

# Betriebs Berater

BB

9 | 2025

Recht ... Wirtschaft ... Steuern ... Recht ... Wirtschaft ... Steuern ... Recht ... Wirtschaft ...

24.2.2025 | 80. Jg.  
Seiten 449–512

## DIE ERSTE SEITE

**Prof. Dr. Martin Nienhaus**

ESG-Berichterstattung: übermäßige Belastung oder adäquates Mittel zum Erreichen von Nachhaltigkeitszielen?

## WIRTSCHAFTSRECHT

**Dr. Lukas Eßers**, RA

Social Purpose als Unternehmenszweck | 450

**Philip Schweers**, RA

Neue Vorgaben zur Barrierefreiheit auf Websites und in Apps:  
Ein Überblick zu den Vorschriften des BFSG | 454

## STEUERRECHT

**Joris Taube**

Das Optionsmodell nach § 1a KStG in der Fassung des Wachstumschancengesetzes | 471

## BILANZRECHT UND BETRIEBSWIRTSCHAFT

**Prof. Dr. Hans-Jürgen Kirsch** und **Maren Kwiatkowski**, M.Sc.

Konsolidierungskreis der Nachhaltigkeitsberichterstattung | 491

## ARBEITSRECHT

**Thomas Hey**, RA/FAArbR, und **Dr. Artur-Konrad Wypych**, RA/FAArbR

Arbeits(un)fähigkeit in Zeiten von „Homeoffice“ und mobilem Arbeiten –  
Umgang mit Einschränkungen bei der Leistungserbringung | 500

Wenig hilfreich ist im Zusammenhang mit der hier beschriebenen Konturlosigkeit der – zum Teil reflexartig herangezogene – Verweis auf die verfassungsmäßige Sozialbindung des Eigentums. Auch wenn in der Vergangenheit bereits der Versuch unternommen wurde, aus Art. 14 Abs. 2 GG eine unternehmerische Pflicht zur gemeinwohlfördernden Positionierung der Unternehmen herzuleiten,<sup>60</sup> dürfte einem derart pauschalen Verweis jedenfalls der Rechtscharakter des Art. 14 Abs. 2 GG als Regelungsauftrag an den Gesetzgeber entgegenstehen.<sup>61</sup> Eine mittelbare Pflichtenbindung der Unternehmen selbst kann daher aus Art. 14 Abs. 2 GG erst infolge der gesetzgeberischen Umsetzung im Einzelfall entstehen.<sup>62</sup> Die verfassungsrechtliche Sozialbindung stützt daher weder die (externe) Forderung von bestimmten Aktivitäten, noch die (interne) haftungsrechtliche Rechtfertigung unternehmerischer Entscheidungen. Vielmehr stellt sich – jenseits spezialgesetzlicher Pflichtenbindungen – die Frage, inwiefern der Gesetzgeber unternehmensbezogene Konkretisierungen der eigentumsrechtlichen Sozialbindung vorgenommen hat.<sup>63</sup>

Obwohl gesellschaftspolitische Abwägungs- und Verteilungsentscheidungen infolgedessen auf rechtspolitischer Ebene besser aufgehoben sind, dürfte eine Rückkehr zum gesellschaftsrechtlichen Leitmotiv des bloßen Organisationsrechts mittelfristig nicht zu erwarten sein. Rechtspraktisch dürften die Auswirkungen der *Purpose*-Debatte hingegen weit weniger weitreichend sein, als dies zunächst scheint. Denn langfristig werden in einem pluralistischen marktwirtschaftlichen System ohnehin nur solche Unternehmen bestehen können, die für alle betroffenen Gruppierungen angemessene Produkte, Renditen oder (Arbeits-)Bedingungen bieten.

## V. Fazit/Zusammenfassung

Die Debatte um den Social-Purpose hat in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen, da Unternehmen gesellschaftlich und politisch zunehmend aufgefordert sind, ihre Bedeutung für die Ge-

sellschaft jenseits erwerbswirtschaftlicher Zwecke zu definieren. Mit Blick auf verändertes Investorenverhalten lassen sich diese Ansätze auch aus unternehmerischer Sicht stets besser begründen. Gleichwohl bleibt festzuhalten, dass die bisher definierten Corporate-Purposes bisweilen wenig aussagekräftig sind.

Kaum definiert scheint bisher auch das Verhältnis zwischen unternehmerischer Rentabilität für die Anteilseigner und die Erreichung nicht-finanzieller und sozial-ökologischer Ziele. Insgesamt zeigen aber zunehmende Regelungstendenzen der EU, dass die Ermittlung des Corporate Purpose für Unternehmen nicht mehr nur eine Option, sondern zunehmend eine Notwendigkeit für die Sicherstellung des langfristigen Unternehmenserfolgs sein wird. Insofern besteht für die Jurisprudenz weiterhin die Aufforderung, sich tiefergehend mit der Vereinbarung von ökonomischer Rentabilität und gesamtgesellschaftlicher Verantwortung zu befassen.

**Dr. Lukas Eßers, RA**, ist als Assoziierter Partner bei Esche Schumann Commichau in Hamburg mit Schwerpunkten im allgemeinen Gesellschaftsrecht, gesellschaftsrechtlichen Strukturierungen und M&A tätig.



<sup>60</sup> Entsprechende Ansätze finden sich in der Literatur bereits bei *Baas*, Leitungsmacht, 1976, S. 79 ff., 164; *Schmidt-Leithoff*, Verantwortung der Unternehmensleitung, 1989, S. 155 ff.; *Mittwoch*, Nachhaltigkeit, 2022, 321, 323 ff., mit dem Hinweis, dass Gemeinwohlbindung kaum effektiv durchgesetzt werden kann.

