Neues Produkthaftungsrecht ab 9. Dezember 2026

Worauf Hersteller, Importeure und Händler sich jetzt einstellen müssen

Ab Dezember 2026 gelten neue Spielregeln im Produkthaftungsrecht, mit weitreichenden Folgen auch für die Werbeartikelbranche. Betroffen sind längst nicht mehr nur Hersteller: Je nach Rolle in der Lieferkette können auch Importeure, Händler und Veredler stärker in die Verantwortung genommen werden. Welche Änderungen auf Unternehmen zukommen, wo neue Haftungsrisiken entstehen und warum jetzt der richtige Zeitpunkt ist, Prozesse und Dokumentationen auf den Prüfstand zu stellen, zeigt dieser Beitrag von Kai Koschorreck, GWW-Verbandsanwalt und Partner in der Kanzlei Rohrbach Rechtsanwälte in Köln.

Für die Werbemittelbranche ist die ab dem 9. Dezember 2026 in Kraft tretende Reform des Produkthaftungsrechts von erheblicher praktischer Bedeutung. Zwar richtet sich die Produkthaftung weiterhin in erster Linie gegen Hersteller, allerdings stärkt die Neuregelung zugleich die Verantwortung entlang der gesamten Lieferkette. Betroffen sind daher nicht nur produzierende Unternehmen, sondern auch Importeure, Fulfilment-Dienstleister, Online-Plattformen und unter bestimmten Voraussetzungen auch der einzelne Händler. Gerade in einer Branche, in der viele Unternehmen Werbeartikel nicht selbst herstellen, sondern beschaffen, veredeln, lagern, weiterverkaufen oder im Kundenauftrag bereitstellen, sollte die Reform als Anlass genommen werden, die vertraglichen Strukturen der eigenen Lieferketten und insbesondere die Dokumentation und Rückverfolgbarkeit der vertriebenen Produkte zu überprüfen.



Kai Koschorreck berät den GWW und seine Mitglieder als Vertragsanwalt in allen rechtlichen Fragen der Werbemittelbranche.

© ROHRBACH RECHTSANWÄLTE Partnerschaft mbB

Bei allen nachfolgend dargestellten Änderungen bleibt immer zu beachten, dass das Produkthaftungsrecht eine verschuldensunabhängige Haftung vorsieht, so dass nicht entscheidend ist, ob ein Unternehmen schuldhaft gehandelt hat, sondern ob ein fehlerhaftes Produkt einen ersatzfähigen Schaden verursacht hat. Für Unternehmen bedeutet das: Auch sorgfältige Organisation schützt nicht automatisch vor einer Inanspruchnahme. Sorgfalt, Dokumentation und Qualitätsmanagement sind aber entscheidend, um Fehler zu vermeiden, Ansprüche abzuwehren und Rückgriff in der Lieferkette zu sichern.

Anpassung an Digitalisierung und Lieferketten

Durch die Anfang Dezember 2026 in Kraft tretende Reform werden nunmehr moderne Produktformen, wie z.B. digitale Komponenten und Softwareprodukte einerseits und die immer komplexeren Lieferstrukturen in die Produkthaftung mit einbezogen. Software, KI-Anwendungen, Komponenten und verbundene digitale Dienste sind daher produkthaftungsrechtlich als Produkt eingestuft. Für klassische Werbemittel wie Kugelschreiber, Taschen, Textilien, Trinkflaschen oder Kalender mögen die Auswirkungen daher zunächst überschaubar bleiben, bei elektronischen Werbeartikeln, Powerbanks, Ladegeräten, Smart-Gadgets, Tracking-Funktionen oder App-gestützten Produkten steigt die Relevanz jedoch deutlich. Dies gilt auch für verbundene Dienste und einzelne Komponenten, wie z.B. der Kombination eines klassischen Werbeartikels mit digitalen Diensten. Verursacht eine fehlerhafte Komponente einen Fehler eines solchen Gesamtprodukts, so können sowohl die Hersteller der einzelnen Produkte/Komponenten haften, als auch derjenige, der dieses Gesamtprodukt erstmals auf den Markt bereitgestellt hat.

