

Kommunikation & Recht

K&R

12 | Dezember 2024
27. Jahrgang
Seiten 765 - 836

Chefredakteur

RA Torsten Kutschke

Stellvertretende

Chefredakteurin

RAin Dr. Anja Keller

Redakteur

Maximilian Leicht

Redaktionsassistentin

Stefanie Lichtenberg

www.kommunikationundrecht.de

dfv Mediengruppe
Frankfurt am Main

DSA, DSC & Trusted Flagger: Ein Plädoyer für den demokratischen Diskurs in digitalen Zeiten

Tabea Rößner

765 Digitale Barrierefreiheitspflichten entmystifiziert

István Fancsik

771 QR-Codes und ihre juristischen Herausforderungen

Prof. Dr. Thomas Hoeren und Stefan Pinelli

774 EuGH, DSGVO und UWG – Folgen des weiten Verständnisses von besonderen Kategorien personenbezogener Daten

Dr. Florian Eisenmenger und Julia Kaufmann

777 Präventiver Verfassungsschutz durch Verbote von Medien?

Dr. Frederik Ferreau

781 Vertragliche Depriorisierungsklauseln im Visier der Netzneutralität?

Prof. Dr. Christian Koenig und Dr. Anton Veidt

787 Länderreport Österreich

Prof. Dr. Clemens Thiele

789 **EuGH:** Wirtschaftliches Interesse an Datenverkauf als berechtigtes Interesse i. S. d. DSGVO

mit Kommentar von **Dr. Simon Menke**

800 **EuGH:** Datenschutzverstoß durch zeitlich unbegrenzte Verarbeitung von Nutzerdaten

810 **EuGH:** Keine Urheberrechtsverletzung durch Cheat-Software für Spielkonsole

813 **BGH:** Über alle Berge: Keine Panoramafreiheit für Drohnen-Fotos

815 **BGH:** Manhattan Bridge: Haftung von Online-Marktplätzen bei Urheberrechtsverletzungen

820 **OLG Hamburg:** Wir sind Papst: Ansprüche gegen Lizenzierung von Fotos einer Zeitung

828 **BVerwG:** COMPACT: Vereinsrechtliches Verbot eines Medienunternehmens

833 **BAG:** Anforderungen an Schadensersatz wegen befürchteten Datenmissbrauchs

RA István Fancsik, LL.M. (London)*

Digitale Barrierefreiheitspflichten entmystifiziert

Verpflichtungen, die auf Marktteilnehmer künftig zukommen

Kurz und Knapp

Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz tritt mit Wirkung zum 28. 6. 2025 vollumfänglich in Kraft und verpflichtet die Privatwirtschaft, ihre digitalen Angebote barrierefrei zu gestalten. Marktteilnehmer sollten sich daher rechtzeitig mit den Regeln beschäftigen. Dieser Beitrag bietet einen Überblick über die wesentlichen von Wirtschaftsakteuren zu beachtenden digitalen Barrierefreiheitspflichten.

I. Einleitung

Nach aktuellen Schätzungen des deutschen Statistischen Bundesamts lebten im Jahr 2023 etwa 7,9 Millionen Menschen in Deutschland mit einer schweren Behinderung; damit lag zur Jahreswende 2023 die Quote der mit einer schweren Behinderung Lebenden in der deutschen Bevölkerung bei etwa 9,3 %.¹

Anbieter deutscher digitaler Angebote hängen allerdings mit der Umsetzung von Maßnahmen zur Inklusion beeinträchtigter Menschen hinterher. So sind jüngsten Untersuchungen zufolge z. B. im Jahr 2024 nur etwa ein Fünftel der Online-Shops in Deutschland barrierefrei.² Der Bedarf nach barrierefreien Produkten und Dienstleistungen bleibt daher groß.

II. Rechtsrahmen

Gesetzgeber auf europäischer Ebene, aber auch hierzulande haben den Handlungsbedarf erkannt. Zur Harmonisierung digitaler Barrierefreiheitsanforderungen im Binnenmarkt wurde das europäische Regulierungsumfeld für die EU-Mitgliedsstaaten sowohl mit Blick auf privatwirtschaftliche Unternehmen (RL (EU) 2019/882 vom 17. 4. 2019) als auch auf den öffentlichen Sektor (RL (EU) 2016/2102 vom 26. 10. 2016) festgelegt und weiter konkretisiert.

Die europäischen Regelwerke hat der deutsche Gesetzgeber nun auch national umgesetzt. Deutsche Barrierefreiheitsregeln existieren sowohl auf Bundes- als auch auf Landesebene.

Hauptsäule der gesetzlichen Regelungen für die Privatwirtschaft bildet das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG), das zwar schon seit dem 23. 7. 2021 in Teilen gültig ist.³ In vollem Umfang tritt das BFSG jedoch erst zum 28. 6. 2025 in Kraft; ab diesem Zeitpunkt müssen Marktteilnehmer umfangreiche digitale Barrierefreiheitsvorgaben umsetzen, wenn sie Produkte in den Verkehr bringen und Dienstleistungen anbieten.

Die Barrierefreiheitsanforderungen aus dem BFSG sind zudem durch die Verordnung zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz

vom 15. 6. 2022 (BFSGV) konkretisiert. Die BFSGV tritt zusammen mit der vollumfänglichen Rechtswirksamkeit des BFSG ebenfalls zum 28. 6. 2025 in Kraft. Die BFSGV wurde auf Basis der bereits heute gültigen Regeln des BFSG erlassen, namentlich § 3 Abs. 2 BFSG.

Für die öffentliche Hand gibt es dagegen schon heute bindende digitale Barrierefreiheitsbestimmungen, die u. a. in den Behindertengleichstellungsgesetzen von Bund und Ländern geregelt sind. Diese sind jedoch nicht Gegenstand der Betrachtung dieses Beitrages.

Mit besonderem Fokus auf die Regeln des BFSG soll dieser Beitrag einen Überblick über die wesentlichen von der Privatwirtschaft zu beachtenden Barrierefreiheitsverpflichtungen geben. Für Marktteilnehmer relevante etwaige Barrierefreiheitspflichten aus anderen gesetzlichen Bestimmungen (z. B. aus dem Medienstaatsvertrag) sowie Sanktionsmechanismen des BFSG werden in diesem Beitrag allerdings nicht vertieft dargestellt.

III. Adressaten, von den Barrierefreiheitspflichten erfasste Produkte und Dienstleistungen

Ausgehend von seinen Schutzgegenständen – namentlich digitalen Produkten und Dienstleistungen – geht das BFSG als Adressatenkreis der Verpflichtungen von „Wirtschaftsakteuren“ im Sinne des § 2 Nr. 15 BFSG aus, die Produkte und Dienstleistungen in der EU vermarkten bzw. erbringen. Wirtschaftsakteure sind nach dem BFSG Hersteller, Bevollmächtigte, Einführer (nachfolgend auch Importeur genannt), Händler und Dienstleistungserbringer. Diese Akteure sind im Katalog der Begriffsbestimmungen des § 2 BFSG näher legaldefiniert.

