



Rechtliche Neuerungen im Handel 2025 / 2026

Wichtige Gesetzesänderungen, Regularien
und Verordnungen, die für Händler aktuell
und künftig relevant sind

Neue Gesetze, Verordnungen und Richtlinien verändern die Rahmenbedingungen für den Handel in Deutschland und Europa fortwährend. Die Europäische Union und nationale Gesetzgeber verfolgen damit mehrere Ziele: Sie wollen **Verbraucher** besser schützen, **Umweltschäden** verringern, faire **Arbeitsbedingungen** durchsetzen und **digitale Innovationen** rechtssicher gestalten. Für Handelsunternehmen bedeutet das: Der reine Verkauf von Produkten reicht künftig nicht mehr aus.

Händler müssen heute in der Lage sein, **rechtliche Anforderungen** aktiv in ihre Prozesse zu **integrieren**, sei es durch die Bereitstellung transparenter Produktinformationen, den Einsatz standardisierter digitaler Rechnungsformate, die barrierefreie Gestaltung von Onlineshops oder den Nachweis nachhaltiger Lieferketten. Diese Pflichten betreffen nicht mehr nur große Konzerne, sondern zunehmend auch kleine und mittlere Betriebe.

Gleichzeitig eröffnen die Veränderungen neue Chancen. Wer die rechtlichen Anforderungen konsequent umsetzt, vermeidet im Extremfall nicht nur **Bußgelder, Abmahnungen und Imageschäden**, sondern stärkt auch das **Vertrauen** von Kunden und Geschäftspartnern. Transparenz, Verlässlichkeit und Nachhaltigkeit werden zu klaren **Wettbewerbsvorteilen**. Frühzeitige Vorbereitung verschafft Händlern nicht nur Sicherheit, sondern auch die Möglichkeit, **effizienter** zu arbeiten und sich als **moderner, verantwortungsvoller Anbieter** zu positionieren.

In diesem Infoblatt werden die wichtigsten neuen Regelungen vorgestellt, ihre konkreten Auswirkungen auf den Handel erläutert und praxisnahe Hinweise zum Handlungsbedarf gegeben.

Allgemeine Produktsicherheitsverordnung (GPSR)

Rechtsgrundlage: [Verordnung \(EU\) 2023/988 vom 10. Mai 2023](#) 

Ziel

Die neue Produktsicherheitsverordnung – bekannt als GPSR („General Product Safety Regulation“) – soll den Schutz der Verbraucher in der gesamten Europäischen Union verbessern. Sie ersetzt ältere Vorgaben und schafft ein modernes Regelwerk, das den Herausforderungen des globalen Handels und insbesondere des Online-Handels gerecht wird. Verbraucher sollen darauf vertrauen können, dass Produkte, die sie auf dem europäischen Markt erwerben, sicher sind – unabhängig davon, ob sie in einem Ladengeschäft oder über eine Plattform bestellt wurden. Neben technischen Anforderungen an die Produkte geht es auch darum, dass alle Beteiligten in der Lieferkette, vom Hersteller über den Importeur bis hin zum Händler, Verantwortung für die Produktsicherheit übernehmen.

Pflichten für Händler

Für Händler bedeutet die Verordnung, dass sie künftig umfassender in die Pflicht genommen werden, wenn es um die Bereitstellung sicherer Produkte geht. So müssen sie darauf achten, dass jedes angebotene Produkt mit den erforderlichen Informationen versehen ist – darunter der Name und die Kontaktadresse des Herstellers, eine Produktabbildung sowie alle relevanten Sicherheits- und Warnhinweise. Diese Angaben müssen bereits im Angebot klar erkennbar sein, damit Verbraucher eine informierte Kaufentscheidung treffen können. Auch gebrauchte Produkte fallen unter die GPSR, es sei denn, sie werden ausdrücklich als reparaturbedürftig oder zur Wiederaufbereitung bestimmt verkauft.

Fristen und Übergangsbestimmungen

Die GPSR gilt seit dem **13. Dezember 2024** in allen Mitgliedstaaten der Europäischen Union und ersetzt die Produktsicherheitsrichtlinie 2001/95/EG. Ausgenommen sind bestimmte Produktkategorien wie Antiquitäten, Arzneimittel, Lebensmittel, lebende Pflanzen und Tiere, Beförderungsmittel oder Luftfahrzeuge. Für alle anderen Produkte sind die Vorgaben jedoch unmittelbar bindend.

Handlungsbedarf

Händler sollten ihre Produktangebote genau überprüfen und sicherstellen, dass alle vorgeschriebenen Angaben vollständig und korrekt hinterlegt sind. Das betrifft sowohl den eigenen Onlineshop als auch Angebote auf Plattformen. Wichtig ist außerdem eine enge Zusammenarbeit mit Lieferanten und Herstellern, um die notwendigen Informationen zu erhalten und zuverlässig weiterzugeben. Interne Prozesse müssen so organisiert sein, dass neue Produkte vor ihrer Listung geprüft und mit den erforderlichen Daten versehen werden. Auch Mitarbeiter im Vertrieb und Kundenservice sollten geschult werden, um Sicherheitsinformationen korrekt zu kommunizieren. Wer diese Pflichten konsequent umsetzt, reduziert nicht nur das Risiko von Abmahnungen und Sanktionen, sondern stärkt auch das Vertrauen der Kunden in die Qualität und Sicherheit der eigenen Produkte.

