

Mandanteninformation

September 2026

Garantie- und Gewährleistungslabel – Überblick über die geplanten Neuregelungen

Ab dem **27. September 2026** müssen Händler verpflichtend neue EU-weit einheitliche Kennzeichnungen zur gesetzlichen Gewährleistung und unter bestimmten Voraussetzungen auch zu Herstellergarantien verwenden. Die neuen Vorgaben betreffen sowohl den stationären Handel als auch den E-Commerce. Nachfolgend geben wir einen Überblick über die wesentlichen Neuerungen und den daraus resultierenden Handlungsbedarf zur Vermeidung von Rechtsrisiken.

I. Hintergrund der Neuregelungen

Die neuen Kennzeichnungspflichten gehen auf die Richtlinie (EU) 2024/825 („Empowering Consumers for the Green Transition“, kurz: EmpCo-Richtlinie) zurück, die als Bestandteil des „European Green Deal“ verabschiedet wurde. Ziel der Neuregelung ist es, Verbraucher durch transparente Informationen insbesondere über die Haltbarkeit, Reparierbarkeit und Gewährleistungsrechte von Produkten in die Lage zu versetzen, fundierte und nachhaltige Kaufentscheidungen zu treffen.

Die Neuregelungen schaffen dabei keine neuen materiell-rechtlichen Verbraucherrechte. Vielmehr sollen bereits bestehende Rechte durch europaweit einheitliche Kennzeichnungen nur sichtbarer gemacht werden. Hierzu werden eine verpflichtende Mitteilung über das gesetzliche Gewährleistungsrecht („**Gewährleistungslabel**“) sowie eine Kennzeichnung der gewerblichen Haltbarkeitsgarantie („**Garantielabel**“) eingeführt.

Die konkrete Ausgestaltung dieser Label wurde durch die Durchführungsverordnung (EU) 2025/1960 festgelegt. Diese enthält verbindliche Muster und grafische Vorgaben für die Gestaltung, Farben, Schriftarten und Inhalte. Diese Vorgaben sind unionsweit standardisiert und dürfen grundsätzlich nicht abgeändert werden.

II. Die geplanten Neuregelungen im Überblick

In Deutschland werden die Vorgaben der EmpCo-Richtlinie durch Änderungen der Artt. 246 und 246a EGBGB umgesetzt. Die neuen Vorschriften treten ab dem 27. September 2026 ohne Übergangsfrist in Kraft.

1. Für wen gelten die Neuregelungen?

Die neuen Kennzeichnungspflichten betreffen grundsätzlich sämtliche Unternehmer, die Waren an Verbraucher veräußern (B2C). Erfasst werden damit insbesondere stationäre Einzelhändler, Online-Händler, Hersteller mit Direktvertrieb sowie Anbieter auf elektronischen Marktplätzen. Maßgeblich ist, dass ein Verbrauchervertrag über den Verkauf von Waren geschlossen wird. Unternehmensgröße, Umsatz oder Mitarbeiterzahl spielen für die Anwendbarkeit der Vorschriften keine Rolle.

Praxishinweis:

Digitale Inhalte und digitale Dienstleistungen (vgl. § 327 Abs. 2 BGB) stellen keine Waren dar und fallen daher nicht in den Anwendungsbereich der neuen Kennzeichnungspflichten. Für Waren mit digitalen Elementen (§ 327a Abs. 3 BGB) gelten die Kennzeichnungsvorschriften hinsichtlich der Ware selbst, nicht jedoch hinsichtlich des digitalen Elements.

Nicht erfasst sind grundsätzlich reine B2B-Geschäfte, bei denen Waren ausschließlich an Unternehmer verkauft werden. Soweit aber einzelne Vertriebskanäle oder Produktbereiche auch für Verbraucher zugänglich sind, unterfallen sie den neuen Vorschriften.

Darüber hinaus besteht keine Kennzeichnungspflicht in den in § 312 Abs. 2 BGB und Art. 246 Abs. 2 EGBGB genannten Vertragskonstellationen. Von besonderer praktischer Bedeutung sind insbesondere folgende Ausnahmetatbestände:

- Verträge über die Lieferung von Lebensmitteln, Getränken oder sonstigen Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs, die am Wohnsitz, am Aufenthaltsort oder am Arbeitsplatz eines Verbrauchers von einem Unternehmer im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten geliefert werden (§ 312 Abs. 2 Nr. 8 BGB);
- außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge, bei denen die Leistung bei

Abschluss der Verhandlungen sofort erbracht und bezahlt wird und das vom Verbraucher zu zahlende Entgelt 40 Euro nicht überschreitet (§ 312 Abs. 2 Nr. 12 BGB);

- Verträge im stationären Einzelhandel, die Geschäfte des täglichen Lebens zum Gegenstand haben und bei Vertragsschluss sofort erfüllt werden (Art. 246 Abs. 2 EGBGB).