Das BFSG ist nur auf bestimmte im Gesetz abschließend genannte Produkte und Dienstleistungen anwendbar.⁴ Solche sind diejenigen, die von Verbrauchern genutzt werden, wie

* Mehr über den Autor erfahren Sie am Ende des Beitrags. Alle zitierten Internetquellen wurden zuletzt abgerufen am 29. 10. 2024.

1 Pressemitteilung Nr. 281 vom 19. 7. 2024, Statistisches Bundesamt: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/07/PD24_281_227.html.

2 Studie der Aktion Mensch e. V., BITV-Consult, Google Germany GmbH, PIA UDG und Stiftung Pfennigparade: „Zweiter Testbericht: So barrierefrei sind Online-Shops in Deutschland“: <https://delivery-aktion-mensch.stylelabs.cloud/api/public/content/aktion-mensch-testbericht-barrierefreiheit-webshops-2024?v=3f968466>.

3 § 3 Abs. 2, Abs. 3 S. 2 und S. 3, § 13 Abs. 3 und § 17 Abs. 6 BFSG sind bereits heute in Kraft. Diese Vorschriften enthalten vorwiegend Regeln zu Verordnungsermächtigungen.

4 BT-Drs. 19/28653, S. 63.

auch der in § 1 Abs. 1 S. 1 BFGS formulierte Gesetzeszweck andeutet. Obwohl der Wortlaut des BFGS darüber hinaus seinen Anwendungsbereich im Hinblick auf Produkte zwar nicht ausdrücklich auf Verbraucherprodukte zu beschränken scheint, stellen die Gesetzesmaterialien allerdings klar, dass vom BFGS nur Produkte für Verbraucher erfasst werden.⁵ Dagegen ist für Dienstleistungen in § 1 Abs. 3 BFGS explizit klargestellt, dass das BFGS nur für Dienstleistungen gilt, die für Verbraucher erbracht werden.

1. Vom BFGS erfasste Produkte und Dienstleistungen

a) Produkte

Basierend auf der vorgenannten verbraucherorientierten Zielrichtung nimmt das Gesetz die folgenden Produktgruppen in den Fokus (§ 1 Abs. 2 BFGS):

aa) Hardware

Erfasst werden Hardwaresysteme für Universalrechner für Verbraucher, einschließlich der Betriebssysteme. Darunter fallen u. a. Desktop-Computer, aber auch Laptops, Smartphones und Tablets.

bb) Verbraucherendgeräte mit interaktivem Leistungsumfang

Verbraucherendgeräte mit interaktivem Leistungsumfang beinhalten Geräte, die für elektronische Kommunikationsdienste verwendet werden (einschließlich Mobiltelefone, Tablets oder Geräte, die als Teil der Konfiguration Zugang zu Telekommunikationsdiensten ermöglichen, wie etwa Router oder Modems) oder solche, die für audiovisuelle Mediendienste genutzt werden (einschließlich TV-Sticks, Spielekonsolen etc.).

cc) Selbstbedienungsterminals

Unter Selbstbedienungsterminals zu fassen sind Geld- und Fahrausweisautomaten sowie Zahlungs-, Informations- und Check-In-Terminals.

dd) E-Book-Reader

E-Book-Reader fallen ebenfalls in den Anwendungsbereich des BFGS.

b) Dienstleistungen

Im Hinblick auf Dienstleistungen erfasst das BFGS zudem die folgenden Arten (§ 1 Abs. 3 BFGS):

aa) E-Commerce

Das Gesetz reguliert „Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr“ und damit das Angebot sowie den Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen online. Darunter zu fassen sind damit nicht nur rein online erbrachte Dienste. Vielmehr fallen in den gesetzlichen Regelungsbereich auch Webseiten oder mobile Anwendungen von Anbietern von Offline-Produkten und offline erbrachten Dienstleistungen, wenn solche Produkte und Dienstleistungen etwa online angeboten, gebucht und bezahlt werden. Dabei fällt die offline erbrachte Leistung aber selbst nicht in den Anwendungsbereich des BFGS, so gelten z. B. für die über eine Mobile-App gebuchte Taxi-Fahrt selbst die Pflichten des BFGS nicht.⁶

bb) Telekommunikationsdienste

Telekommunikationsdienste beinhalten Dienste, wie etwa Sprach- und Internettelefonie, aber auch elektronische Kom-

munikationsdienste, wie E-Mail, SMS, Messenger- bzw. Chat-Dienste. Nicht als Telekommunikationsdienste im Sinne des BFGS gelten allerdings Dienste zur Bereitstellung von M2M-Kommunikation.

cc) Personenbeförderungsdienste im Luft-, Bus-, Schienen- und Schiffsverkehr

Das Gesetz reguliert bestimmte Elemente von Personenbeförderungsdiensten im Luft-, Bus-, Schienen- und Schiffsverkehr. Diese umfassen insbesondere Webseiten, Apps sowie elektronische Tickets und Ticketdienste. Reise- und Verkehrsinformationen sowie interaktive Selbstbedienungsterminals muss der Diensteanbieter barrierefrei zur Verfügung stellen, soweit sich diese auf im Gebiet der EU erbrachte Dienste beziehen. Allerdings werden von den Barrierefreiheitspflichten diejenigen Terminals nicht erfasst, die integrierte, für die Personenbeförderung verwendete Bestandteile von Fahrzeugen, Flugzeugen, Schiffen und Schienenfahrzeugen darstellen. Im Grundsatz gelten die Pflichten des BFGS nach § 1 Abs. 3 Nr. 2 BFGS zudem nur für eingeschränkte Elemente von Stadt-, Vorort-, und Regionalverkehrsdiensten.

dd) Bankdienstleistungen für Verbraucher

Unter den Begriff Bankdienstleistungen für Verbraucher fallen etwa Verbraucherkreditverträge (einschließlich Wohnimmobilienkredite für Verbraucher), Dienstleistungen im Zusammenhang mit Finanzinstrumenten und Devisengeschäften, Zahlungsdienste, mit Zahlungskonten verbundene Dienste und E-Geld.

ee) E-Books und E-Book-Software

Mit Blick auf E-Books fallen auch Verleger oder andere am Vertrieb von E-Books beteiligte Wirtschaftsakteure in den Anwendungsbereich des BFGS.⁷

2. Barrierefreiheitspflichten aus anderen gesetzlichen Bestimmungen

Barrierefreiheitspflichten von Marktteilnehmern existieren zudem auch in anderen gesetzlichen Regelwerken. So beinhalten etwa §§ 99a ff. des Medienstaatsvertrags (MStV) Pflichten für Zugangsdienste zu audiovisuellen Diensten (wie z. B. Medienplattformen, -intermediäre oder Benutzeroberflächen, einschließlich elektronischer Programmführer⁸). Vorgenannte, im MStV formulierte Pflichten folgen strukturell allerdings weitgehend den BFGS-Pflichten.