E-Rechnungspflicht

Rechtsgrundlage: [§ 14 Umsatzsteuergesetz](#) 

Ziel

Die Einführung der elektronischen Rechnungspflicht stellt einen der größten Umbrüche im Geschäftsverkehr seit Jahren dar. Hintergrund ist die europaweite Harmonisierung des Mehrwertsteuersystems im Rahmen der Entwicklungen im digitalen Bereich („VAT in the Digital Age“, kurz: ViDA). Damit will die EU Steuerbetrug, insbesondere im Bereich der Umsatzsteuer, effizienter bekämpfen und gleichzeitig Unternehmen von unnötigem Verwaltungsaufwand entlasten. Digitale Rechnungen im einheitlichen eu-

ropäischen Format sollen es ermöglichen, Rechnungen einfacher auszutauschen, automatisch zu prüfen und rechtssicher zu archivieren. Damit werden manuelle Eingaben reduziert, Fehlerquellen verringert und Geschäftsprozesse insgesamt beschleunigt.

Pflichten für Händler

Seit dem 1. Januar 2025 sind alle Unternehmen in Deutschland verpflichtet, elektronische Rechnungen empfangen zu können. Wichtig ist dabei, dass eine E-Mail mit PDF-Anhang künftig nicht mehr als elektronische Rechnung anerkannt wird. Zulässig sind ausschließlich Rechnungen, die einem strukturierten, maschinenlesbaren Format nach der Norm EN 16931 entsprechen. In der Praxis bedeutet das: Händler müssen Rechnungen im Format **XRechnung** oder im hybriden Format **ZUGFeRD** verarbeiten können. Schrittweise wird die Pflicht ausgeweitet: Während zu Beginn nur der Empfang vorgeschrieben ist, kommt ab 2027 auch die Verpflichtung hinzu, selbst Rechnungen in diesen Formaten zu versenden.

Fristen und Übergangsbestimmungen

Die Einführung erfolgt schrittweise. Bereits seit dem **1. Januar 2025** müssen alle Unternehmen in Deutschland in der Lage sein, elektronische Rechnungen im vorgeschriebenen Format zu empfangen. Zwei Jahre später, ab dem **1. Januar 2027**, sind zunächst Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als 800.000 Euro verpflichtet, auch selbst E-Rechnungen auszustellen. Schließlich wird diese Pflicht ab dem **1. Januar 2028** auf alle Unternehmen ausgeweitet – unabhängig von ihrer Größe oder ihrem Umsatz. Ausgenommen sind nur Kleinunternehmer, Kleinbetragsrechnungen unter 250 Euro sowie Leistungen an Endverbraucher.

Handlungsbedarf

Für Händler bedeutet die Umstellung, dass sie ihre Buchhaltungs- und ERP-Systeme rechtzeitig überprüfen und gegebenenfalls anpassen müssen. Die entscheidende Frage lautet: Unterstützt die eingesetzte Software die Formate XRechnung oder ZUGFeRD? Falls nicht, sind Updates oder sogar ein Wechsel des Anbieters notwendig. Darüber hinaus sollten Händler ihre internen Abläufe analysieren: Wer ist für den Empfang und die Bearbeitung von Rechnungen zuständig, wie werden die Daten geprüft und archiviert, und sind die Mitarbeiter bereits mit den neuen Prozessen vertraut? Eine enge Abstimmung mit Steuerberatern und IT-Dienstleistern ist dringend empfohlen.

Besonders wichtig: Nur korrekt ausgestellte elektronische Rechnungen sichern den **Vorsteuerabzug**. Fehler bei der Umsetzung können dazu führen, dass das Finanzamt entsprechende Rechnungen nicht anerkennt – mit erheblichen finanziellen Konsequenzen. Gleichzeitig lohnt sich die rechtzeitige Vorbereitung auch aus unternehmerischer Sicht: Die Umstellung auf E-Rechnungen senkt langfristig die Papier- und Portokosten, beschleunigt Prozesse und schafft Transparenz in der Finanzbuchhaltung. Händler, die jetzt handeln, vermeiden nicht nur Bußgelder, sondern steigern auch ihre Effizienz und ihre Professionalität in den Geschäftsabläufen.

Weitere Informationen zur E-Rechnungspflicht stellt das Bundesfinanzministerium in einem [Fragen- und-Antworten-Format](#) auf seiner [Website](#)  bereit.

Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)

Rechtsgrundlage: [Barrierefreiheitsstärkungsgesetz](#) 

Ziel

Das BFSG verfolgt das Ziel, Menschen mit Behinderung den gleichberechtigten Zugang zu Produkten und Dienstleistungen im Internet zu ermöglichen. Damit setzt Deutschland die Vorgaben der EU-Richtlinie zum barrierefreien Zugang um. Es geht dabei nicht nur um Inklusion, sondern auch um eine generelle Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit, die allen zugutekommt. Eine barrierefreie Gestaltung von Onlineshops oder digitalen Angeboten macht diese nicht nur für Menschen mit Einschränkungen leichter zugänglich, sondern steigert auch insgesamt die Reichweite und Nutzerfreundlichkeit.

Pflichten für Händler

Seit Mitte 2025 müssen viele Onlinehändler ihre digitalen Angebote barrierefrei gestalten. Das bedeutet konkret, dass z. B. Webseiten und Onlineshops auch ohne Maus bedienbar sein, Bilder mit beschreibenden Alternativtexten versehen und Videos mit Untertiteln oder Audiodeskriptionen ausgestattet werden müssen. Texte sollen in klarer und leicht verständlicher Sprache verfasst werden, damit auch Menschen mit kognitiven Einschränkungen die Inhalte erfassen können. Darüber hinaus betrifft die Barrierefreiheit auch bestimmte physische Produkte wie Smartphones, Spielekonsolen oder Kartenlesegeräte: Diese müssen so gestaltet sein, dass sie von Menschen mit motorischen oder sensorischen Einschränkungen genutzt werden können.

