

**Stellungnahme zur Erzeugereigenschaft beim Aufbringen logistischer Versandetiketten auf
Transportverpackungen nach der PPWR
vom 17.07.2026**

Der Bundesverband Onlinehandel e. V. (BVOH) ist die unabhängige Interessenvertretung gewerblicher Onlinehändler in Deutschland. Er vertritt insbesondere kleine und mittlere Unternehmen und setzt sich für faire Wettbewerbsbedingungen, eine praxistaugliche Regulierung sowie transparente Rahmenbedingungen auf Onlineplattformen ein. Der BVOH ist seit 2025 als Trusted Flagger nach dem Digital Services Act zertifiziert und seit 2026 als klagebefugter Verein nach Art. 14 der Platform-to-Business-Verordnung benannt.

In Fachveröffentlichungen wird auf eine Auffassung der Zentralen Stelle Verpackungsregister (ZSVR) hingewiesen, bereits das Aufbringen eines Versandetiketts auf einen vorhandenen Versandkarton könne dazu führen, dass der Onlinehändler als Erzeuger der Verpackung gilt. Eine solche pauschale Einordnung hätte erhebliche Folgen für den Onlinehandel und die Wiederverwendung vorhandener Kartons. Der BVOH hält daher eine klare, unionsweit einheitliche und praxisgerechte Auslegung für erforderlich.

Art. 21 der Verordnung (EU) 2025/40 über Verpackungen und Verpackungsabfälle (PPWR) erfasst zwei getrennte Fälle, in denen ein Importeur oder Vertreiber die Pflichten des Erzeugers übernimmt: Er bringt die Verpackung unter seinem eigenen Namen oder seiner eigenen Marke in Verkehr oder verändert eine bereits in Verkehr gebrachte Verpackung so, dass deren Konformität mit den Anforderungen der PPWR beeinträchtigt werden kann. Nicht jede tatsächliche Veränderung genügt.

Die Leitlinien der Europäischen Kommission vom 10. Juni 2026 (C/2026/3084) legen der Bestimmung des Erzeugers zwei Kriterien zugrunde: die Rolle bei der Entwicklung oder Herstellung der Verpackung und den Namen beziehungsweise das Branding. Der sichtbare Name ist nach der Begründung der Kommission deshalb ein Zurechnungskriterium, weil der Namen- oder Markeninhaber typischerweise die vertragliche Entscheidungsmacht besitzt und die Verpackungsmerkmale bestimmen kann. Auch die Aussage, bei Transportverpackungen sei bei einer eindeutigen Kennzeichnung mit dem Namen oder der Marke des Abnehmers regelmäßig dieser Erzeuger, ist daher funktional in diesem Zusammenhang zu lesen.

Eine ausschließlich logistische Absenderangabe weist weder darauf hin, dass der Händler den Karton unter seinem Namen entwickeln oder herstellen ließ, noch vermittelt sie ihm Entscheidungsmacht über Konstruktion, Material oder Konformität. Die Leitlinien betonen zudem, dass es in einer Lieferkette stets nur einen Erzeuger geben soll. Eine Auslegung, nach der sich die Erzeugereigenschaft mit jedem neu aufgebrachten oder ersetzten Versandetikett auf den jeweils adressierenden Akteur verlagert, wäre damit schwer vereinbar.

Auch die Systematik der PPWR spricht gegen eine automatische Zuordnung. Art. 20 nennt Adressierung und Versand ausdrücklich als typische Tätigkeiten von Fulfilment-Dienstleistern. Diese Tätigkeiten sind grundsätzlich unproblematisch, solange sie die Konformität der Verpackung nicht beeinträchtigen. Art. 24 Abs. 2 setzt das Anbringen von Versandetiketten als gewöhnlichen Bestandteil der Nutzung von Transport- und E-Commerce-Verpackungen voraus, indem eine hierfür erforderliche Mindestfläche zu berücksichtigen ist.