IV. BFGS- und BFGSV-Pflichten sowie Konformitätsvermutungen

Bei den Barrierefreiheitspflichten und deren Folgen unterscheidet das BFGS grundsätzlich nach Pflichten für Produkte sowie für Dienstleistungen. In dem Zusammenhang differenziert das Gesetz weiter nach Art der von der jeweiligen Pflicht betroffenen Wirtschaftsakteure. Dabei sind die produktbezogenen Vorgaben im BFGS wesentlich umfangreicher und nuancierter ausgestaltet als die Maßgaben in Bezug auf Dienstleistungen.

Hauptankerpunkt der Pflichten sämtlicher Wirtschaftsakteure ist die Pflicht zur Sicherstellung der Barrierefreiheit von vom Wirtschaftsakteur angebotenen Produkten und Dienstleistungen (§ 3 Abs. 1 BFGS). Diese sind barrierefrei, wenn sie für

⁵ BT-Drs. 19/28653, S. 63.

⁶ BT-Drs. 19/28653, S. 65, 66.

⁷ BT-Drs. 19/28653, S. 65.

⁸ *Libertus*, K&R 2022, 732, 737.

Menschen mit Behinderungen in allgemein üblicher Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe auffindbar, zugänglich und nutzbar sind (§ 3 Abs. 1 S. 2 BFGS). Doch was heißt das im Einzelnen?

Die abstrakt formulierten Anforderungen an die Barrierefreiheit von Produkten und Dienstleistungen sollen zwar von der nach § 3 Abs. 2 BFGS erlassenen Rechtsverordnung, die der Gesetzgeber in Form der BFGSV erlassen hat, weiter konkretisiert werden. Insgesamt bleibt aber auch die BFGSV in ihren Vorgaben teils generisch, wenig präzise und damit unübersichtlich.

Die Verordnung beinhaltet insgesamt allgemeine sowie spezifische – auch branchenspezifische – Vorgaben für Produkte und Dienstleistungen. § 3 Abs. 1 BFGSV regelt dabei als Generalklausel⁹ den übergreifenden Grundsatz, dass Barrierefreiheitsanforderungen nach dem Stand der Technik umzusetzen sind, wenn nicht auf andere Weise die Anforderungen der BFGSV realisiert werden können. Neben allgemeinen Vorgaben regelt die BFGSV zudem etwa besondere Anforderungen für bestimmte Arten von Dienstleistungen, darunter z. B. für Personenbeförderungsdienste, Bankdienstleistungen für Verbraucher oder auch zusätzliche Anforderungen an Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr.

Die BFGSV macht insbesondere auch Vorgaben zur Gestaltung und Herstellung von Produkten (einschließlich Schnittstellen), zur Zugänglichkeit und Gestaltung des Angebots sowie zur Ausführung von Dienstleistungen (einschließlich für Fälle, in denen für die Erbringung der Dienstleistung Produkte verwendet werden). Darüber hinaus enthält die BFGSV u. a. Maßgaben zur Art und Weise, wie Informationen verfügbar gemacht werden sollen. Dies, vor allem mit Blick auf die Nutzung von Produkten, die Funktionsweise von Dienstleistungen sowie die Verwendung von assistiven Technologien.

Bei der Umsetzung der teils schwer greifbaren abstrakten Barrierefreiheitsvorgaben sollen grundsätzlich die im BFGS selbst vorgesehenen Konformitätsvermutungen helfen.¹⁰ Durch die Vermutungsregeln in §§ 4 und 5 BFGS wird eine Konformität mit den Vorgaben der BFGSV (also der nach § 3 Abs. 2 BFGS erlassenen Rechtsverordnung) für normierte Bereiche vermutet, wenn Produkte und Dienstleistungen den Folgenden entsprechen:

- Harmonisierten Normen oder Teilen harmonisierter Normen (deren Fundstellen im Amtsblatt der EU veröffentlicht sind, so z. B. der Norm DIN EN 301 549) bzw.
- technischen Spezifikationen oder Teilen technischer Spezifikationen soweit diese von Vorgenannten abgedeckt sind.

Die Orientierung an harmonisierten Standards dürfte Wirtschaftsakteuren grundsätzlich die Implementierung ihrer Barrierefreiheitspflichten erleichtern. Insbesondere, wenn ihre dokumentierte Einhaltung gesetzliche Konformitätsvermutungen herbeiführt und solche audittierbar macht.¹¹ Allerdings zeichnet sich ab, dass der Rückgriff auf harmonisierte Normen und technische Spezifikationen auch nicht vollkommen ohne Hürden sein wird.

Einerseits scheint ungeklärt und im Einzelnen nicht unumstritten zu sein, ob Konformitätsvermutungen unwiderlegliche¹² oder widerlegliche¹³ Vermutungswirkungen begründen. Im Hinblick auf die Widerlegbarkeit der Vermutungen wird darauf verwiesen, dass harmonisierte Normen bzw. technische Spezifikationen verändert oder auch – behördenseits – als mangelhaft angesehen werden könnten (mit Verweis auf: § 6 Abs. 3 S. 2, § 14 Abs. 3 S. 2 sowie § 24 Abs. 2 S. 3 Nr. 2 BFGS).¹⁴

Andererseits müssen Wirtschaftsakteure tatsächlich Änderungen in den harmonisierten Normen sowie technischen Spe-

zifikationen berücksichtigen (§ 6 Abs. 3 S. 2, § 14 Abs. 3 S. 2 BFGS). Es dürfte nicht ausgeschlossen sein, dass im Einzelfall trotz Einhaltung harmonisierter Standards, Wirtschaftsakteure ihre Barrierefreiheitspflichten auf Basis solcher Standards nicht werden einhalten können, deren Fehlerhaftigkeit nachträglich festgestellt wird (wie auch der Gesetzgeber in seinen Gesetzesmaterialien selbst anmerkt¹⁵).

Auch wenn der Rückgriff auf harmonisierte Standards Wirtschaftsakteuren möglichst dabei helfen sollte, ihre Barrierefreiheitspflichten rechtssicher umzusetzen, so sind betroffene Marktteilnehmer künftig dennoch gut beraten, die Standards laufend zu beobachten, sofern sie sich zur Umsetzung ihrer Barrierefreiheitspflichten auf diese Regelwerke verlassen möchten.

1. Produktbezogene Pflichten

Im Zusammenhang mit Produkten treffen Hersteller, Einführer (d. h. Importeure), Händler sowie Bevollmächtigte des Herstellers Pflichten. Teils überlappen sich die den jeweiligen Wirtschaftsakteuren vom BFGS auferlegten Verpflichtungen bzw. Pflichten treffen Wirtschaftsakteure in abgestufter Weise.

a) Produktbezogene Hauptpflichten

Als Hauptpflicht normiert das BFGS gleichsam für Hersteller (§ 6 Abs. 1 Nr. 1 BFGS), Importeure (§ 9 Abs. 1 BFGS) und Händler (§ 11 Abs. 2 S. 1 BFGS), nur Produkte in den Verkehr zu bringen, die den Barrierefreiheitsanforderungen der BFGSV¹⁶ entsprechend ausgestaltet und hergestellt worden sind.

Der Hersteller muss insbesondere bei der Serienfertigung durch geeignete Maßnahmen dafür sorgen, dass die Konformität seiner Produkte mit dem BFGS sichergestellt ist (§ 6 Abs. 3 S. 1 BFGS). So etwa durch Qualitätssicherungsmaßnahmen.¹⁷ Änderungen am Entwurf des Produktes, seinen Merkmalen oder – wie oben gesehen – Änderungen der harmonisierten Normen und technischen Spezifikationen sind vom Hersteller angemessen zu berücksichtigen (§ 6 Abs. 3 S. 2 BFGS).

Kennen oder vermuten die vorgenannten Wirtschaftsakteure die Nichtkonformität der Produkte, so dürfen sie diese nur an den Markt bringen, wenn die Konformität mit den Barrierefreiheitspflichten hergestellt worden ist. Der Hersteller, der Importeur und der Händler müssen zudem unverzüglich erforderliche Korrekturmaßnahmen zur Herstellung der Konformität ergreifen (§ 6 Abs. 4, § 9 Abs. 3 und Abs. 5 i. V. m. § 6 Abs. 4, § 11 Abs. 2 und Abs. 4 i. V. m. § 6 Abs. 4 BFGS). Anders als der Hersteller und Importeur muss der Händler die geforderten Maßnahmen allerdings nicht selbst treffen, sondern muss nur darauf hinwirken, dass die entsprechenden Maßnahmen getroffen werden.¹⁸

Kann eine Konformität von Produkten mit den Barrierefreiheitsanforderungen nicht sicher- bzw. wiederhergestellt werden, so haben der Hersteller, der Importeur und der Händler

⁹ BR-Drs. 149/22, S. 16.

¹⁰ Vgl. auch: ErWG 74, RL (EU) 2019/882 vom 17. 4. 2019.

¹¹ So auch: Wagner, MMR 2024, 755, 759.

¹² Jones, DSRITB 2022, 487, 495.

¹³ Wagner, MMR 2024, 755, 759; Ruttloff/Wagner/Misztel, ESG 2023, 325, 327.

¹⁴ Wagner, MMR 2024, 755, 759; Ruttloff/Wagner/Misztel, ESG 2023, 325, 327.

¹⁵ BT-Drs. 19/28653, S. 87.

¹⁶ Das Gesetz spricht hier über die Vorgaben der nach § 3 Abs. 2 BFGS erlassenen Rechtsverordnung.

¹⁷ BT-Drs. 19/28653, S. 74.

¹⁸ BT-Drs. 19/28653, S. 78.

die Pflicht, Produkte zurückzunehmen bzw. zurückzurufen (§ 6 Abs. 4 S. 2, § 9 Abs. 5 i. V. m. § 6 Abs. 4 S. 2 sowie § 11 Abs. 4 i. V. m. § 6 Abs. 4 S. 2 BFSG).

b) Konformitätsbewertung durch den Hersteller

Besondere Pflicht des Herstellers ist auch die Bewertung der Konformität seiner Produkte mit den geltenden Barrierefreiheitsanforderungen, die er nachweisen und dokumentieren muss (§ 6 Abs. 1 Nr. 2 BFSG). Vorstehendes muss auch den Vorgaben der Anlage 2 zum BFSG entsprechen. Im Rahmen des Konformitätsbewertungsverfahrens muss der Hersteller insbesondere

- die technische Dokumentation erstellen, anhand dessen die Übereinstimmung des Produktes mit der BFSGV bewertet werden kann bzw. die den Nachweis über Ausnahmen erlaubt, auf die sich der Hersteller etwaig beruft (wie etwa die grundlegende Veränderung des Produktes aus § 16 BFSG oder die unverhältnismäßige Belastung gemäß § 17 BFSG). Zudem enthält die Anlage 2 zum BFSG weitere Vorgaben zu Elementen, die die technische Dokumentation des Herstellers beinhalten muss;
- alle erforderlichen Maßnahmen treffen, damit der Fertigungsprozess und seine Überwachung die Übereinstimmung der Produkte mit der technischen Dokumentation und den gesetzlichen Barrierefreiheitsanforderungen gewährleisten;
- jedes einzelne Produkt mit einer CE-Kennzeichnung nach Maßgabe der Anlage 2 zum BFSG versehen und zudem für ein Produktmuster eine schriftliche oder elektronische Konformitätserklärung ausstellen. Diese Verpflichtung kann auch durch einen Bevollmächtigten im Sinne des § 8 BFSG für den Hersteller erfüllt werden.

Zur Dokumentation muss der Hersteller für jedes seiner Produkte eine schriftliche Konformitätserklärung im Sinne des § 18 Abs. 1 BFSG ausstellen und diese mit einer CE-Kennzeichnung versehen (§ 6 Abs. 1 Nr. 3 und Nr. 4 BFSG).¹⁹ Inhaltlich enthält die EU-Konformitätserklärung insbesondere die Elemente aus Anlage 2 zum BFSG und sie ist in deutscher Sprache gehalten (§ 18 Abs. 3 BFSG). Aus ihr geht hervor, welche Barrierefreiheitsanforderungen aus der BFSGV erfüllt sind. Zudem muss in der Konformitätserklärung angegeben werden, ob und in welchem Umfang der Hersteller von Ausnahmen zur Umsetzung der Barrierefreiheitspflichten Gebrauch gemacht hat (§ 18 Abs. 2 BFSG).

Soweit das Produkt mit mehreren Rechtsakten der EU konform sein muss, müssen in der EU-Konformitätserklärung zudem sämtliche Angaben und Referenzen zu den jeweiligen Rechtsakten angegeben werden (§ 18 Abs. 4 BFSG), d. h. sämtliche erforderlichen Informationen sollen in einer einzigen EU-Konformitätserklärung enthalten sein.²⁰ Die EU-Konformitätserklärung beinhaltet damit auch Informationen zu der Konformität mit Regeln, die über die BFSG-Verpflichtungen hinaus gehen können.

c) Kennzeichnungs-, Informations-, und Mitwirkungspflichten

Den Hersteller selbst treffen zusätzliche besondere Kennzeichnungs- und Informationspflichten, aber auch Mitwirkungspflichten gegenüber der Marktüberwachungsbehörde, die die Einhaltung der Verpflichtungen aus dem BFSG überwacht. Von den Kennzeichnungs- und Informationspflichten des Herstellers hängen auch spezifische Verpflichtungen des Importeurs sowie des Händlers ab.