Für die Branche bedeutet dies: Wer elektronische oder vernetzte Werbeartikel – wie z.B. Artikel mit digitalen Bedien-/Tracking-Funktionen, Smart-Gadgets oder updatefähige Geräte vertreibt, sollte nicht nur das Endprodukt, sondern auch Ladegeräte, Softwarebestandteile, Apps, Sensorik und verbundene Dienste in die Risikobetrachtung einbeziehen, denn wenn diese fehlerhaft sind, gilt das gesamte Produkt als fehlerhaft mit den entsprechenden Haftungsfolgen.

Erweiterter Fehlerbegriff

Ein Produkt ist zukünftig fehlerhaft, wenn es nicht die Sicherheit bietet, die nach deutschem oder europäischem Recht vorgeschrieben ist oder die berechtigterweise erwartet werden darf. Bei der Bewertung sind künftig zahlreiche Umstände zu berücksichtigt, etwa Design, technische Merkmale, Zusammensetzung, Verpackung, Kennzeichnung, Gebrauchsanleitungen, Warnhinweise, vorhersehbare Verwendung, Produktsicherheitsanforderungen, sicherheitsrelevante Cybersicherheit sowie Rückrufe oder sonstige Sicherheitsmaßnahmen.

Für Hersteller folgt daraus, dass ein nachvollziehbarer, dokumentierter Prozess von der Konstruktion, über die Material- und Komponentenauswahl bis zur Reklamationsauswertung vorhanden sein muss. Importeure und Händler sollten ihrerseits prüfen, ob die vom Hersteller gelieferten Unterlagen vollständig und plausibel sind. Dazu gehören insbesondere Herstellerangaben, Produktkennzeichnung, Bedienungs- und Warnhinweise, CE-Kennzeichnung, Konformitätserklärungen, Sicherheitsdaten, Prüfberichte und Informationen zur Charge oder Produktionsserie. Bei Produkten, die B2B Kunden später an Verbraucher weitergeben, sollte die Sicherheitsprüfung nicht allein an der B2B-Beziehung ausgerichtet werden, maßgeblich bleibt die sichere Verwendung durch den Endnutzer.

Wer gilt als Hersteller? Eigenmarke, Sonderanfertigung und Branding

Als Hersteller wird nicht nur derjenige angesehen, der ein Produkt selbst produziert, sondern auch, wer ein Produkt entwickeln oder herstellen lässt oder durch Anbringen seines Namens, seiner Marke oder eines anderen Erkennungszeichens als Hersteller auftritt. Für die Werbeartikelbranche ist dieser Punkt besonders wichtig, da sie überwiegend mit Veredelung, Branding, Eigenmarken, Sonderanfertigungen und kundenspezifischen Gestaltungsvorgaben arbeitet.



Globale Lieferkette: Der Weg eines Produkts von der Herstellung bis zur Auslieferung. ***Bildquelle: KI-generiert mit OpenAI***

Anzeige

Premiumqualität. Schon ab 3 Tagen* produziert.

Deine Marke soll strahlen?
Wir sorgen dafür. Individuell bedruckt und in Premiumqualität geliefert.

- **P-9000® Microfaser**
- **Made in Germany** – kurze Wege, kurze Lieferzeiten
- **Individuell bedruckt** – vom Produkt bis zur Einzelverpackung
- **Premiumqualität** – egal ob Standard- oder Express-Auftrag

POLYCLEAN

EXPRESS-SERVICE



www.polyclean.com

POLYCLEAN International GmbH | sales@polyclean.com | Tel. +49 2561-86558 300

*Der Express-Service ab 3 Tagen ist aufpreispflichtig und versteht sich vorbehaltlich freier Kapazitäten. Die Produktionszeit ist der Zeitraum zwischen der Druckfreigabe und dem Versand. Sie beinhaltet nicht die Versandlaufzeit.

Neues Produkthaftungsrecht ab 9. Dezember 2026

Worauf Hersteller, Importeure und Händler sich jetzt einstellen müssen

Fortsetzung

Nicht jede Werbeanbringung macht einen Händler automatisch zum Hersteller. Das schlichte Bedrucken eines T-Shirts oder Thermobechers wird regelmäßig anders zu bewerten sein als die technische Veränderung eines Kopfhörers oder der Austausch von einzelnen Komponenten bei der in die technischen Features eingegriffen wird. Wer ein Produkt wesentlich verändert und anschließend bereitstellt, wird zukünftig als Hersteller desselben angesehen und haftet hierfür.

