

A golden statue of Lady Justice, blindfolded and holding scales, set against a blue background. The statue is the central visual element of the cover.

R
E
C
H
T
S
F
O
U
N
D
U
N
G
S
E
T
Z

KI IM AUTOHANDEL

Rechtssichere Anwendung im Autohausalltag realisieren

4 JURISTISCHE KARDINALFEHLER

Expertenbeitrag von WGW über Fallstricke in IT-Projekten

STÄRKUNG DER BARRIEREFREIHEIT

Was Autohäuser für ihr Online-Geschäft beachten müssen



04 INTRO

Juristisch relevante Bereiche des täglichen Autohausgeschäfts

06 WGW RECHTSANWÄLTE

Maßgeschneiderte Rechtsberatung für TECHNO und Gesellschafter

08 KI IM AUTOHAUS

08 WGW-Expertenbeitrag: Potenziale von KI und rechtliche Risiken
14 Interview mit Rechts- und Fachanwalt Alexander Wagner

16 IT-VERTRÄGE & JURISTISCHE FALLSTRICKE

WGW-Expertenbeitrag: Überblick und zentrale Fallstricke bei IT-Projekten

22 LEIHEN ODER DOCH »RICHTIG BESITZEN«?

Vorteile, Nachteile und Tipps rund um Software as a Service

24 BARRIEREFREIHEITSGESTÄRKUNGSGESETZ

24 BFSG: digitale Zugänglichkeit als rechtliche Anforderung im E-Commerce
28 Interview mit Rechtsanwalt Fabian Klubert

30 MEHR PRODUKTSICHERHEIT

EU-Verordnung General Product Safety Regulation (GPSR)

32 WHITE-LABEL E-COMMERCE PLATTFORM

Digitale Basis für TECHNO Gesellschafter: WeP

34 ABSCHLUSS & AUSBLICK



»GESETZE BEFOLGT NUR, WER SIE KENNT UND BEGREIFT.«

Stefan M. Gergely

Sehr geehrte Damen und Herren,

unternehmerische Entscheidungen – egal ob im Einkauf, im Vertrieb oder im Service – müssen im Autohausalltag jeden Tag getroffen werden. Dass viele davon rechtliche Dimensionen haben, ist bekannt. Doch wie diese geregelt sind und welche Besonderheiten etwa bei KI-gestützten Systemen heute im Verkauf bestehen, ist oftmals nicht ganz eindeutig.

In Kooperation mit unserem TECHNO Partner **WGW Rechtsanwälte** möchten wir Gesellschaftern einen Überblick über **aktuell zentrale Rechtsthemen im Autohandel** bieten – inklusive erster Handlungsempfehlungen, die die Experten von WGW für Sie verfasst haben.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen beim Lesen!

Georg Wallus
Geschäftsführung
TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

Hinweis zum Gender: Die von TECHNO in diesem Magazin verwendeten Personenbezeichnungen im generischen Maskulinum beziehen sich immer gleichermaßen auf alle Geschlechter. Auf eine Doppelnennung oder eine gendergerechte Bezeichnung wird zugunsten der Lesbarkeit verzichtet. Ausnahmen bilden Interviews und Zitate, in denen der Interviewpartner und der Zitatgeber eine Genderschreibweise nutzt. Um die Schreibweise in diesen Fällen einheitlich zu halten, haben wir uns für den Gender-Doppelpunkt entschieden.

SO IST'S RECHT.

WELCHE JURISTISCH RELEVANTEN BEREICHE DAS AUTOHAUSGESCHÄFT JEDEN TAG BERÜHREN UND WARUM DABEI VORAUSSCHAUENDES HANDELN WICHTIG IST.

Dass sich das Autohausgeschäft gerade grundlegend verändert, ist nichts Neues. Jetzt kommen allerdings zu Digitalisierung, Elektromobilität und neuen Vertriebsmodellen auch noch steigende regulatorische Anforderungen hinzu. In diesem Umfeld wird rechtliche Kompetenz immer mehr zur strategischen Notwendigkeit. Denn Unsicherheiten, was eigenes Recht ist und was wie umgesetzt werden muss, können schnell wirtschaftliche Folgen haben – etwa durch Abmahnungen, Bußgelder oder operative Einschränkungen.

Eine vorausschauende Auseinandersetzung mit den autohausrelevanten Rechtsthemen schafft eine wichtige Grundlage für unternehmerische Sicherheit und Entscheidungsfähigkeit. Schließlich greifen im Tagesgeschäft zahlreiche Rechtsgebiete ineinander:

1. GELDWÄSCHEPRÄVENTION

Seit der Überarbeitung des Geldwäschegesetzes gilt: Bei Bartransaktionen ab 10.000 Euro müssen Autohäuser ihre Kunden sorgfältig prüfen, dokumentieren und im Verdachtsfall Meldung erstatten. Verstöße werden nicht nur sanktioniert, sondern können auch zu Reputationsrisiken führen.

2. DATENSCHUTZ & DATENSCHUTZGRUNDVERORDNUNG (DSGVO)

Mehr als ein Compliance-Thema, denn Datenschutz und DSGVO betreffen alle Prozesse, in denen Kundendaten erfasst, gespeichert oder ausgewertet werden. Die DSGVO stellt hohe Anforderungen an Dokumentation, Auskunftspflichten und technische Sicherungen.

3. EU-KI-VERORDNUNG

Bei der Nutzung von Chat- und Voicebots, automatisierten Entscheidungssystemen oder Bildauswertungen wird auch die KI-Verordnung der EU für Autohausgruppen relevant. Welche Anwendungen erlaubt, meldepflichtig oder risikobehaftet sind, hängt vom konkreten Einsatz ab. Hier stehen viele vor einer rechtlichen Grauzone, die aktiv gemanagt werden muss.

» Mehr dazu ab Seite 8.

4. VERTRAGSRECHT UND IT

Viele Bereiche im Autohaus sind juristisch klar geregelt. Doch wie sieht es eigentlich mit dem IT-Bereich aus? Schließlich gibt es kein übergeordnetes »IT-Vertragsrecht«. Vielmehr kommen auch bei Software, Cloud-Service, Programmierung und Co. Werk-, Dienst- und Kaufvertrag ins Spiel. Doch welcher Vertrag ist für welchen IT-Bereich sinnvoll?

» Mehr dazu ab Seite 16.

5. WETTBEWERBSRECHT

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) regelt, was in der Werbung erlaubt ist – stationär wie online. Schon kleine Fehler, etwa unvollständige Produktangaben oder missverständliche Preiswerbung, können kostenintensive Folgen haben. Gerade im digitalen Vertrieb ist Präzision in der Formulierung unerlässlich.

6. BARRIEREFREIHEITSGESETZ (BFSG) & EU-PRODUKTSICHERHEITSGESETZ (GPSR)

Mit dem BFSG und der neuen GPSR wird der digitale Handel regulatorisch neu gefasst. Neben Online-Shops können auch andere Online-Tools auf Webseiten betroffen sein, die auf einen Vertragsschluss gerichtet sind.

» Mehr zum BFSG ab Seite 24 und zur GPSR ab Seite 30.

7. ESG & NACHHALTIGKEITSAUFORDERUNGEN

Autohäuser, insbesondere solche mit Lieferkettenbezug, müssen sich mit ESG-Vorgaben auseinandersetzen. Neue Berichtspflichten – etwa durch die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) oder das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) – betreffen nicht nur Hersteller, sondern zunehmend auch den Handel.

Die Vielzahl an rechtlichen Anforderungen verlangt nach einem für das eigene Unternehmen übergreifenden Ansatz – und nach hervorragender Expertise. Diese können sich TECHNO Gesellschafter jederzeit über die eigene Kooperation ins Haus holen. Zum Beispiel mit der Kanzlei WGW Rechtsanwälte, die auf Verbundgruppen und Autohäuser spezialisiert ist.

Welchen Mehrwert der direkte Zugang zu rechtlicher Expertise über TECHNO hat und in welchen Bereichen WGW Rechtsanwälte Gesellschafter beraten kann, erfahren Sie auf den nächsten Seiten.

KLARE ANTWORTEN FÜR KOMPLEXE MÄRKTE.

WGW RECHTSANWÄLTE: MASSGESCHNEIDERTE RECHTSBERATUNG FÜR TECHNO UND GESELLSCHAFTER.

In einer komplexen Verbundgruppenlandschaft wie **TECHNO** braucht es Partner, die Prozesse, Rahmenbedingungen und Strategien nicht nur verstehen, sondern sie aktiv mitgestalten. Mit über 35 Jahren Erfahrung bietet **WGW Rechtsanwälte** umfassende Dienstleistungen, die unter anderem auf die spezifischen Bedürfnisse von Verbundgruppen und Autohäusern zugeschnitten sind – vom IT-Recht über Vertragsrecht bis hin zu Urheber-, Medien- und Markenrecht sowie den Bereichen Datenschutz und Compliance.

Die Wirtschaftskanzlei mit Sitz in Bochum zeichnet sich nicht nur durch ihre tiefgreifende Branchenkenntnis aus, sondern vor allem durch ihren fachübergreifenden Ansatz zur Integration verschiedener Rechtsgebiete. So kann sie **TECHNO** und **TECHNO** Gesellschaftern ganzheitliche Lösungen durch eine schnelle und effiziente Bearbeitung bieten, denn zu jedem Anliegen wird **TECHNO** von spezialisierten Fachanwälten beraten, die sachgebietsübergreifend zusammenarbeiten.

Durch die enorme Kenntnis der Interessenlagen von **TECHNO**, Dienstleistern und Lieferanten bietet **WGW** einen nicht unerheblichen Verhandlungsvorsprung.

Mit einem betreuten Handelsvolumen von 150 Milliarden Euro in der Zentralregulierung und -fakturierung ist **WGW** ein verlässlicher Partner für seine Mandanten. Sowohl in Bezug auf die rechtliche Expertise als auch die strategische Beratung, um Wirtschaftlichkeit und Effizienz zu steigern. Die innovative und praxisorientierte Beratung und Vertretung der Mandanten ist für **WGW** von besonderer Bedeutung.

HABEN SIE FRAGEN ODER EIN KONKRETES ANLIEGEN? WGW Rechtsanwälte berät Sie gerne.



ALEXANDER WAGNER

Partner bei WGW, Fachanwalt für IT-Recht und gewerblichen Rechtsschutz

» Tätigkeitsschwerpunkte: IT-Recht, gewerblicher Rechtsschutz (Wettbewerbs- und Kartellrecht), Urheber-, Medien- und Markenrecht sowie E-Commerce und Handel

» Besondere Expertise in der Umsetzung und Lösung komplexer rechtlicher Fragestellungen in der Verbundgruppenstruktur mit und ohne Zentralregulierung
E: alexander.wagner@wgw.law



ANDREAS GRÜNSTERN

Partner bei WGW, Fachanwalt für IT-Recht

» Tätigkeitsschwerpunkte: gewerblicher Rechtsschutz (Marken-, Patent- und Designrecht), Urheberrecht und Wettbewerbsrecht (von Vertragsgestaltung bis hin zu Gerichtsverfahren)

E: andreas.gruenstern@wgw.law



FABIAN KLUBERT

Rechtsanwalt

» Tätigkeitsschwerpunkte: IT-Recht und allgemeines Zivilrecht, einschließlich E-Commerce- und Wettbewerbsrecht

E: fabian.klubert@wgw.law

» wgw.law

DIE KOMPETENZEN VON WGW RECHTSANWÄLTE:

IT-RECHT

Mit **WGW** steuern **TECHNO** Gesellschafter die eigene digitale Transformation strukturiert: Bei IT-Beschaffung, komplexen Software-Vorhaben, Kooperationsverträgen oder Cloud-Lösungen entwickelt die Kanzlei Verträge und Strategien, die operabel und langfristig tragfähig sind.

- » Cloud-Computing und Hosting
- » Software as a Service (SaaS)
- » IT-Outsourcing und agile Vertragsmodelle
- » AGB-Gestaltung für Webshops, Apps und Plattformen
- » Service-Level-Agreements (SLA), ERP- und DMS-Systeme
- » Software-Überlassung und -Anpassung
- » Escrow-Verträge

DATENSCHUTZ

Zu nationalen wie internationalen Fragestellungen rund um das Thema Datenschutz bietet **WGW** umfassende Beratung – angefangen bei Behördenverfahren bis hin zur Begleitung bei Prüfungen durch Landesdatenschutzbehörden.