Die dem Hersteller obliegenden Pflichten beinhalten zum einen die Verpflichtung zur Kennzeichnung seiner Produkte mit einer Typen-, Chargen- oder Seriennummer oder einem anderen Identifikationskennzeichen (§ 7 Abs. 1 S. 1 BFSG). Andererseits muss der Hersteller auch seinen Namen, seine Firma oder Marke sowie seine Postanschrift und eine zentrale Kontaktstelle auf dem Produkt anbringen, wenn er es auf den Markt bringt (§ 7 Abs. 2 BFSG). Eine ähnliche Verpflichtung trifft entsprechend auch den Importeur (§ 10 Abs. 1 BFSG).

Die Kennzeichnung soll bei Nichtkonformität die Identifikation von betroffenen Produkten sowie von Verantwortlichen erlauben und somit die Einleitung zielgerichteter Maßnahmen zur Beseitigung der Barrieren erleichtern (etwa durch die Eingrenzung der betroffenen Produkte bei Rückrufen).²¹ Die Angabe der Kontaktdaten des Importeurs soll zudem sicherstellen, dass die Marktüberwachungsbehörde stets einen Ansprechpartner zum Produkt innerhalb der EU hat.²²

Hersteller und Importeure müssen dem Produkt in deutscher Sprache eine klare, verständliche und deutliche Gebrauchsanleitung sowie Sicherheitsinformationen nach den Anforderungen der BFSGV beifügen (§ 7 Abs. 3 und Abs. 4, § 10 Abs. 2 BFSG).

Für einen Zeitraum von fünf Jahren nach Inverkehrbringen des Produktes haben der Hersteller und der Importeur zudem die Pflicht, die EU-Konformitätserklärung schriftlich oder elektronisch aufzubewahren (§ 6 Abs. 2, § 10 Abs. 3 BFSG). Im Gegensatz zum Hersteller muss der Importeur die technischen Unterlagen jedoch nicht selbst aufbewahren, sondern muss nur in der Lage sein, diese bei Bedarf der Marktüberwachungsbehörde vorzulegen.²³

Gegenüber der Marktüberwachungsbehörde haben Wirtschaftsakteure darüber hinaus weitere besondere Informations- und Mitwirkungspflichten:

Kennen oder vermuten Hersteller, Importeure oder Händler die Nichtkonformität von Produkten, so müssen sie auch die Marktüberwachungsbehörde darüber informieren (§ 6 Abs. 4 S. 3, § 9 Abs. 3 S. 2, § 11 Abs. 2 S. 2 BFSG). Der Hersteller selbst muss nicht nur die zuständige nationale Marktüberwachungsbehörde, sondern zusätzlich auch die Marktüberwachungsbehörden derjenigen EU-Mitgliedsstaaten informieren, in denen er das Produkt vermarktet. Daneben hat der Importeur auch die Pflicht, den Hersteller über Erkenntnisse möglicher Nichtkonformität zu informieren (§ 9 Abs. 3 S. 2 BFSG). Entsprechendes gilt für den Händler, der ergänzend den Hersteller oder den Importeur in Kenntnis setzen muss (§ 11 Abs. 2 S. 2 BFSG).²⁴

Der Hersteller und der Importeur müssen zudem schriftlich oder elektronisch ein Verzeichnis derjenigen Produkte führen, deren Nichtkonformität sie der Marktüberwachungsbehörde gemeldet haben (§ 6 Abs. 5, § 9 Abs. 5 i. V. m. § 6 Abs. 5 BFSG).

Der Hersteller, der Importeur, der Händler sowie der Bevollmächtigte des Herstellers müssen der Marktüberwachungsbehörde alle für den Nachweis der Konformität notwendigen Auskünfte erteilen sowie Unterlagen herausgeben und mit der Marktüberwachungsbehörde bei allen Maßnahmen zur Herstellung der Konformität mit den Barrierefreiheitspflichten zusammenarbeiten (§ 7 Abs. 5, § 10 Abs. 4 i. V. m. § 7 Abs. 5, § 11 Abs. 4 i. V. m. § 7 Abs. 5, § 8 Abs. 3 Nr. 2 und Nr. 3 BFSG).

¹⁹ BT-Drs. 19/28653, S. 73, 74, 83.

²⁰ BT-Drs. 19/28653, S. 83.

²¹ BT-Drs. 19/28653, S. 74, 75.

²² BT-Drs. 19/28653, S. 77.

²³ BT-Drs. 19/28653, S. 77.

²⁴ BT-Drs. 19/28653, S. 77.

Schließlich haben Wirtschaftsakteure im Zusammenhang mit Produkten der Marktüberwachungsbehörde Auskunft zu erteilen darüber, von wem sie ein Produkt bezogen haben oder an wen sie ein Produkt abgegeben haben (§ 13 Abs. 1 BFGS). Der Wirtschaftsakteur muss in der Lage sein, die entsprechenden Angaben für mindestens fünf Jahre ab dem Bezug oder Abgabe des Produkts bereitzustellen, wenn die Behörde diese verlangt (§ 13 Abs. 2 BFGS).²⁵

d) Weitere Pflichten des Importeurs

Der Importeur darf entsprechend der Pflicht des Herstellers nur Produkte an den Markt bringen, die die Barrierefreiheitsanforderungen der BFGSV erfüllen. Dieser Pflicht kann der Importeur gemäß § 9 Abs. 2 BFGS aber nur dann nachkommen, wenn der Hersteller seinerseits die ihm obliegenden Barrierefreiheitspflichten erfüllt.²⁶ Dementsprechend muss der Importeur ergänzend sicherstellen, dass der Hersteller

- entsprechend der Anlage 2 zum BFGS das Konformitätsbewertungsverfahren durchführt und die dazu erforderlichen Unterlagen erstellt,
- das Produkt mit der erforderlichen CE-Kennzeichnung versehen und dem Produkt die Gebrauchsanleitung sowie die Sicherheitsinformationen beifügt und
- seinen besonderen Kennzeichnungs- und Informationspflichten nach § 7 Abs. 1 und 2 BFGS nachkommt (vgl. wie vor unter Ziff. IV 1 c)).