Fristen und Übergangsregelungen

Das BFSG ist am **28. Juni 2025** in Kraft getreten. Ausgenommen sind Kleinstunternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten und einem Jahresumsatz unter zwei Millionen Euro. Ebenso gilt eine Ausnahme, wenn der Aufwand zur Herstellung der Barrierefreiheit in keinem angemessenen Verhältnis zum Nutzen steht. Betroffen sind in erster Linie Angebote, die sich an Endverbraucher richten.

Handlungsbedarf

Händler sollten daher ihre Onlinepräsenz einer gründlichen Prüfung unterziehen: Sind ihre Webseiten und Onlineshops mit Screenreadern kompatibel? Lassen sich alle Inhalte per Tastatur bedienen? Gibt es Untertitel für Videos und sind die Texte ausreichend verständlich formuliert? Für die Umsetzung ist

in vielen Fällen die enge Zusammenarbeit mit IT- und Design-Dienstleistern notwendig. Parallel dazu sollten Mitarbeiter geschult werden, um künftig neue Inhalte konsequent barrierefrei einzupflegen. Auch wenn ein Unternehmen formal von der Pflicht ausgenommen ist, kann eine freiwillige Umsetzung sinnvoll sein – nicht nur als Beitrag zur Inklusion, sondern auch als Wettbewerbsvorteil, da barrierefreie Angebote von einer größeren Kundengruppe genutzt werden können.

Einen [detaillierten Überblick](#) zu den Anforderungen des BFSG sowie konkreten Umsetzungsbeispielen finden Interessierte in einem gesonderten [Infoblatt](#)  der Kampagne „Erfolgreich handeln“.

EU-Datenverordnung (Data Act)

Rechtsgrundlage: [Verordnung \(EU\) 2023/2854 vom 13. Dezember 2023](#) 

Ziel

Die EU-Datenverordnung, oft im Sprachgebrauch auch „Data Act“ genannt, verfolgt das Ziel, die Kontrolle über Daten gerechter zu verteilen und den Wettbewerb in der digitalen Wirtschaft zu fördern. Bisher hatten meist nur Hersteller selbst Zugriff auf die Daten, die ihre vernetzten Produkte erzeugen, so etwa bei Staubsauger-Robotern, Fitness-Trackern oder Smart-TVs. Verbraucher sollen künftig mehr Rechte erhalten, diese Daten einzusehen, zu exportieren und auch für andere Dienste zu nutzen. Gleichzeitig will die EU verhindern, dass einzelne große Anbieter die Datenhoheit behalten und Innovationen blockieren.

Pflichten für Händler

Für Händler bedeutet das, dass sie beim Verkauf von smarten Geräten künftig deutlich mehr Transparenz schaffen müssen. Kunden sollen vor dem Kauf erfahren, welche Daten ein Produkt erhebt, wie diese gespeichert werden, ob sie an Dritte weitergegeben werden und wie lange die Speicherung erfolgt. Zusätzlich müssen Geräte künftig so konzipiert sein, dass der Datenzugang einfach möglich ist; dieses Prinzip nennt sich „Access by Design“. Auch wenn die konkrete technische Umsetzung bei den Herstellern liegt, sind Händler verpflichtet, die entsprechenden Informationen zuverlässig an die Kunden weiterzugeben.

Fristen und Übergangsregelungen

Die Verordnung gilt seit dem [12. September 2025](#). Ein Jahr später, ab dem [12. September 2026](#), greift die Pflicht zum „Access by Design“. Ab diesem Zeitpunkt dürfen Händler also nur noch Geräte verkaufen, die technisch so ausgestattet sind, dass Kunden ihre Daten problemlos abrufen und exportieren können.

Handlungsbedarf

Händler sollten ihr Sortiment frühzeitig daraufhin prüfen, welche Produkte unter den Data Act fallen, und die notwendigen Informationen von ihren Lieferanten einholen. Diese Angaben müssen dann transparent in die Produktbeschreibungen, Onlineshops und Vertragsunterlagen aufgenommen werden. Zusätzlich empfiehlt es sich, die eigenen Allgemeinen Geschäftsbedingungen anzupassen, um die Informationspflichten eindeutig zu regeln und gleichzeitig den Schutz eigener Geschäftsgeheimnisse sicherzustellen. Wer diese Vorbereitungen ernst nimmt, reduziert nicht nur das Risiko von Bußgeldern, sondern kann das Thema Datentransparenz auch aktiv für sich nutzen. Händler, die offen mit der Datenfrage umgehen, zeigen Verantwortung und gewinnen Vertrauen bei einer Kundschaft, die zunehmend sensibel für den Umgang mit persönlichen Daten ist.