- » DSGVO- und BDSG-konforme Vertragsgestaltung
- » Datenschutz-Audits und Compliance-Konzepte
- » Unterstützung bei Meldepflichten (Art. 33 DSGVO)
- » Datenschutzrechtliche Behördenverfahren
- » Enge Zusammenarbeit mit externen technischen Sachverständigen und der Fachhochschule Südwestfalen

GEWERBLICHER RECHTSSCHUTZ

WGW begleitet **TECHNO** Gesellschafter bei der rechtlichen Absicherung ihrer Marktpräsenz und unterstützt bei der Durchsetzung von Marken-, Design- und Wettbewerbsrecht – insbesondere mit Blick auf das digitale Marketing.

- » Markenrecht und Markenstrategie (DE, EU, international)
- » Design- und Geschmacksmusterrecht
- » Wettbewerbs- und E-Commerce-Recht
- » Prüfung von Werbemaßnahmen und Kampagnen
- » Lizenzverträge und Domainstreitigkeiten

E-COMMERCE UND HANDEL

Die Beratung durch **WGW** berücksichtigt aktuelle Entwicklungen der Digitalisierung und zielt auf praxiserprobte, skalierbare Lösungen für dynamische Märkte.

- » Lieferverträge und Rahmenvereinbarungen
- » Vertriebs- und Kooperationsmodelle
- » Digitalisierung im Handelsrecht
- » Interdisziplinäre Verhandlung und Schiedsverfahren

URHEBER- UND MEDIENRECHT

Dank der langjährigen Erfahrung im Bereich Software-Urheberrecht sowie der Gestaltung von Lizenz- und Agenturverträgen profitieren Mandanten von fundierter Beratung in Fragen der Nutzungsrechte, digitalen Geschäftsmodelle und im Bereich Reputationsschutz – auch in gerichtlichen Auseinandersetzungen.

- » Urheberrecht für Software, Design, Fotografie und Medien
- » Nutzungs- und Lizenzverträge
- » Agenturverträge und Werbekooperationen
- » Reputationsmanagement und Schutz der Außenwirkung
- » Vertretung in Urheberrechtsstreitigkeiten

LESETIPP: INTERVIEW ZU URHEBERRECHT UND KI
Fachanwalt Alexander Wagner spricht mit **TECHNO** über das vielschichtige Urheberrecht, das aufgrund von KI neues Gewicht erhält – und über das, was Unternehmer im Umgang mit KI beachten müssen.

» Mehr ab Seite 14.

COMPLIANCE

Sowohl bei der Implementierung von Compliance-Systemen – unter Berücksichtigung branchenspezifischer Anforderungen – als auch bei Schulungen, internen Meldestellen und Verhaltensrichtlinien unterstützt **WGW** **TECHNO** Gesellschafter.

- » Aufbau von Compliance-Management-Systemen
- » Code of Conduct und unternehmensinterne Regelwerke
- » Schulungen für Einkauf, Vertrieb und Führungskräfte
- » Umsetzung der Whistleblower-Richtlinie
- » Kartellrecht und Datenschutz als Compliance-Bestandteil

§ EXPERTENBEITRAG WGW*

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IM AUTOHAUS: CHANCEN NUTZEN – RISIKEN KENNEN.

WIE DIE POTENZIALE VON KI UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DER RECHTLICHEN RISIKEN EFFEKTIV GENUTZT WERDEN KÖNNEN.

Digitale Assistenten, Erstellung von Content, Analyse oder Erstellung von Preiskalkulationen, Chat- und Voicebots im Kundenkontakt – was vor wenigen Jahren noch nach Zukunftsmusik klang, ist heute vielerorts im Autohaus bereits Realität. Künstliche Intelligenz (KI) hält in rasantem Tempo Einzug in nahezu alle Branchen – auch in den Autohandel. KI kann Arbeitsprozesse effizienter gestalten, das Kundenerlebnis verbessern und neue Umsatzpotenziale erschließen.

Der Einsatz von KI ist jedoch nicht nur eine Frage der Innovation, sondern auch der rechtlichen Verantwortung. Dabei begründet die Nutzung von KI auch immer ein potenzielles Haftungsrisiko. Mit der neuen EU-KI-Verordnung kommen konkrete gesetzliche Anforderungen auf Unternehmen zu. Wer diese ignoriert oder unterschätzt, riskiert empfindliche Strafen. Aber auch viele andere Rechtsbereiche wie Urheberrecht, Datenschutzrecht, Geschäftsgeheimnisschutz oder Arbeitsrecht bilden einen rechtlichen Rahmen.

I. RISIKEN ERKENNEN

» GENERATIVE KI ZWISCHEN INNOVATION UND HAFTUNGSFALL

KI-Systeme befinden sich in einem Spannungsfeld verschiedenster gesetzlicher Regelungsbereiche. Besonders im Bereich generativer KI (z. B. Bild- oder Texterstellung) sind die Anforderungen des Urheberrechts zu berücksichtigen.

Da die »interne Entscheidungsfindung« von KI-Systemen für Nutzer nicht transparent ist, besteht das Risiko, dass generierte Outputs urheberrechtlich geschützt sind. Denn: **KI lernt mit urheberrechtlich geschützten Inhalten.** Werden Trainingsinhalte dem Ursprungswerk entsprechend (oder zumindest sehr ähnlich) als Output ausgeworfen, begeht der Verwender durch die Nutzung dieses Outputs eine Urheberrechtsverletzung. Die Folge können Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche des Urhebers sein. Risiken können auch bestehen, wenn die KI geschützte Markenzeichen oder andere urheberrechtlich geschützte Motive nachahmt.

Zudem stellt sich die Frage, ob ein Bild, das zum Beispiel eine Marketingabteilung mittels KI generiert, urheberrechtlich geschützt ist. In der Regel ist dies mangels einer geistigen Schöpfungshöhe zu verneinen. Da KI-Outputs also im Wesentlichen nicht schutzfähig sind, führt dies dazu, dass jeder das erstellte Bild nutzen kann, ohne gegen die Rechte des Erstellers zu verstoßen. **Jeder Wettbewerber kann daher ein von Ihnen erzeugtes Bild für eigene Zwecke nutzen, ohne dass Sie diese Nutzung untersagen können.**

§ ANWENDUNGSBEISPIELE:

- » Chat- und Voicebots für Kundenkommunikation
- » Erstellung von Werbematerialien und -texten
- » Automatisierte Preisberechnung
- » Analyse von Datensätzen
- » Generative KI zur Erzeugung von Marketingmaterialien
- » Unterstützung der HR-Abteilung

Mit großer Wahrscheinlichkeit wird sich KI über die nächsten Jahre auch in weiteren Bereichen des Autohandels wiederfinden. In diversen und individualisierten Funktionen. Schließlich bietet KI dank ihrer »Lernfähigkeiten« vielfältige Einsatzmöglichkeiten.

Neben urheberrechtlichen Fragestellungen bestehen wettbewerbsrechtliche Risiken, z. B. wenn der von der KI ausgegebene Text (wie Werbe-Mail oder Produktbeschreibung) irreführende Aussagen enthält, die abmahnfähig sind.

TIPP: Prüfen Sie, ob generierte Inhalte vor ihrer Verwendung intern freigegeben werden sollten. Die Verantwortung liegt beim veröffentlichenden Unternehmen.

ACHTUNG:

Auch wenn Ihr Unternehmen selbst keine KI nutzt, können Sie Haftungsrisiken ausgesetzt sein. So ist es denkbar, dass beauftragte Dienstleister (z. B. Werbeagenturen) ihrerseits Inhalte durch KI generieren und Ihnen diese ohne Hinweis auf den Ursprung bereitstellen. Hier gilt es, auch in der Vertragsgestaltung mit den jeweiligen Vertragspartnern Risiken zu erkennen und diese zu adressieren.



*Expertenbeitrag – für die Inhalte zeichnet sich WGW Rechtsanwälte verantwortlich. Die Informationen dienen lediglich allgemeinen Informationszwecken und stellen keine Rechtsberatung dar.

§ PRAXISBEISPIEL:

EIN CHAT- UND VOICEBOT MACHT EIN PREISVERSprechen.

Ein Autohaus setzt einen KI-gestützten Chat- und Voicebot ein, der Interessenten online berät. Ein Kunde fragt nach einem Leasing-Angebot für ein bestimmtes Modell. Der Bot antwortet und nennt eine attraktive Monatsrate – allerdings auf Basis veralteter Daten. Das reale Angebot liegt deutlich höher. Der Kunde beruft sich später auf das »versprochene« Angebot.

HIER STELLEN SICH GLEICH MEHRERE RECHTLICHE FRAGEN:

- » Liegt ein bindendes Angebot vor?
- » Wer haftet für den Fehler des Bots?
- » Wurde der Kunde ausreichend darüber informiert, dass er mit einer KI spricht?
- » Wurden die Daten korrekt und DSGVO-konform verarbeitet?

» RISIKO FÜR GESCHÄFTS-GEHEIMNISSE UND DATENSCHUTZ

KI-Anbieter nutzen die Eingaben in der Regel, um die KI weiter zu verbessern. Die Eingaben können also Teil eines neuen Datensatzes werden. Dies ist problematisch, wenn Mitarbeiter Geschäftsgeheimnisse in ein KI-System eingeben.

So sollen Ingenieure eines großen Technologieunternehmens nach Freigabe der Nutzung von ChatGPT innerhalb kürzester Zeit große Teile des Quellcodes der firmeneigenen Software in ChatGPT eingegeben haben, um Optimierungsvorschläge zu erhalten.

Eine ähnliche Problematik besteht, wenn personenbezogene Daten in KI-Systeme eingegeben werden. Denn dabei handelt es sich um eine Datenverarbeitung im Sinne der DSGVO, für die eine Rechtsgrundlage vorliegen muss. Daneben erfolgt regelmäßig eine Übermittlung der personenbezogenen Daten in Drittländer (z. B. bei US-Anbietern wie OpenAI), die datenschutzrechtlich besonders zu berücksichtigen ist.

HINWEIS:

Es sollten weder personenbezogene Daten noch Geschäftsgeheimnisse ohne Weiteres in KI-Systeme eingegeben werden. Auch dafür sollten Mitarbeiter sensibilisiert werden.



» PRAXISFALL: LANDGERICHT KIEL ZUR HAFTUNG FÜR KI-OUTPUT

Die Risiken der Nutzung von KI-generierten Outputs verdeutlicht das Urteil des Landgerichts Kiel (Urteil vom 29.02.2024 – Az. 6 O 151/23).

Das beklagte Unternehmen ist Betreiberin einer Plattform, auf der über eine Suchfunktion Wirtschaftsinformationen deutscher Unternehmen abrufbar sind. Diese Informationen werden den Veröffentlichungen aus öffentlichen Registern (z. B. dem Bundesanzeiger, Handelsregister und Insolvenzregister) entnommen und mithilfe einer KI-basierten Software voll automatisiert analysiert, die Daten werden vernetzt und dem Nutzer übersichtlich dargestellt. In einem Fall führte die KI jedoch Informationen falsch zusammen und veröffentlichte diese automatisiert. Dabei wurde angegeben, dass die Löschung des Unternehmens der Klägerin wegen Vermögenslosigkeit beabsichtigt sei. Die durchaus solvente Klägerin nahm die Beklagte daraufhin auf Unterlassen der unzutreffenden Behauptung in Anspruch.

Das Landgericht entschied, dass die Beklagte sich nicht darauf berufen könne, an dem automatisierten Vorgang nicht beteiligt gewesen zu sein, da sie sich bewusst zur Beantwortung der Suchanfragen ihrer Nutzer einer künstlichen Intelligenz bedient habe. Das Gericht verurteilte die Beklagte daher dazu, es zu unterlassen, die unwahre Bewertung zur Vermögenslosigkeit der Klägerin zu veröffentlichen und diese zu löschen.

Dadurch wird deutlich:

Ausschließlich das veröffentlichende Unternehmen selbst haftet für falschen KI-Output.

II. DIE KI-VERORDNUNG DER EU

Mit der KI-Verordnung hat die Europäische Union im Jahr 2024 den weltweit ersten umfassenden Rechtsrahmen für den Einsatz von künstlicher Intelligenz geschaffen. Ziel ist es, Innovation zu fördern, zugleich aber Risiken für Grundrechte, Sicherheit und gesellschaftliche Werte zu begrenzen.

Im Zentrum der KI-Verordnung steht ein risikobasierter Ansatz. KI-Systeme werden in Risikoklassen eingeteilt:

- 1. Verbotene Praktiken:** KI-Systeme, die erhebliche Gefahren für freie Willensbildung oder die Persönlichkeits-sphäre von Personen schaffen oder die der Überwachung von Person dienen, sind verboten.
- 2. Hochrisiko-KI:** Hierzu können KI-Systeme zählen, die in sensiblen Bereichen wie Bildung, kritischer Infrastruktur oder dem Personalbereich eingesetzt werden. Auch KI zur Bewertung von Kreditwürdigkeit oder Bewerberauswahl kann unter den Bereich der Hochrisiko-KI fallen. Diese Systeme unterliegen strengen Anforderungen hinsichtlich Transparenz, Sicherheit und Dokumentation.
- 3. Bestimmte KI-Systeme mit begrenztem Risiko:** Dazu gehören etwa KI-Systeme mit Interaktionsfunktion, die kennzeichnungspflichtig sind – wie Chat- und Voicebots. Denkbar ist auch die Verwendung von Deepfakes für Schulungen oder Kundenansprache im Unternehmen.
- 4. Andere KI-Systeme:** KI-Systeme ohne relevante Auswirkungen auf Grundrechte unterliegen keinen besonderen Auflagen.