Für die Praxis empfiehlt sich daher eine klare interne Einordnung: Handelt das Unternehmen nur als Händler? Tritt es als Eigenmarkenanbieter auf? Wird ein Produkt lediglich dekorativ veredelt oder wird es technisch verändert? Gibt es Produktvorgaben des Kunden, die sicherheitsrelevant sein können? Diese Fragen sollten vor Auftragsannahme und Beschaffung geklärt und dokumentiert werden.



Sorgfältige Dokumentation, vollständige Nachweise und lückenlose Rückverfolgbarkeit sind zentrale Bausteine, um Haftungsrisiken zu minimieren.
Bildquelle: KI-generiert mit OpenAI

Kreis möglicher Hersteller

Nicht nur auf weitere Produkte wird der Herstellerbegriff erweitert, sondern auch auf weitere Wirtschaftsakteure, mit Folgen insbesondere für Importeure und Händler.

Ist der Hersteller eines Produktes außerhalb der EU ansässig, kann der Importeur wie ein Hersteller haften, wenn er das Produkt oder eine Komponente aus einem Drittstaat auf dem Unionsmarkt in Verkehr bringt. Für Werbemittelimporteure ist dies ein Kernrisiko. Wer Produkte unmittelbar aus Asien, den USA, Großbritannien oder anderen Drittstaaten bezieht und in der EU bereitstellt, sollte sich nicht als bloßer Zwischenhändler verstehen, produkthaftungsrechtlich wird er ab Dezember 2026 als Hersteller eingeordnet.

Importeure sollten daher risikobasiert vorgehen. Erforderlich sind belastbare Lieferantenqualifikation, Musterprüfung, technische Dokumentation, eindeutige Produktspezifikationen, Konformitätsunterlagen, Rückverfolgbarkeit und vertraglich gesicherte Unterstützung des Drittstaatenlieferanten im Haftungsfall. Gerade bei preisgetriebenen Werbeartikeln sollte der Einkauf nicht allein kaufmännisch gesteuert werden, sondern gleichrangig sollten Produktsicherheit, Nachweis- und Regressfähigkeit Beschaffungskriterien sein.

Auch Lieferanten/Händler bleiben nicht risikofrei. Kann kein in der EU ansässiger Hersteller, Importeur, Beauftragter oder Fulfilment-Dienstleister ermittelt werden, haften sie wie ein Hersteller, wenn sie auf Aufforderung des Geschädigten nicht innerhalb eines Monats einen verantwortlichen Wirtschaftsakteur benennen. Ein sauberer Lieferantenstamm, artikelgenaue Chargen- und Bestellzuordnung, Aufbewahrung von Rechnungen, Lieferscheinen, Konformitätsunterlagen und Herstellerdaten sind daher kein reines Verwaltungsproblem, sondern ein Instrument zur Haftungsvermeidung.

Dokumentation als Verteidigungsmittel

Eine der wichtigsten Änderungen betrifft das Beweisrecht im Rahmen eines Schadensersatzprozesses. Zukünftig kann ein Gericht auf Antrag eines Klägers die Offenlegung relevanter Beweismittel anordnen, wenn eine Schadensersatzklage anhängig ist und der Kläger Tatsachen sowie Beweismittel vorgelegt hat, die die Plausibilität seines Anspruchs ausreichend stützen. Die Offenlegung ist zwar auf das erforderliche und verhältnismäßige Maß zu beschränken und muss Geschäftsgeheimnisse berücksichtigen, dennoch entstehen insbesondere für herstellende Unternehmen erhöhte Prozessrisiken. Diesen Risiken kann nur durch eine vollständige, aktuelle und gesetzeskonforme Dokumentation entgegnet werden, diese ist Verteidigungsvoraussetzung. Hersteller sollten Konstruktionsentscheidungen, Materialauswahl, Prüfberichte, Konformitätsbewertungen, Lieferantenfreigaben, Warnhinweise, Gebrauchsanleitungen, Reklamationsauswertungen und Rückrufentscheidungen nachvollziehbar dokumentieren. Importeure und Händler sollten zumindest sicherstellen, dass sie auf die notwendigen Unterlagen kurzfristig zugreifen können.