e) Weitere Pflichten des Händlers

Entsprechend seiner Position in der Lieferkette sind die Pflichten des Händlers abgestuft und lehnen sich an die Pflichten des Herstellers und des Importeurs an.²⁷ Ergänzend darf der Händler Produkte gemäß § 11 Abs. 1 BFGS nur auf den Markt bringen, wenn

- das Produkt mit der erforderlichen CE-Kennzeichnung versehen ist sowie der Hersteller bzw. der Importeur dem Produkt die gesetzlich geforderte Gebrauchsanleitung und die Sicherheitsinformationen in deutscher Sprache beigelegt haben sowie
- der Hersteller bzw. der Importeur ihren eigenen Kennzeichnungspflichten zum Produkt nachgekommen sind, d. h. sie die Produkte mit einer Typen-, Chargen- oder Seriennummer oder einem anderen Kennzeichen zur Identifikation versehen haben und ihre Namen, Firma oder ihre Marke sowie ihre Postanschrift auf dem Produkt angebracht haben.

f) Delegation der Herstellerpflichten an Bevollmächtigte

Der Hersteller darf die ihm obliegenden Pflichten an einen in der EU ansässigen Bevollmächtigten in schriftlicher Form delegieren, der diese für und im Namen des Herstellers wahrnimmt (§ 8 Abs. 1 und Abs. 2 BFGS; zum Begriff Bevollmächtigter, vgl. § 2 Nr. 12 BFGS). Der Hersteller muss zur Wirksamkeit der Bevollmächtigung dem Bevollmächtigten aber ein Mindestmaß an Pflichten übertragen (§ 8 Abs. 3 BFGS). Diese beinhalten die

- Aufbewahrung der Konformitätserklärung und der technischen Unterlagen des Herstellers (gemäß § 6 Abs. 2 BFGS) für eine Dauer von fünf Jahren,
- Auskunftserteilung und Aushändigung von Unterlagen an die Marktüberwachungsbehörde, sofern dies nach § 7 Abs. 5 S. 1 BFGS für den Hersteller notwendig ist und
- Zusammenarbeit mit der Marktüberwachungsbehörde bei allen Maßnahmen, die zur Sicherstellung der Konformität

der zum Aufgabenbereich des Bevollmächtigten gehörenden Produkte notwendig sind.

Jedoch darf der Hersteller seine ureigene Herstellerpflicht, für die Herstellung eines barrierefreien Produktes zu sorgen sowie die entsprechende technische Dokumentation zu erstellen, nicht auf einen Bevollmächtigten delegieren (§ 8 Abs. 4 BFGS).²⁸

g) Eintritt des Importeurs und Händlers in die Rolle des Herstellers

Der Importeur und der Händler können gemäß § 12 BFGS auch den dem Hersteller obliegenden Pflichten nach den §§ 6 und 7 BFGS unterliegen, wenn sie wie ein Hersteller agieren.²⁹ Ein solcher Eintritt in die Rolle des Herstellers kann unter den folgenden zwei Voraussetzungen erfolgen:

- Der Importeur oder Händler bringt das Produkt unter seinem eigenen Namen oder seiner eigenen Marke an den Markt oder
- der Importeur oder Händler ändert ein auf den Markt gebrachtes Produkt derart, dass dessen Übereinstimmung mit den Anforderungen der BFGSV beeinträchtigt werden kann.

2. Pflichten im Zusammenhang mit Dienstleistungen

Die Pflichten des Dienstleistungserbringers zu den vom BFGS erfassten Dienstleistungen sind in § 14 BFGS geregelt.

Die Hauptpflicht des Dienstleistungserbringers ist, die von ihm erbrachte bzw. angebotene Dienstleistung nach den Vorgaben der BFGSV barrierefrei zu erbringen und die Informationen nach Anlage 3 Nr. 1 zum BFGS der Allgemeinheit in barrierefreier Form zur Verfügung zu stellen (§ 14 Abs. 1 und Abs. 3 S. 1 BFGS).

Zu den Informationspflichten gehört u. a. auch die Pflicht, in den AGB des Dienstleistungserbringers oder auf andere deutlich wahrnehmbare Weise anzugeben, wie der Dienstleistungserbringer die Barrierefreiheitsanforderungen aus der BFGSV erfüllt. Den Dienstleistungserbringer treffen zudem die in Anlage 3 Nr. 1 lit. a bis d zum BFGS normierten Informationspflichten, so etwa die barrierefreie Beschreibung der Dienstleistung oder Angabe der zuständigen Marktüberwachungsbehörde. Diese hat er neben seinen etwaigen weiteren Informationspflichten aus anderen Normen und Vorschriften – so etwa aus dem BGB oder EGBGB, insbesondere aus Art. 246 EGBGB – zu erfüllen.³⁰

Zudem obliegt dem Dienstleistungserbringer die Pflicht zur Aufbewahrung der Informationen nach Anlage 3 Nr. 1 BFGS für die Dauer seines Angebots bzw. der Erbringung seiner Dienstleistung (§ 14 Abs. 2 BFGS).

Genauso wie der Hersteller eines Produkts, hat der Dienstleistungserbringer für den Fall der Nichtkonformität seiner Dienstleistung mit den Barrierefreiheitsanforderungen weitere Handlungs- und Informationspflichten. Der Dienstleistungserbringer muss unverzüglich die zur Wiederherstellung der Konformität der Dienstleistung erforderlichen Korrekturmaßnahmen vornehmen sowie bei bekannter bzw. vermuteter Nichtkonformität unverzüglich die Marktüberwachungsbehörde und die Marktüberwachungsbehörden derjenigen EU-Mit-

25 BT-Drs. 19/28653, S. 79.

26 BT-Drs. 19/28653, S. 76.

27 BT-Drs. 19/28653, S. 77.

28 BT-Drs. 19/28653, S. 75, 76.

29 BT-Drs. 19/28653, S. 78.

30 So auch: Jones, DSRTB 2022, 487, 493.

gliedsstaaten informieren, in denen er die Dienstleistung erbringt (§ 14 Abs. 4 BFGS).

Analog zu den Verpflichtungen des Herstellers von Produkten hat der Dienstleistungserbringer ferner weitere umfassende Informations- und Mitwirkungspflichten gegenüber der Marktüberwachungsbehörde (§ 14 Abs. 5 BFGS). Dienstleistungserbringer haben auf Verlangen der Marktüberwachungsbehörde alle zum Nachweis der Konformität erforderlichen Auskünfte zu erteilen. Zudem müssen sie mit der Marktüberwachungsbehörde bei allen Maßnahmen zusammenarbeiten, die notwendig sind, um die Konformität der Dienstleistung mit den Barrierefreiheitsvorgaben wiederherzustellen.