Während verbotene KI-Praktiken für Autohäuser in den meisten Fällen nicht relevant sein dürften, kommt der Einsatz von Hochrisiko-KI durchaus in Betracht. Insbesondere im Bereich des Personalwesens handelt es sich um einen fließenden Übergang von »normaler« KI zu Hochrisiko-KI.

Eine Hochrisiko-KI liegt insbesondere vor, wenn KI-Systeme, die »bestimmungsgemäß für die Einstellung oder Auswahl natürlicher Personen verwendet werden sollen, insbesondere um gezielte Stellenanzeigen zu schalten, Bewerbungen zu sichten oder zu filtern und Bewerber zu bewerten« (vgl. Anhang III zur KI-VO) genutzt werden. Da mit der Verwendung von Hochrisiko-KI weitere Pflichten entstehen (u. a. menschliche Kontrolle, Transparenzpflichten, Risikoabschätzung etc.), ist hier besondere Vorsicht geboten.



Achtung bei zweckfremder Nutzung der KI durch Mitarbeiter!

Die KI-Verordnung stellt zudem darauf ab, zu welchen Zwecken eine KI verwendet wird. Dabei birgt eine Zweckänderung das Risiko einer Einstufung als Hochrisiko-KI. Dies kann anzunehmen sein, wenn ein Unternehmen seinen Mitarbeitern ein KI-gestütztes Lernsystem zur Verfügung stellt. Dieses System ist als persönlicher Lernassistent konzipiert. Es analysiert Lernverhalten, empfiehlt Weiterbildungskurse und gibt individuelles Feedback. Das System wurde gemäß Herstellerdokumentation nicht für Leistungsüberwachung oder Personalbeurteilungen entwickelt oder zertifiziert. Ein Vorgesetzter nutzt das KI-System dennoch dazu, Leistungsprofile der Mitarbeiter zu erstellen, indem er die Nutzungsdaten (z. B. Lernzeiten, Anzahl abgeschlossener Module, Interaktionen mit der KI) auswertet und aufgrund dieser über die Beförderung von Mitarbeitern entscheidet.

» EGAL UM WELCHE KI-KATEGORIE ES SICH BEI DEN VERWENDETEN KI-SYSTEMEN HANDELT, EINE VERPFLICHTUNG SCHWEBT ÜBER ALLEM. «

Unternehmer müssen für eine ausreichende KI-Kompetenz in ihrem Unternehmen sorgen. Diese Verpflichtung gilt bereits seit dem 2. Februar 2025. Alle Unternehmer müssen daher sicherstellen, dass Personen, die mit der Nutzung von KI-Systemen befasst sind, über ein ausreichendes Maß an KI-Kompetenz verfügen (vgl. Art. 4 KI-VO). Dies setzt im Ergebnis also Mitarbeiterschulungen voraus.

III. FAZIT: KI NUTZEN, RISIKEN MINIMIEREN

Der Einsatz von künstlicher Intelligenz kann für Autohäuser ein echter Wettbewerbsvorteil sein – wenn die rechtlichen Rahmenbedingungen beachtet werden. Anforderungen an die Risikominimierung ergeben sich dabei aus verschiedensten Rechtsbereichen.

Um Haftungsrisiken möglichst zu reduzieren, sollten Unternehmen klare Vorgaben für den Umgang mit KI definieren, indem eine KI-Richtlinie diese definiert. Mitarbeiter sollten zudem geschult und vorhandene KI-Systeme bewertet werden (= KI-Compliance).

SANKTIONEN BEI VERSTOSS GEGEN DIE KI-VERORDNUNG

Abhängig von der Art des Verstoßes bis zu 35 Millionen Euro oder 7 % des weltweiten Jahresumsatzes (je nachdem, was höher ist).



Expertenbeitrag – für die Inhalte zeichnet sich WGW Rechtsanwälte verantwortlich. Die Informationen dienen lediglich allgemeinen Informationszwecken und stellen keine Rechtsberatung dar.

§ CHECKLISTE:

SO IDENTIFIZIEREN SIE KI-RISIKEN IN IHREM UNTERNEHMEN:

- Bestehen dokumentierte Vorgaben zur Auswahl und Bewertung von KI-Systemen?
- Gibt es Vorgaben, die regeln, welche KI-Systeme von Mitarbeitern zu welchen Zwecken verwendet werden dürfen?
- Wurde bereits eine Schulung der Mitarbeiter zur KI-Nutzung gemäß Art. 4 KI-VO durchgeführt?
- Analyse von Datensätzen?
- Besteht eine dokumentierte Übersicht aller eingesetzten KI-Systeme?
- Wurde die Risikokategorie nach der KI-VO für jedes verwendete KI-System bestimmt?
- Nutzt die HR-Abteilung KI? Handelt es sich um eine Hochrisiko-KI?
- Wurden für Hochrisiko-KI-Systeme geeignete Maßnahmen zur Risikominimierung getroffen?
- Werden generierte Inhalte vor der Veröffentlichung geprüft?
- Ist sichergestellt, dass bei der Verwendung von KI keine Geschäftsgeheimnisse weitergegeben werden?

FUNDIERTE KI-EMPFEHLUNGEN FÜR TECHNO GESELLSCHAFTER.

Nahezu jeder Anbieter betont heute, dass seine Lösungen auf KI basieren oder durch KI unterstützt werden. Doch wie viel Substanz steckt dahinter – und hinter den versprochenen Effizienz- und Automatisierungsvorteilen für Autohäuser?

Um technischen und prozessualen Fragestellungen rund um KI nachzugehen, hat TECHNO eine interne KI-Kompetenz eingerichtet: Fachspezifische Personen beurteilen ausgewählte KI-Anwendungen systematisch – mit Blick auf Effizienzsteigerung und Prozessvereinfachung.

KONTAKT

MAIKE BÜNTEMEYER

TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION
E: maike.buentemeyer@techno-kooperation.de
T: +49 40 526 099 155
M: +49 151 141 185 05

THINKNEXT 2.0

DIE ZUKUNFTSPLATTFORM

EXECUTIVE CIRCLE

Begrenzt
Kontingent

SAVE THE DATE: EXKLUSIVES WORKSHOP-EVENT

19. BIS 22. APRIL 2026

»CASTILLO SON VIDA, MALLORCA«

Nach dem großen Erfolg in 2024 werden wir uns in 2026 im Kreise der Inhaber und Geschäftsführer unserer Gesellschafter zum exklusiven Austausch auf Mallorca wiedersehen.

Weitere Details erhalten Sie mit Ihrer offiziellen Einladung.



» KI BRAUCHT MENSCHLICHE AUFSICHT. «



Ein Interview mit Rechts- und Fachanwalt **Alexander Wagner**, Experte für IT-Recht und Datenschutz bei WGW.

Beginnen wir allgemein: Warum ist das Thema KI für den Autohandel juristisch relevant?

Alexander Wagner: »KI-Systeme führen zu einer enormen Effizienzsteigerung und sind in der Regel absolut anwenderfreundlich. KI wird daher bereits von zahlreichen Unternehmen bei der täglichen Arbeit genutzt, ohne dass zuvor die rechtlichen Risiken und gesetzlichen Anforderungen berücksichtigt wurden. Dies gilt insbesondere, wenn Mitarbeiter z. B. ChatGPT in »Eigenregie« nutzen. Dadurch entstehen hohe Risiken. **Es geht natürlich nicht darum, die KI-Nutzung im Unternehmen zu bremsen, aber der Unternehmensleitung und den relevanten Mitarbeitern sollten die Risiken bekannt sein.** Man kann das Risiko dann durch begleitende rechtliche Maßnahmen verringern. Denn die KI-Verordnung sieht teilweise Geldbußen von bis zu 35 Millionen Euro bzw. 7% des Jahresumsatzes vor.«

Wo sehen Sie aktuell die größten rechtlichen Risiken für Autohäuser im digitalen Raum? Wo sollte genauer hingeschaut werden?

Alexander Wagner: »Zentral sind hier vor allem Fragen der Haftung und des Urheberrechts. Zudem ist auch der Datenschutz betroffen, sobald personenbezogene Daten, etwa Kundendaten oder Daten von Mitarbeitern, verarbeitet werden. Dies gilt entsprechend für Geschäftsgeheimnisse.«

Wer haftet bei Fehlern einer KI?

Alexander Wagner: »Die Haftung trifft nicht die KI selbst, sondern den Verwender von KI-Output, in diesem Fall das Autohaus. Es gibt bereits erste Urteile, die den Verwender als Verantwortlichen für falschen KI-Output bewerten. Beispielsweise die Veröffentlichung einer falschen KI-generierten Bonitätsbewertung. Dies ist rechtlich auch nicht überraschend, da der Verwender über die Nutzung entscheidet. Regressansprüche gegen den Anbieter des KI-Systems, also z. B. OpenAI, sind zwar abstrakt vorstellbar, werden jedoch aus diversen Gründen nicht realisierbar sein. Ein Unternehmen, das KI verwendet, sollte sich dieses Haftungsrisikos daher bewusst sein und Mitarbeiter entsprechend sensibilisieren.«

Einer der häufigsten Anwendungsfälle ist bereits jetzt das Marketing. Aber auch die Verwendung von KI-Systemen in den Personalabteilungen nimmt rasant zu. Dabei gibt es Systeme zu Recruiting, Personalmanagement oder Personalplanung. Was ist hier zu beachten?

Alexander Wagner: »Im Marketingbereich besteht teilweise bereits ein Grundverständnis für die Risiken und Anforderungen, da generative KI-Systeme auch im öffentlichen Diskurs viel mehr Beachtung finden. Anders ist dies im HR-Bereich, obwohl dieser vom europäischen Gesetzgeber als besonders sensibler Bereich betrachtet wird. **Die KI-Verordnung enthält diesbezüglich sogar explizite Verbote wie die Emotionserkennung am Arbeitsplatz.** Daneben können KI-Systeme im HR-Bereich aber auch als Hochrisiko-KI einzustufen sein, die besondere Verpflichtungen des Unternehmens begründen.«

» DER EINSATZ VON KI SOLLTE FRÜHZEITIG GEPLANT, RISIKEN SOLLTEN ERKANNT UND BEWERTET WERDEN. «

Haben Sie ein Beispiel dafür?

Alexander Wagner: »Nehmen wir ein KI-System, das die Mitarbeiterdaten analysiert und auf dieser Basis Empfehlungen trifft, die den Entscheidern eine Hilfestellung geben sollen, welcher Mitarbeiter eine bestimmte Position oder ein bestimmtes Projekt erhält. Hier kann man, je nach konkreter Ausgestaltung, von einer Hochrisiko-KI ausgehen. Die Grenzen sind hier fließend, sodass man sich jedes KI-System im Einzelfall ansehen muss.«

» DIE RISIKEN DER KI MÜSSEN DEM UNTERNEHMEN UND DEN MITARBEITERN BEKANNT SEIN. «

Was folgt aus der Einstufung als Hochrisiko-KI?

Alexander Wagner: »In diesem Fall bestehen zahlreiche weitere Pflichten. So müssen technische und organisatorische Maßnahmen getroffen werden, durch die sichergestellt wird, dass die Systeme nur so wie vom Anbieter vorgesehen verwendet werden. **Es muss eine menschliche Aufsicht über KI-Systeme erfolgen, und es gibt zahlreiche weitere Kontroll-, Informations- und Transparenzpflichten.** Auch eine Datenschutzfolgeabschätzung kann erforderlich sein.«

Es werden immer mehr KI-gestützte Chat- und Voicebots zur Beantwortung von Kundenanfragen verwendet. Wie sind diese aus datenschutzrechtlicher Sicht zu bewerten?

Alexander Wagner: »In aller Regel wird damit eine Verarbeitung von personenbezogenen Daten verbunden sein. Es ist also eine Rechtsgrundlage erforderlich, die von der Intensität der Bearbeitung abhängig sein kann. Denkbar ist zunächst eine Einwilligung des Nutzers, aber in Abhängigkeit von der Funktion des Chat- und Voicebots auch eine Rechtfertigung aufgrund einer Vertragsanbahnung. Dabei ist auch zu berücksichtigen, ob die Daten später für Trainingszwecke genutzt werden sollen.