Das bloße Aufbringen eines handelsüblichen, ausschließlich logistischen Versandetiketts auf einen bereits fertig hergestellten und konformen Versandkarton begründet nach Auffassung

des BVOH damit für sich allein keine Erzeugereigenschaft des Onlinehändlers. Ein Versandetikett dient der Adressierung und Beförderung. Es enthält typischerweise Empfänger- und Absenderdaten, Sendungsnummern, Barcodes und Vorgaben des Paketdienstleisters oder eines elektronischen Marktplatzes. Die Absenderangabe kennzeichnet die konkrete Sendung, nicht die Herkunft oder die verantwortliche Gestaltung des Kartons. Der Händler präsentiert die Verpackung damit nicht als von ihm entwickelte oder unter seinem Namen hergestellte Verpackung und hat regelmäßig weder Einfluss auf ihre Konstruktion und Materialwahl noch Zugriff auf die technische Dokumentation und Konformitätserklärung.

Auch die Veränderungsalternative des Art. 21 PPWR ist nicht bereits deshalb erfüllt, weil ein Etikett physisch mit dem Karton verbunden wird. Erforderlich ist eine konkrete Möglichkeit, dass die Konformität mit den Anforderungen der Art. 5 bis 12 PPWR beeinträchtigt wird. Andernfalls liefe dieses Tatbestandsmerkmal leer. Anders kann die Bewertung ausfallen, wenn ein Aufkleber vorgeschriebene Kennzeichnungen verdeckt, aufgrund seiner Größe, seines Materials oder des verwendeten Klebstoffs die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen kann oder die Verpackung gezielt als eigene Markenverpackung des Händlers gestaltet wird.

Eine undifferenzierte Zuordnung, wie sie aktuell öffentlich als Auffassung der ZSVR dargestellt wird, würde insbesondere kleine und mittlere Onlinehändler mit Pflichten belasten, die sie tatsächlich nicht erfüllen können. Sie müssten für fremd hergestellte Kartons die Konformitätsbewertung, technische Unterlagen und EU-Konformitätserklärungen verantworten, obwohl ihnen die Herstellungsdaten und Einflussmöglichkeiten fehlen. Dies widerspräche der in Erwägungsgrund 1 angestrebten Rechtssicherheit und Vermeidung zusätzlicher Kosten sowie dem in Erwägungsgrund 185 formulierten Ziel, gerade KMU bei der Erfüllung der PPWR zu unterstützen. Zugleich entstünde ein ökologischer Fehlanreiz: Die Wiederverwendung vorhandener Kartons würde rechtlich riskanter als der Einsatz neuer Verpackungen. Das liefe den Zielen der Erwägungsgründe 2 und 15 sowie Art. 1 Abs. 3 PPWR zuwider, Verpackungsabfälle zu vermeiden, die Wiederverwendung zu stärken und den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft zu fördern.

Der BVOH fordert eine zeitnahe schriftliche Klarstellung der zuständigen Stellen, dass das bloße Anbringen eines ausschließlich logistischen Versandetiketts auf einer bereits fertig hergestellten Transportverpackung nicht automatisch zur Erzeugereigenschaft des Onlinehändlers führt. Maßgeblich muss sein, ob der Händler aufgrund seiner Rolle bei Entwicklung oder Herstellung und seiner Entscheidungsmacht tatsächlich als Verantwortlicher für die Verpackung anzusehen ist oder ob das Etikett die Konformität mit den Anforderungen der PPWR konkret beeinträchtigen kann.

Bis zu einer solchen Klarstellung sollten weder Vollzugshinweise noch behördliche Maßnahmen oder Bußgeldverfahren allein darauf gestützt werden, dass ein Händler ein übliches Versandetikett auf einen Versandkarton aufgebracht hat. Der BVOH regt zudem an, diese Frage auf europäischer Ebene in die FAQ und Auslegungshinweise zur PPWR aufzunehmen, um divergierende nationale Vollzugspraxen zu verhindern.

17.07.2026

Gez. Heidi Kneller-Gronen