Praxishinweis:

Zu „Geschäften des täglichen Lebens“ gehört vor allem der Erwerb von Gegenständen des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel, kosmetische Artikel, Presseerzeugnisse oder Textilien.

Werden in einem Ladengeschäft daneben auch Waren angeboten, die nicht dem täglichen Lebensbedarf zuzurechnen sind, greift die Ausnahme nur für die hiervon erfassten Geschäfte. Für die übrigen Waren bleiben die Kennzeichnungspflichten bestehen.

Ob eine Ausnahme eingreift, ist daher stets anhand des konkret angebotenen Warensortiments zu beurteilen. Aufgrund der Tatsache, dass mittlerweile selbst Supermärkte und Discounter zahlreiche höherwertige Waren wie Fernseher, Fahrräder oder Haushaltsgeräte vertreiben, werden die Kennzeichnungspflichten in der Praxis auch den stationären Einzelhandel häufig erfassen.

2. Gewährleistungs- und Garantielabel

Kernstück der Neuregelung sind zwei voneinander zu unterscheidende Kennzeichnungen: das Gewährleistungslabel und das Garantielabel.

Das Gewährleistungslabel dient der Information über die gesetzlichen Gewährleistungsrechte des Verbrauchers. Es soll deutlich machen, dass Verbraucher unabhängig von etwaigen Garantien über gesetzliche Mängelrechte verfügen. Diese Rechte bestehen bereits nach geltendem Recht und werden durch die Neuregelung nicht erweitert. Neu ist

lediglich die Pflicht, hierauf in standardisierter Form hinzuweisen. Dabei sind Form, Farbe und Inhalt des Labels durch die Durchführungsverordnung (EU) 2025/1960 vollständig vorgegeben. Änderungen sind nicht zulässig.



Abb. 1: Das neue Gewährleistungsetikett

Daneben tritt das sog. Garantietikett (GARAN-Label). Die Bezeichnung „GARAN“ leitet sich von dem in mehreren Amtssprachen der EU verwendeten Wort für „Garantie“ ab. Durch die einheitliche Benennung soll ein unionsweit wiedererkennbares Informationsinstrument geschaffen werden. Das Garantietikett betrifft freiwillige gewerbliche Haltbarkeitsgarantien von Herstellern und soll Verbrauchern auf einen Blick verdeutlichen, dass ein Produkt über die gesetzlichen Gewährleistungsrechte hinaus mit einer bestimmten Haltbarkeitsgarantie ausgestattet ist. Das Label soll zugleich die oftmals bestehende Verwechslungsgefahr zwischen Gewährleistung und Garantie reduzieren.

Wie beim Gewährleistungsetikett sind Inhalt und Gestaltung des Garantietiketts durch die Durchführungsverordnung (EU) 2025/1960 verbindlich vorgegeben. Anpassungen sind lediglich hinsichtlich der Dauer der gewerblichen Haltbarkeitsgarantie („XX“),

des Namens des Garantiegebers („Brand/Trademark“) sowie der betroffenen Modellkennung („Model identifier“) zulässig. Im Übrigen darf das Label weder inhaltlich noch gestalterisch verändert werden.



Abb. 2: Das neue Garantietikett

Praxishinweis:

Die von der Europäischen Kommission bereitgestellten Originalversionen des Gewährleistungs- sowie des Garantietiketts können unter folgendem Link in verschiedenen Dateiformaten (insbesondere SVG, PNG, JPG und PDF) und in sämtlichen Amtssprachen der Europäischen Union heruntergeladen werden:

https://commission.europa.eu/publications/practical-guidelines-and-high-resolution-vector-files-eu-notice-and-label-product-guarantees_en

Unternehmen sollten ausschließlich die von der Kommission veröffentlichten Originaldateien verwenden, um versehentliche inhaltliche oder gestalterische Abweichungen von den verbindlich vorgegebenen Mustern zu vermeiden.

3. Änderungsbedarf für den stationären Handel

Im stationären Handel werden insbesondere die Verkaufs- und Informationsprozesse anzupassen sein. Anders als im E-Commerce können die Kennzeichnungen im stationären Handel wahlweise in Farbe oder in Schwarz-Weiß dargestellt werden.

