

HERAUSFORDERUNGEN IM E-COMMERCE

Prof. Dr. Eric Wagner, Dr. Marc Ruttloff | Berlin | 15.10.2026

Ausgangspunkt

An wen denken Sie beim Stichwort e-Commerce?

zdf_heute

15! 2.440! 296.600! Das sind sie, die Zahlen des Schreckens für den stationären Einzelhandel.

bitkom

Im Jahr 2025 verkauften 86 Prozent der Unternehmen ihre Produkte sowohl stationär als auch online.



2026 übernahmen 60,6 Prozent der Händler die Rücksendekosten vollständig gegenüber 49,2 Prozent im Vorjahr.

Schwieriges wirtschaftliches Umfeld

Handel steht unter starkem wirtschaftlichem Druck

1

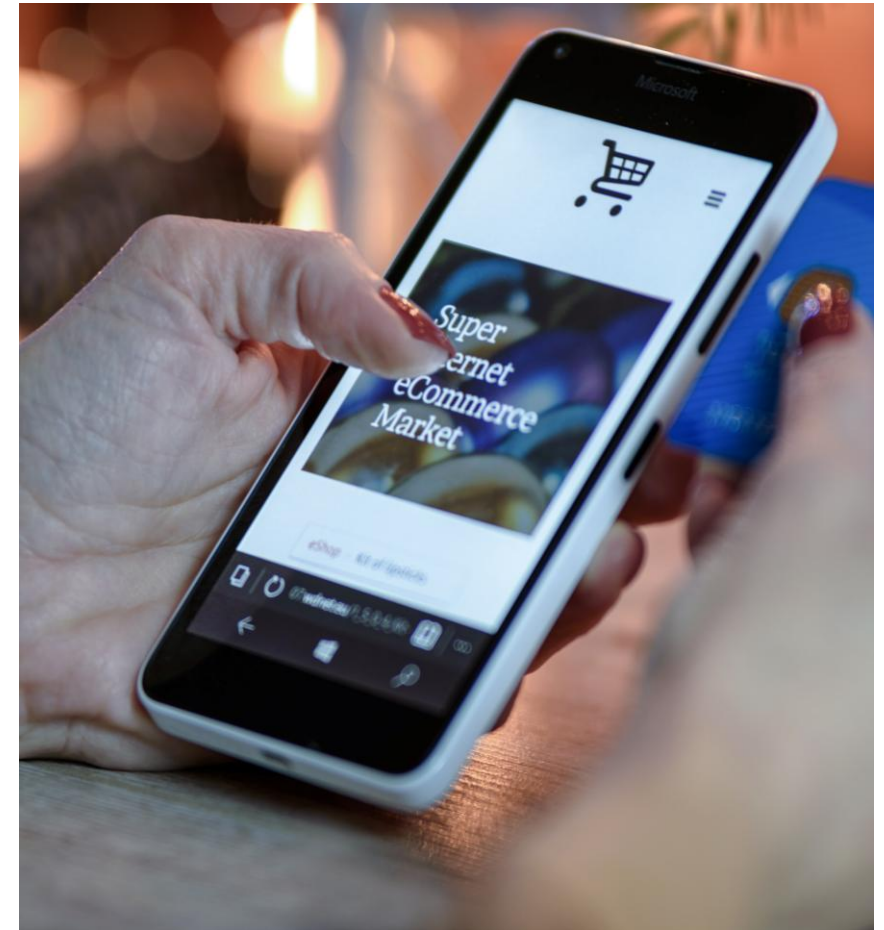
e-Commerce verdrängt immer mehr den stationären Handel

Druck auf stationäre Händler zumindest mit auf Online-Handel auszuweichen

2

Sehr hoher Preisdruck im e-Commerce

- Grenzüberschreitender Wettbewerb
- Vollständige Kostentransparenz und Vergleichbarkeit
- Zusatzkosten für Rücksendungen, Werbung, Versand, Prüfung von Rückläufern, Fulfillment-Dienstleister, etc.



