

Ein neues digitales Vertragsrecht

Das BGB wird um einen neuen Abschnitt erweitert: Im allgemeinen Schuldrecht wird es künftig gesonderte Regelungen für digitale Produkte geben, die von Unternehmen an Verbraucher (B2C) vertrieben werden. Es steht eine kleine Revolution des Vertragsrechts vor der Tür, die für die Wirtschaft einen ganz erheblichen Erfüllungsaufwand mit sich bringt.

Am 13.01.2021 veröffentlichte das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) den [Regierungsentwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der Richtlinie über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen](#) (DID-RegE).

Der Gesetzentwurf sieht einen neuen Titel 2a „Verträge über digitale Produkte“ im „Recht der Schuldverhältnisse“ vor. Die neuen Vorgaben für Verbraucherverträge über digitale Produkte werden unabhängig vom Vertragstyp gelten. Hinzu kommen einzelne Sonderregelungen im besonderen Teil, etwa zum Kauf- und Mietvertragsrecht.

Die wichtigsten Neuerungen im Schnelldurchlauf:

- **Anwendungsbereich:** Die Neuregelungen sollen unmittelbar nur für Verbraucherverträge gelten. Sachlich ist der Anwendungsbereich aber sehr weit: Alle digitalen Dienstleistungen und Inhalte („digitale Produkte“) fallen darunter sowie digitale Elemente von Paket- und kombinierten Verträgen (wenn etwa das Fernsehgerät gekoppelt mit einem Streamingangebot vertrieben wird).
- **Gegenleistung:** Erfasst sind „Verträge“, der Gesetzentwurf versteht dies aber denkbar weit. Grundsätzlich muss es also zu einem Leistungsaustausch zwischen Unternehmer und Verbraucher kommen. Hier kann die Gegenleistung des Verbrauchers für das digitale Produkt auch die Preisgabe personenbezogener Daten sein. Zum anderen tendieren die

Entwurfsverfasser dahin, schon die Einwilligung auf einer Website in das Werbetacking als ausreichend für eine auf den Vertragsschluss gerichtete Willenserklärung anzusehen. Wird also bald jeder Websitebesuch einen Vertrag mit den Besuchern begründen (mit den weitreichenden Vorgaben der neuen Regelungen), wenn ein personenbezogenes Werbetacking erfolgt?

- **Updatepflicht:** Digitale Produkte müssen künftig aktualisiert werden, solange der Vertrag läuft und auch darüber hinaus, solange der Verbraucher eine weitere Aktualisierung „vernünftigerweise“ erwarten darf. Möglicherweise werden Unternehmensentscheidungen wie die Einstellungen der Aktualisierungen etwa für ältere Windowsversionen damit künftig nicht mehr vereinbar sein.
- **Mängelbegriff und Folgeansprüche:** Der Mängelbegriff wird ausgedehnt und digitale Produkte damit schneller zum Gewährleistungsfall. Besonders hervorzuheben: „Objektiv“ mangelfrei sein soll ein digitales Produkt nach den Neuregelungen nur, wenn es den „objektiven Anforderungen“ entspricht, also etwa eine „übliche“ Beschaffenheit aufweist. Will der Unternehmer davon abweichen, muss er den Verbraucher gesondert und explizit darauf hinweisen und sich die Abweichung aktiv bestätigen lassen. Das „Kennen“ eines Mangels als Ausschlussgrund für die Gewährleistung wird damit ganz erheblich beschränkt.
- **Änderungsrechte:** Die Rechte von Unternehmern, digitale Produkte zu ändern und sich derartige Rechte im Vertrag vorzubehalten, werden künftig eingeschränkt. Zum einen gibt es Änderungsrechte nur, wenn diese rechtskonform im Vertrag vorgesehen sind. Zum anderen werden die Fälle zunehmen, in denen eine Änderung nicht durchgesetzt werden kann und daher mehrere Produktversionen im Markt gehalten werden müssen.
- **Folgen datenschutzrechtlicher Erklärungen des Verbrauchers:** Für den Datenschutzrechtler besonders spannend ist eine eher unternehmensfreundliche Neuregelung. Widerruft ein Verbraucher eine gegebene Einwilligung oder widerspricht der Datenverarbeitung, kann

der Unternehmer den Verbrauchervertrag fristlos kündigen, wenn ihm die weitere Fortsetzung des Vertrags nicht zugemutet werden kann. Mit dem Kopplungsverbot des Art. 7 Abs. 4 DSGVO und dem „freien“ Widerrufs- und Widerspruchsrecht ist dies wohl dort in Einklang zu bringen, wo der Verbraucher personenbezogene Daten als Gegenleistung, „Bezahlung“ hingegeben hat. Hier wird es indes in den kommenden Monaten noch einigen Diskussionsbedarf geben.

- **Weiterverwendung nicht personenbezogener Daten nach Vertragsbeendigung:** Unternehmer werden künftig in der Weiterverwendung von nicht personenbezogenen Daten nach Vertragsbeendigung erheblich eingeschränkt. Umso sorgfältiger wird künftig zu prüfen sein, wie Verträge gestaltet und Daten erhoben werden, um auch die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle nicht weiter zu beschränken, als zwingend notwendig.

Unternehmen müssen die absehbaren Neuregelungen zügig analysieren und den Umstellungsbedarf ermitteln, insbesondere hinsichtlich Produktgestaltung, der Einführung notwendiger Prozesse etwa für die künftigen Updatepflichten einschließlich erweiterter Informationspflichten und – last but not least – der Anpassung der Verträge.

Auch wenn die Neuregelungen unmittelbar nur den B2C-Rechtsverkehr betreffen, werden sie ganz erheblichen Einfluss auf den rein unternehmerischen Rechtsverkehr haben. Zum einen dann, wenn die Produkte sowohl Verbrauchern- als auch Unternehmern angeboten werden, zum anderen aufgrund absehbarer Ausstrahlwirkungen der Neuregelungen auch auf den B2B-Bereich. Nicht zuletzt basieren zahlreiche B2B-Geschäftsmodelle mittelbar auf Datenerhebungen (anonymisiert oder personenbeziehbar) bei Verbrauchern. Änderungen im B2C-Bereich schlagen dann unmittelbar auf den B2B-Bereich durch.

Ein ausführlicher Überblick hierzu wird in Kürze in der ZdiW, der seit diesem Jahr neu erscheinenden Zeitschrift für das Recht der digitalen Wirtschaft erscheinen. Sprechen Sie uns bei Interesse gerne hierauf an (kristina.schreiber@loschelder.de).

Für alle weiteren Fragen rund um das Datenschutzrecht
stehen Ihnen gerne zur Verfügung



Dr. Kristina Schreiber
+49(0)221 65065-337
kristina.schreiber@loschelder.de



Dr. Simon Kohm
+49(0)221 65065-200
simon.kohm@loschelder.de



Claudia Willmer
+49(0)221 65065-337
claudia.willmer@loschelder.de

Impressum

LOSCHELDER RECHTSANWÄLTE

Partnerschaftsgesellschaft mbB

Konrad-Adenauer-Ufer 11

50668 Köln

Tel. +49 (0)221 65065-0, Fax +49 (0)221 65065-110

info@loschelder.de

www.loschelder.de