

# ZfPC

Zeitschrift für Product Compliance  
4/2025 | Seiten 153–220

## Erhöhte Haftungsrisiken für Quasi-Hersteller in der EU

Editorial



In den letzten Jahren hat sich auf EU-Ebene ein Wandel in der Produkthaftung vollzogen – weniger getrieben durch den Gesetzgeber als durch die Rechtsprechung des EuGH. Zwei Entscheidungen stehen dabei für die Stärkung der Verbraucherrechte in der Produkthaftung: das Urteil des EuGH vom 7.7.2022, C-264/21 - „Koninlijke Philips NV“ und das Urteil des EuGH vom 19.12.2024, C-157/23 - „Ford Italia“. Sie rücken den

Quasi-Hersteller – also Unternehmen, die Produkte unter eigenem Namen vertreiben, ohne sie selbst hergestellt zu haben – ins Zentrum einer verschärften Verantwortung.

Im Urteil „Koninlijke Philips NV“ stellte der EuGH klar: Wer durch Markenauftritt, Angabe des Logos auf der Verpackung oder sonstige Kennzeichnung den Eindruck erweckt, Hersteller eines Produkts zu sein, haftet auch als solcher – unabhängig davon, ob er tatsächlich in den Produktionsprozess eingebunden war. Für die Haftung kommt es allein auf die Wahrnehmung des Verbrauchers an, nicht auf interne Lieferketten. Wer also unter eigenem Namen verkauft, übernimmt das volle Haftungsrisiko, unabhängig von der zusätzlichen Angabe des tatsächlichen Herstellers. Die bisher gängige Praxis, den durch die Verwendung der Marke gesetzten Rechtsschein durch die Angabe des tatsächlichen Herstellers zu zerstören, wird somit ein Riegel vorgeschoben. Insbesondere mit Blick auf die Markenlizenzierung darf man das Urteil hinterfragen, schließlich würde jeder Lizenzgeber plötzlich auch zum Quasi-Hersteller.

Diese verbraucherorientierte Sicht wurde im Urteil „Ford Italia“ weiter verschärft. Hier haftete nicht ein Markeninhaber, sondern ein reiner Vertreiber. Grund: Der tatsächliche Hersteller war für den Endnutzer nicht klar erkennbar. Der EuGH entschied, dass in einem solchen Fall auch der Vertreiber als Quasi-Hersteller gilt – denn ohne transparente Herstellerkennzeichnung könne der Verbraucher berechtigterweise davon ausgehen, dass die Vertriebsgesellschaft mit identischem Logo/Namen selbst verantwortlich sei. Der Gerichtshof betont: Der Schutz des Verbrauchers dürfe nicht dadurch geschwächt wer-

den, dass interne Zuständigkeiten unklar bleiben. Die Haftung des Vertreibers wurde nicht an die tatsächliche Rolle, sondern seine Marktpräsenz und Außenwirkung geknüpft.

Beide Urteile zeigen: Die Verantwortung des Quasi-Herstellers wird ausgedehnt. Neben klassischen Eigenmarken oder OEM-Konstruktionen können auch reine Vertreiber, Importeure oder Händler bei unklaren Herstellerangaben in die Pflicht genommen werden. Damit steigt das Haftungsrisiko für Unternehmen erheblich, die durch Aufmachung, Markenstrategie oder Intransparenz als Hersteller erscheinen. Es ist davon auszugehen, dass zukünftig vermehrt gegen nationale Vertriebsgesellschaften und nicht mehr gegen tatsächliche Hersteller vorgegangen wird, wenn hierfür grenzüberschreitende Verfahren nötig wären. Ob dies – jedenfalls bei Herstellern innerhalb der EU - mit Blick auf die Rom II-Verordnung sinnvoll ist, bleibt dahinstehend.

Dass diese Linie keine bloße Judikatur-Episode bleibt, zeigt der Blick auf den europäischen Gesetzgeber und die am 18. November 2024 beschlossenen Neuerungen der Produkthaftungsrichtlinie (RL (EU) 2024/2853). Sie weitet den Herstellerbegriff ausdrücklich aus – auch auf digitale Plattformen und Anbieter von KI-Produkten – und stärkt die Haftung desjenigen, der Produkte ohne klare Herstellerangabe in Verkehr bringt. Künftig ist nicht mehr entscheidend, wer technisch produziert hat, sondern wer aus Sicht des Verbrauchers Verantwortung signalisiert.

Für Unternehmen mit Eigenmarken oder Private-Label-Konzepten bedeutet das: Es reicht nicht mehr, sich auf vertragliche Rollenzuweisungen zu berufen. Wer sich als Hersteller präsentiert oder Unklarheit über den tatsächlichen Produzenten lässt, steht in der vollen Produkthaftung. Klarheit in der Kennzeichnung, verlässliche Lieferkettenkontrollen, ein konsequentes Compliance-Management und die Erweiterung der Due Diligence mit Blick auf die Produkthaftung sind unabdingbar, genauso wie entsprechende Versicherungen für den Fall der Fälle.

Und wenn wir davon ausgehen, dass der Zenit in Sachen Verbraucherschutz erreicht ist, warten wir gespannt auf die im Arbeitsprogramm der EU-Kommission im Februar 2025 angekündigte Verbraucheragenda 2025-2030. Frei nach dem Motto: nach der Verbraucheragenda ist vor der Verbraucheragenda.

Dr. Marie-Charlotte Claßen,  
Stv. Geschäftsführerin und Justiziarin,  
Herstellerverband Haus & Garten, Düsseldorf