Zunehmende rechtliche Anforderungen

Steigende Regulierungsdichte und Verantwortung von Online-Händlern

Verbraucherschutz und Widerruf

Informationspflichten
Widerrufsbelehrung
Widerrufsbutton

Kaufrecht/Verbrauchsgüterkauf

Updatepflicht bei Waren mit digitalen
Elementen

Produktsicherheitsrecht

Prüf- und Sorgfaltspflichten
Unterrichtungs- und Meldepflichten
Korrekturmaßnahmen

Fernabsatzrecht und AGB

Preisangaben
Eingeschränkte AGB-Gestaltung

Grenzüberschreitender Verkauf

Rechtswahl und Gerichtsstand
Unterschiedliche Rechtsrahmen

Preise und Wettbewerbsrecht

Personalisierte Preise
Algorithmische Preisabsprachen

ESG-Vorgaben

EmpCo	PPWR
Ökodesign-VO	EUDR
BFSG	EUFLR

Datenschutz-Compliance

Nachweisdokumentation
Löschkonzept
Datensparsamkeit

Plattformhaftung und DSA

Haftungsprivileg
Mittelbare Pflichten für Händler

EXEMPLARISCHER DEEP DIVE ZU EINIGEN PUNKTEN

Kaufrecht: Ware mit (notwendig) digitalen Elementen

Aktualisierungspflicht des Händlers und Grenzen des Regresses

Waren mit digitalen Elementen:

Waren, für deren Funktionsfähigkeit das digitale Produkt unentbehrlich ist, vgl. § 327a III 1 BGB.

Gesetzliche Pflichten

- **Aktualisierungspflicht:** Den **Verkäufer** trifft die Aktualisierungspflicht, § 475b IV Nr. 2 BGB
- **Problem:** Der Händler ist dazu nicht in der Lage

Begrenzter Regress

- § 445a Abs. 1 BGB regelt den Regress des Verkäufers gegenüber dem *eigenen* Lieferanten (nicht zwingend Hersteller)
 - Aber: nur Aufwendungsersatz; der Lieferant schuldet die Aktualisierung selbst nicht
 - Da dem Verkäufer meist die Aktualisierung unmöglich ist, entstehen auch keine Aufwendungen, die ersetzt werden können
- Vereinbarung geg. dem Lieferanten nötig oder Begrenzung geg. Kunden (in der Praxis bei Verbrauchern problematisch)

Händler in der Verantwortung

Händler tragen Aktualisierungspflicht, obwohl sie dieser meist nicht nachkommen können

Vertragliche Regelung notwendig, aber für kleine Händler häufig faktisch nicht möglich

Änderung der Produkthaftungsrichtlinie

Händler als Haftungsadressat bei deutlich verschärfter Haftung

Haftende Wirtschaftsakteure

- Sitz des Herstellers außerhalb der EU:
 - **Importeur** (zusätzlich)
 - **Bevollmächtigter** (zusätzlich)
 - **Subsidiär: Fulfillment-Dienstleister** (zusätzlich), sofern kein Importeur oder Bevollmächtigter
- Subsidiär:
 - **Händler** (einen Monat nach Aufforderung)
 - **Online-Plattform**, wenn Produkt von Plattform oder Nutzer bereitgestellt
- Gerade bei online-Händlern, die Produkte aus Drittland veräußern, ein zusätzliches Problem

Haftungsverschärfungen

- Ausweitung Mangelbegriff
- Ausweitung Schadensbegriff
- Entfall der Haftungshöchstgrenze und der Selbstbeteiligung
- Prozessuale Verschärfungen

Marktrealität

- **Große Händlerketten** verlangen von Zulieferern inzwischen oft **Sitz** oder **Verantwortlichen** in **EU**
- **Kleine Händler** können dies häufig nicht durchsetzen. Folge: **Eigene Haftung**, wenn sie keinen haftenden EU-Akteur oder eigenen Lieferanten nennen können

Schwierige materiell-rechtliche Ausgangslage

Gerade bei grenzüberschreitendem e-Commerce problematisch



Keine einheitliche Rechtswahl möglich

Freie Rechtswahl geg. Verbrauchern eingeschränkt
(zwingende Vorschriften am Sitz des Verbrauchers
vorrangig anzuwenden), Art. 6, 3 Rom-I VO

Grenzen der Gestaltungsfreiheit

Deutsches AGB-Recht setzt enge Grenzen;
entspricht nicht dem internationalen Standard

Keine Ausnahmen für kleinere Unternehmen

Rahmen in allen vorgenannten Punkten für alle
Unternehmen – unabhängig von deren Größe –
gleich.

