

Referentenentwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der Richtlinie (EU) 2024/1799 zur Förderung der Reparatur von Waren

Stellungnahme

Berlin, 13.02.2026

Vorbemerkungen

DER MITTELSTANDSVERBUND – ZGV e.V. vertritt als Spitzenverband des kooperierenden Mittelstands rund 230.000 mittelständische Unternehmen in etwa 300 Verbundgruppen unterschiedlichster Branchen. Ein erheblicher Teil dieser Unternehmen ist im **verbrauchernahen Handel** mit langlebigen Konsumgütern sowie in **angeschlossenen Service- und Reparaturnetzwerken** tätig. Vor diesem Hintergrund hat die Umsetzung der Richtlinie (EU) 2024/1799 zur Förderung der Reparatur von Waren („Recht auf Reparatur“) für unsere Mitgliedsunternehmen eine erhebliche wirtschafts- und standortpolitische Relevanz.

Der kooperierende Mittelstand bekennt sich ausdrücklich zu den **Zielen einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft**, zur **Verlängerung von Produktlebenszyklen** und zur **Stärkung von Reparaturstrukturen**. Fachhandel, Verbundgruppen und handwerksnahe Servicenetzwerke leisten bereits heute einen wesentlichen Beitrag zur Instandhaltung und Werterhaltung von Produkten. Reparaturkompetenz ist ein integraler Bestandteil des Geschäftsmodells vieler mittelständischer Handels-, Handwerks- und Dienstleistungskooperationen.

Gleichzeitig ist entscheidend, dass die nationale Umsetzung der Richtlinie die **strukturellen Besonderheiten des kooperierenden Mittelstands** berücksichtigt. Mittelständische Handelskooperationen dürfen nicht faktisch in eine Herstellerverantwortung gedrängt werden, wenn sie weder Produktdesign noch Ersatzteilpolitik oder technische Spezifikationen steuern können. Ebenso müssen neue Informations-, Dokumentations- und Haftungspflichten praktikabel ausgestaltet sein und dürfen nicht zu einer unverhältnismäßigen zusätzlichen Belastung führen.

Die Umsetzung des “Rechts auf Reparatur” berührt damit nicht nur verbraucherschutzrechtliche Fragestellungen, sondern auch Fragen der **Wettbewerbsneutralität** entlang der Wertschöpfungskette, der **klaren Zuweisung von Verantwortlichkeiten** zwischen Hersteller und Handel sowie der Sicherstellung **mittelstandsgerechter Rahmenbedingungen**. Dies gilt ausdrücklich auch für Frage der Preisgestaltung.

Bei der Ausweitung des Anwendungsbereichs der Reparaturverpflichtung sollte darauf geachtet werden, dass angemessene **Übergangszeiträume** eingehalten werden, um den kooperierenden Einzelhandel nicht zu überfordern.

Vor diesem Hintergrund nimmt DER MITTELSTANDSVERBUND im Folgenden Stellung und bewertet die geplanten Regelungen insbesondere im Hinblick auf ihre praktische Umsetzbarkeit, ihre Auswirkungen auf Handels- und Verbundstrukturen sowie ihre Bedeutung für die Wettbewerbsfähigkeit des kooperierenden Mittelstands.

Zur Lage des kooperierenden Einzelhandels

Der kooperierende Einzelhandel befindet sich weiterhin in einer **wirtschaftlich angespannten Lage**. Anhaltend hohe Energie- und Betriebskosten, steigende Lohnnebenkosten, zunehmende regulatorische Anforderungen sowie eine spürbare Konsumzurückhaltung der Verbraucherinnen und Verbraucher setzen insbesondere kleine und mittlere Handelsunternehmen erheblich unter Druck. Das gilt besonders für den kooperierenden **Non-Food-Handel**, der bereits durch die Geschäftsschließungen in der Corona-Zeit stark gelitten hat.

Gleichzeitig verschärft sich der **Wettbewerb** durch **international agierende Plattformunternehmen**, die von Skaleneffekten und regulatorischen Asymmetrien profitieren. Die aktuell **mangelhafte Durchsetzung des geltenden Rechts** gegenüber Anbietern aus Drittstaaten führt zu Wettbewerbsverzerrungen zu Lasten der deutschen und europäischen Unternehmen.

Regional verwurzelte stationäre Händler, wie ElectronicPartner, expert oder EURONICS Standorte, kämpfen mit zunehmend **rückläufigen Margen** bei gleichzeitig steigenden Fixkosten und einem hohen Investitionsbedarf – insbesondere im Bereich Digitalisierung und Nachhaltigkeit.