<sup>61</sup> BVerfG, 10.3.1981 – 1 BvR 92/71, 1 BvR 96/71, NJW 1981, 1257, 1263; *Vetter*, ZGR 2018, 338, 349; *Kort*, NZG 2012, 926, 926 f.; *Fleischer*, AG 2017, 509, 511; *Mülbert*, AG 2009, 766, 769 f.; *Müller-Michaels/Ringel*, AG 2011, 101, 106, a. A.: *Schmidt-Leithoff*, Verantwortung der Unternehmensleitung, 1989, S. 155 ff., 212 (unmittelbare Bindung).

<sup>62</sup> BVerfG, 10.3.1981 – 1 BvR 92/71, 1 BvR 96/71, NJW 1981, 1257, 1258, 1262 f.; insb. mit Blick auf die unternehmerische Sozialbindung auch *Westermann*, ZIP 1990, 771, 773.

<sup>63</sup> I. E. auch *Koch*, AktG, 18. Aufl. 2024, § 76, Rn. 81, 95; allg. *Paefgen*, in: FS K. Schmidt, 2019, S. 105, 107.

Philip Schweers, RA

# Neue Vorgaben zur Barrierefreiheit auf Websites und in Apps: Ein Überblick zu den Vorschriften des BFGS

Ab dem 29.6.2025 gelten die Vorgaben des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes (BFGS) für digitale Produkte und Dienstleistungen. Betroffen davon sind vor allem Unternehmen, die Produkte und Dienstleistungen gegenüber Verbrauchern anbieten. Nach Vorgaben des BFGS müssen diese ihre Websites und Apps barrierefrei gestalten. Der Beitrag informiert darüber, welche rechtlichen Vorgaben gelten, wie sich diese umsetzen lassen und welche Konsequenzen bei Verstößen drohen.

## I. Barrierefreiheit als notwendige Folge des digitalen Fortschritts

### 1. Gesellschaftliche Folgen der Digitalisierung

Immer mehr Produkte und Dienste werden in erster Linie digital angeboten. Egal, ob es um die Buchung eines Bahntickets oder die Vereinbarung eines Friseurtermins geht, verweisen Unternehmen Kunden auf ihre Website, App, Onlinemarktplätze oder Buchungsplattformen.

men. Grundsätzlich ist das eine positive Entwicklung, da Unternehmen eine deutlich größere Anzahl an Kunden erreichen, ohne dass diese das Haus verlassen müssen. Zugleich bergen rein digitale Angebote das Risiko, bestimmte Bevölkerungsgruppen auszuschließen. Gerade bei Menschen mit Behinderung besteht das Problem, dass deren besondere Anforderungen bei der Gestaltung von digitalen Produkten und Diensten nicht berücksichtigt werden. Lässt sich zum Beispiel eine Website nur unter Zuhilfenahme einer Maus oder eines Touchpads vollständig bedienen, können Menschen mit visuellen, motorischen oder kognitiven Einschränkungen diese nicht immer nutzen und daher auch nicht die darauf angebotenen Leistungen in Anspruch nehmen.

## 2. Wie eine Rollstuhlrampe für Websites

Um dieses Problem zu lösen, müssen digitale Produkte und Dienste barrierefrei werden. Ein Restaurant kann eine rollstuhlgerechte Rampe installieren, damit jeder dort essen kann. Entsprechend kann auch die Website eines Lieferdienstes barrierefrei gestaltet werden, indem man die Navigation vereinfacht oder die Farbdarstellung durch höhere Kontraste verbessert.

Nach Darstellung der EU-Kommission waren bislang leider nur wenige Unternehmen bereit, ihre digitalen Angebote barrierefrei zu gestalten.<sup>1</sup> Deshalb wurde auf Ebene der Europäischen Union (EU) eine Richtlinie mit Vorgaben zur Barrierefreiheit erlassen: der European Accessibility Act (EAA – Richtlinie (EU) 2019/882). Diese wurde in Deutschland am 15.6.2022 durch das BFG umgesetzt und soll für Produkte und Dienstleistungen gelten, die ab dem 29.6.2025 in den Verkehr gebracht bzw. angeboten werden.

## II. Geltungs- und Anwendungsbereich des BFG

Die Vorgaben des BFG gelten für öffentliche und private Stellen, wenn sie bestimmte Produkte oder Dienstleistungen in der EU herstellen, importieren, anbieten oder erbringen. In Bezug auf Produkte gelten vor allem für die Hersteller und Anbieter von Computern besondere Vorgaben, wenn diese an Verbraucher verkauft werden sollen (§ 1 Abs. 2 BFG). Im Fokus dieses Beitrages stehen allerdings die Anbieter von Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr (§ 1 Abs. 3 Nr. 5 BFG). Dazu zählen nach dem BFG alle Dienstleister, die Websites oder Apps<sup>2</sup> bereitstellen, um Verbrauchern auf individuelle Anfrage den Abschluss von Verbraucherverträgen zu ermöglichen (§ 2 Nr. 26 BFG). Für Websites und Apps, die sich allein an Unternehmen richten, gelten insoweit keine besonderen Vorgaben.

### 1. Online-Shops

Vom Anwendungsbereich des Gesetzes erfasst sind an erster Stelle Online-Shops und ähnliche Angebote.<sup>3</sup> Die Dienstleistung, für die die Vorgaben des BFG gelten, ist beim Onlineshop die Bereitstellung der Website oder App. Entsprechend muss die Website oder App barrierefrei gestaltet werden, aber nicht unbedingt das angebotene Produkt. Das Produkt selbst muss nur barrierefrei sein, wenn das BFG dies ausdrücklich vorsieht. Auch für Buchungsdienste, über die sich online Dienstleistungsverträge vereinbaren lassen, gelten die Vorgaben des BFG. Das kann bereits die rechtsverbindliche Anmeldung zu einem Kochkurs oder der Abschluss einer Mitgliedschaft im Fitnessstudio sein.