ESG im E-Commerce: Pflichtenzuwachs

Nachhaltigkeitsziele werden zunehmend verbindliche Rechtspflichten – auch für Händler

Schattenseite der ESG-bezogenen Pflichten für KMU

Zunehmende Regelungsdichte

ESG-Vorgaben im Lauterkeits-, Verpackungs-, Entwaldungs- und Produktsicherheitsrecht (EmpCo, PPWR, EUDR, GPSR)

Neue Informations-, Nachweis- und Sorgfaltspflichten

Auch KMU als Normadressaten

Anknüpfung der Pflichten an das Produkt bzw. die Rolle als Wirtschaftsakteur ohne grundsätzliche Unterscheidung der wirtschaftlichen und personellen Kapazitäten der Unternehmen

Strukturelles Ressourcendefizit gegenüber Großunternehmen

Begrenzte Wirkung der KMU-Privilegierungen

Überwiegend nur Übergangsfristen, Leitlinien oder punktuelle Ausnahmen

Keine Entlastung bei den Kernpflichten für KMU

EmpCo-Richtlinie

Verbote und Informationspflichten für Händler

1	Anwendungsbereich
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sachlich: Geschäftspraktiken von Gewerbetreibenden gegenüber Verbrauchern wie etwa Umweltaussagen, Nachhaltigkeitssiegel und vorvertragliche Informationen bei Verbraucherverträgen ▪ Persönlich: jeder Gewerbetreibende bzw. Unternehmer; keine Größenschwelle
2	Verbote/Pflichten – auch für KMU
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Per-se-Verbote, z.B. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verwendung Umweltaussagen ohne Nachweis „anerkannter hervorragender Umweltleistung“ (Anhang I Nr. 4a UGP-RL) ▪ Umweltaussage zum gesamten Produkt, die nur Aspekt betrifft („cherry picking“) (Anhang I Nr. 4b UGP-RL) ▪ Informationspflichten, z.B. <ul style="list-style-type: none"> ▪ über umweltfreundliche Lieferung (Art. 6 Abs. 1 lit. g) VRRL) oder Reparierbarkeit (Art. 6 Abs. 1 lit. u), v)) VRRL)
3	Erleichterungen für KMU?
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keine KMU-spezifischen rechtlichen Ausnahmen ▪ staatliche Stellen sollen „im Rahmen des Möglichen“ Maßnahmen fördern, um KMU den Zugang zu Nachhaltigkeitssiegeln zu erleichtern

PPWR

Händler oftmals als Vertreiber und ggf. auch Hersteller in der Verantwortung

1	Anwendungsbereich	2	Verbote/Pflichten – auch für KMU	3	Erleichterungen für KMU?
	<ul style="list-style-type: none">▪ Sachlich: Verpackungen und -abfälle – auch „Verpackungen für den elektronischen Handel“, d. h. Versandverpackungen an Endabnehmer (Art. 3 Abs. 1 Nr. 8)▪ Persönlich: Erzeuger, Importeur, Vertreiber, Hersteller (Art. 3 Abs. 1 Nr. 15, 17, 18); Online-Händler ist regelmäßig Vertreiber – und Hersteller, soweit er Verpackungen in einem Mitgliedstaat erstmals bereitstellt, auch beim Versand ins EU-Ausland		<ul style="list-style-type: none">▪ Als Hersteller, z.B.<ul style="list-style-type: none">▪ Registrierung Herstellerregister▪ Finanzierung von Sammlung/ Verwertung der Abfälle▪ Bevollmächtigter in MS ohne Niederlassung bei Direktversand▪ Als Vertreiber: vor Bereitstellung „mit gebührender Sorgfalt“ Prüfpflicht (Registrierung Hersteller, Kennzeichnung, Erzeugerangaben)		<ul style="list-style-type: none">▪ Nur für Kleinunternehmen, z.B.<ul style="list-style-type: none">▪ Ausnahme von Zielvorgaben zur Wiederverwendung▪ Keine Entlastung bei den Kernpflichten, vielmehr „weiche“ Rücksichtnahme, z.B.<ul style="list-style-type: none">▪ Organisationen für Herstellerverantwortung dürfen Hersteller kleiner Mengen „nicht unverhältnismäßig belasten“▪ Bei Datenanforderungen besondere Probleme von KMU zu berücksichtigen