Recht auf Reparatur

Rechtsgrundlage: [Richtlinie \(EU\) 2024/1799 vom 13. Juni 2024](#) 

Ziel

Mit dem „Recht auf Reparatur“ will die Europäische Union die Lebensdauer von Produkten verlängern und damit einen aktiven Beitrag zur ökologischen Nachhaltigkeit leisten. Bisher war es für viele Verbraucher oft günstiger und einfacher, ein defektes Gerät durch ein neues zu ersetzen, anstatt es reparieren zu lassen. Das führte nicht nur zu unnötigen Kosten, sondern auch zu steigenden Mengen an Elektroschrott und Ressourcenverschwendung. Durch die neue Richtlinie sollen Reparaturen attraktiver und zugänglicher gemacht werden. Hersteller werden verpflichtet, Reparaturmöglichkeiten anzubieten, Ersatzteile bereitzustellen und die notwendigen Informationen für Reparaturen offenzulegen. Für Verbraucher bedeutet das: Sie haben künftig eine echte Wahl zwischen Neuanschaffung und Reparatur.

Pflichten für Händler

Die Richtlinie bringt für Händler gleich mehrere neue Anforderungen mit sich. Zum einen müssen sie ihre Kunden aktiv darüber informieren, dass diese während der Gewährleistungszeit zwischen Ersatz und Reparatur wählen können. Entscheidet sich der Kunde innerhalb der gesetzlichen Gewährleistungspflicht für die Reparatur, verlängert sich diese automatisch um ein weiteres Jahr – ein wichtiger

Punkt, der transparent kommuniziert werden muss. Zum anderen gilt künftig: Ist ein Produkt nicht reparaturfähig, wird dies als Mangel eingestuft. Händler müssen daher genau prüfen, welche Produkte sie verkaufen, und sicherstellen, dass entsprechende Reparaturmöglichkeiten bestehen.

Fristen und Übergangsregelungen

Alle EU-Mitgliedstaaten müssen die Richtlinie bis spätestens **31. Juli 2026** in nationales Recht umsetzen. Erst dann gelten die konkreten Regelungen verbindlich, auch in Deutschland. Da das nationale Umsetzungsgesetz derzeit in Vorbereitung ist, sind deren genauen Vorschriften im Einzelnen noch abzuwarten. Klar ist aber, dass die Vorgaben zunächst nur für bestimmte Produktgruppen gelten werden, etwa für Haushaltswaschmaschinen und -trockner, Staubsauger, Smartphones und Tablets. Ob die Liste der betroffenen Geräte später erweitert wird, bleibt abzuwarten. Die EU sieht ausdrücklich eine regelmäßige Überprüfung und Anpassung vor.

Handlungsbedarf

Für Händler ist es wichtig, sich schon jetzt auf die kommenden Pflichten vorzubereiten. Dazu gehört vor allem die enge Abstimmung mit den Herstellern: Gibt es verfügbare Ersatzteile? Werden Reparaturanleitungen bereitgestellt? Können Kunden im Bedarfsfall auf verlässliche Reparaturservices zurückgreifen? Auch die internen Prozesse müssen angepasst werden, damit die verlängerte Gewährleistungsfrist korrekt dokumentiert und eingehalten wird. Händler sollten zudem ihr Verkaufspersonal schulen, damit es Kunden umfassend und rechtssicher über ihre neuen Rechte informieren kann.

Wer diese Schritte frühzeitig angeht, profitiert doppelt: Zum einen lassen sich rechtliche Risiken minimieren. Zum anderen können Händler die neuen Vorgaben auch als Marketinginstrument nutzen. Ein offensiver Hinweis zum „Recht auf Reparatur“ signalisiert Verantwortung und schafft Vertrauen. So wird aus einer gesetzlichen Vorgabe eine Chance, das eigene Unternehmen glaubwürdig zu stärken.

Richtlinie zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Plattformarbeit

Rechtsgrundlage: [Richtlinie \(EU\) 2024/2831 vom 23. Oktober 2024](#) 

Ziel

Die Richtlinie zur Plattformarbeit hat das Ziel, die Arbeitsbedingungen von Personen zu verbessern, die über digitale Plattformen tätig sind. Bisher sind diese oft formal als Selbstständige tätig, arbeiten aber faktisch wie Angestellte – ohne Sozialversicherungsschutz und ohne Anspruch auf Urlaub oder geregelte Arbeitszeiten. Die Richtlinie will diese Scheinselbstständigkeit unterbinden. Gleichzeitig soll mehr

Transparenz bei automatisierten Entscheidungen auf Plattformen geschaffen werden, etwa wenn ein Account gesperrt oder die Sichtbarkeit von Angeboten verändert wird.

Pflichten für Händler/Plattformbetreiber

Plattformbetreiber müssen künftig nachweisen, dass ihre Anbieter tatsächlich selbstständig sind, wenn Zweifel bestehen. Damit kehrt sich die Beweislast um: Nicht mehr die Beschäftigten müssen ihre Rechte einklagen, sondern die Plattformen müssen ihre Arbeitsmodelle rechtfertigen. Darüber hinaus sind Plattformen verpflichtet, ihre Algorithmen und automatisierten Entscheidungssysteme transparenter zu machen. Nutzer haben Anspruch auf eine mündliche oder schriftliche Begründung, wenn eine Entscheidung wie eine Sperrung oder ein Ranking-Eingriff erfolgt.

Fristen und Übergangsregelungen

Die Mitgliedstaaten müssen die Richtlinie bis spätestens **2. Dezember 2026** in nationales Recht umsetzen. Ab diesem Zeitpunkt gelten die neuen Regelungen verbindlich.

