



Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf

Postfachadresse: Postfach 10 10 17 · 40001 Düsseldorf
Hausadresse: Ernst-Schneider-Platz 1 · 40212 Düsseldorf
Telefon 0211 3557-0

Produkthaftung und Zivilverfahren in den USA

Deutsche Unternehmen, die planen, den US-amerikanischen Markt mit ihren Produkten zu beliefern, schätzen die Risiken, in Produkthaftungsverfahren vor US-Gerichten hineingezogen zu werden, regelmäßig als sehr hoch ein. In Ausnahmefällen nehmen deutsche Unternehmen deswegen sogar Abstand von ihren Überlegungen, in die USA zu exportieren. In der Tat drohen durch das US-amerikanische Produkthaftungsrecht und durch einige Besonderheiten des US-amerikanischen Zivilprozessrechts Risiken, die sich nach deutschem Recht nicht oder zumindest nicht in diesem Ausmaß ergeben würden. Allerdings können deutsche Unternehmen Maßnahmen ergreifen, um das Produkthaftungsrisiko in den USA zu minimieren. Dieses Merkblatt soll die bestehenden Gefahren verdeutlichen und konkrete Maßnahmen zur Risikoverringerung aufzeigen.

Zivilverfahren in den USA

Das Zivilprozessrecht in den USA weist Merkmale auf, die im Vergleich zum deutschen Recht den Prozess nicht nur aufwendiger, sondern auch teurer erscheinen lassen.

a) Kosten der Rechtsverfolgung

Das erste mit einem Zivilprozess verbundene Risiko sind die durch den Beklagten zu tragenden Anwaltskosten. Anders als in Deutschland gilt die Regel, dass die im Zivilverfahren gänzlich unterliegende Partei die gesamten Kosten des Verfahrens zu tragen hat, im US-amerikanischen Prozessrecht grundsätzlich nicht. In fast allen Verfahrensarten, so auch im Produkthaftungsprozess, erhält die obsiegende Partei lediglich, wenn überhaupt, einen Teil ihrer Kosten für die Rechtsverfolgung von ihrem Gegner erstattet. Dazu gehören für den Beklagten regelmäßig nur die eher geringen Gerichtskosten, nicht aber seine Anwaltskosten. Gerade die Anwaltskosten sind in den USA für den Beklagten aber besonders hoch. In den USA gibt es keinen gesetzlichen Rahmen (wie z. B. in Deutschland das RVG), an dem sich die Anwaltskosten orientieren. Der US-amerikanische Anwalt versteht sich als Teilnehmer einer freien Dienstleistungsgesellschaft, in der die Entlohnung für jede Tätigkeit ausnahmslos frei vereinbart wird. Abgerechnet wird üblicherweise in Stundensätzen, die bei Produkthaftungsfällen zwischen USD 400 und USD 900 liegen können. Die tatsächlich anfallenden Honorarsummen hängen von dem Schwierigkeitsgrad, dem Umfang und der Gängigkeit der in einem Fall

auffretenden Probleme ab. Für die Vorbereitung und die Durchführung eines Verfahrens können durchaus – unabhängig vom Streitwert – USD 150.000 zusammenkommen. Anders als der Beklagte zahlt der Kläger oftmals seinen Anwalt nicht auf Stundenbasis, sondern vereinbart mit seinem Prozessbevollmächtigten ein Erfolgshonorar (was in Deutschland nur im Ausnahmefall zulässig ist). Dies bedeutet, dass sich der Anwalt für sein Tätigwerden einen Anteil an der erstrittenen Summe versprechen lässt. Dieser Anteil liegt regelmäßig zwischen 30 % und 40 %. Die Klägerpartei trägt somit für den Fall des Unterliegens nur ein geringes Kostenrisiko und zwar sowohl im Hinblick auf die Kostenerstattung gegenüber dem Beklagten als auch im Hinblick auf die eigenen Anwaltskosten. Dies erhöht naturgemäß die Bereitschaft etwaige Produkthaftungsansprüche im Wege einer Klage geltend zu machen.