EUDR

Sorgfaltspflichten, Meldepflichten für Händler und Verkehrsfähigkeit der Produkte

1	Anwendungsbereich
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sachlich: Inverkehrbringen, Bereitstellung und Ausfuhr relevanter Erzeugnisse, die Rinder, Kakao, Kaffee, Ölpalme, Kautschuk, Soja oder Holz enthalten ▪ Persönlich: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Marktteilnehmer, nachgelagerter Marktteilnehmer, Händler ▪ Online-Händler: Händler; Marktteilnehmer bei eigenem Import und bei Inverkehrbringen durch in Drittländern niedergelassene
2	Verbote/Pflichten – auch für KMU
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verbot mit Erlaubnisvorbehalt: Inverkehrbringen, Bereitstellung oder Ausfuhr nur, wenn entwaldungsfrei, legal erzeugt und mit Sorgfaltserklärung ▪ Als Marktteilnehmer, z.B. Sorgfaltspflicht: Informationen inkl. Geolokalisierung, Risikobewertung, Risikominderung ▪ Als nachgelagerter Marktteilnehmer, Bereitstellung nur mit Lieferanten-, Abnehmer- und Referenzdaten + Meldepflicht bei Nichtkonformität;
3	Erleichterungen für KMU?
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ KMU-Händler und nachgelagerte KMU: keine Registrierung, keine Prüfpflicht bei Bedenken (Art. 5 Abs. 2, 6) ▪ KMU-Marktteilnehmer: kein öffentlicher Jahresbericht, keine Compliance-Beauftragten- und Prüfstellenpflicht (Art. 11 Abs. 2, Art. 12 Abs. 3) ▪ Nur bei natürlichen Personen und Kleinstunternehmen: Erklärung durch nächsten Akteur der Lieferkette (Art. 6 Abs. 3)

GPSR

Hohes Schutzniveau für Gesundheit und Sicherheit der Verbraucher

1	Anwendungsbereich
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sachlich: Verbraucherprodukte, soweit keine spezifischen Unionsvorschriften; Online-Angebot gilt als Bereitstellung, wenn es sich an Verbraucher in der Union richtet ▪ Persönlich: <ul style="list-style-type: none"> ▪ u.a. Einführer, Händler, Anbieter von Online-Marktplätzen ▪ Online-Händler: regelmäßig Händler; Hersteller bei Eigenmarke; Einführer bei Direktimport
2	Verbote/Pflichten – auch für KMU
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bei Online-Angebot: Pflicht des Wirtschaftsakteurs zur Produktidentifikation inkl. Abbildung und Warnhinweise ▪ Inverkehrbringen nur mit einer verantwortlichen Person in der EU ▪ Als Händler: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prüfung der Hersteller- und Einführerangaben ▪ Meldung gefährlicher Produkte
3	Erleichterungen für KMU?
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keine größenbezogene Ausnahme ▪ Abstufung nach Risiko, nicht nach Größe ▪ „Weiche“ Rücksichtnahme <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kommission erlässt Leitlinien mit Bezug auf die Bedürfnisse von KMU; kostenlose Informationen ▪ Rückverfolgbarkeitssysteme: Kostenwirksamkeit für KMU zu beachten

Fazit

Herausforderungen im E-Commerce

Mehr Pflichten, gleiche Ressourcen:

Die Anforderungen an Händler steigen in schwierigem Marktumfeld stetig weiter.

Dies gilt besonders für den Bereich e-Commerce.

Besonderer Druck auf kleine und mittlere Unternehmen, da im Gesetz wenig bis keine Differenzierung angelegt.