Zudem muss der Verantwortliche sicherstellen, dass die Datenverarbeitung transparent erfolgt – dies sollte also in der jeweiligen Datenschutzerklärung berücksichtigt werden. Es stellt sich auch immer die Frage der Verantwortlichkeit, die

in der Regel zunächst beim Unternehmer selbst liegt. Problematisch ist zudem, dass die Daten an Anbieter mit Sitz in Drittländern wie den USA übermittelt werden. Auch dies muss, was indessen durch Bewertung der rechtlichen Voraussetzungen auch möglich ist, im Einklang mit der DSGVO erfolgen. **Abgesehen vom Datenschutz muss zudem offengelegt werden, dass der Nutzer mit einer KI interagiert.**«

Abschließend: Was ist Ihr wichtigster Tipp für Autohäuser, die digital durchstarten wollen, aber rechtlich sicher bleiben möchten, speziell in Hinblick auf KI?

Alexander Wagner: »Frühzeitig planen, Risiken erkennen und bewerten. Dann ist es wichtig, dass die Mitarbeiter im Umgang mit den eingesetzten KI-Tools geschult werden. **Ein internes KI-Konzept und rechtliche Begleitung bei der Auswahl und Bewertung von Tools helfen, die Chancen der Technologie sicher zu nutzen.**«

Herr Wagner, vielen Dank für Ihre Zeit!

KONTAKT

ALEXANDER WAGNER

WGW WAGNER Rechtsanwälte

E: alexander.wagner@wgv.law

T: + 49 234.588 440 0

» [wgv.law](https://www.wgv.law)



§ EXPERTENBEITRAG WGW*

IT-VERTRÄGE IM AUTOHAUS.

VIelfältige Vertragstypen, wichtige Unterschiede
und zwei Beispiel-Urteile aus der Praxis.

Was ist eigentlich »IT-Vertragsrecht«? Werden Geschäftsräume gemietet, gibt das Gesetz einen rechtlichen Rahmen für Mietverträge. Wird ein Fahrzeug verkauft, gelten die gesetzlichen Regelungen zum Kaufrecht. Was aber gilt bei der Anschaffung von ERP-Systemen oder Buchhaltungs-Software? Was gilt, wenn gegen monatliche Zahlungen ein Cloud-Speicher bereitgestellt wird oder eine Software direkt über den Browser genutzt werden kann? Und was schuldet der Anbieter? Wo liegen die Fallstricke? Dieser Artikel gibt Ihnen einen Überblick über wichtige Aspekte des IT-Vertragsrechts.

Software einführen, Daten systematisch verwalten, digitale Prozesse abbilden: IT-Projekte gehören heute zum Alltag im Autohaus – vom Werkstattmanagement über CRM bis hin zu cloudbasierten Plattformlösungen. Genauso komplex wie manche IT-Projekte sind dabei ab und an die rechtlichen Dimensionen. Werden hier Verträge schlecht formuliert, können wirtschaftliche und rechtliche Risiken entstehen. Das saubere Aufsetzen eines IT-Projekts beginnt folglich nicht mit der Technik, sondern mit dem richtigen Vertrag. Dabei sollten insbesondere Leistungsumfang, Vergütung, Gewährleistung und Haftung geregelt werden. Denn: Mit einer rechtlich »sauberen« Regelung steht und fällt die Durchsetzbarkeit von Ansprüchen im Streitfall.

WERKVERTRAG VS. DIENSTVERTRAG – ODER »ER WAR STETS BEMÜHT«

Anders als in anderen Bereichen gibt es kein gesetzliches »IT-Vertragsrecht«, das explizite Regelungen für IT-Verträge vorsieht. Vielmehr werden, je nach Vertrag, die allgemeinen gesetzlichen Vorschriften des Kaufrechts, Mietrechts, Werkvertragsrechts oder Dienstleistungsrechts herangezogen. Dies führt zu zahlreichen rechtlichen Unsicherheiten. Denn: Wird etwas nicht ausdrücklich im Vertrag geregelt, so kann schnell Streit darüber entstehen, welche gesetzlichen Regelungen für die konkrete Situation Anwendung finden sollen.

Stellen Sie sich vor, Sie bringen Ihr Auto in die Werkstatt, um einen Reifenwechsel vornehmen zu lassen. Als Sie Ihr Auto wieder mitnehmen wollen, sind nur drei der vier Reifen aufgezogen und nur die Hälfte der Schrauben wieder angebracht. Die Werkstatt ist jedoch der Meinung, dass alles vertragsgemäß durchgeführt wurde. Schließlich sei nicht vereinbart worden, dass der Reifenwechsel auch gelingen müsse, und sie habe sich bemüht, die Reifen richtig zu wechseln; mehr könne man ja wohl nicht verlangen. Würden Sie die Rechnung zahlen? Wohl nein. Ein Gericht würde Ihnen in diesem Fall auch mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit recht geben.

Im IT-Bereich kann man jedoch schnell eine böse Überraschung erleben. Denn anders sah dies das OLG Frankfurt in einem Verfahren, dass die Programmierung von Schnittstellen zum Gegenstand hatte.



Dazu zunächst einen Schritt zurück: Rechtlich kann zwischen einem Werkvertrag und einem Dienstvertrag unterschieden werden. Im Rahmen eines Werkvertrags schuldet der Auftragnehmer stets den Erfolg seiner Leistung. Tritt dieser Erfolg nicht ein, bestehen Ansprüche des Auftraggebers gegen den Auftragnehmer. Werden im Rahmen eines Reifenwechsels nur drei Reifen aufgezogen, können Sie von der Werkstatt verlangen, auch den vierten Reifen aufzuziehen (= Werkvertrag). Anders ist dies bei einem Dienstleistungsvertrag. Hier ist nur ein Bemühen geschuldet. Tritt der Erfolg nicht ein, hat der Auftraggeber eben »Pech gehabt«. Dagegen gibt es auch Anwendungsbereiche, in denen Dienstverträge üblich sind. Beauftragen Sie einen externen Marketingberater, so können Sie am Ende nicht Ihr Geld zurückverlangen, wenn der erhoffte Erfolg einer Kampagne ausbleibt (= Dienstvertrag).

Die Einstufung eines Vertrags als Werk- oder Dienstvertrag ist also entscheidend, wenn es darum geht, ob dem Auftraggeber Gewährleistungsrechte zustehen oder ob er eine vereinbarte Vergütung zahlen muss, obwohl das Ergebnis nicht den Erwartungen entspricht.

Im Falle des OLG Frankfurt stritten die Parteien über folgenden (vereinfachten) Sachverhalt:

Der Auftraggeber hatte zwei Schnittstellenprogrammierungen in Auftrag gegeben. Der Auftragnehmer hatte sodann lediglich eine Programmierung abgegeben, diese war jedoch nicht funktionsfähig. Die zweite Programmierung wurde gar nicht erst beim Auftraggeber abgeliefert. Der Auftraggeber klagte daher auf Rückzahlung einer bereits entrichteten Vergütung, da er keine funktionsfähige Leistung erhalten hatte. Eine Rückzahlung verweigerte der Auftragnehmer, da er der Ansicht war, es sei lediglich ein Bemühen geschuldet gewesen.

Das OLG urteilte, dass es sich um einen Dienstvertrag handle. Dies wurde damit begründet, dass mehrfach der Begriff der

Dienstleistung verwendet wurde und ein geschuldeter Erfolg vertraglich nicht ausreichend definiert wurde. Zudem sei eine Stundenvergütung vereinbart worden, und es handle sich nicht um eine komplette Software, sondern »nur« um eine Schnittstelle.

Auf einen anderen Sachverhalt übertragen hieße dies: Schließt ein Sanitärunternehmen eine Vereinbarung über die Neuverfliesung des Badezimmerbodens als »Dienstleistungsvertrag« und verabredet eine Abrechnung nach Zeit, bestünden nach den Argumenten des OLG keine Gewährleistungsrechte des Auftraggebers, wenn alle Fliesen locker sind. Insbesondere wurde ja »nur« der Boden neu verfliesen und nicht ein gesamtes Bad erbaut. Vor diesem Hintergrund mag das Urteil des OLG Frankfurt durchaus als fragwürdig zu betrachten sein.

Es zeigt jedoch eins: Im Rahmen der Vertragsgestaltung ist ganz genau darauf zu achten, welche gesetzlichen Regelungen Anwendung finden. Andernfalls können IT-Projekte ein finanzielles Fiasko bedeuten, wenn am Projektende kein Arbeitsergebnis vorliegt, jedoch keine weiteren Ansprüche des Auftraggebers bestehen. Wichtig ist es, einen gewünschten Erfolg klar im Rahmen eines sicheren Projektvertrags zu definieren.

Da das OLG von einem Dienstvertrag ausgeht, enthält das Urteil zudem folgenden – im Ergebnis jedoch rechtlich folgerichtigen – Begründungssatz dafür, weshalb der Auftraggeber die bereits geleistete Teilvergütung nicht zurückverlangen kann: »Es dürfte daher nicht genügen, dass die Leistung »völlig unbrauchbar« ist [...] oder dass die Klägerin keine Leistungs-Ergebnisse vorgelegt hat. Vielmehr ist Voraussetzung der Norm eine schuldhaft Pflichtenverletzung.« Es sei jedoch nicht ersichtlich, dass der Auftragnehmer schuldhaft eine Pflicht verletzt hätte. Mit diesem Satz wird das Risiko der Einstufung als Dienstvertrag auf den Punkt gebracht.

*Expertenbeitrag – für die Inhalte zeichnet sich WGW Rechtsanwälte verantwortlich.
Die Informationen dienen lediglich allgemeinen Informationszwecken und stellen keine Rechtsberatung dar.

KLASSISCHE VERTRAGSTYPEN – IM EINSATZ FÜR DEN IT-BEREICH:

1. KAUFVERTRAG

Wenn eine Standardleistung, etwa Software oder Hardware, gegen einen festen Preis überlassen wird. Rechtlich steht die Übergabe und Übereignung im Vordergrund. Gewährleistungsfragen beziehen sich auf die Mangelfreiheit der gelieferten Sache.

2. WERKVERTRAG

Hier wird ein konkreter Erfolg geschuldet – beispielsweise die individuelle Entwicklung einer Software oder Schnittstelle. Die Vergütung ist in der Regel an die Abnahme des fertigen Werks gekoppelt. Im Mittelpunkt steht das Ergebnis, nicht die bloße Tätigkeit.

3. DIENSTVERTRAG

Der Dienstvertrag verpflichtet zur Tätigkeit, nicht zum Erfolg. Typische Fälle sind Supportleistungen, Beratung oder IT-Betrieb. Die Entlohnung erfolgt oft laufend oder auf Stundenbasis. Darum sind hier Haftungsfragen auch anders gelagert als beispielsweise bei einem Werkvertrag.

4. KOMBINIERTE VERTRAGSMODELLE

Viele IT-Projekte bestehen aus mehreren Leistungskomponenten: Entwicklung, Wartung, Hosting oder Schulung. In solchen Fällen spricht man von typengemischten Verträgen. Für die juristische Bewertung gilt jeweils das Recht, das zum betreffenden Leistungsbestandteil passt.

5. WERKLIEFERVERTRAG

Dieser Vertragstyp kombiniert Herstellung und Lieferung – etwa bei individuell konfigurierter Hardware mit aufgespielter Software. Rechtlich finden Regelungen aus dem Kaufrecht Anwendung. Hier ist die konkrete vertragliche Abgrenzung entscheidend.

6. LETTER OF INTENT (LOI)

Der Loi dokumentiert lediglich die Absicht, später einen Vertrag zu schließen – etwa zur Entwicklung einer gemeinsamen Plattform oder App. Rechtlich bleibt ein Loi unverbindlich, wenn keine konkreten Verpflichtungen formuliert werden.

7. NON-DISCLOSURE AGREEMENT (NDA)

Das NDA regelt die Vertraulichkeit von Informationen – insbesondere im Vorfeld von Vertragsverhandlungen. Es dient dem Schutz sensibler Daten und sieht oft Vertragsstrafen oder Regelungen zur Weitergabe vor.

§ EXPERTENBEITRAG WGW*

4 JURISTISCHE KARDINALFEHLER IN IT-PROJEKTEN.

AUF WELCHE FALLSTRICKE TECHNO GESELLSCHAFTER ACHTEN SOLLTEN – WGW RECHTSANWÄLTE KLÄREN AUF.

1. MANGELNDE KOSTENKONTROLLE: WENN DER AUFWAND AUS DEM RUDER LÄUFT

Bei der Umsetzung von IT-Projekten lauert eine oft unterschätzte Gefahr: mangelnde Kostenkontrolle.