b) Höhe des Schadensersatzes

Eine weitere Besonderheit des US-amerikanischen Produkthaftungsprozesses ist die Höhe der Schadensersatzansprüche, denen deutsche Unternehmer im Falle eines Unterliegens ausgesetzt sein können. Auch wenn sich tendenziell sagen lässt, dass spektakulär hohe Schadensersatzsummen, die in der ersten Instanz zugesprochen wurden, in der zweiten Instanz reduziert werden, liegt der durchschnittlich zugesprochene Schadensersatz in den USA im Vergleich zu Deutschland immer noch um ein Vielfaches höher. Nicht nur der entschädigende Schadensersatz ist höher. Neben diesem können sogenannte „*punitive damages*“, eine Art Privatstrafe, treten. Dieser Strafschadensersatz wird nur bei grob fahrlässigem oder vorsätzlichem Verhalten verhängt, so z. B. wenn sich im Laufe des Prozesses herausstellt, dass der Unternehmer vorsätzlich und zur Steigerung seines Gewinns an der Sicherheit seiner Produkte gespart und damit Verletzungen seiner Kunden in Kauf genommen hat. *Punitive damages* werden in ungefähr 6 % aller Zivilprozesse verhängt. Relativierend ist auch anzumerken, dass es nur in einer vergleichsweise sehr geringen Zahl aller Haftungsfälle überhaupt zu einer mündlichen Verhandlung kommt. Der überwiegende Teil wird schon vor den mündlichen Verhandlungen verglichen, so dass es zum eigentlichen Prozess gar nicht mehr kommt.

c) Class Actions

Anders als das deutsche Zivilprozessrecht ermöglicht das Prozessrecht der US-Bundesgerichte sowie der meisten Bundesstaaten in viel größerem Umfang Verbands- oder Gruppenklagen, sogenannte „*class actions*“. Danach können Forderungen zahlreicher Einzelkläger in einer gemeinsamen Klage geltend gemacht werden. Dies erhöht den Streitwert und macht die Rechtsvertretung auf Erfolgsbasis in vielen Fällen erst loh-

nend; da *class actions* auf diese Weise Hunderte oder Tausende von Personen beitreten können, schnell die Klageforderung, die sich aus der Addition der jeweils geltend gemachten Einzelforderungen ergibt, schnell in die Höhe.

d) Spruchkörper: Jury

In den USA garantiert der VII. Zusatzartikel der amerikanischen Verfassung jedem US-Bürger das Recht, seine Klage grundsätzlich vor einem Geschworenengericht zu verhandeln. Dabei beschränkt sich die Rolle des Richters auf die Verhandlungsleitung und gegebenenfalls auf die rechtliche Belehrung der Geschworenen („*jury*“). Eine *jury* besteht üblicherweise aus sechs bis zwölf Personen. Diese unterliegen (gewollt oder ungewollt) Vorurteilen und treffen als juristische Laien ihre Entscheidungen mitunter auch einfach nach Sympathiegesichtspunkten.

Adressaten der Produkthaftung

Die Produkthaftung nach US-amerikanischen Recht kann neben dem Hersteller weitere an der Produktion sowie an der Lieferkette beteiligte Unternehmen treffen. Einem Geschädigten steht es grundsätzlich frei, auch Groß- und Einzelhändler sowie Lieferanten von Einzel- und Zubehörteilen, zu verklagen. Selbst Lizenzgeber können in bestimmten Konstellationen Haftungsadressaten sein. Zur Vereinfachung wird nachfolgend allein der Hersteller genannt.