Fazit

Augenmaß im Vollzug:

Das **Verwaltungsermessen** sollte die begrenzten Möglichkeiten von KMU und SMC berücksichtigen.

product.compliance.bites



Prof. Dr. Eric Wagner

Dr. Marc Ruttloff

JETZT PODCAST ABONNIEREN:



Weitere
Informationen
zum
Thema





Lautenschlagerstraße 21
70173 Stuttgart
T +49 711 8997-248
M +49 174 3407881
E eric.wagner@gleisslutz.com

Prof. Dr. Eric Wagner

Co-Leiter Product Compliance Hub und des Bereichs „Regulatory & Litigation“

Eric Wagner zählt er zu den weltweit führenden Experten im Bereich des Produkthaftungsrechts und wurde als einer der 25 besten Anwälte in Deutschland unter 40 Jahren ausgezeichnet (JUVE Rechtsmarkt 1/2019). Chambers Global führt ihn als einen der wenigen führenden Prozessanwälte in Deutschland und er wurde vom Handelsblatt als „Anwalt des Jahres für Prozessführung“ ausgezeichnet (Handelsblatt/Best Lawyers 2017). Zudem hat ihn die Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg in Würdigung seiner rechtswissenschaftlichen Leistungen im Jahr 2021 zum Honorarprofessor ernannt.

„hervorragender Jurist mit messerscharfem Verstand und äußerst pragmatische Beratung“
JUVE Handbuch 2023/2024

„[...] der von Stuttgart aus eine Produkthaftungspraxis aufgebaut hat, die viele Wettbewerber beeindruckt“
JUVE Handbuch 2022/2023

„One of the world's leading experts for Product Liability“
Euromoney Expert Guides 2023

„Absolute thought leader, precise. Terrific. (client)“
The Legal 500 EMEA 2022



Lautenschlagerstraße 21
70173 Stuttgart
T +49 711 8997-169
M +49 172 7708243
E marc.ruttloff@gleisslutz.com

Dr. Marc Ruttloff

Co-Leiter Product Compliance Hub, Leiter Fachbereich „Regulatory“ und Co-Leiter der Branchengruppe „Automotive“

Marc Ruttloff berät im Öffentlichen Wirtschaftsrecht, insbesondere zu Themen der Regulierten Industrien, insbesondere dem Automobilsektor sowie die Energiewirtschaft. Ein Schwerpunkt seiner Beratung liegt im Produkthaftungs- und Produktsicherheitsrecht. Er berät regelmäßig zu regulatorischen Anforderungen für die Produktentwicklung und -kennzeichnung sowie zu Produktrückrufen.

„Einer der Kernanwälte für Produkthaftung“
The Legal 500 Deutschland 2023

„Der zuvorkommende und unprätentiöse Umgang mit der Mandantschaft gepaart mit exzellentem Fachwissen und der Fähigkeit, sich in neue, insbesondere technisch-naturwissenschaftliche Sachverhalte einarbeiten zu können, zeichnen Dr. Marc Ruttloff aus. (Mandant)“
The Legal 500, 2023

„Oft empfohlen im Verkehrssektor“
JUVE Handbuch 2022/23

Standorte

Berlin

Washingtonplatz 3
10557 Berlin
Deutschland

T +49 30 800979-0
F +49 30 800979-979

Frankfurt

Taunusanlage 11
60329 Frankfurt
Deutschland

T +49 69 95514-0
F +49 69 95514-198

München

Karl-Scharnagl-Ring 6
80539 München
Deutschland

T +49 89 21667-0
F +49 89 21667-111

Brüssel

Rue de Loxum 25
1000 Brüssel
Belgien

T +32 2 551-1020
F +32 2 551-1039

Düsseldorf

Dreischeibenhaus 1
40211 Düsseldorf
Deutschland

T +49 211 54061-0
F +49 211 54061-111

Hamburg

Görtz-Palais
Neuer Wall 86
20354 Hamburg
Deutschland

T +49 40 460017-0
F +49 40 460017-28

Stuttgart

Lautenschlagerstraße 21
70173 Stuttgart
Deutschland

T +49 711 8997-0
F +49 711 855096

London

125 Old Broad Street
London EC2N 1AR
Vereinigtes Königreich

T +44 20 71709-800