Konkrete Vorbereitungsschritte

Wie dargestellt, erfordern die Änderungen der Produkthaftung von allen Wirtschaftsakteuren entlang der Lieferkette Maßnahmen, die bis Anfang Dezember 2026 umgesetzt sein müssen.

Hersteller sollten zunächst eine Produktportfolio-Analyse durchführen. Zu identifizieren sind insbesondere Hochrisikoprodukte: u.a. Elektronik, Akkuprodukte, Ladegeräte, Spielwaren, Lebensmittelkontaktprodukte, Textilien mit Hautkontakt, Produkte für Kinder und vernetzte Produkte. Für diese Produkte sollten – soweit noch nicht aufgrund der Vorgaben der Produktsicherheitsverordnung geschehen – Risikobewertungen, Prüfkonzepte, Lieferantenvorgaben, Kennzeichnung, Gebrauchsanleitungen, Warnhinweise und Rückrufprozesse überprüft werden.

Importeure sollten ihre Drittstaatenlieferanten neu qualifizieren. Einkaufspreis und Lieferfähigkeit reichen als Auswahlkriterien nicht aus, erforderlich sind dokumentierte Produktspezifikationen, Prüfberichte, Konformitätsnachweise, Informationspflichten, Freistellungen, Versicherungspflichten und die Vereinbarung von Unterstützungspflichten im Schadensfall.

Händler sollten ein Rückverfolgbarkeitssystem implementieren oder vorhandene Systeme nachschärfen. Die zentrale Leitfrage lautet: Kann innerhalb eines Monats belastbar benannt werden, wer Hersteller, Importeur oder Vorlieferant des konkreten Produkts war? Ergänzend sollten Lieferantenverträge angepasst werden. Sinnvoll sind Klauseln zu Dokumentationsbereitstellung, Mitwirkung bei Anspruchsabwehr, Freistellung, Rückrufunterstützung, Versicherungsschutz, Produktsicherheitsinformationen und Meldepflichten bei sicherheitsrelevanten Vorfällen.

Fazit

Das neue Produkthaftungsrecht ist für die Werbemittelbranche kein Randthema. Es betrifft Hersteller, Importeure und Händler gleichermaßen, wenn auch mit unterschiedlicher Intensität. Der 9. Dezember 2026 erscheint noch weit entfernt, tatsächlich sollten Unternehmen aber jetzt mit der Umsetzung beginnen. Wer Produkte, Lieferketten, Dokumentation, Versicherungen und Vertragsmuster rechtzeitig überprüft, reduziert nicht nur Haftungsrisiken, sondern stärkt zugleich die eigene Prozessqualität und die Verlässlichkeit gegenüber Kunden.

Rechtsanwalt Kai Koschorreck, seit Juli 2011 Partner bei ROHRBACH RECHTSANWÄLTE in Köln, veröffentlicht regelmäßig Beiträge und Aufsätze zu aktuellen rechtlichen Entwicklungen in Fach- und Branchen-Zeitschriften.
Neben seiner anwaltlichen Tätigkeit ist Koschorreck regelmäßiger Referent der TÜV Rheinland Akademie mit Vorträgen aus den Bereichen der Vertragsgestaltung, des Vertrags- und Gewährleistungsrechts.
Den Gesamtverband der Werbemittelwirtschaft e.V. und dessen Mitglieder berät er als Vertragsanwalt in sämtlichen rechtlichen Fragestellungen der Werbemittelbranche.

// ProdHaftG (neue Fassung)

Weihnachts-Ideen-Haus
4043
Festliche Teezeit
1570
Zirben-Entspannung
4102-1
Festtags-Bäumchen
4024
Zauberhafte Backmomente
Blättern Sie im neuen Weihnachtskatalog online
www.multiflower.de
oder fordern Sie ihn an
info@multiflower.de
MULTIFLOWER
Promotion Ideen für Wachstum
Daimlerstr 17 • D-74909 Meckesheim
Fon +49 (0) 6226 - 92 79 8 - 0 • www.multiflower.de
Anzeige