Grundzüge der möglichen Anspruchsgrundlagen

Um die Strategien zur Risikominimierung im Bereich der Produkthaftung zu verstehen, ist es erforderlich, die Grundzüge der einzelnen Anspruchsgrundlagen in diesem Bereich zu beleuchten. Das US-amerikanische Produkthaftungsrecht unterscheidet zwischen der deliktischen Haftung aufgrund Fahrlässigkeit (*negligence*), der Gefährdungshaftung (*strict liability*) und der vertraglichen Gewährleistungshaftung (*warranty*).

a) Negligence

Der Hersteller haftet für fahrlässig verursachte Fehler bei der Planung und bei der Herstellung eines mangelhaften Produktes, soweit vorhersehbar war, dass die Fahrlässigkeit zu einem Schaden des Verletzten führen würde.

b) Strict Liability

Die weitreichendste Haftungstheorie in Produkthaftungsfällen ist die Gefährdungshaftung. Danach kann jeder geschädigte Käufer eines fehlerhaften Produktes einen Anspruch gegen den Hersteller geltend machen, wenn er nachweisen kann, dass das Produkt fehlerhaft war, dass der Defekt das Produkt unangemessen gefährlich gemacht

hat und dass der Schaden durch den Fehler verursacht worden ist. Die Gefährdungshaftung hat für den Geschädigten gegenüber anderen Anspruchsgrundlagen den Vorteil, dass keine rechtsgeschäftliche Beziehung zu dem Hersteller erforderlich ist. Ferner ist die Haftung nicht abdingbar, und ein etwaiges Mitverschulden führt grundsätzlich nicht zum Verlust des ganzen Anspruchs.

c) Warranty

Die dritte in Betracht kommende Anspruchsgrundlage ist die Gewährleistungshaftung, die sowohl auf Zusicherung des Verkäufers oder des Herstellers (Automobilprospekt) als auch auf gesetzlicher Vorschrift beruhen kann.

d) Defekt

Grundvoraussetzung für alle drei Haftungstheorien ist ein defektes Produkt. Ein Produkt ist defekt, wenn es entweder fehlerhaft hergestellt worden ist, wenn ein Entwicklungsfehler vorliegt, oder wenn es gefährlich ist und auf die Gefahren nicht oder nicht ausreichend hingewiesen worden ist. In fast der Hälfte aller Fälle wird vorgetragen, dass ein mangelhafter Sicherheitshinweis erfolgt ist. Zusätzlich muss der Kläger in einem Produkthaftungsfall beweisen, dass ein Schaden durch das mangelhafte Produkt verursacht wurde und dass der Schaden vorhersehbar war.

Präventive Strategien zur Risikominimierung

a) Konzernstruktur

Die Gründung einer Kapitalgesellschaft in den USA ist nicht zwingend ein Mittel zur Risikominimierung der deutschen Muttergesellschaft. Stellt die US-amerikanische Tochtergesellschaft das Produkt nicht selbst her, kann das deutsche Unternehmen immer noch als Hersteller in Anspruch genommen werden. In dieser Konstellation kann sich die US-amerikanische Tochtergesellschaft sogar als nachteilig erweisen, da sie einem Kläger die Zustellung der Klageschrift in den USA erleichtert. Soll folglich die Gründung einer US-amerikanischen Tochtergesellschaft als präventives Mittel zur Risikominimierung eingesetzt werden, ist darauf zu achten, dass die Gesellschaft selbst herstellt und auch in sonstiger Hinsicht die Verbindungen zur deutschen Muttergesellschaft so gering wie möglich sind (einschließlich der Vermeidung von Lizenzverträgen) und außerdem zu marktkonformen Bedingungen ausgestaltet werden. Diese Vorgehensweise minimiert gleichzeitig das Risiko einer sog. Durchgriffshaftung (Haftung der Muttergesellschaft für Verbindlichkeiten der Tochtergesellschaft), die in dieser Konstellation ebenfalls zu beachten ist.

b) Entwicklung des Produktes

Im Rahmen der Entwicklung des Produktes muss es das Ziel des Herstellers sein, Vorkehrungen zu treffen, die das letztlich gewählte Design auch für den voreingenommenen Geschworenen sicher und vernünftig erscheinen lassen. Das gelingt am besten, wenn die Bedürfnisse und Erwartungen eines durchschnittlichen Marktverbrauchers Berücksichtigung finden. Die Bedürfnisse und Erwartungen einer bestimmten Verbrauchergruppe werden üblicherweise durch Marktforschung ermittelt.