Das Gewährleistungslabel muss für Verbraucher gut sichtbar vor Vertragsschluss bereitgestellt werden. Nach den von der Europäischen Kommission veröffentlichten Anwendungshinweisen (ebenfalls abrufbar unter https://commission.europa.eu/publications/practical-guidelines-and-high-resolution-vector-files-eu-notice-and-label-product-guarantees_en) kann dies beispielsweise durch die Anbringung auf einem Poster an einer gut sichtbaren Stelle im Geschäft oder im Kassenbereich erfolgen. Dabei ist darauf zu achten, dass das Label in der vorgegebenen Form verwendet wird und bei einer gedruckten Darstellung nicht kleiner als DIN A4 sein darf.

Besteht für ein Produkt zudem eine gewerbliche Haltbarkeitsgarantie des Herstellers, ist das Garantietlabel deutlich sichtbar bei der betreffenden Ware anzubringen, damit Verbraucher unmittelbar erkennen können, für welche Produkte eine solche Garantie besteht. Die Mindestgröße des anzubringenden Labels beträgt dabei 95 x 100 mm. Hersteller sind verpflichtet, den Händlern die hierfür erforderlichen Informationen zur Verfügung zu stellen.

Praxishinweis:

Da die Kennzeichnungspflichten ab dem 27. September 2026 Anwendung finden und keine Übergangsregelungen für bestehenden Warenbestand vorsehen, müssen Unternehmen prüfen, wie die Kennzeichnungen in bestehende Regal-, Preis- und Wareninformationssysteme integriert werden können und die erforderlichen Kennzeichnungen rechtzeitig beim Hersteller anfordern.

4. Änderungsbedarf für den E-Commerce

Besonders weitreichende Auswirkungen werden die Neuregelungen im E-Commerce entfalten. Anders als im stationären Handel müssen die

Kennzeichnungen in Online-Shops, auf Herstellerwebseiten sowie auf elektronischen Marktplätzen in die digitalen Verkaufsprozesse integriert werden.

Hinsichtlich des Gewährleistungslabels verlangt die Europäische Kommission eine hervorgehobene und für Verbraucher leicht wahrnehmbare Darstellung innerhalb des Online-Auftritts. Der Verbraucher muss dabei die Möglichkeit der Information vor Vertragsschluss haben. Zudem muss das Gewährleistungslabel dem Verbraucher nach Vertragsschluss auf einem dauerhaften Datenträger (z.B. per E-Mail) bereitgestellt werden. Anders als im stationären Handel darf das Label online ausschließlich in der vorgegebenen farbigen Fassung verwendet werden.

Praxishinweis:

Für Betreiber von Online-Shops stellt sich dabei insbesondere die Frage der konkreten Einbindung in den digitalen Kaufprozess. Da es sich bei dem Gewährleistungslabel um eine allgemeine Verbraucherinformation handelt, dürfte eine Einbindung an zentraler Stelle des Verkaufsauftritts, etwa auf Informationsseiten zu Verbraucherrechten, in den Verkaufs-AGB oder in unmittelbarer Nähe sonstiger Pflichtinformationen, regelmäßig ausreichend sein, sofern die Kennzeichnung für Verbraucher leicht auffindbar und wahrnehmbar ist.

Da das Gewährleistungslabel – anders als das sprachneutral ausgestaltete Garantietlabel – sprachabhängige Textelemente enthält, müssen Betreiber mehrsprachiger Online-Shops sicherstellen, dass Verbrauchern jeweils die für den betreffenden Markt vorgesehene Sprachfassung angezeigt wird.

Deutlich umfangreicher kann der Umsetzungsaufwand beim Garantietlabel ausfallen. Dieses ist produktbezogen zu verwenden und soll Verbrauchern unmittelbar verdeutlichen, für welche Waren eine gewerbliche Haltbarkeitsgarantie besteht. Verkäufer müssen das Label daher bei den jeweils betroffenen Produkten sichtbar darstellen. Eine Anzeige im geschachtelten Format ist dabei zulässig, wenn das Garantietlabel beim ersten Mausklick, beim ersten

Maus-Rollover bzw. beim ersten Berühren oder Aufziehen auf einem Touchscreen vollständig erscheint und die vorgegebene vereinfachte Kennzeichnung verwendet wird. Zusätzlich zu einer Darstellung des Garantielabels neben dem Produkt muss eine Darstellung auch im Warenkorb bzw. beim Checkout erfolgen.