V. Ausnahmen von der Pflicht zur Umsetzung der Barrierefreiheitspflichten

Das BFGS sieht für die Umsetzung der Barrierefreiheitspflichten Ausnahmen und Erleichterungen vor. Einerseits können diese sämtliche Wirtschaftsakteure betreffen, aber auch nur einzelne Gruppen von Wirtschaftsakteuren.

1. Grundlegende Veränderungen und unverhältnismäßige Belastungen

Wirtschaftsakteure müssen Barrierefreiheitspflichten nur insoweit umsetzen, als dass deren Umsetzung keine grundlegenden Veränderungen des jeweiligen Produktes oder Dienstleistung erfordert (§ 16 Abs. 1 BFGS) oder die Umsetzung der Barrierefreiheitspflichten für den Wirtschaftsakteur keine unverhältnismäßige Belastungen darstellt (§ 17 Abs. 1 BFGS). Die Bewertung, ob eine solche grundlegende Veränderung oder unverhältnismäßige Belastung vorliegt, muss der betreffende Wirtschaftsakteur zunächst selbst vornehmen. Allerdings überprüft die Marktüberwachungsbehörde die Bewertung des Wirtschaftsakteurs zusammen mit der Frage, ob die Barrierefreiheitsanforderungen vom Verpflichteten eingehalten werden (§ 21 Abs. 3, § 28 Abs. 3 BFGS).³¹

Beruft sich ein Wirtschaftsakteur auf eine grundlegende Veränderung eines Produktes bzw. einer Dienstleistung oder auf eine unverhältnismäßige Belastung, so muss er

- hierüber unverzüglich die Marktüberwachungsbehörde sowie die Marktüberwachungsbehörden derjenigen EU-Mitgliedsstaaten informieren, in deren Märkten das Produkt und die Dienstleistung angeboten und erbracht wird (§ 16 Abs. 3, § 17 Abs. 5 BFGS) und
- seine Beurteilung dokumentieren und für eine Dauer von fünf Jahren ab der letzten Bereitstellung des Produktes auf dem Markt oder dem letzten Zeitpunkt der Erbringung der Dienstleistung aufbewahren (§ 16 Abs. 2, § 17 Abs. 2 S. 1 und S. 2 BFGS). Auf Anfrage muss der Wirtschaftsakteur eine Kopie seiner Beurteilung der Marktüberwachungsbehörde aushändigen.

2. Ergänzende Vorgaben zu unverhältnismäßigen Belastungen

Zur Bewertung der unverhältnismäßigen Belastungen muss der Wirtschaftsakteur die in Anlage 4 zum BFGS festgelegten Kriterien zugrunde legen.³² Besonders relevant sind dabei die folgenden:

- Verhältnis der mit der Einhaltung der Barrierefreiheitsanforderungen verbundenen Nettokosten zu den Gesamtkosten (Investitions- und Betriebskosten) für die Herstellung, den Betrieb bzw. die Einfuhr von Produkten und Dienstleistungen;

- geschätzte Kosten und Vorteile für die Wirtschaftsakteure im Verhältnis zu geschätztem Nutzen für Menschen mit Behinderungen, unter Berücksichtigung der Anzahl der Nutzungen und Nutzungsfähigkeit des betreffenden Produktes und der Dienstleistungen;
- Verhältnis der mit der Einhaltung der Barrierefreiheitsanforderungen verbundenen Nettokosten zum Nettoumsatz des Wirtschaftsakteurs.

Ein Wirtschaftsakteur darf sich aber nicht auf eine unverhältnismäßige Belastung berufen, wenn er zur Förderung der Barrierefreiheit nichteigene öffentliche oder private Mittel erhält (§ 17 Abs. 4 BFGS).

Besonderheiten gelten zudem für Dienstleistungserbringer (§ 17 Abs. 3 BFGS). Berufen sich Dienstleistungserbringer auf eine unverhältnismäßige Belastung, so müssen sie mindestens alle fünf Jahre die Beurteilung der Unverhältnismäßigkeit der Belastung für jede ihrer Dienstleistungskategorien oder -arten vornehmen. Zudem hat diese Beurteilung stets zu erfolgen, wenn die Dienstleistung verändert wird oder wenn der Dienstleistungserbringer zur Prüfung der Konformität von der zuständigen Behörde aufgefordert wird.

3. Ausnahmen und Erleichterungen für Kleinunternehmen

Im Speziellen erhalten Kleinunternehmen Ausnahmen und Erleichterungen bei der Umsetzung ihrer BFGS-Pflichten. Als Kleinunternehmen gelten gemäß § 2 Nr. 17 BFGS Betriebe, die weniger als zehn Personen beschäftigen und entweder einen Jahresumsatz von höchstens EUR 2 Mio. erzielen oder deren Jahresbilanzsumme sich auf höchstens EUR 2 Mio. beläuft.

Die weitreichendste Ausnahme gilt für Dienstleistungen: Kleinunternehmen, die Dienstleistungen anbieten oder erbringen, müssen nicht deren Barrierefreiheit sicherstellen (§ 3 Abs. 3 BFGS).

Im Zusammenhang mit Produkten müssen Kleinunternehmen allerdings grundsätzlich sämtliche für Produkte anwendbare Barrierefreiheitspflichten umsetzen, mit Ausnahme der nachfolgenden:

Kleinunternehmen haben nicht die Pflicht zur Aufbewahrung der Dokumentation über eine etwaige grundlegende Veränderung (§ 16 Abs. 4 S. 1 i. V. m. Abs. 2 S. 1 BFGS) sowie der unverhältnismäßigen Belastung (§ 17 Abs. 2 S. 3 i. V. m. S. 1 und S. 2 BFGS). Kleinunternehmen müssen aber in der Lage sein, auf Anfrage der Marktüberwachungsbehörde die für die Beurteilung der grundlegenden Veränderung bzw. der unverhältnismäßigen Belastung notwendigen Fakten zur Verfügung zu stellen (§ 16 Abs. 4 S. 2, § 17 Abs. 2 S. 4 BFGS).

Zudem sind Kleinunternehmen auch nicht verpflichtet, deutsche bzw. weitere EU-Marktüberwachungsbehörden zu informieren, wenn sie sich auf eine grundlegende Veränderung bzw. eine unverhältnismäßige Belastung berufen (§ 16 Abs. 4 S. 1 i. V. m. Abs. 3, § 17 Abs. 5 S. 2 i. V. m. S. 1 BFGS).

VI. Schlussbetrachtung

Rechtzeitiges Handeln von Wirtschaftsakteuren ist geboten, denn sie müssen spätestens zum 28. 6. 2025 ihre Produkte und

31 Bundesministerium für Arbeit und Soziales: „Leitlinien für die Anwendung des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes“ vom 23. 6. 2022, S. 5: <https://www.bmas.de/DE/Service/Presse/Meldungen/2022/leitlinien-fuer-die-anwendung-des-barrierefreiheitsstaerkungsgesetzes.html>; BT-Drs. 19/28653, S. 84, 89.