### 2. Terminbuchungen

Die Leitlinien des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) zum BFG deuten an, dass das BFG bereits gilt, wenn über die Website oder App eine vorvertragliche Verpflichtung erfolgt und nennt als konkretes Beispiel die Buchung eines Friseurtermins.<sup>4</sup> Nach dieser Auslegung ist das BFG bereits anwendbar, wenn über ein Buchungsformular ein Termin zum Kauf eines bestimmten Produktes oder Durchführung einer Dienstleistung vereinbart werden kann. Für diese Interpretation des Gesetzes spricht dessen Wortlaut. Eine Dienstleistung im elektronischen Geschäftsverkehr gemäß § 2 Nr. 26 BFG liegt bereits vor, wenn die Website oder App „im Hinblick auf den Abschluss eines Verbrauchervertrags“ oder, wie es im Originaltext des Art. 3 Nr. 30 des EEA heißt, „with a view to concluding a consumer contract“ angeboten wird. Ausgehend vom Zweck des Gesetzes erscheint es darüber hinaus sinnvoll, auch die digitale Vornahme vorvertragliche Handlungen mit in den Anwendungsbereich des Gesetzes einzu beziehen. Das gilt insbesondere in Fällen, bei denen die Vornahme der vorvertraglichen Handlung Voraussetzung für den Abschluss des Vertrages ist. Ist z. B. die für die Terminbuchung vorgesehene Website nicht barrierefrei, werden Menschen mit einer Behinderung effektiv daran gehindert, einen Termin mit dem Anbieter zu vereinbaren, um einen Vertrag mit diesem abschließen zu können.

Dementsprechend kann das BFG bereits dann anwendbar sein, wenn die Website oder App die Vornahme vorvertraglicher Handlungen ermöglichen soll.<sup>5</sup>

### 3. Kostenlose Dienstleistungen und Nutzeraccounts

Für Angebote, die Inhalte kostenlos zur Verfügung stellen, gilt das BFG in der Regel nicht. Entsprechend gibt es keine besonderen Vorgaben für reine Informations- oder Präsentationsseiten, auf denen nur über Produkte oder Dienste informiert wird, diese aber nicht direkt erworben werden können.

Komplizierter wird es, wenn sich über die Website oder App Verträge ohne weitere Kosten für die Nutzer abschließen lassen. Konkret betrifft das die Registrierung von Nutzeraccounts, die mit der Annahme von Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) verbunden ist. Der Umstand, dass über AGB vertragliche Vorgaben angenommen werden müssen, impliziert, dass der jeweilige Anbieter den Abschluss eines Vertrages mit dem Nutzer herbeiführen möchte. Theoretisch könnte es sich dabei um einen Verbrauchervertrag nach dem BFG handeln, da dieser Begriff im Gesetz nicht genauer definiert wird.

Ursprünglich stammt der Begriff des Verbrauchervertrages aus der Verbraucherrechtlinie (RL 2011/83/EU). Diese enthält ausschließlich Vorgaben für Leistungen, die gegen Entgelt erbracht werden. Auch wenn sich weder das BFG noch der EEA oder dessen Erwägungsgründe ausdrücklich auf den Verbraucherbegriff der Verbraucherrechtlinie beziehen, erscheint es naheliegend, diesen im Rahmen der Einheit der europäischen Rechtsordnung ebenso auszu-

1 Europäische Kommission, European Accessibility Act, unter [https://employment-social-affairs.ec.europa.eu/policies-and-activities/social-protection-social-inclusion/persons-disabilities/union-equality-strategy-rights-persons-disabilities-2021-2030/european-accessibility-act\\_en](https://employment-social-affairs.ec.europa.eu/policies-and-activities/social-protection-social-inclusion/persons-disabilities/union-equality-strategy-rights-persons-disabilities-2021-2030/european-accessibility-act_en) (Abruf: 11.2.2025).

2 Das BFG verwendet die deutsche Terminologie und spricht von „Webseiten“ und „Anwendungen“ auf Mobilgeräten. Im Text wird stattdessen die englische Schreibweise „Website“ und „Apps“ verwendet.

3 S. dazu auch ausdrücklich Erwägungsgrund 46 des EEA.

4 BMAS, Leitlinien für die Anwendung des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes, unter [https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/Teilhaber/leitlinien-barrierefreiheit.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/Teilhaber/leitlinien-barrierefreiheit.pdf?__blob=publicationFile&v=3) (Abruf: 11.2.2025), S. 2.

5 So auch Kapoor/Klindt, NJW 2024, 3547.

legen. Dafür spricht auch Erwägungsgrund 46 des EEA. Dort heißt es, dass der elektronische Geschäftsverkehr barrierefrei sein muss, damit der „Online-Verkauf von Produkten und Dienstleistungen ... für Menschen mit Behinderungen barrierefrei zugänglich ist.“ Klarer Schwerpunkt der Regelung scheint also der Verkauf von Produkten und Dienstleistungen zu sein. Hinweise darauf, dass auch kostenlose Dienstleistungen erfasst sein sollen, finden sich ansonsten an keiner Stelle des EEA oder des BFGS.

Entsprechend sollte das BFGS nicht anwendbar sein, wenn ein Dienst vollständig kostenlos angeboten wird.

#### 4. Plattformanbieter (Marktplätze, Vergleichsportale, Vermittlungsdienste)

Websites und Apps von Plattformanbietern mit kostenlosen Nutzeraccounts müssen die Vorgaben des BFGS aber unter Umständen trotzdem beachten, auch wenn sie ihre Dienste kostenlos erbringen. Hintergrund ist, dass Plattformanbieter häufig zwar keine eigenen, kostenpflichtigen Produkte und Dienstleistungen gegenüber Verbrauchern anbieten, aber den Vertragsabschluss mit Dritten, die ihre Produkte oder Dienstleistungen über die Plattform bereitstellen, ermöglichen sollen.