Häufig rechnen IT-Dienstleister nach dem Prinzip Time & Material ab. Das bedeutet: Der Auftraggeber bezahlt die tatsächlich aufgewendeten Stunden und Mittel – unabhängig davon, ob das Projekt am Ende teurer wird als geplant. Für den Auftragnehmer ist dieses Modell bequem, für das Autohaus dagegen riskant. Denn ohne feste Preisgrenzen lässt sich schwer abschätzen, welche Gesamtkosten am Ende wirklich entstehen.

Gerade wenn die Projektziele nicht klar definiert sind oder sich Anforderungen im Verlauf ändern, kann das Budget schnell überschritten werden. Hier sollten klare Regelungen zur Vergütung getroffen werden. Wichtig sind dabei insbesondere konkrete Regelungen zu Tätigkeitsreporten, damit der Auftraggeber überhaupt nachvollziehen kann, welche Leistungen der Dienstleister wann und in welchem Umfang erbracht hat. In Projektverträgen können Teilzahlungen an bestimmte Leistungserfolge im Laufe eines Projekts geknüpft werden (»Milestones«). Und: Als Absicherung kann eine Kostenobergrenze vereinbart werden. Bis zu dieser Grenze muss die Leistung vollständig erbracht werden, während darüber hinausgehende Tätigkeiten nur mit ausdrücklicher Zustimmung oder – je nach Vereinbarung – sogar ohne weitere Vergütung zu erbringen sind. So behalten Autohäuser auch bei komplexen IT-Projekten die Kontrolle über Aufwand und Kosten.

2. ZUSAMMENSPIEL VERSCHIEDENER VERTRÄGE

In vielen IT-Projekten kommt es vor, dass einem SaaS-Vertrag, also der Nutzung einer Software über die Cloud, ein separates Setup- oder Implementierungsprojekt vorgeschaltet ist. Das klingt zunächst logisch: Erst wird das System eingerichtet, dann läuft der Software-Betrieb. Doch problematisch wird es, wenn diese beiden Leistungen von unterschiedlichen Unternehmen erbracht werden. Wenn Anbieter A das System einrichtet, während Anbieter B die laufende Software zur Verfügung stellt, entstehen rechtlich zwei eigenständige Verträge. Das kann gravierende Folgen haben. Denn wenn sich das Setup-Projekt verzögert oder sogar scheitert, bleibt der SaaS-Vertrag davon unberührt – er läuft trotzdem weiter. Für das Autohaus bedeutet das: Es muss womöglich monatliche Gebühren für eine Software zahlen, die nicht einsatzbereit ist.

Diese Konstellation ist keine Seltenheit – und sie lässt sich vertraglich absichern. Wichtig ist, dass die Gesamtverantwortung klar geregelt wird: Wer trägt das Risiko, wenn eine vorgelagerte Leistung fehlschlägt? Und was passiert, wenn das Setup nicht rechtzeitig abgeschlossen werden kann? Denkbar ist eine sogenannte »Schicksalsregelung«. Sie verknüpft die beiden Verträge rechtlich miteinander – etwa so, dass der SaaS-Vertrag nur wirksam wird oder weiterläuft, wenn das Setup-Projekt erfolgreich abgeschlossen ist. So wird sichergestellt, dass beide Verträge »gemeinsam stehen und fallen«. Wer solche Abhängigkeiten frühzeitig erkennt und vertraglich sauber gestaltet, schützt sich vor kostspieligen Überraschungen im IT-Projekt.

*Expertenbeitrag – für die Inhalte zeichnet sich WGW Rechtsanwälte verantwortlich. Die Informationen dienen lediglich allgemeinen Informationszwecken und stellen keine Rechtsberatung dar.



3. WENN SUPPORT DOPPELT KOSTET: WARUM PFLEGE GEBÜHREN WÄHREND DER GEWÄHRLEISTUNG OFT ÜBERFLÜSSIG SIND

Nach erfolgreicher Abnahme eines IT-Projekts folgt meist der nächste Schritt: der Abschluss eines Pflege- oder Supportvertrags. Diese Verträge sollen sicherstellen, dass die Software auch nach der Einführung zuverlässig funktioniert und bei Problemen ein Ansprechpartner erreichbar ist. Was nach sinnvoller Absicherung klingt, entpuppt sich in der Praxis jedoch häufig als Kostenfalle. Denn nicht selten sind die Inhalte solcher Verträge zum Nachteil des Kunden gestaltet. So werden etwa Patches und Bugfixes teils als separate Leistungen vermarktet, selbst wenn diese nur der Fehlerbehebung dienen und damit in vielen Fällen zur vertragsimmanenten Pflicht des Anbieters gehören.

Die juristische Grundlage ist dabei klar: Während der Gewährleistungsfrist muss der Anbieter mangelhafte Software auf eigene Kosten nachbessern. Wenn also kurz nach der Abnahme noch Programmfehler auftreten oder eine Funktion nicht wie zugesichert arbeitet, greift die Gewährleistung – unabhängig von einem Pflegevertrag. Ein Beispiel: Wenn Sie einem Kunden ein Fahrzeug verkaufen und kurz darauf sind die Bremsen defekt, darf der Kunde erwarten, dass Sie den Mangel im Rahmen der Gewährleistung kostenlos beheben. Niemand käme auf die Idee, ihm zusätzlich einen »Pflegevertrag« zu verkaufen, nur damit er Anspruch auf die Reparatur erhält (jedenfalls nicht innerhalb der Gewährleistungszeit). Genau das aber passiert bei vielen IT-Projekten – nur dass hier der »Pflegevertrag« oft schon unterschrieben ist, bevor der erste Fehler auftritt.

Besonders bei SaaS-Verträgen (Software as a Service) ist Vorsicht geboten. Hier ist der Anbieter ohnehin verpflichtet, das System stets in einem funktionsfähigen Zustand bereitzustellen. Fehlerbehebung ist somit Teil der laufenden Leistung. Ein separater Update- oder Pflegevertrag ist daher in aller Regel überflüssig – und führt schnell zu Doppelzahlungen, wenn das Autohaus sowohl für die Nutzung als auch für angebliche »Pflegeleistungen« zahlt, die ohnehin geschuldet sind.

Für Autohäuser lohnt sich deshalb ein genauer Blick in die Vertragsunterlagen. Wichtig ist zu prüfen, welche Leistungen im Pflege- oder Supportvertrag tatsächlich zusätzlich erbracht werden sollen. Handelt es sich um echte Mehrleistungen – etwa eine garantierte Reaktionszeit oder individuelle Weiterentwicklungen – oder nur um Leistungen, die bereits gesetzlich geschuldet sind? Wer hier frühzeitig Klarheit schafft und gegebenenfalls nachverhandelt, vermeidet unnötige Ausgaben.

4. LEISTUNGSIHALT

Ein weiteres häufiges Problem in IT-Projekten ist, dass die vereinbarten Leistungsinhalte zu ungenau beschrieben sind. In vielen Verträgen finden sich nur vage Formulierungen wie »Einrichtung eines Systems« oder »Programmierung einer Schnittstelle«, ohne dass klar festgelegt ist, welche konkreten Funktionen, Prozesse oder Ergebnisse tatsächlich geschuldet sind. Das hat gravierende Folgen: Kommt es später zu Unstimmigkeiten über den Leistungsumfang oder die Qualität der Umsetzung, lässt sich kaum noch rechtssicher nachweisen, was genau geschuldet sein soll – und der Auftraggeber steht bei der Durchsetzung

seiner Ansprüche oft auf verlorenem Posten. Bei kleineren Projekten ohne erhebliches Kostenrisiko mag eine grobe Beschreibung vertretbar sein. Doch bei größeren Projekten kann fehlende Präzision schnell teuer werden. Hier sollten die Inhalte detailliert ausformuliert werden.

Beispiel: Ein Autohaus beauftragt eine Individual-Software »zur Verwaltung des Lagerbestands der hauseigenen Werkstatt«. Klingt eindeutig, ist es aber nicht. Soll das System lediglich anzeigen, welche Ersatzteile vorhanden sind? Oder wo diese aufgefunden werden können? Oder soll es automatisch Bestellungen auslösen, wenn ein Mindestbestand unterschritten wird? Muss die Software mit dem Werkstattplaner oder dem DMS-System kommunizieren? Ohne klare Definition gehen Auftraggeber und Dienstleister schnell von völlig unterschiedlichen Anforderungen aus – mit entsprechenden Diskussionen und Zusatzkosten.

Gerade bei solchen Projekten gilt: Je genauer beschrieben wird, was die Software am Ende leisten soll, desto besser lassen sich Qualität, Preis und Zeitrahmen kontrollieren. Und: Leistungsansprüche des Auftraggebers können eher durchgesetzt werden.

HABEN SIE FRAGEN ZU IT-VERTRÄGEN ODER EIN KONKRETES ANLIEGEN?

WGW Rechtsanwälte steht Ihnen gerne zur Seite.

ALEXANDER WAGNER

E: alexander.wagner@wgw.law

ANDREAS GRÜNSTERN

E: andreas.gruenstern@wgw.law

FABIAN KLUBERT

E: fabian.klubert@wgw.law

» [wgw.law](http://www.wgw.law)

§ WORAUF SIE BEI IT-PROJEKTEN ACHTEN SOLLTEN.

1. KLARE LEISTUNGSBESCHREIBUNG

Definieren Sie genau, was geleistet werden soll. Beschreiben Sie Funktionen, Schnittstellen, Prozesse und Ergebnisse so konkret wie möglich. Vage Begriffe wie »Einrichtung« oder »Integration« können später zu Missverständnissen führen und die Durchsetzung von Ansprüchen erschweren.

2. FESTGELEGTE MEILENSTEINE UND ABNAHMEKRITERIEN

Legen Sie fest, wann ein Projektabschnitt als erfüllt gilt und wie die Abnahme erfolgt. So behalten Sie die Kontrolle über Fortschritt, Qualität und Kosten.

3. GENAUE ZUORDNUNG VON VERANTWORTLICHKEITEN

Bei mehreren Anbietern (z. B. Setup durch A, SaaS durch B) und mehreren Teilbereichen eines Gesamtprojekts sollte geregelt werden, was gilt, wenn ein vorgelagertes Projekt scheitert.

4. LAUFENDE KOMMUNIKATION UND DOKUMENTATION

Verlangen Sie regelmäßige Statusberichte und halten Sie Besprechungen schriftlich fest. So können Sie Leistungen und Absprachen später nachvollziehen.

5. ANPASSUNG AN DEN PROJEKTUMFANG

Auch der Aufwand, den eine Vertragsprüfung begründet, muss kaufmännisch zu rechtfertigen sein. Daher gilt: Je größer und komplexer das Projekt, desto detaillierter sollten die Inhalte beschrieben und abgestimmt werden. Bei kleinen Projekten reicht oft eine schlanke Vereinbarung – bei großen ist Präzision Pflicht.

MIETEN ODER DOCH KAUFEN?

SOFTWARE AS A SERVICE – VORTEILE, NACHTEILE UND TIPPS RUND UM WEBBASIERTE ANWENDUNGEN IM AUTOHAUS.

Cloudbasierte Software-Lösungen, besser bekannt als Software as a Service (SaaS), sind aus dem automobilen Alltag nicht mehr wegzudenken. Ob Terminverwaltung, Gebrauchtwagenmanagement, CRM oder Werkstattplanung: Viele dieser Anwendungen werden heute nicht mehr gekauft und installiert, sondern über das Internet genutzt.

VORTEILE

» Geringere Anschaffungskosten

SaaS-Modelle erfordern keine großen Investitionen in Hardware oder Lizenzen, da die Software über das Internet bereitgestellt wird.

» Sehr gute Skalierbarkeit

Unternehmen können über ihre Abonnements die SaaS-Anwendung einfach an ihre sich ändernden Bedürfnisse anpassen – sei es durch Erhöhung oder Verringerung der Nutzeranzahl oder Funktionen.

» Automatische Updates und Wartung

Der SaaS-Anbieter kümmert sich um die Wartung, Updates und Fehlerbehebung der Software, was den unternehmenseigenen IT-Aufwand reduziert.

» Mobilität und Flexibilität

SaaS-Anwendungen sind überall dort nutzbar, wo ein Internetzugang ist. Das ermöglicht Mitarbeitern ortsunabhängiges Arbeiten und größere Flexibilität.

» Schnelle Implementierung

Die Bereitstellung von SaaS-Anwendungen ist in der Regel schnell und unkompliziert, da keine aufwendige Installation oder Konfiguration nötig ist.

» Bessere Kostenkontrolle

Feste monatliche oder jährliche Gebühren, flexible Vergütung je nach Nutzung: Unternehmen können ihre Software-Ausgaben mit SaaS besser planen.