Handlungsbedarf

Für Händler, die eigene Plattformen betreiben, ist die rechtzeitige Anpassung der Geschäftsmodelle unerlässlich. Sie sollten prüfen, inwieweit sie das Verhalten ihrer Anbieter kontrollieren oder steuern und ob dies zu einer Arbeitnehmereigenschaft führen könnte. Vertragsbedingungen müssen überarbeitet, Kontrollmechanismen hinterfragt und Prozesse zur Begründung automatisierter Entscheidungen eingeführt werden. Händler, die als Anbieter auf Plattformen aktiv sind, sollten sich mit den neuen Regeln ebenfalls vertraut machen, da sich ihre Rechte und Pflichten gegenüber den Plattformen erheblich verändern können.

EmpCO-Richtlinie (Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel)

Rechtsgrundlage: [Richtlinie \(EU\) 2024/825 vom 28. Februar 2024](#) 

Ziel

Die EmpCO-Richtlinie („Empowering Consumers for the Green Transition“) will Verbraucher vor irreführenden Umweltaussagen schützen und damit Greenwashing verhindern. Sie zielt darauf ab, dass Unternehmen nur noch mit Umweltvorteilen werben dürfen, die tatsächlich belegbar und wissenschaftlich überprüfbar sind. So sollen Kunden fundierte Kaufentscheidungen treffen können und gleichzeitig ehrliche Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil erhalten.

Pflichten für Händler

Künftig dürfen Aussagen wie „klimaneutral“, „umweltfreundlich“ oder „grün“ nur noch getätigt werden, wenn sie auf nachvollziehbaren und überprüften Nachweisen beruhen. Nachhaltigkeitsiegel sind nur dann erlaubt, wenn sie auf einer anerkannten Zertifizierung basieren. Auch Werbeaussagen, die sich ausschließlich auf zukünftige Umweltleistungen beziehen oder auf die Kompensation von Emissionen durch Aufforstungsprojekte, sind unzulässig.

Fristen und Übergangsregelungen

Die Mitgliedstaaten müssen die Richtlinie bis spätestens **27. März 2026** in nationales Recht umsetzen. Anwendung in Deutschland findet die Richtlinie ab spätestens **27. September 2026**: Ab diesem Zeitpunkt müssen die neuen Vorgaben von Unternehmen eingehalten werden.

Handlungsbedarf

Für Händler bedeutet das, dass sie sämtliche Marketingaussagen kritisch prüfen müssen. Begriffe wie „nachhaltig“ oder „klimaneutral“ dürfen künftig nur noch verwendet werden, wenn entsprechende Belege vorliegen. Es empfiehlt sich, frühzeitig Nachweise von Lieferanten einzufordern, für mehr Transparenz eigene Nachhaltigkeitsberichte aufzubauen und die Werbestrategie gegebenenfalls umzustellen. Auch die Schulung von Marketing- und Kommunikationsteams ist sinnvoll, um rechtliche Risiken zu vermeiden und gleichzeitig eine glaubwürdige Kommunikation sicherzustellen.

Europäische Verpackungsverordnung (PPWR)

Rechtsgrundlage: [Verordnung \(EU\) 2025/40 vom 19. Dezember 2024](#) 

Ziel

Mit der neuen Verpackungsverordnung will die EU den enormen Anstieg von Verpackungsabfällen eindämmen und die Kreislaufwirtschaft stärken. Ziel ist es, Verpackungen so zu gestalten, dass sie möglichst oft wiederverwendet werden können, aus recyceltem Material bestehen und klar gekennzeichnet sind. Damit sollen sowohl die Umwelt entlastet als auch die Abfallwirtschaft effizienter gemacht werden.

Pflichten für Händler

Händler und Importeure müssen künftig strenge Vorgaben einhalten. Verpackungen dürfen nicht übermäßig groß oder unnötig aufwendig sein. Bestimmte Einweg-Formate werden verboten, während Mehrweg- und Recyclinglösungen gefördert werden. Zudem muss lückenlos nachvollziehbar sein, wer für eine Verpackung verantwortlich ist. Händler, die Waren in Verkehr bringen, können sich dieser Verantwortung nicht entziehen – auch nicht, wenn sie mit Dienstleistern zusammenarbeiten.

Fristen und Übergangsregelungen

Die Verpackungsverordnung tritt am **12. August 2026** in Kraft und gilt dann unmittelbar in allen EU-Mitgliedstaaten.

Handlungsbedarf

Für Händler ist es wichtig, ihre Verpackungsstrategien rechtzeitig zu überprüfen. Dazu gehört, Lieferanten auf den Anteil von Rezyklaten und die Recyclingfähigkeit der eingesetzten Materialien zu kontrollieren. Zudem sollten Unternehmen interne Prozesse aufbauen, um die Nachweispflichten zuverlässig erfüllen zu können. Wer frühzeitig auf umweltfreundliche Verpackungen umstellt, reduziert nicht nur das Risiko von Sanktionen, sondern kann das Engagement für Nachhaltigkeit auch positiv gegenüber den Kunden kommunizieren.

Artificial Intelligence (AI) Act (KI-Verordnung)

Rechtsgrundlage: [Verordnung \(EU\) 2024/1689](#) 

Ziel

Die EU verfolgt mit der KI-Verordnung das Ziel, den Einsatz von Künstlicher Intelligenz sicher, transparent und verantwortungsvoll zu gestalten. Da KI-Systeme immer stärker in den Alltag von Unternehmen und Verbrauchern eingreifen – etwa durch personalisierte Produktempfehlungen, Chatbots im Kundenservice oder automatische Betrugserkennung –, sollen klare Regeln sicherstellen, dass Chancen genutzt und Risiken minimiert werden.

