3.1.2 Eingeschränkte Anwendung auf Produkte aus sensiblen Bereichen	23
2.3.1.3 Gebrauchte Produkte	25
2.3.1.4 Übersicht des sachlichen Anwendungs- bereichs	27
	XIII

2.3.2	Betroffene Wirtschaftsteilnehmer.	28
2.3.1.1	Wirtschaftsteilnehmer.	28
2.3.1.2	Weitere Marktakteure	31
2.4	Ökodesign-Anforderungen an Produkte.	33
2.4.1	Ziel der Verbesserung von Produktaspekten	33
2.4.2	Zusätzliche Verhinderung einer vorzeitigen Obsoleszenz	35
2.4.3	Ergänzung durch delegierte Rechtsakte	37
2.4.3.1	Zuständigkeit und zeitlicher Ablauf	37
2.4.3.2	Verfahrensvorgaben an die Kommission für die Ausarbeitung von delegierten Rechtsakten.	38
2.4.3.3	Beteiligung von Wirtschaftsteilnehmern bei der Ausarbeitung von delegierten Rechtsakten.	41
2.4.3.3.1	Ökodesign-Forum gem. Art. 19 ESPR	41
2.4.3.3.2	Selbstregulierungsmaßnahmen gem. Art. 21 ESPR	43
2.4.3.4	Inhalt der delegierten Rechtsakte	46
2.4.3.4.1	Mindestinhalt eines delegierten Rechtsaktes gem. Art. 8 ESPR ..	46
2.4.3.4.2	Festlegung der Ökodesign- Anforderungen	47
2.4.4	Konformität	51
2.4.4.1	Konformitätspflichten des verantwort- lichen Herstellers	51
2.4.4.2	Konformitätsbewertungsverfahren	52
2.4.4.3	Konformitätsbewertung bei seriell her- gestellten Produkten	54

2.4.4.4	Vorgehen bei nicht konformen Produkten	55
2.4.4.5	Schutzklauselverfahren	58
2.4.4.6	Formale Nichtkonformität	58
2.5	Digitaler Produktpass	60
2.5.1	Allgemeines und einzuhaltende Anforderungen . . .	61
2.5.1.1	Neue Rechtsbegriffe im Zusammenhang mit dem DPP	62
2.5.1.2	Im DPP enthaltene Informationen.	63
2.5.1.3	Verknüpfung mit bereits bestehenden Informationsangaben.	65
2.5.1.4	Befreiung von den DPP-Anforderungen. . .	66
2.5.2	Technische Gestaltung und Verwendung des DPP. .	66
2.5.3	Digitales Produktpassregister und Webportal der Kommission	68
2.6	Pflichten der Wirtschaftsteilnehmer	69
2.6.1	Pflichten des Herstellers.	70
2.6.1.1	Pflichten vor dem Inverkehrbringen bzw. Inbetriebnahme des Produkts	71
2.6.1.2	EU-Konformitätserklärung	72
2.6.1.2.1	Konformitätsvermutung	75
2.6.1.2.2	Aufzeichnungen über die Konformitätsbewertung	75
2.6.1.3	Pflichten nach dem Inverkehrbringen bzw. der Inbetriebnahme des Produkts	76
2.6.2	Pflichten des Importeurs.	77
2.6.2.1	Pflichten vor dem Inverkehrbringen des Produkts	77
2.6.2.2	Pflichten nach dem Inverkehrbringen bzw. der Inbetriebnahme des Produkts	78

2.6.3	Pflichten der Vertreiber und Händler	79
2.6.4	Pflichten des Fulfilment-Dienstleisters und der Anbieter von Online-Marktplätzen und Online-Suchmaschinen.	82
2.6.4.1	Fulfilment-Dienstleister	82
2.6.4.2	Anbieter von Online-Marktplätzen und Online-Suchmaschinen	83
2.6.5	Weitere Pflichten, Grundsätze und Verbote	84
2.6.5.1	Pflicht zur Verhinderung der Vernichtung	84
2.6.5.2	Offenlegungspflichten.	85
2.6.5.3	Warenvernichtungsverbot	87
2.6.5.3.1	Vom Warenvernichtungsverbot umfasste Produkte	88
2.6.5.3.2	Ausnahmen für bestimmte Unternehmen	90
2.6.5.3.3	Begriff der Vernichtung	90
2.6.5.4	Pflichten in Bezug auf Etiketten	92
2.6.5.5	Informationspflichten im Fernabsatz	92
2.6.5.6	Weitergehende Überwachungs- und Berichterstattungspflichten sowie Anforderungen in der Lieferkette.	93
2.7	Rechtsfolgen und weitere Auswirkungen auf Unternehmen	94
2.7.1	Marktüberwachung.	94
2.7.2	Vorgesehene Sanktionen.	95
2.7.3	Haftungsrisiken	96
2.7.4	Auswirkungen auf Unternehmen	98
2.7.4.1	Schwarze Liste des UWG	99

2.7.4.2	Irreführung durch Vorenthalten wesentlicher Informationen	100
2.7.4.3	Rechtsbruchtatbestand des § 3a UWG	102
3	Managementaufgaben für Verantwortliche und Zuständige	105
3.1	Grundlagen erfolgreicher Transformation	109
3.2	Governance im Entscheidungsprozess	111
3.3	Integration zur Umsetzung	120
3.4	Konformität durch Risikosteuerung	122
3.4.1	Risikoidentifikation und -analyse.	125
3.4.2	Risikobewertung und Priorisierung	127
3.4.3	Risikosteuerung und Maßnahmenumsetzung.	130
3.4.4	Wirksamkeitsprüfung und Reporting	132
3.5	Lieferantenmanagement	135
3.6	Datenmanagement zur Verbraucherintegration	138
3.7	Erfüllung der Transparenzanforderungen.	142
4	Kommunikation	149
4.1	Grundlagen: Kommunikation als Bestandteil nachhaltiger Produktpolitik.	149
4.2	Authentisch, transparent, relevant: Erfolgsprinzipien wirksamer Nachhaltigkeitskommunikation	149
4.3	Verstehen, was zählt: Anforderungen verschiedener Stakeholder an eine glaubwürdige Kommunikation	153
4.4	Anforderungen aus der ESPR: Kennzeichnung und Pflichtinformationen.	158
4.5	Der Digitale Produktpass (DPP).	159
4.5.1	Zielsetzung und gesetzlicher Rahmen	159

Inhaltsverzeichnis

4.5.2 Zielgruppengerechte Aufbereitung von DPP-Inhalten.	160
4.5.3 Mehrstufige Informationsaufbereitung	162
4.5.4 Der DPP als strategisches Kommunikationsinstrument.	167
5 Einschätzung und Umsetzung der ESPR aus Unternehmensperspektive.	173
5.1 Unternehmensbeitrag der Deutschen Umwelthilfe e. V. ...	173
5.2 Unternehmensbeitrag der ImpactBuying BV	180
5.3 Unternehmensbeitrag der Mast-Jägermeister SE	192
6 Fazit und Ausblick	201
7 Anhang	205
7.1 Gesetzestexte, relevante Richtlinien und Verordnungen u. a.	205
7.2 Literaturverzeichnis	211