In dieser Situation ist es unvermeidbar, dass der Gesetzgeber zusätzliche Belastungen für die einheimischen mittelständischen Händler, die den Druck auf diese noch vergrößern würden, vermeidet. Vor diesem Hintergrund ist es positiv zu bewerten, dass die Umsetzung der **Richtlinie zur Förderung der Reparatur von Waren** mit dem vorliegenden Referentenentwurf **Eins-zu-Eins** umgesetzt werden soll. Zudem gilt es, die Durchsetzbarkeit der Herstellerverpflichtungen, von der Ersatzteilverhaltung bis zu den Informationspflichten, sicherzustellen.

Zur Informationspflicht, § 475 Absatz 4 BGB-neu

Die in § 475 Absatz 4 BGB n. F. vorgesehene **Informationspflicht vor Durchführung der Nacherfüllung** ist aus Verbraucherschutzpolitischer Sicht nachvollziehbar, der damit verbundene Aufwand für die Wirtschaft ist jedoch im Referentenentwurf deutlich zu gering angesetzt.

In der Praxis bedeutet die Verpflichtung, Verbraucher aktiv über ihr Wahlrecht sowie über die Verlängerung der Verjährungsfrist bei Reparatur zu informieren, **erhebliche Anpassungen in Schulungs-, Dokumentations- und Prozessstrukturen** – insbesondere im stationären Einzelhandel.

Angesichts der stetigen Zunahme, der hohen Komplexität und nicht selten auch Inkonsistenz bestehender Informationspflichten ist die Vorbereitung und Qualifizierung von Unternehmen und deren Mitarbeitenden für einen einzelnen mittelständischen Händler kaum noch eigenständig zu bewältigen.

Hier zeigt sich einmal mehr die zentrale Bedeutung kooperativer Strukturen: Viele Mittelstandskooperationen haben sich längst auf den Weg gemacht, **professionelle Schulungs- und Informationsangebote** für ihre angeschlossenen Mitglieder aufzubauen. So hat die Elektronikhandel-Kooperation EURONICS bereits vor einigen Jahren eine Service-Akademie etabliert, um insbesondere die Servicekompetenz der Techniker und Mitarbeitenden an der Service-Theke zu stärken. Mit solchen professionellen Strukturen begleiten Kooperationszentralen ihre angeschlossenen Händler bei den regulatorischen Anforderungen und tragen damit maßgeblich zum Erreichen der politischen Ziele bei.

Entscheidend für den Erfolg der politischen Zielsetzung des “Rechts auf Reparatur” – mithin tatsächlich mehr Reparaturen zu ermöglichen und Produktlebenszyklen zu verlängern – ist jedoch, dass der sprichwörtliche Bogen nicht überspannt wird. **Informationspflichten müssen künftig konsequent aufeinander abgestimmt und widerspruchsfrei ausgestaltet sein.**

Zugleich ist sicherzustellen, dass **Hersteller** die erforderlichen **produkt- und diesbezüglich reparaturbezogenen Informationen** in einer strukturierten und praktikablen Form bereitstellen, sodass Mittelstandskooperationen diese effizient in ihre Unterstützungs- und Schulungssysteme integrieren können. Nur so kann die Maßnahme ihre Lenkungswirkung entfalten, ohne die Leistungsfähigkeit des kooperierenden Einzelhandels zu überfordern.

Preisgestaltung der Reparaturen, § 479 Absatz 3 BGB-neu

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die praktische Wirksamkeit des “Rechts auf Reparatur” ist die Frage der **Preisgestaltung**. Ob Verbraucher sich tatsächlich für eine Reparatur entscheiden oder stattdessen ein Neuprodukt erwerben, hängt maßgeblich vom wahrgenommenen **Kosten-Nutzen-Verhältnis** ab.

Die Begründung des Referentenentwurfs enthält hierzu auf S. 27 wichtige Anhaltspunkte zur Auslegung des Begriffs der **„Angemessenheit“ des Reparaturentgelts**. In Anlehnung an Erwägungsgrund 16 der Richtlinie gilt ein Reparaturpreis dann als angemessen, wenn er den Verbraucher nicht davon abhält, eine Reparatur zu verlangen. Das Entgelt kann dabei insbesondere **Arbeitskosten**, Ersatzteilkosten, **Kosten für den Betrieb der Reparaturreinrichtung** sowie eine übliche Gewinnspanne umfassen. Ebenso können Materialkosten, Kosten für Fremdleistungen, **Wartungs- und Energiekosten**, die **Anzahl der erforderlichen Arbeitsstunden**, eine marktübliche Gewinnmarge sowie anfallende Steuern berücksichtigt werden.

Gerade vor dem Hintergrund der angespannten Fachkräftesituation ist es von zentraler Bedeutung, dass **Personalkosten** für Reparatur- und Serviceleistungen **realistisch und vollständig in die Kalkulation einfließen** können. Reparaturservices im kooperierenden Einzelhandel stehen im intensiven Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte – nicht nur mit anderen Handelsunternehmen, sondern insbesondere mit Industrieunternehmen und Handwerksbetrieben. Eine regulatorische oder faktische Deckelung würde für den kooperierenden Einzelhandel unmittelbar zu Wettbewerbsnachteilen führen und die Bereitschaft zur Vorhaltung qualifizierter Servicekapazitäten untergraben.