Praxishinweis:

Bei der Darstellung des Garantielabels im Warenkorb bzw. Checkout sollten Unternehmen darauf achten, Missverständnisse auf Seiten der Verbraucher zu vermeiden. Insbesondere sollte eindeutig erkennbar sein, dass sich das Label ausschließlich auf die jeweilige Ware und nicht auf weitere im Warenkorb befindliche Produkte bezieht.

Für Unternehmen, die ihre Waren über Online-Marktplätze vertreiben, ergeben sich bei der Umsetzung der neuen Kennzeichnungspflichten besondere Herausforderungen, da Marktplatzbetreiber gesetzlich nicht verpflichtet sind, die hierfür erforderlichen technischen Voraussetzungen bereitzustellen. In der Praxis werden viele Händler jedoch auf die technische Infrastruktur des jeweiligen Marktplatzbetreibers angewiesen sein, um die Gewährleistungs- und Garantielabel ordnungsgemäß darstellen zu können. Soweit Marktplätze produktbezogene Informationen

zentral vorgeben oder nur eingeschränkte Gestaltungsmöglichkeiten zulassen, sollten Händler daher frühzeitig prüfen, ob die erforderlichen Kennzeichnungen technisch eingebunden werden können und ggf. Rücksprache mit dem Marktplatzbetreiber halten.

III. Fazit

Mit den ab dem 27. September 2026 geltenden Gewährleistungs- und Garantielabeln führt der europäische Gesetzgeber neue, unionsweit einheitliche Informationspflichten für den Warenvertrieb an Verbraucher ein. Zwar werden keine neuen materiellrechtlichen Verbraucherrechte geschaffen, die Sichtbarkeit bestehender Gewährleistungsrechte sowie freiwilliger gewerblicher Haltbarkeitsgarantien wird jedoch erheblich erhöht.

Besonders im E-Commerce ist mit einem nicht unerheblichen Umsetzungsaufwand zu rechnen. Unternehmen müssen ihre Shop-Systeme, Produktdarstellungen, Checkout-Prozesse sowie ggf. die Zusammenarbeit mit Herstellern und Marktplatzbetreibern rechtzeitig überprüfen und anpassen. Da die Kennzeichnungsvorgaben hinsichtlich Inhalt und Gestaltung weitgehend zwingend ausgestaltet sind und Verstöße wettbewerbsrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen können, empfiehlt sich eine umgehende Überprüfung der bestehenden Vertriebs- und Informationsprozesse, um mögliche Haftungs- und Abmahnrisiken zu minimieren.

SZA SCHILLING, ZUTT & ANSCHÜTZ

Diese Mandanteninformation beinhaltet lediglich eine unverbindliche Übersicht über das in ihr adressierte Themengebiet. Sie ersetzt keine rechtliche Beratung. Als Ansprechpartner zu dieser Mandanteninformation und zu Ihrer Beratung stehen gerne zur Verfügung:



Dr. Thomas Nägele
Rechtsanwalt | Partner

Datenschutz und Datensicherheit |
Gewerblicher Rechtsschutz |
IT-Recht

T +49 621 4257 222
E Thomas.Naegle@sza.de



Dr. Simon Apel
Rechtsanwalt | Partner

Gewerblicher Rechtsschutz |
Datenschutz und Datensicherheit |
IT-Recht

T +49 621 4257 386
E Simon.Apel@sza.de



Alexander Stolz
Rechtsanwalt | Counsel

Datenschutz und Datensicherheit |
Gewerblicher Rechtsschutz |
IT-Recht

T +49 621 4257 222
E Alexander.Stolz@sza.de



Hannah Bräunche
Rechtsanwältin | Associate

Gewerblicher Rechtsschutz |
Datenschutz und Datensicherheit |
IT-Recht

T +49 621 4257 386
E Hannah.Braeunche@sza.de

SZA Schilling, Zutt & Anschütz Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Taunusanlage 1
60329 Frankfurt a. M.
T +49 69 9769601 0
F +49 69 9769601 102

Otto-Beck-Straße 11
68165 Mannheim
T +49 621 4257 0
F +49 621 4257 280

www.sza.de

Maximiliansplatz 18
80333 München
T +49 89 4111417 0
F +49 89 4111417 280

info@sza.de

Square de Meeûs 23
1000 Brüssel
T +32 28 935 100
F +32 28 935 102