(1) Produktvergleich

Einen ersten Anhaltspunkt für die zu beachtenden Sicherheitsstandards bei einem neu entwickelten Design bietet der Vergleich mit den Produkten anderer Hersteller. Das neu entwickelte Produkt sollte mindestens so sicher sein wie die Konkurrenzprodukte.

(2) Rechtliches Umfeld, Industriestandards

Da jedoch nicht auszuschließen ist, dass andere Hersteller die geltenden Sicherheitsstandards missachtet haben, gehört zu den Schutzvorkehrungen, die schon in der Entwicklungsphase getroffen werden sollten, weiterhin die Erkundung des rechtlichen Umfeldes. Technische und juristische Sachverständige sollten zusammenarbeiten, um eine größtmögliche Sicherheit bei der Vermarktung ihres Produktes zu gewährleisten. Auf der technischen Seite gilt es, die anwendbaren Industriestandards zu beleuchten und zu beachten. Schon zu Beginn eines Engagements auf dem US-amerikanischen Markt sollte eine Informationssammlung angelegt werden, welche die Beschwerden, Probleme und gegebenenfalls Rechtsstreitigkeiten, die die angebotenen Waren betreffen, systematisch zusammenfasst. Beachtet werden sollte auch, dass europäische Industriestandards nicht automatisch den US-amerikanischen Standards entsprechen. Einen ersten Einblick in die jeweils anzuwendenden Rechtsvorschriften gibt die *U.S. Consumer Product Safety Commission*, auf deren Homepage produktbezogene Guidelines und Handbücher zur Verfügung gestellt werden.

(3) Interne Kommunikation

Innerhalb des Unternehmens sollten Auseinandersetzungen bei der Produktentwicklung vermieden oder zumindest minimiert werden. Die einzelnen Abteilungen eines Unternehmens vertreten regelmäßig verschiedene Interessen bei der Entwicklung eines Produktes. Häufig werden dabei in Memoranden Bedenken geäußert, wobei Argumente zur Unterstreichung des eigenen Standpunktes oftmals übertrieben dargestellt werden. Der so hausintern gewechselte Schriftverkehr stellt eine ergiebige Quelle für die Beweisführung eines Klägers dar. Die Mitarbeiter sollten deshalb dahingehend ge-

schult werden, ihre Anmerkungen so abzufassen, dass sie nicht zu sogenannten „*smoking guns*“ werden, also zu Fährten, die es Prozessgegnern leicht machen, Bedenken gegen die Sicherheit des vertriebenen Produktes zu äußern. Mitarbeiter sollten deshalb nur faktenbezogen schreiben und nicht spekulieren, sollten objektiv bleiben und nicht übertreiben. Sobald ein Problem aufgeworfen wird, sollte ein Lösungsvorschlag unterbreitet werden. Ferner ist darauf zu achten, dass Lücken in der Dokumentation vermieden werden. Diese Regeln gelten nicht nur für die zukünftige Kommunikation. Auch die bereits bestehende Korrespondenz sollte vor diesem Hintergrund durchleuchtet werden. Daneben kann es sich empfehlen, einen Produktsicherheitsbeauftragten zu ernennen, der die Mitarbeiter schult und auf die Einhaltung der Kommunikationsregeln achtet.

(4) Designkontrolle und Dokumentation

Haben die Produktbeauftragten ein bestimmtes Design auf den Weg gebracht, bedarf dieses einer nochmaligen kritischen Bewertung – eventuell auch von unabhängigen Dritten. Dies ist aber nur dann ein sinnvoller Schutz gegen Produkthaftung, wenn das Unternehmen auch bereit ist, erforderliche Änderungen an dem Produkt vorzunehmen. Ansonsten wird auch hier dem Kläger nur Munition für seine Klage geliefert. Der Bewertung des Produktes sollte ein von dem Unternehmen im Vorhinein aufgestelltes Schema zur Gefahrenerkennung und -bewertung zugrunde gelegt werden. Zur Erkennung der potentiellen Gefahren muss das Produkt aus der Sicht des potentiellen Käufers bewertet und dabei alle Umstände in Betracht gezogen werden, die durch die korrekte oder unsachgemäße Nutzung des Produktes entstehen können.