In der bereits zitierten Definition einer Dienstleistung im elektronischen Geschäftsverkehr aus § 2 Nr. 26 BFGS steht nicht, dass der Dienstleister selbst einen Vertrag mit einem Verbraucher abschließen muss. Das BFGS kann entsprechend auch dann anwendbar sein, wenn Dritte über eine App oder eine Website Verbrauchern Produkte oder Leistungen anbieten können. Das ist z. B. bei eBay der Fall, da die Dienstleistung von eBay in der Bereitstellung einer Plattform zur Abgabe und Annahme von Angeboten besteht.<sup>6</sup> Das Gleiche gilt für Uber, da Uber über die App und Website die Inanspruchnahme von Autofahrten ermöglichen soll, die von Dritten organisiert und durchgeführt werden.<sup>7</sup>

Die Anforderungen des BFGS auf Websites und Apps der Plattformanbieter anzuwenden, erscheint auch aus praktischer Sicht geboten, da immer mehr Produkte und Dienste exklusiv über diese vertrieben werden. Die eigentlichen Anbieter der Produkte und Dienstleistungen üben (wenn überhaupt) dann nur noch geringen Einfluss auf die Gestaltung der jeweiligen Website oder App aus. Eine Umsetzung der Anforderungen des BFGS wäre für die Anbieter ohne Unterstützung der Plattformbetreiber nicht möglich. Wenn die Plattformanbieter die Anforderungen des BFGS nicht einhalten müssten, wären Menschen mit Behinderung weiterhin von einem Großteil der digitalen Angebote ausgeschlossen.

Websites und Apps von Plattformanbietern dürften nur dann nicht in den Anwendungsbereich des BFGS fallen, wenn die vom Plattformanbieter erbrachte Leistung nicht auf den Abschluss eines Verbrauchervertrages abzielt. Denkbar ist das z. B. bei reinen Vergleichsplattformen, wenn der Abschluss des Verbrauchervertrages außerhalb der Plattform erfolgt und sich Nutzer auf der Plattform lediglich über mehrere Angebote verschiedener Anbieter informieren können. Abhängig von der konkreten Gestaltung im Einzelfall sollte aber auch in dieser Konstellation geprüft werden, ob die Website oder App unter Umständen die Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen ermöglicht (siehe II. 2.).

#### 5. Angebote von Kleinstunternehmern

Websites und Apps von Kleinstunternehmen müssen nicht barrierefrei sein (§ 3 Abs. 3 S. 1 BFGS). Kleinstunternehmen sind Organisationen, die weniger als zehn Personen beschäftigen und einen Jahresumsatz von höchstens 2 Mio. Euro erzielen oder dessen Jahresbilanzsumme sich auf höchstens 2 Mio. Euro beläuft (Definition aus § 2 Nr. 17 BFGS).

Einzelne Pflichten des BFGS können trotzdem für Kleinstunternehmen gelten. Das betrifft konkret die Auskunftspflicht gegenüber den für die Umsetzung des BFGS zuständigen Überwachungsbehörden (§ 35 BFGS). Ob Kleinstunternehmen darüber hinaus auch zur Einhaltung der Informationspflichten zur Barrierefreiheit der Dienstleistung verpflichtet sind, erscheint zumindest fraglich. So müssen Dienstleister grundsätzlich gemäß § 14 Abs. 1 Nr. 2 BFGS darüber informieren, wie sie die gesetzlichen Anforderungen zur Barrierefreiheit umgesetzt haben. Vor dem Hintergrund, dass Kleinstunternehmen aufgrund der Ausnahmeregelung keiner gesetzlichen Pflicht zur Umsetzung der Barrierefreiheit unterliegen, erscheint es wahrscheinlich, dass sie diesbezüglich auch keine Informationspflichten treffen. Um sich rechtlich abzusichern, können Kleinstunternehmen auf ihrer Website oder App darauf hinweisen, dass die Vorgaben zur Barrierefreiheit aufgrund ihres Kleinstunternehmerstatus nicht umgesetzt werden müssen.

#### 6. Teilweise Anwendbarkeit bei Diensten mit mehreren Funktionen

Grundsätzlich gilt das BFGS nur für den Teil der Website oder App, über den Verbraucher Produkte und Dienste beziehen können. Damit dieser Teil des Angebots barrierefrei nutzbar ist, muss er aber auch barrierefrei erreichbar sein. Entsprechend gelten die Vorgaben des BFGS auch für die Gestaltung des Cookie-Banners, wenn dieser den Zugriff auf die Website versperrt oder die Navigationsleiste, über die ein Shop erst abrufbar wird. Da vor Abschluss eines Vertrages auch alle dafür relevanten Bestimmungen einsehbar sein müssen, gelten die Vorgaben des BFGS auch für die Darstellung und Abrufbarkeit der AGB.

Darüber hinaus unterliegen die im Zusammenhang mit dem Erwerb eines Produktes stehenden Supportleistungen zumindest teilweise den Anforderungen des BFGS. Ein in der Praxis relevanter Anwendungsfall sind die auf der Website oder App implementierten Möglichkeiten zum Widerruf des Vertrages oder der Geltendmachung von Mängeln. Da das BFGS, wie bereits erwähnt, für die Bereitstellung der Möglichkeit zum Abschluss eines Verbrauchervertrages gilt, muss entsprechend alles, was im Zusammenhang mit diesem Vertrag steht, barrierefrei zugänglich sein. Das umfasst auch etwaige Supportdienstleistungen im Rahmen der gesetzlichen Widerrufs- und Mängelrechte. Nach § 12 Nr. 4 BFGSV müssen außerdem Supportdienstleistungen wie Help-Desk und Call-Center barrierefrei sein, wenn darüber Informationen zur Barrierefreiheit oder Kompatibilität mit Technologien, die eine barrierefreie Nutzung ermöglichen, bereitgestellt werden.<sup>8</sup>

Teilweise wird davon ausgegangen, dass das BFGS außerdem für den Inhalt der Datenschutzerklärung gelten soll.<sup>9</sup> Diese Auslegung des Anwendungsbereichs geht deutlich zu weit und ist so im Gesetz nicht vorgesehen. Die Datenschutzerklärung ist für die Nutzung des Dienstes selbst nicht erforderlich, das heißt hier besteht kein unmittelbarer Zusammenhang mit der Erbringung der Dienstleistung. Zwar haben

6 eBay GmbH, Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Nutzung der deutschen eBay-Dienste, unter <https://www.ebay.de/help/policies/member-behaviour-policies/user-agreement?id=4259#section1> (Abruf: 11.2.2025), § 1.