32 Die in Anlage 4 zum BFGS festgelegten Kriterien darf das Bundesministerium für Arbeit und Soziales jedoch gemäß § 17 Abs. 6 BFGS noch weiter präzisieren und ergänzen.

Dienstleistungen an die künftigen digitalen Barrierefreiheitsregeln anpassen.

Nicht nur werden Marktteilnehmer ihre Angebote zum Stichtag BStG-konform umsetzen, sondern auch maßgebliche Barrierefreiheitsregeln überwachen und Änderungen berücksichtigen müssen. Besonders gilt dies mit Blick auf technische Neuerungen und die Veränderung geltender Standards, aber auch in Bezug auf die vom Gesetz für die Umsetzung von Pflichten gebotenen Ausnahmen und Erleichterungen. Auch wenn bei der initialen Umsetzung von BStG-Pflichten gewisse Altprodukte und -verträge durch Übergangsregeln – wie aus § 38 BStG – begrenzten Bestandsschutz genießen werden.

Zur Sanktionierung von Verstößen stehen Marktüberwachungsbehörden umfangreiche Befugnisse zur Verfügung. Nicht nur können sie von Verpflichteten umfassend Auskünfte und Informationen verlangen und diese zur Umsetzung der Barrierefreiheitspflichten auffordern. Vielmehr können Behörden auch den Rückruf von Produkten und die Einstellung der Erbringung von Dienstleistungen verfügen. Darüber hinaus

sind sie befugt, gegenüber nicht konformen Wirtschaftsakteuren Bußgelder von bis zu EUR 100 000 zu verhängen.

Die Umsetzung der digitalen Barrierefreiheitspflichten kann Unternehmen allerdings auch einen Wettbewerbsvorteil bieten, wenn sie mit inklusiven Produkten und Dienstleistungen bislang noch nicht hinreichend bediente Märkte weiter erschließen. Letztlich steht es aber auch in der sozialen Verantwortung von Marktteilnehmern, ihren digitalen Barrierefreiheitspflichten nachzukommen.



© Foto: Marcus Pietrek

István Fancsik

LL.M. (London), Solicitor (England & Wales) ist Rechtsanwalt bei der Luther Rechtsanwalts-gesellschaft mbH in Essen. Er berät und vertritt Mandanten im Informationstechnologie- und Datenschutzrecht sowie im Gewerblichen Rechtsschutz, insbesondere bei nationalen und internationalen Vorhaben sowie in regulatorischen Angelegenheiten im Technologieumfeld.

Prof. Dr. Thomas Hoeren und RA Stefan Pinelli*

QR-Codes und ihre juristischen Herausforderungen

Kurz und Knapp

QR-Codes sind aus unserem alltäglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Durch den Einsatz von QR-Codes werden zahlreiche rechtliche Fragen aufgeworfen. Betroffen sind neben klassischen Bereichen des Zivilrechts, wie dem Vertragsschluss und dem AGB-Recht, auch Fragen im Verbraucherrecht und beim Datenschutz. Noch in den Kinderschuhen steckt der Einsatz von QR-Codes im Prozessrecht. Der folgende Beitrag geht auf die damit einhergehenden Fragen ein.

I. Einführung

In den letzten Jahren haben QR-Codes zunehmend an Bedeutung gewonnen, auch im juristischen Kontext. Sie bieten eine effiziente Art, Informationen schnell und unkompliziert zu übertragen, und können dazu verwendet werden, Verträge zu schließen, Zahlungen durchzuführen oder werden alternativ im Produktmanagement eingesetzt.

II. Eine kurze Geschichte von QR-Codes

QR-Codes – QR steht für „Quick Response“ – sind eine Art von zweidimensionalen Barcodes, die in den frühen 1990er Jahren von der japanischen Firma Denso Wave entwickelt wurden. Sie entstanden ursprünglich, um den wachsenden Anforderungen der Automobilindustrie gerecht zu werden.¹ Die Besonderheit eines QR-Codes liegt in der Eigenschaft, Daten in einem zweidimensionalen Muster speichern zu können, was im Vergleich zu traditionellen „1D-Barcodes“, wie sie etwa auf Produkten im Einzelhandel zu finden sind, zu einer zehnmal höheren Platzeffizienz führt. Ein QR-Code sieht aus wie ein quadratisches Muster aus schwarzen und weißen

Modulen, das zwar zufällig erscheint, jedoch eine hochstrukturierte Anordnung hat. Diese Muster bestehen aus verschiedenen Komponenten, die dem Code ermöglichen, effizient gelesen und entschlüsselt zu werden.

In einem QR-Code gibt es drei Positionsmarkierungen, die sich in drei der vier Ecken des Quadrats befinden. Diese Markierungen erleichtern es Scannern, Ausrichtung und Größe des Codes schnell zu erkennen. Neben diesen Markierungen gibt es einen Zeichenbereich, der die kodierten Informationen und auch eine Art Fehlerkorrekturmuster enthält. Diese Fehlerkorrekturtechnologie ermöglicht es, den QR-Code selbst dann noch korrekt zu scannen, wenn ein Teil der gedruckten Oberfläche beschädigt ist oder verdeckt wird.² Je nach Fehlerkorrektur-Level sind bis zu 30 % fehlerhafter Daten unschädlich. Hinzu kommen Synchronisationsmuster, die helfen, die genaue Position der Datenzellen im Code zu bestimmen, sowie Formatinformationen, die Details wie die Fehlerkorrekturstufe und das Maskenmuster des Codes selbst bereitstellen.³

Die Anwendungsmöglichkeiten von QR-Codes sind zahlreich und reichen weit über ihren Ursprung in der Automobilindustrie hinaus. Im Marketingsektor sind sie zu einem verbreiteten Mittel geworden, um potenziellen Kunden den Zugang zu

* Mehr über den Autor erfahren Sie am Ende des Beitrags. Der Autor dankt wiss. Mit Yannick Buchholz sowie den stud. Hilfskr. Martin Bangard und Anna-Luisa Rode für die kritische Durchsicht. Alle zitierten Internetquellen wurden zuletzt abgerufen am 6. 11. 2024. [Anm. der Redaktion: Der Name des Co-Autors wurde nach Drucklegung ergänzt.]

1 Springer Fachmedien Wiesbaden (Hrsg.), *Kompakt-Lexikon Wirtschaftsinformatik*, S. 155.

2 *Uitz/Harnisch*, *Information-Spektrum* Ausgabe 35, 339, 342.

3 Instrukтив zur Historie und Funktionsweise von QR-Codes siehe das Video des Wissenschaftskommunikators Dr. Derek Muller auf seinem YouTube Kanal „Veritasium“, abrufbar unter youtu.be/w5ebcowAJD8.