Hierzu zählen

- die Eigenschaften der zu erwartenden Nutzer wie Alter, geistige Fähigkeiten, Größe, Gewicht etc.,
- die Umgebung, in der das Produkt voraussichtlich eingesetzt wird,
- Änderungen an dem Produkt durch den Nutzer.

Sind die potentiellen Gefahren erkannt, muss jeder Unternehmer die Risiken, die von den Gefahren ausgehen, abwägen. Dies erfordert eine Bewertung der Häufigkeit und Schwere jeder identifizierten Gefahr und die Beantwortung der Frage, ob das jeweilige Risiko noch in dem von dem Unternehmen akzeptierten Bereich von in Betracht kommenden Gefahren liegt.

c) Herstellung des Produktes

Die soeben beschriebenen Strategien gelten nicht nur für die Designphase. Auch während der Herstellung und des Vertriebs ist das Produkt immer wieder zu überprüfen und, falls erforderlich, die richtigen Gegenmaßnahmen zu ergreifen.

(1) Test und Dokumentation

In der Herstellungsphase des Produktes kommen zwei Schutzmaßnahmen hinzu, die sich mit den Stichwörtern Test und Dokumentation beschreiben lassen. Umfangreiche Testreihen, die adäquat dokumentiert werden, lassen zum einen Gefahren zu Tage treten und eliminieren, die vielleicht im Rahmen der Gefahrenerkennung und -bewertung noch nicht erkannt wurden. Zum anderen lässt sich im Rahmen eines Prozesses mit der erstellten Dokumentation sehr gut darlegen, dass das Produkt ausreichend auf Sicherheitsrisiken untersucht und solche nicht festgestellt wurden. Testreihen sind insbesondere dann wichtig, wenn ein Produkt mit Hilfe von Zulieferern hergestellt wird, da sich der Hersteller auch von der Qualität und Sicherheit der zugelieferten Teile ein Bild machen sollte.

(2) Krisenstab

Treten bei der Herstellung des Produktes dennoch Fehler auf, mangelt es oft an Mitarbeitern, um diese aufzuklären und nachhaltig abzustellen. Deshalb sollte ein Krisenstab aus Mitgliedern aller Abteilungen, also R+D, Produktion, Vertrieb, Marketing, Customer Relations, Buchhaltung, Public Relations und Rechtsabteilung (soweit vorhanden) gebildet werden.

(3) Versicherungen

Neben der innerbetrieblichen Eigenvorsorge lässt sich auch in den USA das Produkthaftungsrisiko durch eine entsprechende Versicherung abfedern. Insoweit ist darauf zu achten, dass die Police überhaupt den USA-Markt abdeckt, welche Schadensfälle umfasst sind und welche Kosten, insbesondere Anwaltskosten, ersetzt werden.

(4) Warnhinweise

Spätestens zum Zeitpunkt der Herstellung des Produktes ist auch über die Warnhinweise nachzudenken. Sie sollten einfach und verständlich formuliert sein. In die Warnhinweise sollten sowohl die Ergebnisse aus den eigenen Tests als auch von Konkurrenten verwendete Hinweise einfließen. Gerade wenn man in die Märkte Florida oder Kalifornien exportiert, sollte nicht nur eine englische Fassung der Warnhinweise beigelegt werden, sondern auch eine spanische Version. Warnhinweise sollten insbesondere enthalten: Hinweise auf Gefahren, die nicht oder nur schwer zu vermeiden sind (insbesondere bei Arzneimitteln gehören dazu Hinweispflichten auf Nebenwirkungen, die weiter reichen müssen als in Europa), Hinweise auf Gefahren, die bei Einhalten gewisser Sicherheitsvorkehrungen vermieden werden können (z.B. Warnungen vor giftigen, ätzenden und leicht entflammaren Gütern), Hinweise auf Gefahren, die bei ordnungsgemäßer Verwendung des Produktes vermieden werden können (Gebrauch von Sekundenkleber), Hinweise auf Gesundheitsbeeinträchtigungen, die mit dem Produkt einher

gehen können (z. B. Warnungen für Allergiker, bei Lebensmitteln etwa auch vor Haselnüssen etc.). Branchenspezifische Guidelines hierzu finden sich bei der Federal Trade Commission. Das American National Standards Institute bietet Muster an, die für eine Vielzahl von Produkten Leitlinien für die Erstellung von Warnhinweisen geben. Es ist empfehlenswert, sich an den Farben, Schriftarten und -größen, insbesondere aber dem vom Standards Institute vorgegebenen Wortlaut für Warnhinweise zu halten. Nach Markteinführung des Produktes ist darauf zu achten, dass nach der Rechtsprechung in einigen US-Bundesstaaten Warnhinweise angepasst werden müssen, wenn nachträglich zuvor ungeahnte Gefahren und Nebenwirkungen bekannt werden.

(5) Gebrauchsanweisung

Nicht minder wichtig als die Warnhinweise, sind die Gebrauchsanweisungen. Auch insoweit ist auf das gegenüber Deutschland strengere Verbraucherleitbild zu achten. Dem uninformierten Warenabnehmer ist eine Produktdokumentation an die Hand zu geben, die gewährleistet, dass er das Produkt sicher handhaben kann. Falls möglich sollten sowohl Warnhinweise als auch Gebrauchsanweisungen auf dem Produkt selber angebracht werden, damit der Verbraucher nicht argumentieren kann, er habe diese verloren.

(6) Vertrieb

Wichtig im Stadium des Vertriebs ist, dass die Bemühungen im Hinblick auf die Sicherheit des Produktes nicht nachlassen. Design und Herstellung sollten mindestens zweimal jährlich, produktabhängig auch öfter, einer Überprüfung unterzogen werden, ob sie noch den Standards entsprechen. Die Rechtslage könnte sich geändert haben, ebenso die Sicherheitsstandards. Auch neue Erkenntnisse über Rohstoffe oder Herstellungsverfahren sind zu beachten.

(7) Marketing

Das Unternehmen sollte Marketing-Kampagnen und alle sonstigen Veröffentlichungen über das Produkt dahingehend einrichten und überprüfen, ob sie mit dem tatsächlichen Design des Produktes übereinstimmen. Das Produkt kann allein dadurch als mangelhaft erscheinen, dass es durch die Werbung etwas darstellt, was es nicht ist. Diese Gefahr besteht immer dann, wenn das Marketing nicht mit der Entwicklungsabteilung abgestimmt wird. Produktbeschreibungen, die nicht mit dem tatsächlichen Design des Produktes übereinstimmen, können auch dann zur Haftung führen, wenn das Produkt ansonsten als sicher eingestuft wird.

(8) Allgemeine Geschäftsbedingungen

Im Rahmen der Gewährleistungshaftung (*warranty*) lassen sich Regelungen finden, die die Gewährleistung einschränken und teilweise auch ausschließen. Insbesondere empfiehlt es sich auch, Schiedsvereinbarungen abzuschließen, in welchen für den Hersteller vorteilhafte Klauseln vorgesehen werden können.

(9) Produktbeobachtung

Der Vertrieb des Produktes in den USA birgt nicht nur die Gefahr der Produkthaftung; er bietet auch die Chance, künftige Haftungsschäden zu vermeiden. Der Verbraucher liefert durch seinen Konsum wertvolle Daten über die Alltagstauglichkeit der Ware. Es sollte jedoch sichergestellt werden, dass ein Feedback der Verbraucher das Unternehmen auch tatsächlich erreicht. Insoweit bietet sich eine Kunden-Hotline an. Auch ein Internet-Forum, dessen öffentlich sichtbarer Inhalt der Hersteller kontrollieren kann, könnte hilfreich sein. Stellt sich nach der Markteinführung heraus, dass ein Fehler schwerwiegend ist, insbesondere dass schwere Körperverletzung oder gar Todesfälle zu befürchten sind, gehören auch Rückrufaktionen zur Produktnachsorgepflicht.