» Zugriff auf neueste Technologien

SaaS-Anbieter setzen oft auf modernste Technologien und Sicherheitsstandards.

NACHTEILE

» Abhängigkeit von einer stabilen und guten Internetverbindung

SaaS-Anwendungen sind auf eine gute Internetverbindung angewiesen, was bei Ausfällen zu Nutzungseinschränkungen führt.

» Datenschutz und Umgang mit sensiblen Daten

Nicht alle SaaS-Anbieter legen alle Informationen zu den Standorten der Server, den Zugangskontrollen sowie den eigenen Maßnahmen zum Datenschutz offen oder arbeiten DSGVO-konform.

» Geringere Anpassbarkeit

SaaS-Anwendungen sind oft weniger anpassbar als On-Premise-Lösungen, was für Unternehmen mit speziellen Anforderungen problematisch sein kann.

» Abhängigkeit vom Anbieter

Unternehmen sind auf die Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit des SaaS-Anbieters angewiesen. Im Falle einer Insolvenz oder Einstellung des Dienstes kann dies zu Problemen führen.

» Potenzielle Sicherheitsrisiken

Die Datenspeicherung in der Cloud birgt potenzielle Sicherheitsrisiken, wenn der Anbieter keine angemessenen Sicherheitsvorkehrungen trifft.

» Kosten im Laufe der Zeit

Obwohl SaaS-Anwendungen oft mit geringen Anfangskosten locken, können sich die monatlichen Gebühren im Laufe der Zeit zu erheblichen Kosten summieren.

Die rechtliche Grundlage regelt die Nutzung der webbasierten Anwendung, die vom Anbieter auf externen Servern betrieben und dem Kunden auf Zeit gegen Entgelt zur Verfügung gestellt wird. Auch Zugriff, Verfügbarkeit, Wartung, Support, Datenschutz, Haftung und Laufzeit werden über den SaaS-Vertrag geregelt. Juristisch gesehen handelt es sich dabei meist um einen Mietvertrag.

SaaS-Modelle bieten viele technische und wirtschaftliche Vorteile – insbesondere im Hinblick auf Flexibilität, Wartungsaufwand und Zugänglichkeit. Gleichzeitig stellen sie neue Anforderungen an die Vertragsgestaltung, insbesondere mit Blick auf Datenschutz, Datenverfügbarkeit und Exit-Szenarien.

Ob SaaS oder Software-Miete sinnvoll ist, lässt sich nur im konkreten Kontext entscheiden: Einsatzgebiet, Unternehmensaufbau und IT-Strategie geben die Richtung vor.

ODER DOCH LIEBER DIE SOFTWARE MIETEN?

Als mögliche Alternative zum SaaS-Modell wird gelegentlich die klassische Software-Miete betrachtet. Auch hierbei handelt es sich um eine zeitlich begrenzte Überlassung gegen Entgelt – mit dem Unterschied, dass die Software lokal installiert wird und nicht cloudbasiert zur Verfügung steht.

Rechtlich folgt die Software-Miete den Grundsätzen des Mietrechts, sodass am Ende der Mietdauer eine Rückgabepflicht besteht und die Software gelöscht werden muss – geregelt über Lösungsverpflichtungen, eidesstattliche Erklärungen oder technische Nachweise.

In der Praxis eignet sich die Software-Miete vor allem für zeitlich begrenzte Spezialanwendungen – etwa im Rahmen befristeter Projekte – oder dort, wo eine Cloud-Anbindung aus Datenschutz- und Infrastrukturgründen ausgeschlossen ist.

§ EXPERTENBEITRAG WGW* DAS SOLLTE EIN SAAS-VERTRAG GRUNDSÄTZLICH REGELN:

☐ VERTRAGSPARTEIEN

- » Wer sind Anbieter und Kunde?
- » Welche Subunternehmer gibt es?
- » Stecken hinter dem Anbieter verschiedene Unternehmen?

☐ VERTRAGSGEGENSTAND

- » Welche Software wird bereitgestellt?
- » In welchem Umfang?

☐ NUTZUNGSRECHTE

- » Welche Rechte hat der Kunde zur Nutzung der Software?

☐ VERGÜTUNG UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

- » Wie wird die Nutzung der Software bezahlt?

☐ SUPPORT UND ZUSÄTZLICHE LEISTUNGEN

- » Welche Unterstützung wird vom Anbieter geleistet?

☐ DATENSICHERHEIT UND DATENSCHUTZ

- » Wie werden Kundendaten geschützt?
- » Gibt es zusätzliche Vereinbarungen wie eine Auftragsverarbeitungsvereinbarung (AVV)?

☐ LAUFZEIT, KÜNDIGUNG UND DATENHERAUSGABE

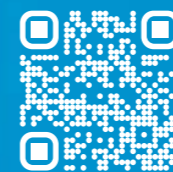
- » Wie lange läuft der Vertrag und was passiert mit den Daten bei Beendigung?

BARRIERE- FREIHEITS- STÄRKUNGS- GESETZ

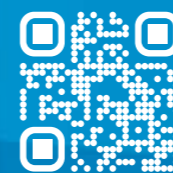
DIGITALE ZUGÄNGLICHKEIT ALS RECHTLICHE ANFORDERUNG IM E-COMMERCE.



Mehr zu WCAG 2.1:



Vorlagen-Download für
Barrierefreiheitserklärung:



Mit dem Inkrafttreten des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes (BFSG) im Juni dieses Jahres werden erstmals auch privatwirtschaftliche Unternehmen verpflichtet, bestimmte digitale Produkte und Dienstleistungen barrierefrei anzubieten.

Die Grundlage für das BFSG bildet die EU-Richtlinie 2019/882, auch bekannt als European Accessibility Act. Ziel ist es, digitale Angebote so zu gestalten, dass sie auch für Menschen mit Behinderungen und Einschränkungen uneingeschränkt zugänglich sind. Auch vorübergehende oder altersbedingte Einschränkungen, etwa verringerte Sehkraft, reduzierte Feinmotorik oder Hörschwächen, fallen in den Anwendungsbereich. Entsprechend weit gefasst sind die Anforderungen des **BFSG** an Webseiten, Tools und Plattformen.

ÜBERALL DORT, WO ONLINE VERTRÄGE ANGEBAHT ODER ABGESCHLOSSEN WERDEN, GREIFT DAS BFSG.

Für Autohausunternehmen ist das Thema insbesondere dort relevant, wo digitale Kontaktpunkte mit Privatkunden bestehen: etwa im Online-Fahrzeugverkauf, bei digitalen Angebotsanfragen, in Werkstatt-Terminbuchungen oder im Kundenportal. Um hier Barrierefreiheit zu gewährleisten, müssen Webseiten diese beiden Konformitätsanforderungen des BFSG erfüllen:

1. MATERIELLE KONFORMITÄT (§ 14 ABS. 1 NR. 1 BFSG)

Digitale Angebote müssen so gestaltet sein, dass sie auch für Menschen mit Einschränkungen oder Behinderungen in konsistenter, verständlicher, bedienbarer und robuster Weise nutzbar sind. Das bedeutet z. B.:

- » klare Navigation und Struktur,
- » ausreichende Kontraste und Schriftgrößen,
- » Bedienbarkeit per Tastatur oder Sprachsteuerung,
- » Kompatibilität mit Hilfsmitteln wie Screenreadern.

Die genauen technischen Referenzrahmen bilden unter anderem die europäische Norm EN 301 549 für digitale Barrierefreiheit und die Web Content Accessibility Guidelines, kurz WCAG 2.1, ab.

2. FORMELLE KONFORMITÄT (§ 14 ABS. 1 NR. 2 BFSG)

Anbieter müssen eine sogenannte Barrierefreiheitserklärung auf der Webseite vorhalten, die u. a. Folgendes aussagt:

- » die geltenden Anforderungen an Barrierefreiheit,
- » eine Beschreibung der angebotenen Dienstleistung,
- » Erläuterungen zur Nutzung,
- » technische Umsetzungsdetails zur Erfüllung der Anforderungen und
- » die zuständige Marktüberwachungsbehörde.

DIGITALE ZUGÄNGLICHKEIT Sichert digitale Teilhabe.



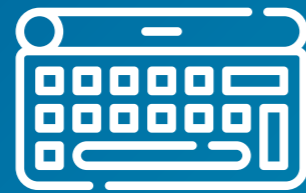
NUR JEDER 5. ONLINE-SHOP IN DEUTSCHLAND IST BARRIEREFREI.

FÜR 30% DER MENSCHEN IST BARRIEREFREIHEIT NOTWENDIG,

weil sie eine Sehschwäche, motorische Einschränkungen oder geringe Lesekompetenz haben oder weil sie Nicht-Muttersprachler sind.

7,8 MILLIONEN

Menschen brauchen Barrierefreiheit, weil sie eine anerkannte Schwerbehinderung haben.



Tastatursteuerung



Braille-Zellen



Joysticks



Sprachausgabe

Beispiel-Tools, die Menschen mit Schwerbehinderung nutzen, um Webseiten zu bedienen.

RECHTSFOLGEN BEI VERSTÖßEN

Die Nichteinhaltung der Vorgaben des BFSG kann als Ordnungswidrigkeit geahndet werden – je nach Art des Verstoßes mit Bußgeldern von bis zu 100.000 Euro.

Zuständig für die Durchsetzung ist grundsätzlich die jeweilige Marktüberwachungsbehörde. Allerdings können auch Verbraucher Verstöße melden und so ein Überprüfungsverfahren auslösen. Wird dann – trotz Aufforderung – keine Abhilfe geschaffen, kann die Bereitstellung der digitalen Dienstleistung untersagt werden.

Wichtig zu wissen ist zudem, dass das **BFSG** auch eine wettbewerbsrechtliche Komponente enthält, denn die Anforderungen an digitale Barrierefreiheit dürften wohl als Marktverhaltensnormen einzustufen sein – und die fallen unter das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, kurz **UWG**. Das bedeutet: Unternehmen, die gegen das **BFSG** verstoßen, handeln zugleich potenziell wettbewerbswidrig, weil sie systematisch andere Marktteilnehmer benachteiligen, beispielsweise durch Ignorieren technischer Mindeststandards. In diesem Fall wären auch Abmahnungen durch Wettbewerber oder Verbraucherverbände möglich.

Damit reiht sich das **BFSG** in eine Reihe weiterer Vorgaben ein, die im digitalen Handel zu beachten sind, wie etwa:

- » DSGVO (Datenschutz-Grundverordnung)
- » TTDSG (Telekommunikation-Telemedien-Datenschutz-Gesetz)
- » Preisangabenverordnung (PAngV)
- » Produktsicherheitsgesetz (ProdSG)
- » Verpackungs-, Batterie- und Elektroggesetz
- » Fernabsatzrecht nach BGB

Es entsteht ein komplexes regulatorisches Umfeld, das digitale Geschäftsmodelle zunehmend rechtlich strukturiert – und dabei technische Anforderungen mit wirtschaftlichen Risiken verknüpft.

Für Autohäuser mit digitalen Schnittstellen zum Endkunden, ob Shop, Serviceportal oder Terminbuchung, ergeben sich daraus neue rechtliche Pflichten. Die Verbindung zum Wettbewerbsrecht unterstreicht: Digitale Barrierefreiheit ist nicht nur eine Frage der Technik oder sozialen Verantwortung, sondern auch ein juristisch relevanter Wettbewerbsfaktor.

BARRIEREFREIHEIT WIRKT SICH FÜR ALLE POSITIV AUS.

Nicht nur für Menschen mit Behinderung oder Einschränkung.

» ERSCHLIESSUNG ZUSÄTZLICHER ZIELGRUPPEN

Digitale Barrierefreiheit erweitert den potenziellen Nutzerkreis. Menschen mit Seh-, Hör- oder motorischen Einschränkungen, eine wachsende demografische Gruppe, erhalten Zugang zu digitalen Angeboten, die ihnen zuvor nicht oder nur eingeschränkt offenstanden.

» OPTIMIERUNG DER NUTZERFREUNDLICHKEIT FÜR ALLE

Barrierefreie Systeme erfordern klare Strukturen, verständliche Sprache und intuitive Bedienbarkeit. Diese Merkmale verbessern auch für nicht eingeschränkte Nutzer die Orientierung und Nutzungsqualität – insbesondere auf mobilen Endgeräten.

» VEREINHEITLICHUNG TECHNISCHER STANDARDS

Durch das BFSG wird einheitlich definiert, was digitale Barrierefreiheit bedeutet – etwa durch die Verweise auf EN 301 549 oder WCAG 2.1. Das schafft Rechtssicherheit bei der Umsetzung und ermöglicht die Standardisierung von Webentwicklung und -pflege.