7 Uber B.V., Allgemeine Nutzungsbedingungen – Deutschland, unter <https://www.uber.com/legal/de/document/?country=germany&lang=de&name=general-terms-of-use> (Abruf: 11.2.2025), Ziffer 2.1.1.

8 Die Formulierung der VO ist an dieser Stelle zugegebenermaßen etwas missglückt. Annex I, Abschnitt III d) des EEA, dem die Vorgabe der BFGSV zugrunde liegt, bringt aber klar zum Ausdruck, dass „wenn Unterstützungsdienste verfügbar sind, diese Informationen über die Barrierefreiheit und die Kompatibilität des Produkts mit assistiven Technologien mit barrierefreien Kommunikationsmitteln“ bereitstellen müssen.

9 Hauschild, DSB 2024, 177.



auch Menschen mit Behinderung ein Recht darauf, über die Verarbeitung ihrer Daten informiert zu werden, nur enthält das BFGS hierzu keine Vorgaben. Eine ausdrückliche Pflicht zur barrierefreien Information besteht nach dem BFGS nur in Bezug auf die Inhalte, über die Dienstleister nach dem BFGS informieren müssen (§ 14 Abs. 2 Nr. 2 BFGS).

Beim Erwerb einer Dienstleistung gelten die Vorgaben an die Barrierefreiheit außerdem nicht automatisch für die erworbene Dienstleistung, auch wenn diese digital erbracht wird. Beim Abonnieren eines Streamingdienstes müssen die darin enthaltenen Inhalte genauso wenig barrierefrei zugänglich sein, wie das über eine Mietwagenseite geliehene Auto.

### III. Gesetzliche Vorgaben zur Barrierefreiheit

Regelungsschwerpunkt des BFGS ist die Verpflichtung aus § 3 Abs. 1 BFGS, Produkte und Dienstleistungen barrierefrei anzubieten, doch was genau bedeutet das?

#### 1. Begriff der Barrierefreiheit nach dem BFGS

Nach dem BFGS ist ein Produkt oder Dienst barrierefrei, wenn er von „Menschen mit Behinderungen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe auffindbar, zugänglich und nutzbar“ ist (§ 3 Abs. 1 S. 2 BFGS). Was das wiederum konkret bedeutet, soll gemäß § 3 Abs. 2 BFGS die Verordnung zum BFGS (BFGSV) konkretisieren.

Zudem enthält § 4 BFGS eine Konformitätsvermutung zur Einhaltung der BFGSV. Soweit Dienste harmonisierten Normen entsprechen, die im Amtsblatt der EU veröffentlicht wurden, gilt die Annahme, dass die Anforderungen der BFGSV erfüllt werden; vertiefte Ausführungen dazu finden sich sogleich hier unter IV.

Wie bereits erwähnt, verpflichtet das BFGS Dienstleister darüber hinaus dazu, grundlegende Informationen zur Einhaltung der Barrierefreiheit wiederum barrierefrei bereitzustellen (§ 14 Abs. 1 Nr. 2 BFGS). Diese Informationen sollen eine allgemeine Beschreibung der Dienstleistung, Angaben zur zuständigen Marktüberwachungsbehörde sowie zur Umsetzung der Barrierefreiheitsanforderungen der BFGSV enthalten (Anlage 3 Nr. 1 des BFGS). Soweit Dienstleister die Anforderungen der BFGSV nicht einhalten, sind diese durch die Vorgaben des BFGS außerdem dazu verpflichtet, die zuständigen Marktüberwachungsbehörden aktiv darüber zu informieren (§ 14 Abs. 4 S. 2 BFGS).

#### 2. Umsetzung der Barrierefreiheit nach den Vorgaben der BFGSV

Die BFGSV schreibt vor, dass Dienstleister ihre Websites entsprechend der vier Grundprinzipien der Barrierefreiheit „wahrnehmbar, bedienbar, verständlich und robust“ gestalten müssen (§ 12 Nr. 3 BFGSV). Sie müssen für Menschen mit Behinderung ausgerichtet sein und die Interoperabilität mit assistiven Technologien (§ 13 BFGSV). Websites und Apps müssen insbesondere für Menschen ohne und mit eingeschränktem Seh- oder Hörvermögen nutzbar sein (§ 21 Abs. 1 BFGSV). Der Text auf einer Website muss daher nicht nur lesbar, sondern auch durch eine automatisierte Anwendung vorlesbar sein. Der Dienst muss sich ferner auch mit feinmotorischen oder kognitiven Einschränkungen verwenden lassen (§ 21 Abs. 4 und Abs. 7 BFGSV). Für eine Website bedeutet das praktisch, dass eine Bedienung ohne Maus und Touchpad und allein mit Tastatur möglich sein muss.

Websites und Apps, über die online Produkte und Dienstleistungen an Verbraucher verkauft werden, müssen gemäß § 19 BFGSV außerdem:

- Informationen zur Barrierefreiheit der zum Verkauf angebotenen Produkte und/oder Dienstleistungen weitergeben;
- die Barrierefreiheit der Identifizierungs-, Sicherheits- und Zahlungsfunktionen gewährleisten und
- Identifizierungsmethoden, elektronische Signaturen und Zahlungsdienste anbieten, die wahrnehmbar, bedienbar, verständlich und robust sind.

Die BFGSV legt nicht verbindlich fest, wie genau dessen Vorgaben umgesetzt werden müssen, gibt aber vor, dass die Umsetzung der Barrierefreiheit dem Stand der Technik entsprechen muss (§ 3 BFGSV).