Klageeinwände

Wurden die oben beschriebenen Maßnahmen beachtet, lassen sie sich im Rahmen eines Klageverfahrens in der Form verwenden, dass der Hersteller einwenden kann, dass Produkt in jeder Hinsicht sicher entwickelt und hergestellt zu haben, so dass der Produktfehler auf eine unsachgerechte Verwendung oder Veränderung des Produktes durch die geschädigte Person zurückzuführen ist. Insbesondere jedoch erleichtern diese Maßnahmen dem Hersteller das Argument, dass kein schweres Verschulden vorliege, was die Zusprache von *punitive damages* verhindern kann, selbst wenn ein Produktfehler vorliegen sollte. Abhängig vom zugrunde liegenden Sachverhalt lassen sich darüber hinaus auch die folgenden Einwände vorbringen: Mitverschulden (*comparative fault*), Vertraglicher Haftungsausschluss (*disclaimer*), Handeln auf eigene Gefahr (*assumption of risk*), Verjährung / Ablauf von Ausschlussfristen.

Medienöffentlichkeit

Nicht nur die Höhe der in den USA drohenden Schadensersatzsummen wirken für deutsche Unternehmen zunächst abschreckend. Ein weiterer Aspekt ist das große US-Medieninteresse sobald es aufgrund von Produktfehlern zu Sach- oder Personenschäden gekommen ist. Das belastet das Ansehen des Produktes und das Image des Unternehmens, insbesondere wenn es sich um ein bekanntes Produkt handelt. Hinzu kommt, dass häufig nur über den Beginn eines Prozesses berichtet wird. Geht dieser jedoch zu Gunsten des Herstellers aus, wird dies in der Regel nicht für berichtswürdig gehalten. Darüber hinaus hat die Berichterstattung zur Folge, dass sich Trittbrettfahrer an das Unternehmen wenden, um unter Verweis auf die bereits anhängige Klage ebenfalls einen Vergleich zu erzielen. Hier bietet es sich an, mit Anwälten

zusammen zu arbeiten, die Erfahrung mit der Kommunikation bei Produkthaftungsfällen in den USA haben. Dies kann einen drohenden Imageschaden erheblich reduzieren oder sogar abwenden.

Abschließende Bemerkungen

Das Risiko der Produkthaftung in den USA ist zwar gegeben. Die Statistik belegt jedoch, dass die von der Presse hochgespielten Sensationssummen an Schadensersatz eine krasse Ausnahme darstellen. In den meisten Fällen kommt es erst gar nicht zu Schädigungen, die zur Zahlung einer Geldsumme verpflichten. Die verbleibenden Sachverhalte lassen sich zu einem erträglichen, kalkulierbaren und damit auch versicherbaren Risiko reduzieren, wenn man gewisse Vorsichtsmaßnahmen bei der Entwicklung, Herstellung und Vermarktung des Produktes einhält. Um dies zu gewährleisten, bedarf es mitunter einer Anpassung der betrieblichen Organisation, öfters auch der Hinzuziehung externer Berater. Die damit verbundenen Kosten sollten als Investition in die Zukunft des Unternehmens angesehen werden.

Autor:

© Orrick Hölters & Elsing

Prof. Dr. Siegfried H. Elsing, LL.M. (Yale)

Tel. 0211-367 87 0

Fax 0211-367 87 500

selsing@orrick.com

Ansprechpartner bei der IHK Düsseldorf

Katrin Lange, Tel. 0211 3557-227, E-Mail: katrin.lange@duesseldorf.ihk.de

Hinweis: Dieses Merkblatt soll – als Service der Kammer – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

Stand: September 2024