» LANGFRISTIGE SYSTEMSTABILITÄT UND PFLEGELEICHTIGKEIT

Barrierefrei gestaltete Systeme sind robuster, wartungsärmer und oft besser dokumentiert – weil sie auf einen strukturierten zugänglichen Code, klare Schnittstellen und bewährte Standards setzen.

» IMAGE UND COMPLIANCE

Barrierefreiheit wird zunehmend als Merkmal unternehmerischer Verantwortung wahrgenommen. Unternehmen, die gesetzeskonform handeln und digitale Inklusion ernst nehmen, positionieren sich auch gegenüber Geschäftspartnern, öffentlichen Auftraggebern und Verbrauchern als zukunftsfähig.

»PRÜFEN SIE, WO KUNDEN AUF IHRER WEBSITE ETWAS BUCHEN KÖNNEN. GENAU DORT MÜSSEN SIE DAS BFSG EINHALTEN.«



Interview mit Rechtsanwalt Fabian Klubert, Tätigkeitsschwerpunkt auf IT-Recht und allgemeinem Zivilrecht, einschließlich E-Commerce- und Wettbewerbsrecht.

Beginnen wir ganz grundsätzlich: Was ist das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) und wen betrifft es?

Fabian Klubert: »Das BFSG ist die deutsche Umsetzung des European Accessibility Acts und verfolgt das Ziel, bestimmte Produkte und Dienstleistungen im digitalen Raum barrierefrei zugänglich zu machen. Es betrifft insbesondere Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr wie Webseiten, Apps, E-Commerce-Plattformen etc. Das Gesetz gilt seit dem 28. Juni 2025.«

Sind also auch Webseiten von Autohäusern mit betroffen?

Fabian Klubert: »Es kommt wie immer darauf an. Handelt es sich um eine Dienstleistung, die auf Anfrage eines Verbrauchers im Hinblick auf den Abschluss eines Verbrauchervertrags erbracht wird, gilt das BFSG. Online-Shops unterfallen also dem BFSG, da Kunden einen Kaufvertrag mit dem Händler abschließen können. Aber auch andere Websites können betroffen sein, wenn entsprechende Anfragen von Verbrauchern ermöglicht werden.«

Die Leitlinien des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales nennen als Beispiel das Terminbuchungs-Tool eines Friseursalons. Der Anwendungsbereich ist also wesentlich weiter als nur der ›klassische‹ Online-Shop. Denn aus Sicht eines Autohauses kann bereits die Buchung von Werkstattterminen für Inspektionen oder Reifenwechsel darunterfallen. **Eine reine Repräsentationswebsite ist aber nicht erfasst.** Es sollte daher genau geprüft werden, welche Buchungsmöglichkeiten eine Website für Kunden bereithält. Es gibt aber auch Ausnahmen für Kleinunternehmen, also Unternehmen, die weniger als zehn Personen beschäftigen und die entweder einen Jahresumsatz von höchstens zwei Millionen Euro erzielen oder deren Jahresbilanzsumme sich auf höchstens zwei Millionen Euro beläuft. Eine weitere Ausnahme gilt

bei sogenanntem ›unverhältnismäßigem Aufwand‹, was aber eine absolute Ausnahme darstellen dürfte.«

Gilt das Gesetz auch für Konfiguratoren, Leasing-Rechner etc.?

Fabian Klubert: »Ein bloßer Rechner für Leasing-Raten führt nicht dazu, dass der Anwendungsbereich des BFSG eröffnet ist. Dabei handelt es sich nicht um eine Anfrage, die auf einen Vertragsschluss gerichtet ist. Anders könnte dies jedoch bei Konfiguratoren zu bewerten sein, wenn damit konkrete Vertragsverhandlungen eingeleitet werden, zum Beispiel durch die anschließende Übermittlung und Vereinbarung eines Beratungstermins. **Auch hier sollten die Funktionen im Detail bewertet werden.**«

Gelten die Vorgaben auch im B2B-Bereich?

Fabian Klubert: »Reine B2B-Websites sind vom BFSG nicht erfasst und müssen nicht barrierefrei gestaltet werden, da das Gesetz auf Anfragen von Verbrauchern abstellt.«

Was muss ein Autohaus konkret umsetzen, wenn es einen Online-Shop betreibt – etwa für Fahrzeuge, Zubehör oder Serviceleistungen?

Fabian Klubert: »Es gibt wichtige Standards zur Barrierefreiheit wie die ›Web Content Accessibility Guidelines‹. Diese enthalten Vorgaben, wie barrierefreie Internetseiten gestaltet werden sollen. Beispielsweise sollen Websites alleine mit der Tastatur bedient werden können, da Menschen mit motorischen Einschränkungen nur bedingt die Maus nutzen können. Auch eine Kompatibilität mit assistiven Technologien ist ein wichtiger Bestandteil. So soll ein Screenreader die Website für Blinde und sehbehinderte Personen wiedergeben können. Daneben müssen auch Informationspflichten auf einer betroffenen Website erfüllt werden, es bedarf einer ›Erklärung zur Barrierefreiheit‹.«

»OFT IST UNTERNEHMEN BEREITS NICHT KLAR, OB SIE ÜBERHAUPT BETROFFEN SIND.«

Wie muss eine solche Erklärung aussehen?

Fabian Klubert: »Kurz zusammengefasst: **Die Erklärung soll die angebotenen Dienstleistungen beschreiben.** Daneben müssen die gesetzlichen Anforderungen dargestellt werden. Außerdem soll dargestellt werden, wie die Website die Barrierefreiheitsanforderungen erfüllt. Auch die Marktüberwachungsbehörde muss benannt werden. Die Erklärung kann dann beispielsweise im Footer der Website als eigene Rubrik verlinkt werden.«

Was sind die häufigsten Missverständnisse rund um das BFSG?

Fabian Klubert: »Oft ist Unternehmen bereits nicht klar, ob sie überhaupt betroffen sind. **Die Unsicherheit kann dann schnell teuer werden, wenn Agenturen mit der Anpassung beauftragt werden, obwohl die Website dem BFSG gar nicht unterfällt.** Daneben hält sich auch das Gerücht, dass Mitarbeiter zum Thema Barrierefreiheit geschult werden müssten. Dies kann natürlich sinnvoll sein, wenn sich eigene Mitarbeiter um die Website kümmern und daher Wissen über barrierefreie Webgestaltung benötigen. **Gesetzlich ist eine Schulungspflicht jedoch nicht geregelt.**«

Wie wird die Einhaltung des BFSG kontrolliert und was droht bei Verstößen?

Fabian Klubert: »Die Einhaltung des Gesetzes wird von einer neu eingerichteten Marktüberwachungsbehörde überwacht. Dabei können, je nach Verstoß, Bußgelder von bis zu 10.000 Euro bzw. bis zu 100.000 Euro verhängt werden. **Es ist zudem wahrscheinlich, dass die Vorgaben des BFSG als Marktverhaltensregeln eingestuft werden und Verstöße daher auch von Mitbewerbern und Abmahnverbänden abgemahnt werden können.**«

Wie bewerten Sie das BFSG?

Fabian Klubert: »Natürlich ist es ein richtiges Ziel, die Teilhabe von Menschen mit Behinderung auch im digitalen Raum zu stärken. **Wir sehen aber erheblichen Umsetzungsaufwand bei zahlreichen Mandanten.** Vor diesem Hintergrund ist insbesondere der ›schwammig‹ formulierte Anwendungsbereich des Gesetzes problematisch. Hier hätte der Gesetzgeber den Anwendungsbereich klarer definieren können, um Unternehmen nicht den damit verbundenen Risiken auszusetzen.«

Herr Klubert, vielen Dank für Ihre Zeit!

KONTAKT

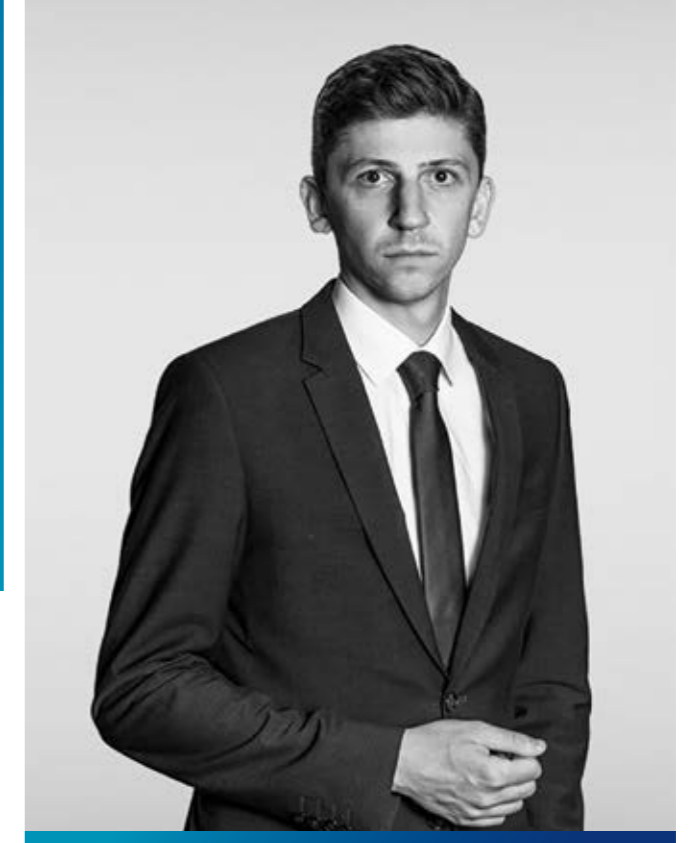
FABIAN KLUBERT

WGW Rechtsanwälte

E: fabian.klubert@wgv.law

T: + 49 234.588 440 0

» wgv.law



GENERAL PRODUCT SAFETY REGULATION.

WARUM GPSR WICHTIG IST UND WAS MAN BEACHTEN MUSS.

Seit dem 13. Dezember 2024 gilt die neue EU-Verordnung über die allgemeine Produktsicherheit: **General Product Safety Regulation (GPSR, EU-Verordnung 2023/988)**. Sie ersetzt die bisherige Richtlinie 2001/95/EG und gilt unmittelbar in allen Mitgliedstaaten.

Produktsicherheit gibt es nicht erst seit Dezember 2024, die GPSR beinhaltet jedoch zahlreiche neue Pflichten, die gewährleisten sollen, dass auch weiterhin nur sichere Produkte in der EU in Verkehr gebracht werden. Doch was bedeutet das nun für Autohändler? Müssen Autohändler überhaupt etwas beachten, wenn sie Produkte online oder stationär vertreiben? Die Antwort ist Ja. Zwar hat vor allem der Hersteller neue Verpflichtungen, wenn er Produkte auf den Markt bringt, aber auch Händler werden in die Pflicht genommen.

DIE PFLICHTEN FÜR WIRTSCHAFTSAKTEURE IN HINBLICK AUF DEN FERNABSATZ WERDEN IN DER GPSR IN ARTIKEL 19 DEFINIERT. DA HEISST ES:

»Stellt ein Wirtschaftsakteur Produkte online oder über eine andere Form des Fernabsatzes auf dem Markt bereit, so muss das Angebot dieser Produkte mindestens die folgenden eindeutigen und gut sichtbaren Angaben enthalten:

a) den Namen, den eingetragenen Handelsnamen oder die eingetragene Handelsmarke des Herstellers sowie die Postanschrift und die E-Mail-Adresse, unter denen er kontaktiert werden kann,

b) falls der Hersteller nicht in der Union niedergelassen ist: den Namen, die Postanschrift und die E-Mail-Adresse der verantwortlichen Person im Sinne des Artikels 16 Absatz 1 dieser Verordnung oder des Artikels 4 Absatz 1 der Verordnung (EU) 2019/1020,

c) Angaben, die die Identifizierung des Produkts ermöglichen, einschließlich einer Abbildung des Produkts, seiner Art und sonstiger Produktidentifikatoren, und

d) etwaige Warnhinweise oder Sicherheitsinformationen, die gemäß dieser Verordnung oder den anwendbaren Harmonisierungsrechtsvorschriften der Union in einer Sprache, die für die Verbraucher leicht verständlich ist und die der Mitgliedstaat festlegt, in dem das Produkt auf dem Markt bereitgestellt wird, auf dem Produkt oder auf der Verpackung anzubringen oder in einer Begleitunterlage beizufügen sind.«

Weiterhin definiert die GPSR auch, wie vorzugehen ist, wenn Produkte nicht die Sicherheitsanforderungen erfüllen und es sich z. B. um ein »gefährliches Produkt« im Sinne der GPSR handelt.



Ist man sich unsicher, ob man alle Anforderungen korrekt implementiert hat, sollte man dies juristisch prüfen lassen.