#### 3. Besondere Vorgaben zum Schutz der Privatsphäre

§ 21 Abs. 8 BFGSV sieht vor, dass bei der barrierefreien Gestaltung einer Website oder App die Privatsphäre der Nutzer geschützt werden muss. Grund dafür ist vermutlich, dass durch die barrierefreie Verwendung eines Dienstes Informationen zum Gesundheitszustand der Nutzer nachvollziehbar werden können. Kann der Dienstleister z. B. anhand der Trackingdaten erkennen, dass ein Nutzer eine Website nur mit Hilfe der Tastatur bedient hat, lässt sich unter Umständen schlussfolgern, dass eine motorische oder anders gelagerte Beeinträchtigung des Nutzers vorlag. Hiervon könnte auch der Schutz besonderer personenbezogener Daten im Sinne von Art. 9 DSGVO betroffen sein. Das legt zumindest die Rechtsprechung des EuGH in der Rechtssache Lindenapothek nahe.<sup>10</sup> Nach dieser liegt bereits ein Gesundheitsdatum vor, wenn aus vorliegenden Daten indirekt Informationen über den Gesundheitszustand einer betroffenen Person hervorgehen.<sup>11</sup>

### IV. Maßnahmen zur Umsetzung der Barrierefreiheit

Wie bereits im vorangehenden Abschnitt erwähnt (unter III.1.), gilt für Dienste nach § 4 BFGS eine Konformitätsvermutung, wenn sie den im Amtsblatt der EU veröffentlichten harmonisierten Normen entsprechen.

Für Websites und Apps gibt es eine solche harmonisierte Norm. Die EN 301 549 mit dem Titel „Accessibility requirements for ICT products and services“ beschreibt im Detail, welche Maßnahmen Anbieter von Websites und Apps umsetzen müssen, um ihre Angebote barrierefrei zu gestalten. Auch wenn theoretisch andere Maßnahmen zur Umsetzung der BFGSV in Betracht kommen, ist es praktisch empfehlenswert, sich am Inhalt der Norm zu orientieren, da sie die umzusetzenden Maßnahmen eindeutig benennt.

Die Norm ist für sich betrachtet und ohne Expertenwissen nur schwer lesbar. Sie verweist allerdings in Teilen direkt auf die weit verständlicher gefassten Web Content Accessibility Guidelines (WCAG – aktuell noch in der Version 2.1). Bei den WCAG handelt es sich um ein mehrstufiges Modell zur Umsetzung der Barrierefreiheit, das auf den vier Grundprinzipien der Barrierefreiheit basiert, deren Umsetzung auch die BFGSV fordert. Diese Grundprinzipien umfassen nach den Vorgaben der WCAG Folgendes:

**Wahrnehmbarkeit:** Funktionen und Inhalte einer Website oder App müssen auch wahrnehmbar sein, wenn einzelne Sinne gar nicht oder nur eingeschränkt funktionieren. Z.B. lässt sich die optische Wahr-

<sup>10</sup> EuGH, 4.10.2024 – C-21/23, BB 2024, 2508, 2513, Rn. 75 ff.

<sup>11</sup> EuGH, 4.10.2024 – C-21/23, BB 2024, 2508, 2513, Rn. 77.

nehmbarkeit verbessern, indem durchgehend auf ein ausreichendes Farbkontrastverhältnis geachtet wird (mindestens 4,5:1 bei normal großer Schrift nach Vorgabe des WCAG).<sup>12</sup>

**Bedienbarkeit:** Menschen mit funktioneller Beeinträchtigung sollen alle Elemente der Website oder App uneingeschränkt bedienen können. Das wird zum Beispiel durch die bereits erwähnte Tastaturbedienbarkeit einer Website erreicht oder indem man Nutzern ausreichend Zeit zum Abschluss eines Bestellvorgangs gibt.

**Verständlichkeit:** Die Inhalte der Website oder App sollten für jeden verständlich sein. Das betrifft zum einen die sprachliche Verständlichkeit, die durch Verwendung einer einfachen Sprache und der Erläuterung verbessert werden kann. Zum anderen geht es um ein aus Nutzersicht nachvollziehbares und konsistentes Design.

**Robustheit:** Die Website oder App muss über den Browser und unterstützende Technologien gut auslesbar sein. Soweit zur Strukturierung der Inhalte durchgehend HTML oder XML verwendet wurden, sollte das der Fall sein.

## V. Folgen von Verstößen

### 1. Maßnahmen der Marktüberwachungsbehörden

Werden die Anforderungen des BFSG nicht eingehalten, kann das Maßnahmen der zuständigen Marktüberwachungsbehörden zur Folge haben. Diese können sich zunächst im Wege einer Auskunftsanfrage zur Einhaltung der Anforderungen des BFSG an den Dienstleister wenden (§ 35 BFSG). Dieser ist zur Beantwortung dieser Anfrage verpflichtet (§ 14 Abs. 5 S. 1 BFSG). Bei Feststellung eines Verstoßes kann die zuständige Marktüberwachungsbehörde, dazu sogleich hier am Ende, die Umsetzung der Anforderungen des BFSG unter Fristsetzung anordnen (§ 29 Abs. 1 BFSG). Weigert sich der Dienstleister, die Anordnung umzusetzen oder ignoriert diese, verbleibt ihm die Möglichkeit, eine Anordnung mit erneuter Frist und Androhung der Untersagung des Angebots der Dienstleistung zu erlassen (§ 29 Abs. 2 BFSG). Soweit der Dienstleister weiterhin nicht reagiert oder keine angemessenen Maßnahmen zur Umsetzung der Barrierefreiheitsanforderungen trifft, kann die Behörde sogar die Einstellung der Dienstleistung innerhalb einer von ihr festzulegenden Frist anordnen (§ 29 Abs. 3 BFSG).

Anlass für ein solches Verfahren kann der Antrag eines Verbrauchers oder eines anerkannten Verbandes sein (§ 32 Abs. 1 BFSG). Die Überwachungsbehörden können aber auch von Amts wegen ein Verfahren einleiten, wenn Grund zur Annahme besteht, dass ein Dienst die Anforderungen der Barrierefreiheit nicht einhält oder sie im dafür vorgesehenen rechtlichen Rahmen eine Stichprobe durchführen möchte (§ 28 Abs. 1 und Abs. 2 BFSG).

Darüber hinaus kommen Bußgelder aufgrund von vorsätzlichen oder fahrlässigen Verstößen gegen das BFSG in Betracht (§ 37 Abs. 1 BFSG). Wenn der Dienstleister die Aufsichtsbehörde nicht eigenständig auf die Nichteinhaltung der BFSG-Anforderungen durch einen Dienst hinweist, kann das ein Bußgeld in Höhe von bis zu 10 000 Euro zur Folge haben (§ 37 Abs. 2 Nr. 2 BFSG). Wird die bereits genannte Auskunftsanfrage der Behörde nicht, nicht richtig, nicht vollständig oder nicht fristgerecht beantwortet, kann das ebenfalls ein Bußgeld von bis zu 10 000 Euro zur Folge haben (§ 37 Abs. 1 Nr. 6 BFSG). Bei Nichteinhaltung der Anforderungen an die Barrierefreiheit oder unzureichender Information zu deren Umsetzung kommen Bußgelder in Höhe von bis zu 100 000 Euro in Betracht (§ 37 Abs. 8 Nr. 8 BFSG).

Nach dem BFSG müssen die Länder die für die Überwachung des BFSG zuständigen Behörden einrichten oder benennen. Aktuelle Entwicklungen deuten allerdings darauf hin, dass die Länder ihre Überwachungskompetenz stattdessen auf eine bundesweit zuständige Behörde übertragen werden.<sup>13</sup> Nach aktuellem Stand soll diese Behörde „Gemeinsame Marktüberwachung der Länder für die Barrierefreiheit von Produkten und Dienstleistungen (MLBF)“ heißen und in Sachsen-Anhalt sitzen. Ob es tatsächlich dazu kommt, ist aktuell noch nicht abzusehen.

### 2. Wettbewerber und Verbraucherschützer

Zudem sollten die Vorgaben des BFSG auch Marktverhaltensregeln im Sinne des Wettbewerbsrechts (UWG) darstellen.<sup>14</sup> Es erscheint daher wahrscheinlich, dass auch Wettbewerber und insbesondere qualifizierte Verbraucherverbände, wie die Verbraucherzentralen, Ansprüche aus dem UWG geltend machen könnten. Relevant dürften hier vor allem Unterlassungsansprüche sein.

## VI. Ausnahmen

Das BFSG sieht in § 16 und § 17 BFSG zwei Ausnahmen von den Verpflichtungen des BFSG vor, soweit die Einhaltung der Verpflichtungen zu grundlegenden Veränderungen der Dienstleistung oder zu einer unverhältnismäßigen Belastung des Dienstleisters führen würden. Es erscheint zumindest unwahrscheinlich, dass die Einhaltung des BFSG bei einem Webshop und ähnlichen Dienstleistungen grundlegende Veränderungen zur Folge haben kann. Diese Ausnahme sollte also nur in Sonderfällen einschlägig sein.

Eher könnte die Einhaltung des BFSG für einen Dienstleister eine unverhältnismäßige Belastung im Sinne von § 17 BFSG darstellen. Ob diese vorliegt, bemisst sich nach drei Kriterien, die in Anlage 4 des BFSG beschrieben werden. Das erste Kriterium ist das Verhältnis der Nettokosten für die Umsetzung der Maßnahmen zur Umsetzung der Barrierefreiheit zu den Gesamtkosten der Dienstleistung. Relevant ist ferner der zu erwartende Vorteil für die Menschen mit Behinderung gegenüber den erwartbaren Kosten für die Wirtschaftsakteure. Zuletzt muss auch das Verhältnis der Nettokosten zur Umsetzung der Maßnahme zum Nettoumsatz des Unternehmens berücksichtigt werden. Soweit eine unverhältnismäßige Belastung vorliegt, muss der betroffene Dienstleister die Anforderungen des BFSG nicht vollständig umsetzen. Die Ausnahme könnte vor allem relevant werden, wenn es um kleine und mittlere Unternehmen geht, da diese zumindest nach dem Inhalt der Gesetzesbegründung geschont werden sollen.<sup>15</sup>

## VII. Zusammenfassung/Fazit

Unternehmen, die ihre oder fremde Produkte über Websites und Apps anbieten, sollten sich möglichst jetzt überlegen, wie sie die Anforderungen des BFSG umsetzen.

1. Wie dieser Beitrag zeigt, gelten die Anforderungen des BFSG nicht nur für Online-Shops, sondern für eine Vielzahl von Websites und Apps. Besonders betroffen sind Plattformbetreiber, die als Mittler zum Abschluss von Verbraucherverträgen beitragen.

<sup>12</sup> World Wide Web Consortium, Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1, unter <https://www.w3.org/TR/WCAG21/#contrast-minimum> (Abruf: 11.2.2025), Ziffer 1.4.3.

<sup>13</sup> E-Commerce barrierefrei, Aus 16 wird (wohl) 1, unter <https://e-commerce-barrierefrei.de/blog/aus-16-wird-wohl-1> (Abruf: 11.2.2025).

<sup>14</sup> Nickl/Heuser, GRUR-Prax 2024, 803; Ruttloff/Wagner/Misztl, ESG 2023, 325; Lommatzsch/Albrecht, GWR 2022, 355.

<sup>15</sup> Kapoor/Klindt, NJW 2024, 3549.

2. Nur soweit Inhalte kostenlos angeboten werden oder sich strikt an Unternehmen richten, gelten keine besonderen Anforderungen aus der BfSG.
3. Das BfSG fordert von Dienstleistern, Informationen zur Barrierefreiheit bereitzustellen und die Anforderungen der BfSGV zu erfüllen.
4. Bei der Umsetzung der Anforderungen der BfSGV sollten sich Anbieter vor allem an den Inhalten der EN 301 549/WCAG orientieren, da bei deren Einhaltung die Konformitätsvermutung aus dem BfSG gilt.
5. Vor allem die WCAG beschreiben ausführlich und gut verständlich, wie Barrierefreiheit auf Websites und Apps umgesetzt werden kann.
6. Wenn Websites und Apps nicht barrierefrei sind, nicht über die eigene Barrierefreiheit informieren und Behörden nicht aktiv auf Verstöße hinweisen, drohen Maßnahmen der Überwachungsbehörden oder Bußgelder.
7. Auch Wettbewerber und Verbraucherverbände können bei Verstößen gegen das BfSG Ansprüche geltend machen.
8. Kleine und mittelständische Unternehmen müssen das BfSG nicht vollständig umsetzen, wenn sich die Umsetzung nach den Vorgaben des BfSG als unverhältnismäßig darstellt.

Dass sich mehr Anbieter um die Barrierefreiheit von Websites und Apps bemühen, ist wünschenswert. Denn nicht nur Menschen mit einer Behinderung profitieren von leicht navigierbaren und übersichtlichen Online-Shops. Eine Umsetzung des BfSG geht insoweit immer auch mit einer Verbesserung der Customer Experience einher, von der alle Seiten profitieren können. Entsprechend sollten sich Unternehmen möglichst zeitnah mit den Anforderungen des BfSG auseinandersetzen, um diese bei zukünftigen Updates der Website und App berücksichtigen zu können.

**Philip Schweers**, RA und externer Datenschutzbeauftragter bei der Kanzlei Piltz Legal. Er berät große und mittelständische Unternehmen zum Europäischen Digitalrecht. Als ehemaliger Mitarbeiter einer Landesdatenschutzbehörde ist er zudem bestens mit der Arbeitsweise der europäischen Aufsichtsbehörden vertraut.



## BGH: D&O-Versicherung – Unwirksamkeit einer Klausel, die automatisches Vertragsende bei Insolvenzantrag vorsieht

BGH, Urteil vom 18.12.2024 – IV ZR 151/23  
ECLI:DE:BGH:2024:181224UIVZR151.23.0

Volltext der Entscheidung: [BB-ONLINE BBL2025-194-2](#)  
unter [www.betriebs-berater.de](http://www.betriebs-berater.de)

### AMTLICHE LEITSÄTZE

- a) Eine Klausel in den Allgemeinen Versicherungsbedingungen einer D&O-Versicherung, die ohne Berücksichtigung der sich aus § 11 Abs. 1 und 3 VVG ergebenden Mindestkündigungsfrist das automatische Ende des Versicherungsvertrages mit dem Ablauf der Versicherungsperiode vorsieht, in welcher der Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens über das Vermögen der Versicherungsnehmerin gestellt worden ist, ist unwirksam.
- b) Zur Auslegung einer Klausel in den Allgemeinen Versicherungsbedingungen einer unter Geltung des Anspruchserhebungsprinzips („Claims-made-Prinzip“) geschlossenen D&O-Versicherung, wonach bei einer Beendigung des Vertrages „aus einem anderen Grund als eines Prämienzahlungsverzuges oder der Liquidation, Insolvenz, Verschmelzung oder Neubelehrung der Versicherungsnehmerin“ eine prämieneutrale Nachmeldefrist besteht.

VVG § 11 Abs. 1 und 3; BGB § 307 Abs. 1 Satz 1, Abs. 2 Nr. 1; AVB D&O-Versicherung

### AUS DEN GRÜNDEN

#### Die Revision hat Erfolg

- 6 Die Revision hat Erfolg. Sie führt zur Aufhebung des angefochtenen Urteils und zur Zurückverweisung der Sache an das Berufungsgericht.

7–8 ...

### Mit gegebener Begründung hat Berufungsgericht geltend gemachten Anspruch nicht verneinen dürfen

II. Das hält rechtlicher Nachprüfung nicht stand. Mit der gegebenen Begründung hat das Berufungsgericht den geltend gemachten Anspruch nicht verneinen dürfen.

### Klausel Ziff. II.5.b) AVB (automatisches Ende des Versicherungsvertrages mit Ablauf der Versicherungsperiode, in welcher Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens über Vermögen der VN gestellt worden ist) hält Inhaltskontrolle nicht stand

1. Entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts hält die Klausel in Ziff. II.5.b) AVB, soweit sie das automatische Ende des Versicherungsvertrages mit dem Ablauf der Versicherungsperiode vorsieht, in welcher der Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens über das Vermögen der Versicherungsnehmerin gestellt worden ist, einer Inhaltskontrolle nicht stand. Die Bestimmung benachteiligt den Versicherungsnehmer unangemessen im Sinne von § 307 Abs. 1 Satz 1 BGB, weil sie gemäß § 307 Abs. 2 Nr. 1 BGB mit wesentlichen Grundgedanken der gesetzlichen Regelung des § 11 Abs. 1 und 3 VVG – wonach zugunsten des Versicherungsnehmers im Falle der ordentlichen Kündigung stets eine Mindestkündigungsfrist von einem Monat einzuhalten ist – unvereinbar ist. Die Abweichung von der halbzwingenden Vorschrift (§ 18 VVG) des § 11 Abs. 3 VVG zum Nachteil des Versicherungsnehmers stellt eine unangemessene Benachteiligung dar (vgl. Senatsurteil vom 28. Juni 1995 – IV ZR 19/94, VersR 1995, 1185 [juris Rn. 36] [BB 1995, 2131]; Senatsbeschluss vom 18. März 2009 – IV ZR 298/06, VersR 2009, 769 Rn. 8; s. auch BGH, Urteil vom 20. März 2018 – XI ZR 309/16, BGHZ 218, 132 Rn. 18 [BB 2018, 1281 Ls.] m.w.N.).