Pflichten für Händler

Es gilt nun eine neue Pflicht für alle Arbeitgeber: Sie müssen ihre Mitarbeiter im Umgang mit KI-Tools schulen. Das betrifft nicht nur Entwickler oder Datenexperten, sondern auch Angestellte, die im Alltag Systeme wie ChatGPT oder Microsoft Copilot einsetzen. Darüber hinaus müssen Händler, die KI aktiv in ihren Geschäftsprozessen nutzen, sicherstellen, dass die Systeme den gesetzlichen Anforderungen entsprechen. Dazu gehören Transparenzpflichten, eine Risikoeinschätzung und gegebenenfalls die Registrierung besonders sensibler Anwendungen.

Fristen und Übergangsregelungen

Die ersten Pflichten traten bereits am **2. Februar 2025** in Kraft. Weitere, deutlich umfassendere Anforderungen folgen ab **August 2026**, darunter eine genauere Risikoklassifizierung und Konformitätsbewertungen.

Handlungsbedarf

Händler sollten sich nicht darauf verlassen, dass KI-Tools von externen Anbietern automatisch rechtskonform sind. Es ist wichtig, eigene Richtlinien für den KI-Einsatz zu entwickeln, Mitarbeiterschulungen zu organisieren und eingesetzte Systeme zu überprüfen. Unternehmen, die rechtzeitig handeln, vermeiden nicht nur Haftungsrisiken, sondern können KI auch strategisch als Werkzeug nutzen, um Kundenservice, Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (EUDR)

Rechtsgrundlage: [Verordnung \(EU\) 2023/1115 vom 31. Mai 2023](#) 

Ziel

Mit der Verordnung für entwaldungsfreie Produkte („EU Deforestation Regulation“; kurz: EUDR) möchte die EU verhindern, dass der Konsum in Europa zur globalen Entwaldung beiträgt. Rohstoffe wie Palmöl, Kakao, Kaffee, Soja und Holz, die häufig mit Abholzung in Verbindung stehen, dürfen nur noch dann in Verkehr gebracht werden, wenn sie nachweislich entwaldungsfrei und unter Einhaltung lokaler Gesetze produziert wurden.

Pflichten für Händler

Alle Unternehmen, die diese Produkte importieren, exportieren oder auf dem europäischen Markt bereitstellen, müssen ihre Lieferketten genau dokumentieren. Sie sind verpflichtet nachzuweisen, dass die Produkte nicht aus entwaldeten Gebieten stammen. Dazu gehört die Vorlage von Zertifikaten, die Durchführung von Risikoanalysen und eine umfassende Sorgfaltspflicht entlang der Lieferkette.

Fristen und Übergangsregelungen

Die Verordnung sollte nach einer Verschiebung am **30. Dezember 2025** in Kraft treten. Im September 2025 hat die EU-Kommission jedoch eine erneute Verschiebung vorgeschlagen. Ein neues verbindliches Startdatum steht noch aus. Händler sollten sich dennoch vorbereiten.

Handlungsbedarf

Unternehmen, die betroffene Produkte anbieten, sollten sofort mit einer Analyse ihrer Lieferketten beginnen. Es ist ratsam, von Lieferanten Nachweise einzufordern, falls notwendig Verträge anzupassen und eigene Dokumentationssysteme aufzubauen. Händler, die ihre Sorgfaltspflichten frühzeitig ernst nehmen, können nicht nur rechtliche Probleme vermeiden, sondern sich auch bei Kunden als verantwortungsbewusste und nachhaltige Anbieter positionieren.

EU-Omnibus Initiative

Rechtsgrundlage: [Omnibus I - COM\(2025\)80](#) ; [Omnibus II - COM\(2025\)84](#) 

Ziel

Am 26. Februar 2025 stellte die EU-Kommission ihr Omnibus-Vorschlagspaket vor. Es verfolgt das Ziel, Unternehmen in Hinblick auf die Umsetzung verschiedener Berichtspflichten zu entlasten. So sollen unter anderem doppelte Inhalte reduziert werden und eine Vereinfachung stattfinden.

Pflichten für Händler

Im Rahmen der EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen („Corporate Sustainability Reporting Directive“, CSRD), der EU-Lieferkettenrichtlinie („Corporate Sustainability Due Diligence Directive“, CSDDD) und der EU-Taxonomie-Verordnung werden von Händlern Erfassung, Dokumentation und Bericht von Informationen und Kennzahlen sowie die Einhaltung von Sorgfaltspflichten entlang der Lieferkette gefordert. Je nach Unternehmensgröße gilt ein unterschiedlich großes Ausmaß an Pflichten, und es ergeben sich Unterschiede im Anwendungsbeginn.

Fristen und Übergangsregelungen

Das Omnibus-Paket beinhaltet mehrere Anpassungsvorschläge: In Omnibus I wird eine Adaption von Schwellenwerten, Inhalten und Sorgfaltspflichten angestrebt. Durch die geplante Anhebung der Schwellenwerte wäre ein Großteil der bisher berichtspflichtigen Unternehmen zukünftig nicht mehr betroffen. In Omnibus II wird im sogenannten „Stop-the-Clock“-Vorschlag eine Fristverlängerung beschrieben. Dieser Vorschlag wurde am **16. April 2025** veröffentlicht und begründet eine Aufschiebung der CSRD- und CSDDD-Berichtspflichten. So verschieben sich die Erstanwendungszeitpunkte je nach Unternehmensgröße und -kennzahlen.

Eine Einigung bezüglich der Initiative und weiterer Vorschläge und Positionen im Trilogverfahren ist bis **Ende 2025** zu erwarten. Bestehende Übergangsregelungen gelten bis zur Verabschiedung neuer Regeln weiter; Änderungen sind also noch möglich.

Handlungsbedarf

Die Omnibus-Initiative bringt eine Lockerung bisheriger Nachhaltigkeitsberichtspflichten. Händler haben nunmehr Berichtspflichten einzuhalten, wenn sie die in der EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (CSRD) oder in der EU-Lieferkettenrichtlinie (CSDDD) festgelegten Schwellenwerte überschreiten. Kleine und mittlere Handelsunternehmen sind derzeit in der Regel nicht unmittelbar berichtspflichtig, können aber indirekt betroffen sein, wenn größere Geschäftspartner Nachhaltigkeitsdaten im Rahmen ihrer eigenen Berichterstattung einfordern.

Was passiert bei Verstößen?

Die Umsetzung der zahlreichen neuen gesetzlichen Regelungen wird von unterschiedlichen Behörden auf nationaler und europäischer Ebene überwacht. Zuständig sind je nach Themengebiet insbesondere Marktüberwachungs-, Finanz-, Umwelt- oder Verbraucherschutzbehörden. Verstöße können mit empfindlichen Bußgeldern und Vertriebsverboten geahndet werden oder zivilrechtlichen Ansprüche nach sich ziehen, wenngleich bei Bagatelverstößen keine unverhältnismäßigen Sanktionen zu erwarten sind. Die folgende Übersicht fasst zusammen, welche Stellen für die Kontrolle verantwortlich sind und mit welchen Konsequenzen Händler im Falle von Verstößen rechnen müssen.

Regelung	(Voraussichtlich künftig) zuständige Überwachung bzw. Aufsicht	(Voraussichtlich künftige) Sanktionen bzw. Konsequenzen
Allgemeine Produktsicherheitsverordnung (GPSR)	Marktüberwachungsbehörden der Länder (z. B. Gewerbeaufsichtsämter, Landesämter für Verbraucherschutz)	Bußgelder bis 100.000 €, Rückruffpflichten, Vertriebsverbote, Warnmeldungen über EU-Safety-Gate-System
E-Rechnungspflicht	Finanzverwaltung/Finanzämter	Aberkennung des Vorsteuerabzugs, steuerliche Nachforderungen, mögliche Ordnungswidrigkeitenverfahren
Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)	Marktüberwachungsbehörden der Länder	Bußgelder bis 100.000 €, Nachbesserungspflichten, Vertriebsverbote bei wiederholten Verstößen
EU-Datenverordnung (Data Act)	Bundesnetzagentur, Bundeskartellamt, Datenschutzaufsichtsbehörden der Länder	Bußgelder bis 20 Mio. € oder 4 % des weltweiten Jahresumsatzes, Schadensersatzforderungen durch Betroffene
Recht auf Reparatur	Verbraucherschutzbehörden der Länder (nach nationaler Umsetzung)	Bußgelder bis 50.000 €, zivilrechtliche Ansprüche (Reparatur, Rücktritt und Minderung)
Richtlinie zur Plattformarbeit	Zollverwaltung (Finanzkontrolle Schwarzarbeit), Bundesagentur für Arbeit, Arbeitsschutzbehörden	Bußgelder bis 500.000 €, Nachzahlung von Sozialabgaben, rückwirkende Anerkennung von Arbeitsverhältnissen
EmpCO-Richtlinie (Greenwashing-Verbot)	Landesbehörden für Verbraucherschutz, Wettbewerbszentrale, Verbraucherverbände	Bußgelder von mind. 4 % des Jahresumsatzes, Abmahnungen, Unterlassungsklagen, Reputationsschäden
Europäische Verpackungsverordnung (PPWR)	Umweltbundesamt (UBA), Zentrale Stelle Verpackungsregister (ZSVR)	Bußgelder bis 200.000 €, Vertriebsverbote, öffentliche Listung von Verstößen im Verpackungsregister
KI-Verordnung (AI Act)	Nationale KI-Aufsichtsbehörde (im Aufbau), Datenschutzaufsichtsbehörden	Bußgelder bis 35 Mio. € oder 7 % des weltweiten Jahresumsatzes, bei geringeren Verstößen bis 7,5 Mio. € oder 1 %
EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (EUDR)	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)	Bußgelder bis 4 % des Jahresumsatzes, Beschlagnahmung von Waren, Importverbote, Ausschluss von öffentlichen Aufträgen
EU-Omnibus-Initiative (CSRD/CSDDD)	Bundesanstalt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA), Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin)	Bußgelder bis 8 Mio. € oder 5 % des Jahresumsatzes, zivilrechtliche Haftungsrisiken bei Berichtspflichtverstößen

Fazit

Die Jahre 2025 und 2026 bringen **zahlreiche neue Pflichten** für Handelsunternehmen. Von Produktsicherheit über digitale Rechnungsstellung bis hin zu Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit und künstlicher Intelligenz – kaum ein Bereich bleibt unberührt. Für viele Händler klingt das zunächst nur nach zusätzlicher Belastung. Doch wer die Anforderungen rechtzeitig kennt und sich entsprechend vorbereitet, kann aus den Veränderungen auch **Vorteile** ziehen:

- **Mehr Vertrauen** durch klare Verbraucherinformationen, glaubwürdige Umweltaussagen und Transparenz
- **Mehr Effizienz** durch digitale Prozesse wie die E-Rechnung
- **Mehr Reichweite** durch barrierefreie Angebote

Für Händler gilt deshalb: Selbst, wenn rechtliche Neuerungen und Veränderungen im ersten Schritt Mehraufwand bedeuten, ist die **frühzeitige Auseinandersetzung** damit essenziell, um auch zukünftig erfolgreich am Markt bestehen zu können.

Zugleich ist nicht zu verkennen, dass die Umsetzung der zahlreichen neuen Regelungen mit erheblichem organisatorischem und administrativem **Aufwand** verbunden ist. Unternehmen müssen interne Abläufe anpassen, Systeme aktualisieren und zusätzliche Nachweispflichten erfüllen. Diese **bürokratischen Anforderungen** binden Ressourcen, können aber, wenn sie richtig angegangen werden, langfristig zu **strukturierten Prozessen** und **höherer Rechtssicherheit** führen.

Entscheidend ist, die Vielzahl an neuen Vorgaben nicht isoliert, sondern **im Zusammenhang** zu betrachten. Viele Anforderungen überschneiden sich inhaltlich, etwa bei Transparenz, Nachhaltigkeit oder digitaler Prozessgestaltung. Wer hier ein ganzheitliches Compliance- und Nachhaltigkeitsmanagement etabliert, reduziert Doppelarbeit, schafft interne Klarheit und kann regulatorische Pflichten sogar als Innovationsmotor nutzen.

Weiterführende Informationen

-
- <https://www.ihk.de/koeln/hauptnavigation/umwelt-und-energie/umwelt/right-to-repair-6283358>
- https://www.ihk.de/koeln/hauptnavigation/recht-steuern/recht/recht-auf-reparatur-6065686?utm_source=chatgpt.com
- <https://www.haendlerbund.de/de/ratgeber/recht/data-act>
- <https://www.bundesumweltministerium.de/themen/nachhaltigkeit/konsum-und-produkte/recht-auf-reparatur>
- <https://netzpolitik.org/2024/eu-richtlinie-fuer-plattformarbeit-was-bei-der-umsetzung-in-deutschland-nicht-fehlen-darf/>
- <https://www.handel.digital/wissenshub/detail.php?includeDocument=data-act-was-kommt-auf-haendlerinnen-haendler-und-ihre-kundschaft-zu.php>
- <https://www.dihk.de/de/themen-und-positionen/wirtschaft-digital/dihk-durchblick-digital/data-act-63748>
- <https://www.ihk.de/stuttgart/fuer-unternehmen/recht-und-steuern/wettbewerbsrecht/folgen-des-data-act-fuer-onlinehaendler-6142454>
- <https://www.haendlerbund.de/de/ratgeber/recht/barrierefreiheitsstaerkungsgesetz-bfsg>
- <https://www.haendlerbund.de/de/ratgeber/recht/e-rechnungspflicht-2025>
- <https://www.haendlerbund.de/de/ratgeber/recht/data-act>
- <https://www.ihk.de/elbeweser/produktmarken/themen-fuer-unternehmen/umweltschutz/verpackungsverordnung-vollstaendigkeitserklaerung/die-neue-eu-verpackungsverordnung-6458734>
- <https://www.haendlerbund.de/de/ratgeber/recht/produktsicherheitsverordnung>
- <https://www.ihk.de/stuttgart/fuer-unternehmen/innovation/innovation-technologie/ce-kennzeichnung/neue-produktsicherheitsverordnung-5777430>
- <https://www.dihk.de/resource/blob/128168/a5682083c196b98fbc86d2e49d57af05/klima-dihk-merkblatt-verpackungsverordnung-ppwr-data.pdf>
- <https://www.ihk-muenchen.de/ratgeber/digitalisierung/kuenstliche-intelligenz/ai-act/>
- https://www.ble.de/DE/Themen/Wald-Holz/Entwaldungsfreie-Produkte/Lieferketten_node.html
- <https://deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de/berichtspflichten/omnibus-paket/>

Impressum

Herausgeber

ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg

Geschäftsführung

Dr. Anja Peters und Dr. Georg Wittmann
Registergericht Amtsgericht Regensburg: Registernummer HR Regensburg B 5409

Soweit keine redaktionelle Kennzeichnung für den Inhalt: Verantwortliche im Sinne des Presserechts und des Medienstaatsvertrages:

Dr. Anja Peters und Dr. Georg Wittmann
Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg

www.erfolgreich-handeln.bayern
Tel.: +49 (0)941 788391-0
E-Mail: erfolgreichhandeln@ibi.de

Titelbild

Foto von [Tingey Injury Law Firm](#) auf [Unsplash](#) (<https://unsplash.com/de/fotos/frau-mit-schwertstatue-waehrend-des-tages-DZpc4UY8ZtY>)

Text und Gestaltung

Carina Freundl

Über die Kampagne



Die Kampagne „Erfolgreich handeln“ des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie bietet bayerischen Händlern praxisnahe und kostenfreie Informationsveranstaltungen, um sie bei der Bewältigung aktueller Herausforderungen zu unterstützen und somit deren Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig und zukunftsorientiert zu sichern.

Das vielfältige Veranstaltungsangebot in Form von Webinaren und Präsenz-Workshops reicht von Themen wie Online-Handel und Prozessoptimierung (z. B. Warenwirtschaftssysteme) bis hin zu Nachhaltigkeit (z. B. Energieeinsparung) und Kundenbindung. Um bestmöglich auf akute Bedarfe der bayerischen Händler eingehen zu können, können jederzeit eigene Themenwünsche angebracht werden.

Stand: Oktober 2025