Zugleich darf das Reparaturentgelt für Verbraucher am Ende nicht so hoch ausfallen, dass es die Inanspruchnahme faktisch unattraktiv macht. Vor diesem Hintergrund ist entscheidend, dass **andere Preisbestandteile – insbesondere auf Seiten der Hersteller – nicht überproportional angesetzt werden**. Es muss verhindert werden, dass Kosten für Material, Lagerhaltung oder Logistik von Ersatzteilen in einer Weise kalkuliert werden, die die Reparatur wirtschaftlich unattraktiv macht. Hier ist eine **faire und transparente Preisstruktur entlang der gesamten Wertschöpfungskette erforderlich**.

Darüber hinaus sollte der Gesetzgeber sicherstellen, dass **Drittanbieter** oder außereuropäische Marktteilnehmer die **regulatorischen Vorgaben nicht umgehen** und durch besonders günstige Neuprodukte den **Wettbewerb verzerren**. Andernfalls entsteht ein struktureller Nachteil für jene Unternehmen, die in Reparaturinfrastruktur investieren und die politischen Zielsetzungen tatsächlich umsetzen.

Fazit: Bei der Ausgestaltung und Bewertung der Reparaturpreise müssen die **realen Kostenstrukturen des kooperierenden Einzelhandels angemessen berücksichtigt** werden. Nur wenn Hersteller ihre Kalkulation entsprechend anpassen und Ersatzteilpreise marktfähig gestalten, kann das Reparaturmodell wirtschaftlich tragfähig sein. Andernfalls droht das „Recht auf Reparatur“ in der Praxis wirkungslos zu bleiben – mit erheblichen negativen Folgen für die Akzeptanz nachhaltiger Wirtschaftsmodelle im Mittelstand und in der Gesellschaft insgesamt.

Maßnahmen zur Förderung der Reparatur, Art. 13 Richtlinie

Artikel 13 der Richtlinie zur Förderung der Reparatur von Waren sieht vor, dass die Mitgliedstaaten mindestens eine (weitere) Maßnahme zur Förderung der Reparatur ergreifen. Grundsätzlich muss sichergestellt werden, dass die Auswahl der Maßnahme **keine zusätzlichen**

Bürokratie- bzw. Kostenbelastungen für den kooperierenden Einzelhandel auslöst. Keineswegs darf die aktuelle Haushaltslage dazu führen, dass die Kosten für diese Vorgabe auf die Wirtschaft abgewälzt werden.

Das neue Recht auf Reparatur sollte durch eine **zielgerichtete und öffentlichkeitswirksame Kampagne** bekannt gemacht werden. Nur so werden Verbraucher die Reparatur-Services an den Standorten aufsuchen, um ihre Waren reparieren zu lassen. Die geschulten Mitarbeitenden können ihre Kundschaft dann von hier aus weiter informieren und beraten.

Um die Attraktivität der Reparatur gegenüber einem Neukauf zu unterstützen, wären neben einem staatlich finanzierten **Bonus für Reparaturen**, die in einer Fachwerkstatt durchgeführt werden, staatliche **Zuschüsse zu entsprechenden Versicherungsservices** denkbar. Denn: wenn Verbraucher aufgrund eines attraktiven Angebots beim Kauf eines Produkts eine passende Reparaturversicherung abschließen, wären die Kosten für die spätere Reparatur abgedeckt. Die Frage der "Angemessenheit des Preises" bzw. der entsprechenden Wirkung auf die Verbraucher würde sich nicht stellen, sondern dieser würde die Reparatur einem Neukauf in aller Regel vorziehen.

./.

DER MITTELSTANDSVERBUND – ZGV e.V. vertritt als Spitzenverband der deutschen Wirtschaft in Berlin und Brüssel die Interessen von ca. 230.000 mittelständischen Unternehmen, die in rund 300 Verbundgruppen organisiert sind. Die kooperierenden Mittelständler erwirtschaften mit 2,36 Mio. Vollzeitbeschäftigten einen Umsatz von etwa 506 Mrd. Euro (rund 12 Prozent des BIP) und bieten über 400.000 Ausbildungsplätze. Einzelne Verbundgruppen treten unter einer Marke auf, z.B. EDEKA, REWE, INTERSPORT, EP: ElectronicPartner, expert und BÄKO. Alle fördern ihre Mitglieder durch eine Vielzahl von Angeboten wie etwa Einkaufsverhandlungen, Logistik, IT, Finanzdienstleistungen, Beratung, Marketing, Ladeneinrichtung und Trendforschung.