Grundsätzlich gibt es aber ein paar Dinge, die man unterlassen sollte:

- » Produkte ohne Bilder oder mit Beispielbildern darstellen, die nicht dem Original entsprechen
- » Importierte Produkte anbieten, deren Herkunft unklar ist
- » Produkte anbieten, bei denen ggf. bereits Sicherheitsrisiken bekannt sind

Abschließend kann man sagen: Vorsicht ist besser als Nachsicht.

SOLLTEN SIE SICH NICHT SICHER SEIN, DASS EIN PRODUKT GPSR-KONFORM IST, LASSEN SIE SICH BERATEN ODER NEHMEN SIE ES AUS DEM ANGEBOT, DENN VERSTÖSSE GEGEN DIE GPSR KÖNNEN EIN HOHES BUSSGELD MIT SICH BRINGEN.

§ WAS KANN MAN ALS ONLINE-HÄNDLER TUN? TIPPS VON WGW RECHTSANWÄLTE, DIE AUTOHÄUSER JETZT BERÜCKSICHTIGEN SOLLTEN:

PRODUKTANGEBOT ÜBERPRÜFEN

- » Sind alle angebotenen Produkte GPSR-konform?
- » Sind alle CE-gekennzeichnet (wenn nötig)?
- » Liegen alle Informationen vollständig vor?

ONLINE-SHOP ANPASSEN

- » Sind alle relevanten Angaben vorhanden?

LIEFERKETTEN

- » Ist für jedes Produkt klar, woher es stammt?
- » Wer ist der verantwortliche Hersteller/Importeur?

INFORMATIONEN WEITERGEBEN

Wenn ein Händler aufgrund der ihm vorliegenden Informationen der Auffassung ist oder Grund zu der Annahme hat, dass ein von ihm auf dem Markt bereitgestelltes Produkt ein gefährliches Produkt ist:

- » Unterrichtung des Herstellers
- » Ergreifen von Korrekturmaßnahmen (z. B. Rückruf)
- » Sicherstellen, dass Marktüberwachungsbehörden unterrichtet werden

RECHTSSICHER. MARKENKONFORM. SKALIERBAR.

DIE DIGITALE BASIS FÜR ONLINE-SHOPS FÜR GESELLSCHAFTER VON GESELLSCHAFTERN: WeP – WHITE-LABEL e-COMMERCE PLATTFORM.

Ein professioneller Online-Shop ist im Automobilhandel längst kein Zusatzangebot mehr, sondern fester Bestandteil eines zukunftsfähigen Vertriebssystems.

Das zeigte auch die Digitalstudie 2022 »Der Kampf um die Kunden entscheidet sich online«, durchgeführt von AUTOHAUS, TÜV NORD und dem Institut für Automobilwirtschaft (IfA). Durchschnittlich 57 % des Marketingbudgets von Autohäusern flossen 2022 in Online-Kanäle. Zum Vergleich: 2017 waren es gerade nur 31 %. Online-Kanäle und E-Commerce-Plattformen werden für den Vertrieb von Fahrzeugen, Zubehör und Dienstleistungen folglich immer wichtiger.

Nicht jedes Autohaus kann oder möchte eine eigene E-Commerce-Infrastruktur entwickeln. Genau hier setzt WeP, die White-Label e-Commerce Plattform von TECHNO an.

Gemeinsam mit TECHNO Gesellschaftern wurde **WeP** entwickelt, um eine vorgefertigte, vollständig anpassbare E-Commerce-Lösung für den Autohandel anzubieten. **WeP** ermöglicht es, einen Online-Shop unter eigenem Markenauftritt und eigener Domain zu betreiben – im eigenen Corporate Design. Gestaltung, Struktur und Kommunikation werden so umgesetzt, dass die Plattform nicht als externes System, sondern als durchgängige Markenpräsenz wahrgenommen wird. Alle Funktionalitäten sind responsive, skalierbar und technologisch auf dem neuesten Stand.

#1 ZENTRALE LÖSUNG, INDIVIDUELLE UMSETZUNG

WeP bietet standardisierte Funktionalität mit individueller Anpassung. Das reduziert Implementierungsaufwand, Komplexität und Risiken – bei gleichzeitig hoher Flexibilität. Die Plattform ist so konzipiert, dass neue Gesellschafter schnell angebunden werden können. Ergänzt wird die technische Infrastruktur durch zubuchbare Leistungsmodule, ein spezialisiertes Supportteam und zentral koordinierte Weiterentwicklungen.

#2 WISSENSVORSPRUNG DURCH NETZWERKINTEGRATION

TECHNO Gesellschafter profitieren mit **WeP** vom kollektiven Erfahrungsaustausch, von der zentralen Weiterentwicklung und vom strukturierten Wissenstransfer. Ob neue regulatorische Anforderungen, technische Updates oder Änderungen in der Rechtsprechung: Die Plattform berücksichtigt diese Entwicklungen frühzeitig – und setzt sie zentral um. Der einzelne Gesellschafter muss sich weder um Systemupdates noch um rechtliche Feinabstimmungen kümmern.

#3 KLARHEIT IN DER KOMMUNIKATION

Ein häufiges Thema im Online-Handel ist die rechtssichere Kommunikation – insbesondere im Marketing. Fragen wie »Darf ich das so formulieren?«, »Was darf ich wie darstellen?« oder »Wo liegt die Grenze?« begleiten die operative Umsetzung regelmäßig. **WeP** stellt für diese Fälle nicht nur Systemvorgaben bereit, sondern auch rechtlich geprüfte Standards für die Gestaltung.

EIN PROFESSIONELLER AUFTRITT IM DIGITALEN RAUM MUSS HEUTE NICHT MEHR SELBST ENTWICKELT WERDEN.

Die Anforderungen an digitale Vertriebsstrukturen im Autohaus wachsen – technologisch wie rechtlich. **WeP** bietet eine Lösung, die diese Komplexität reduziert, Rechtssicherheit integriert und die Marke der Gesellschafter auch im E-Commerce in den Mittelpunkt stellt. Mit **WeP** erhalten Gesellschafter Zugang zu einer Plattform, die aus dem Netzwerk heraus entstanden ist – und auf die Anforderungen des Marktes ebenso vorbereitet ist wie auf die ihrer Betreiber.

RECHTLICHE SICHERHEIT ALS SYSTEMBESTANDTEIL VON WeP

Der Betrieb eines Online-Shops bringt umfangreiche rechtliche Anforderungen mit sich – insbesondere in Bezug auf Datenschutz (DSGVO), Produktsicherheit (GPSR), Barrierefreiheit (BFSG) und Informationspflichten im Fernabsatz.

WeP ADRESSIERT DIESE ANFORDERUNGEN SYSTEMSEITIG:

- » Rechtstexte werden zentral gepflegt und aktualisiert.
- » Neue gesetzliche Vorgaben werden in der Plattform funktional umgesetzt.
- » Check-out-Prozesse und Produktdarstellungen entsprechen aktuellen Vorgaben.
- » Datenschutz und Datensicherheit sind konform abgebildet.

Die rechtliche Validierung erfolgt dabei in enger Zusammenarbeit mit der spezialisierten Partnerkanzlei von TECHNO: WGW Rechtsanwälte (mehr zu WGW auf Seite 6).



RUNDUMSERVICE FÜR AUTOHÄUSER MIT WeP:

- » Rechtssichere Online-Präsenz
- » Lizenzgebühren ohne Umsatzabhängigkeit
- » Individuell geschnürte und transparente Servicepakete
- » Einfache Integration als Subdomain in die bestehende Webseite
- » Hosting und Wartung durch TECHNO
- » Effiziente Sortimentsverwaltung und -anpassung – inklusive Einstellen eigener Artikel
- » Individuelle Aufwände für Marketingmaßnahmen oder Weiterentwicklungen
- » Service-Navigator für die Online-Reservierung von Werkstattleistungen – inklusive individueller Preisgestaltung und direkter Verknüpfung mit DAT-Account
- » Design passend zur eigenen Markenidentität
- » Umfangreiche Unterstützung durch TECHNO bei Marketinggestaltung, SEO/SEA, Social Media und POS-Werbemitteln
- » 2- bis 3-mal im Jahr: »MEET WeP« – Austausch mit anderen WeP nutzenden Gesellschaftern

HABEN SIE FRAGEN ZU WeP? Ich berate Sie gerne.

MAIKE BÜNTEMEYER

Senior Marketing- und Kommunikations-Managerin bei TECHNO

T: +49 (0) 40.526 099 155

E: maike.buentemeyer@techno-kooperation.de

RECHTLICH SICHER UNTERWEGS.

AUCH DANK STARKER PARTNER WIE
WGW RECHTSANWÄLTE UND TECHNO.

Wie sich zeigt, hat die Bedeutung rechtlicher Klarheit und systematischer Prozesse für den Autohandel heute an Schärfe gewonnen. Der Grund: Die Themen, die den Automobilhandel bewegen, sind mehrdimensional – technisch, juristisch, organisatorisch.

Wer Verantwortung trägt, sieht sich folglich immer öfter mit Fragen konfrontiert, deren Beantwortung tief in technische und rechtliche Details reicht. Gleichzeitig steigt der Anspruch, diese Themen strukturiert, effizient und markengerecht für das eigene Autohausunternehmen umzusetzen – unter Berücksichtigung von Budget, Personal und Prozessverantwortung.

» IM OPERATIVEN AUTOHAUSGESCHÄFT MÜSSEN HEUTZUTAGE VIELE BÄLLE JONGLIERT WERDEN: TECHNOLOGIEN, VORGABEN, GESETZE, STRATEGIEN ... HIER UP TO DATE ZU SEIN, IST ALLEIN EINFACH UNMÖGLICH. ES BRAUCHT EIN GUTES TEAM IM HINTERGRUND. IM EIGENEN UNTERNEHMEN – UND IN DER EIGENEN KOOPERATION. TECHNO STEHT ALS STARKES TEAM HINTER DEN GESELLSCHAFTERN BEI ALLEN ANFORDERUNGEN, DIE DER AUTOHAUSALLTAG STELLT. HEUTE, MORGEN UND IN ZUKUNFT. «

Georg Wallus
Geschäftsführung TECHNO –
DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

Dass diese Herausforderungen lösbar sind, zeigen die besprochenen Ansätze und Beiträge der Rechtsexperten von WGW Rechtsanwälte. Bei der Suche nach rechtlich geprüften Plattformen und modularen Vertragsmodellen oder auch der Erstellung eines klaren Regelwerks für Compliance und Produktsicherheit können TECHNO Gesellschafter dabei auf ihr Netzwerk zählen. Zum einen, um schnell relevante und erfahrene Partner zu finden. Zum anderen, um Komplexität zu reduzieren, Sicherheit zu erhöhen, unternehmerische Handlungsfähigkeit zu bewahren und die Anpassung an eigene Unternehmensstrategien sicherzustellen.

WENDEN SIE SICH AN ERFAHRENE ANSPRECHPARTNER FÜR RECHTSFRAGEN IM AUTOHANDEL.

WGW Rechtsanwälte berät Sie gerne.

ALEXANDER WAGNER

E: alexander.wagner@wgw.law

ANDREAS GRÜNSTERN

E: andreas.gruenstern@wgw.law

FABIAN KLUBERT

E: fabian.klubert@wgw.law

» wgw.law

AUSBLICK 2026

MARGE SICHERN – WEITER WACHSEN.

WIE LASSEN SICH MARGE UND WACHSTUM IM AUTOHAUSGESCHÄFT HEUTE NEU DENKEN – STRATEGISCH, SYSTEMATISCH, UMSETZBAR? DIE NÄCHSTE AUSGABE DES TMA FOKUS WIRFT EINEN TIEFEN BLICK AUF DIE VIER STELLHEBEL PRODUKTE, PROZESSE, DIENSTLEISTUNGEN UND NETZWERK – UND BELEUCHTET, WIE AUS IHNEN KONKRETE WIRKUNG ENTSTEHT.

IM ZENTRUM DABEI AUCH: DIE TECHNO THINKNEXT 2026, DAS MASTERCLASS-EVENT MIT KLAREN BOTSCHAFTEN UND EXKLUSIVEN EINBLICKEN.

DEMNÄCHST IM TMA FOKUS

» IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

TECHNO Marketinggesellschaft mbH & Co.KG
Georg Wallus (v. i. S. d. P.)
Essener Straße 110 | 22419 Hamburg
+49 (0) 40.526 099 0 | techno-kooperation.de
marketing@techno-kooperation.de
Marion Langheld | 040.526 099 150
langheld@techno-kooperation.de
Maike Büntemeyer | 040.526 099 155
maike.buentemeyer@techno-kooperation.de

KONZEPT & DESIGN:

yellowmonkey | ymnky.de

DRUCKEREI:

Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH

