

**Autor:** Thomas Kahl, Dajin Lie

**Dokumenttyp:** Aufsatz

**Quelle:**

**RAW**

dfv Mediengruppe, Frankfurt am Main

**Fundstelle:** RAW 2022, 106-111

**Zitiervorschlag:** Kahl/Lie, RAW 2022, 106-111

---

# Auswirkungen des neuen digitalen Kaufrechts auf Connected Vehicle Services

**Thomas Kahl und Dajin Lie, Frankfurt a. M.\***

Vernetzte und intelligente Fahrzeuge sind Treiber der digitalen Transformation. Auf die fortschreitende Digitalisierung hat der europäische Gesetzgeber reagiert und mit einer Reihe von Rechtsakten das Verbraucherschutzniveau im digitalen Raum erhöht. Der folgende Beitrag soll einen Überblick über die aktuellen Neuerungen geben und aufzeigen, welche Auswirkungen diese für Connected Vehicle Services haben können.

## I. Das neue Kaufrecht

Das Jahr 2022 steht im Zeichen des Verbraucherschutzes. Seit Beginn des Jahres sind verschiedene bedeutende Änderungen u. a. im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) in Kraft getreten.

### 1. „Digitales“ Kaufrecht

Seit dem 1.1.2022 gelten in Deutschland das „Gesetz zur Regelung des Verkaufs von Sachen mit digitalen Elementen und anderer Aspekte des Kaufvertrags“ sowie das „Gesetz zur Umsetzung der Richtlinie über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen“. Sie setzen jeweils EU-Richtlinien<sup>1</sup> um, die das Ziel verfolgen, innerhalb der EU für ein hohes Verbraucherschutzniveau zu sorgen.

Die Gesetze bringen bedeutende Änderungen insbesondere im Verbrauchsgüterkaufrecht, aber auch im allgemeinen Kaufrecht mit sich. So finden sich z. B. neue Begriffe im BGB: U. a. wird nunmehr unterschieden zwischen (analogen) *Waren*, *Waren mit digitalen Elementen* sowie *digitalen Produkten* als Überbegriff für digitale Inhalte und digitale Dienstleistungen, für die zukünftig unterschiedliche Anforderungen gelten. Mit dem *Verbrauchervertrag über digitale Produkte* hält ein neuer Vertragstyp Einzug in das BGB: In den neu eingefügten §§ 327 ff. BGB n. F. finden sich nun Regelungen für ein eigenes (Verbrauchsgüter-)Kaufrecht für digitale Produkte mit eigenen Gewährleistungsrechten und einigen Besonderheiten.

Für alle Kaufsachen gilt zudem ein neuer Sachmangelbegriff. Eine Sache ist danach nur noch dann frei von Sachmängeln, wenn sie *kumulativ* den subjektiven Anforderungen, den objektiven Anforderungen sowie den Montageanforderungen entspricht.

Des Weiteren gilt sowohl für Waren mit digitalen Elementen als auch für digitale Produkte ein erweiterter Sach- bzw. Produktmangelbegriff. Danach trifft Verkäufer zusätzlich eine Aktualisierungspflicht

für ihre Produkte. Ein Produkt ist zukünftig nur dann mangelfrei, wenn der Verbraucher für den Zeitraum der üblichen Nutzungs- und Verwendungsdauer des Produktes über Aktualisierungen informiert wird und diese bereitgestellt werden. Ein Gewährleistungsfall kann zukünftig also auch dann entstehen, wenn die Ware beim Gefahrenübergang mangelfrei war - ein Paradigmenwechsel im Gewährleistungsrecht.

- 106 -

Kahl/Lie, RAW 2022, 106-111

- 107 -

## 2. Omnibus Richtlinie

Ab 28.5.2022 finden die Regelungen zweier weiterer Gesetze<sup>2</sup> Anwendung, die die sog. „Omnibus“-Richtlinie<sup>3</sup> umsetzen. Die davon ausgehenden Änderungen beschränken sich nicht nur auf das BGB und das EGBGB (dort insbesondere das Widerrufsrecht). Sie bringen ebenso wesentliche Veränderungen im Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) sowie der Gewerbeordnung (GewO). Parallel wurde die Preisangabenverordnung grundlegend erneuert.

Verstöße gegen Verbraucherschutzvorschriften können ab sofort sanktioniert und als Ordnungswidrigkeiten geahndet werden. Das Gesetz sieht hierfür Bußgelder bis zu EUR 50 000 vor, ggf. aber auch höher, wenn der EU-Jahresumsatz über EUR 1,25 Mio. liegt, maximal aber 4 % des Jahresumsatzes oder bis zu EUR 2 Mio. bei Nichtermittelbarkeit des Umsatzes, Art. 246e § 2 EGBGB<sup>4</sup>. Damit wächst weiter der Druck auf Unternehmen, die Einhaltung des Verbraucherrechts zu überprüfen und sicherzustellen.

## 3. Faire Verbraucherverträge

Zudem ist am 1.10.2021 das *Gesetz für faire Verbraucherverträge* (teilweise) in Kraft getreten. Mit diesem Gesetz hat der deutsche Gesetzgeber zusätzliche, über die Anforderungen des EU-Rechts hinausgehende Verbraucherschutzanforderungen begründet. Die wichtigsten Regelungen betreffen Laufzeitvereinbarungen in AGB und Kündigungsregeln. Die Neuerungen zu Kündigungsregeln gelten ab dem 1.3.2022, die Pflicht, einen Kündigungsbutton für online geschlossene Verträge zu implementieren, die Dauerschuldverhältnisse betreffen, zum 1.7.2022.

## II. Auswirkungen der gesetzlichen Neuerungen auf Connected Vehicle Services

Die Neuerungen haben erhebliche Auswirkungen auf Automobilhersteller, die verstärkt ihr digitales Angebotsspektrum erweitern, um das Fahrerlebnis nicht nur sicherer, effizienter und komfortabler zu gestalten, sondern eine eigene digitale (Produkt-)Welt rund um das vernetzte Fahrzeug zu kreieren. Zentrale Rolle hierbei spielen die *Connected Vehicle Services* (im Folgenden auch *Services*), die vernetzungsfähige Fahrzeuge (Connected bzw. Smart Cars) mit verschiedensten digitalen Zusatzfunktionen und -diensten aufrüsten. Voraussetzung für die Aktivierung der Connected Vehicle Services ist meist das Einrichten eines Nutzerkontos und ggf. das Herunterladen einer entsprechenden Mobile App, über die sich die Services verwalten lassen. Schließlich bedarf es einer Authentifizierung und Koppelung des Fahrzeugs mit einem Account, wobei regelmäßig die Eingabe der Fahrzeugidentifikationsnummer (FIN) und ggf. weiterer Verifizierungsparameter erforderlich ist. Teilweise werden die Services zunächst kostenfrei und anschließend gegen Zahlung eines Preises für eine bestimmte Laufzeit -

in der Regel für ein bis drei Jahre - zur Verfügung gestellt (Abonnement-Modell). Alternativ werden sie gegen einmalige Zahlung eines Festpreises dauerhaft erbracht. Zahlungspflichtige Connected Vehicle Services können mobil oder online - beispielsweise auf einer speziell hierfür eingerichteten Plattform - vom Anbieter gebucht werden. Die typischerweise angebotenen Funktionen lassen sich vereinfacht in die Kategorien Infotainment<sup>5</sup>, Sicherheit<sup>6</sup> & Service<sup>7</sup>, Navigation<sup>8</sup>, Komfort<sup>9</sup> und Elektromobilität<sup>10</sup> unterteilen.

Je nach Angebot besteht für den Verbraucher die Besonderheit, dass Vertragspartner nicht der Verkäufer des Fahrzeuges, sondern ein Dritter ist, z. B. die „Digitaltochter“ des Automobilherstellers.

Die umfassenden Gesetzesänderungen betreffen hauptsächlich B2C-Sachverhalte, also solche, an denen Verbraucher beteiligt sind. Die nachfolgenden Ausführungen beschränken sich auf Grund der überwiegenden Bedeutung auf für Verbraucherverträge geltende Aspekte und sparen B2B-Sachverhalte in der Betrachtung aus.

## **1. Anwendung des digitalen Kaufrechts auf Connected Vehicle Services**

Zunächst stellt sich die Frage, ob die Regelungen des digitalen Kaufrechts auf Connected Vehicle Services Anwendung finden. Denn die neuen Regelungen gelten zum einen nur für bestimmte Waren und Dienstleistungen („digitale Produkte“, § 327 Abs. 1 BGB). Zum anderen stellt sich die Frage, unter welchen Voraussetzungen die Regelungen auch auf kostenlos bereitgestellte Connected Vehicle Services Anwendung finden.

### **a) Digitale Produkte und Abgrenzung von anderen Fallgestaltungen**

Nach den Regelungen des neuen „digitalen“ Kaufrechts ist zu unterscheiden zwischen (i) digitalen Produkten und (ii) Waren mit digitalen Elementen. Für die jeweiligen Bereiche gelten unterschiedliche rechtliche Vorgaben. Während für digitale Produkte die Regelungen des digitalen Kaufrechts gemäß §§ 327 ff. BGB Anwendung finden, gelten für Waren mit digitalen Elementen die neuen Regelungen nicht. Hier gilt vielmehr das (bisherige) allgemeine Kaufrecht, § 327a Abs. 3 BGB. Praktische Abgrenzungsfragen stellen sich insbesondere bei der Kombination der zuvor genannten verschiedenen Elemente.

Waren mit digitalen Elementen sind solche, die digitale Produkte bzw. Elemente enthalten oder mit ihnen in einer Form verbunden sind, dass die Waren ihre bestimmungs-

- 107 -

Kahl/Lie, RAW 2022, 106-111

- 108 -

gemäßen Funktionen ohne die digitalen Elemente nicht erfüllen können (funktionales Kriterium). Sie sind „untrennbar“ mit der Ware verbunden und zwingender Bestandteil der solchen. Zudem müssen die digitalen Bestandteile als Teil der Ware und Dienstleistung unter dem (selben) Kaufvertrag mit bereitgestellt werden (vertragliches Kriterium).<sup>11</sup> Werden digitale Inhalte und/oder Dienstleistungen mit Waren in der Form kombiniert, dass es sich nicht um Waren mit digitalen Elementen im o. g. Sinne handelt, gelten die Vorgaben des neuen digitalen Kaufrechts, aber nur für die digitalen Inhalte und Dienstleistungen, nicht aber die parallel bereitgestellten Waren (Stichwort: „Paketverträge“).<sup>12</sup>

Die Einordnung von Connected Vehicle Services führt zu praktischen Abgrenzungsschwierigkeiten, wenn die Dienste zusammen mit dem Fahrzeug unter dem (selben) Vertrag bereitgestellt werden.

Eine Einordnung nach den Schwerpunkten der jeweiligen Dienste<sup>13</sup> hilft wenig weiter. Die einzelnen Dienste unterscheiden sich von Hersteller zu Hersteller. Fehlende einheitliche Definitionen und unterschiedliche Begriffsverwendung erschweren die Abgrenzung weiter.

Die folgenden Grundsätze können jedoch bei der ersten Einordnung helfen:

Connected Vehicle Funktionen und Dienste, die nicht die Fahrfunktion des Fahrzeugs selbst, sondern die Unterstützung des Fahrerlebnisses zum Gegenstand haben, dürften - auch wenn unter einem einheitlichen Vertrag mit dem Fahrzeug bereitgestellt - eher als (gesonderte) digitale Produkte einzuordnen sein. Beispiele wären besondere Navigationsdienste und Kartenupdates sowie Infotainment-Services.

Handelt es sich um Basisfunktionen im Fahrzeug, ohne deren Funktionieren die Fahrfunktion unmittelbar beeinträchtigt wird, dürfte es sich eher nicht um gesonderte digitale Produkte handeln. Solche Funktionen und Elemente werden oftmals eher als Teil der Ware („Fahrzeug“) einzuordnen sein, die somit insgesamt als Ware mit digitalen Elementen den Regelungen des bisherigen Kaufrechts unterfällt. Ein Beispiel kann Software sein, die für digital gesteuerte Antriebs- und Assistenzsysteme im Fahrzeug verantwortlich ist. Sie ist - je nach Funktion - derart mit dem Fahrzeug verbunden, dass das Fahrzeug ohne sie seine primäre Funktion („sicheres Fahren“) nicht erfüllen kann. Weitere Beispiele könnten Funktionen zur Anzeige von Informationen zum Ladevorgang/-zustand eines E-Autos im Fahrzeug sein, ohne die der sichere Betrieb des Fahrzeugs nicht mehr möglich wäre. Gleiches dürfte in Zukunft für Steuerungselemente gelten, die das autonome Fahren ermöglichen.

Die meisten im Connected Vehicle Services Umfeld angebotenen Dienste dürften (derzeit) eher das Fahrerlebnis „unterstützen“. Zudem werden diese oftmals gesondert - z. B. App-basiert - und auf Basis gesonderter Nutzungsbedingungen bereitgestellt. So wird oftmals die Einordnung als digitales Produkt naheliegen. Eine trennscharfe Abgrenzung bleibt jedoch schwierig. Es bedarf einer Betrachtung des konkreten Einzelfalls. Dies gilt insbesondere für solche Fallgestaltungen, in denen eine Ware (hier: das Fahrzeug) ohne digitale Bestandteile zwar betrieben werden und insoweit ihre Primärfunktion erfüllen kann, aber erst mit digitalem Bestandteil ihre volle Funktionsbreite entfaltet.<sup>14</sup>

Festhalten lässt sich: Je näher eine digitale Funktionalität mit der Fahrfunktion verbunden ist, desto eher stellt sich die Frage, ob nicht eine Verknüpfung i. S. d. § 327a Abs. 3 BGB vorliegt. Die Schärfung der auslegungsbedürftigen Regelungen obliegt Praxis und Rechtsprechung, die es aufmerksam zu beobachten gilt. Die bestehenden Rechtsunsicherheiten werden die Praxis Subscription-basierter Vertriebsmodelle (zeitlich begrenzte Bereitstellung) jedoch weiter fördern.

## **b) Unentgeltlichkeit**

War im „alten“ Kaufrecht nicht eindeutig geregelt, unter welchen Voraussetzungen kostenlos bereitgestellte Waren und Dienstleistungen den jeweiligen Vorgaben unterfallen<sup>15</sup>, ist der Anwendungsbereich der neuen §§ 327 ff. BGB denkbar weit gefasst. Gemäß § 327 Abs. 3 BGB gelten die Vorschriften auch dann, wenn im Rahmen des Verbrauchervertrages die Bereitstellung zwar ohne Entgelt erfolgt, der Verbraucher dem Unternehmer jedoch personenbezogene Daten bereitstellt oder sich zu deren Bereitstellung verpflichtet, die der Unternehmer zu anderen Zwecken verwendet, als die vertraglich geschuldete Leistung zu erbringen oder ihn treffende rechtliche Pflichten zu erfüllen (vgl. § 312 Abs. 1a Satz 2 BGB). Es kommt nicht darauf an, dass der Verbraucher die personenbezogenen Daten aktiv übermittelt. Bereits das Zulassen der Verarbeitung soll genügen.

Die Bereitstellung von Connected Vehicle Services erfolgt derzeit wohl (noch) überwiegend unentgeltlich. Im Rahmen der Erbringung werden eine Vielzahl personenbezogener Daten verarbeitet.<sup>16</sup> Soweit

entsprechende Datensätze mit einer FIN verknüpft sind, handelt es sich bei diesen nach wohl herrschender Meinung auch um personenbezogene Daten.<sup>17</sup> Anbieter nutzen die im Rahmen der Bereitstellung der Services gewonnenen personenbezogenen Daten oftmals für Sekundärzwecke, d. h. also solche, die nicht unmittelbar mit der Leistungserbringung oder Erfüllung rechtlicher Pflichten in Zusammenhang stehen. Hierbei kann es sich um werbliche Zwecke (Direktmarketing, Up-Selling), aber auch um Zwecke der Produktentwicklung und -verbesserung handeln.

In diesen Fällen spricht auf den ersten Blick Einiges für die Anwendbarkeit der §§ 327 ff. BGB. Fraglich ist, welche Rolle die datenschutzrechtliche Gestaltung spielen soll. Auf die datenschutzrechtliche Zulässigkeit soll es jedenfalls nicht ankommen.<sup>18</sup> Man könnte allerdings kritisch hinterfragen, ob die Anwendbarkeit der §§ 327 ff. BGB z. B. auch in solchen Fällen sachgerecht ist, in denen sich der Anbieter für besondere Nutzungszwecke (z. B. die Zusendung eines Newsletters) eine gesonderte (datenschutzrechtliche) Einwilligung des Betroffenen einholt.<sup>19</sup> Weitere interessante

- 108 -

Kahl/Lie, RAW 2022, 106-111

- 109 -

Abgrenzungsfragen stellen sich im Zusammenhang mit dem Tatbestandsmerkmal der „rechtlichen Pflichten“, u. a. im Fall der Nutzung von personenbezogenen Daten für Zwecke der Produktbeobachtung oder des Qualitätsmanagements. Auch hier wird es Praxis und Rechtsprechung obliegen, die gesetzlichen Anforderungen weiter zu schärfen.

## **2. Geltende Anforderungen**

Wie bereits erörtert, handelt es sich bei Verbraucherverträgen über digitale Produkte um einen neuen Vertragstyp im BGB. Die neu eingeführten §§ 327, 327a-327u BGB sowie die Aktualisierungspflicht in den §§ 327e und f BGB begründen eine besondere Gewährleistungshaftung des Unternehmers.

### **a) Leistungspflichten des Unternehmers**

Der Unternehmer ist zur Bereitstellung des digitalen Produktes verpflichtet. Die Rechte bei unterbliebener oder verzögerter Bereitstellung sind dem allgemeinen Leistungsstörungenrecht nachgebildet und im Detail in § 327c BGB geregelt.<sup>20</sup> Digitale Produkte ist der Oberbegriff für digitale Inhalte und digitale Dienstleistungen. § 327 Abs. 2 S. 1 BGB definiert digitale Inhalte als Daten, die in digitaler Form erstellt und bereitgestellt werden. Als Beispiel für digitale Inhalte werden Computerprogramme, Anwendungen („Apps“), Video-, Audio- und Musikdateien, digitale Spiele, elektronische Bücher und andere elektronische Publikationen aufgeführt.<sup>21</sup> Digitale Dienstleistungen werden in § 327 Abs. 2 S. 2 BGB legaldefiniert und betreffen im Wesentlichen alles, was mit Daten im digitalen Raum gemacht werden kann.<sup>22</sup> Als Beispiel werden Software-as-a-Service, die gemeinsame Nutzung von Video- oder Audioinhalten und andere Formen des Datei-Hosting, Textverarbeitung oder Spiele, die in einer Cloud-Computing-Umgebung und in sozialen Medien angeboten werden, genannt.<sup>23</sup>

Connected Vehicle Services lassen sich nicht ohne Weiteres in diese Kategorien einordnen. Zum einen sind Connected Vehicle Services, wie oben unter Ziffer 1. a) beschrieben, sehr unterschiedlich ausgestaltet. Zum anderen fehlen belastbare Kriterien für eine trennscharfe Unterscheidung zwischen digitalem Inhalt und digitaler Dienstleistung.<sup>24</sup> Eine rechtssichere Einordnung scheint derzeit daher kaum möglich. Für die §§ 327 ff. BGB dürfte dies zunächst nicht entscheidend sein, da in den Vorschriften

mit Ausnahme von § 327b Abs. 3 und 4 BGB durchgängig der Oberbegriff „digitale Produkte“ verwendet wird und eine Einordnung im Einzelnen nicht weiter notwendig scheint. Anders verhält sich dies bei den Vorschriften zum Widerrufsrecht, wo die Einordnung als digitaler Inhalt oder digitale Dienstleistung einen erheblichen Unterschied machen kann (siehe hierzu nachfolgend unter Ziffer 3.).

## **b) Gewährleistungsrechte**

Gemäß § 327d BGB hat der Unternehmer das digitale Produkt frei von Produkt- und Rechtsmängeln bereitzustellen. Wie auch in den §§ 434 ff. BGB gilt der neue Mangelbegriff: Gemäß § 327e Abs. 1 S. 1 BGB ist das digitale Produkt frei von Produktmängeln, wenn zur maßgeblichen Zeit kumulativ die subjektiven und objektiven Anforderungen sowie die Anforderungen an die Integration vorliegen.

Die subjektiven Anforderungen betreffen gemäß § 327e Abs. 2 BGB im Wesentlichen vertragliche Vereinbarungen insbesondere in Bezug auf die Funktionalität, Kompatibilität und Interoperabilität. Objektive Anforderungen beziehen sich gemäß § 327e Abs. 3 BGB auf die Eignung für die gewöhnliche Verwendung und die Beschaffenheit, die bei Produkten derselben Art üblich ist und die der Verbraucher unter Berücksichtigung der Art des digitalen Produktes erwarten kann, inklusive der Zugänglichkeit, Kontinuität und Sicherheit. Nach § 327e Abs. 3 S. 2 BGB gehören zur objektiven Beschaffenheit auch Anforderungen, die der Verbraucher nach öffentlichen Äußerungen des Unternehmers oder einer anderen Person in der Vertriebskette erwarten kann, insbesondere nach solchen Äußerungen, die in der Werbung oder auf dem Etikett abgegeben wurden.

Subjektive und objektive Anforderungen stehen sich nun gleichwertig gegenüber. Einfache negative Beschaffenheitsvereinbarungen haben keinen Vorrang (mehr) vor objektiven Anforderungen.<sup>25</sup> Von objektiven Anforderungen kann nach § 327h BGB nur noch dann abgewichen werden, wenn der Verbraucher vor Abgabe seiner Vertragserklärung davon in Kenntnis gesetzt wurde, dass ein bestimmtes Merkmal von den objektiven Anforderungen abweicht, und diese Abweichung im Vertrag ausdrücklich und gesondert vereinbart wurde.

Zum maßgeblichen Zeitpunkt für das Vorliegen von Produktmängeln unterscheidet § 327e Abs. 1 S. 2 und 3 BGB danach, ob eine einmalige oder dauerhafte, d. h. zeitlich begrenzte, Bereitstellung geschuldet ist. Bei einmaliger Bereitstellung ist gemäß § 327e Abs. 1 S. 2 BGB der Zeitpunkt der Bereitstellung maßgeblich. Wenn der Unternehmer durch den Vertrag zu einer dauerhaften Bereitstellung verpflichtet ist, hat das Produkt über den Bereitstellungszeitraum mangelfrei zu sein.

Anforderungen an die Integration sind in § 327e Abs. 4 BGB geregelt, wonach im Wesentlichen eine funktionierende Installation in der digitalen Umgebung des Verbrauchers (Hardware, Software oder Netzverbindungen aller Art) geschuldet ist, die es ermöglicht, das digitale Produkt bestimmungsgemäß zu nutzen.<sup>26</sup>

§ 327i BGB gibt einen Überblick darüber, welche Rechte dem Verbraucher bei Mängeln zustehen: Anspruch auf Nacherfüllung nach § 327l BGB, Anspruch auf Beendigung des Vertrags nach § 327m Abs. 1, 2, 4 und 5 oder Preisminderung nach § 327n BGB und Anspruch auf Schadensersatz nach § 280 Abs. 1 oder § 327m Abs. 3 BGB sowie Aufwendungsersatz nach § 284 BGB. Die einzelnen Voraussetzungen sind in den jeweiligen Vorschriften geregelt.

Die Neuerungen haben insbesondere zur Folge, dass sich Anbieter im Rahmen der Gewährleistung noch stärker als früher an werblichen Aussagen zum jeweiligen Dienst festhalten lassen müssen. Hier ist Augenmaß und ein funktionierender Prozess der Prüfung und Freigabe werblicher Aussagen erforderlich, um unliebsame Überraschungen zu vermeiden. Zusätzliche Unsicherheit bringt die Stärkung der objektiven Erwartung für die Bestimmung der Mängel–

haftigkeit. Ist unklar, welche objektiven Erwartungen der Kunde an das Produkt bzw. die Ware hat, können im Einzelfall abweichende Vereinbarungen getroffen werden. Für diese gelten jedoch strenge Anforderungen, § 327h BGB, z. B. ausdrückliche und deutlich hervorgehobene Hinweise im Anmeldeprozess, in denen etwaige „Abweichungen“ genau beschrieben werden und die der Verbraucher erkennbar annimmt (z. B. durch Anklicken einer gesonderten Checkbox oder Betätigung einer entsprechenden Schaltfläche).

### **c) Aktualisierungspflicht**

Eine der wesentlichen Neuerungen ist die Aktualisierungspflicht für digitale Produkte. Nach § 327f BGB ist der Unternehmer verpflichtet, Aktualisierungen, die für den Erhalt der Vertragsmäßigkeit des digitalen Produktes erforderlich sind, bereitzustellen und hierüber zu informieren. Die Aktualisierungspflicht erweitert den Pflichtenkreis des Unternehmers erheblich. Es muss nicht nur zu einem bestimmten Zeitpunkt mangelfrei geleistet, sondern die Mangelfreiheit auch über einen weitergehenden Zeitraum aufrechterhalten werden.<sup>27</sup> Kommt der Unternehmer dieser Pflicht nicht nach, entspricht das Produkt gemäß § 327e Abs. 3 Nr. 5 BGB nicht den objektiven Anforderungen und ist mangelhaft.

Bei Connected Vehicle Services, die in der Regel für einen bestimmten Zeitraum bereitgestellt werden, müssen folglich während des Bereitstellungszeitraums (Nutzungsdauer) entsprechende Updates, insbesondere Sicherheitsupdates, zur Verfügung gestellt werden. Zudem ist der Nutzer auf die Folgen einer Nicht-Installation hinzuweisen und es sind ausreichende Installationsanleitungen bereitzustellen, um weitere Haftungsfolgen zu vermeiden. Vor diesem Hintergrund scheint es ratsam, dem Nutzer die jeweiligen Prozessschritte einschließlich der Rechtsfolgen in den Nutzungsbedingungen der jeweiligen Dienste genau zu erklären.

Im Fall der einmaligen Bereitstellung richtet sich der Zeitraum gemäß § 327f Abs. 1 S. 2 Nr. 2 BGB danach, wie lange der Verbraucher aufgrund der Art und des Zwecks des digitalen Produkts und unter Berücksichtigung der Umstände und der Art des Vertrags entsprechende Aktualisierungen erwarten kann.

Für die meisten Connected Vehicle Services, die eher im Rahmen eines Abonnements für einen festgelegten Zeitraum bereitgestellt werden, spielt dies wie gesagt keine Rolle. Für dauerhaft mit dem Fahrzeug bereitgestellte Funktionen bzw. Dienste gestaltet sich die Bestimmung schwierig. Die Gesetzesbegründung verweist unter konkreter Bezugnahme auf Kraftfahrzeuge und darin integrierte Geräte wie Navigationssysteme oder Unterhaltungselektronik auf die „übliche Nutzungsdauer“. Diese lässt sich gerade im Fahrzeugumfeld schwer bestimmen und führt zu erheblicher Rechtsunsicherheit. Gemäß § 327h BGB verbleibt die Möglichkeit, im Einzelfall abweichende Regelungen zu treffen. Dies dürfte im standardisierten Connected Vehicle Services Geschäft nicht weiterhelfen, da abweichende Vereinbarungen als Teil der Nutzungsbedingungen regelmäßig nicht möglich sein werden, sondern einer ausdrücklichen und gesonderten Zustimmung des Nutzers bedürfen.<sup>28</sup> Diese Umstände werden den Ausbau der schon heute weit verbreiteten „Subscription“ Modelle weiter fördern.

Zu beachten sind die Regelungen zur Verjährung der Ansprüche wegen einer Verletzung der Aktualisierungspflicht, die gemäß § 327j Abs. 3 BGB nicht vor Ablauf von zwölf Monaten nach dem Ende des

für die Aktualisierungspflicht maßgeblichen Zeitraums verjähren. Da sich im Fall einer einmaligen Bereitstellung der maßgebliche Bereitstellungszeitraum nur schwer bestimmen lässt (vgl. zuvor), führt dies folgerichtig zu weitergehenden Unsicherheiten bei der Bestimmung des Verjährungsbeginns.

Die jeweiligen Kriterien werden durch die Rechtsprechung konkretisiert werden müssen.

### **3. Widerrufsrecht**

Da Connected Vehicle Services regelmäßige online bzw. über Mobile Apps „erworben“ werden können, finden die „e-commerce“-Vorschriften u. a. zum Fernabsatzvertrag Anwendung. Seit dem 28.5.2022 gelten speziell für digitale Produkte neue Vorgaben zum Widerrufsrecht, die von hoher praktischer Bedeutung sind.

Im Fernabsatzverkehr steht dem Nutzer grundsätzlich ein Widerrufsrecht zu. Unternehmen haben regelmäßig ein Interesse daran, das Widerrufsrecht vorzeitig zum Erlöschen zu bringen. Unter welchen Voraussetzungen dies möglich ist, richtet sich im Bereich des digitalen Kaufrechts danach, ob es sich um digitale Dienstleistungen oder digitale Inhalte handelt, § 356 Abs. 4 und Abs. 5 BGB. Je nachdem, ob als Gegenleistung die Bereitstellung personenbezogener Daten (jeweils Nr. 1) oder die Zahlung eines Preises (jeweils Nr. 2) geschuldet ist, variieren die Voraussetzungen zusätzlich.

Das Erlöschen des Widerrufsrechts setzt gemäß § 356 Abs. 4 BGB voraus, dass neben anderen Voraussetzungen (u. a. die ausdrückliche Zustimmung des Nutzers, mit der Leistungserbringung zu beginnen) die digitale Dienstleistung i. S. d. § 362 BGB vollständig erbracht wurde. Bei einem Dauerschuldverhältnis soll die Dienstleistung nicht bereits bei erstmaliger Bereitstellung vollständig erbracht sein.<sup>29</sup> Anders ist dies bei digitalen Inhalten: Gemäß § 356 Abs. 5 BGB reicht der Beginn der Vertragserfüllung aus.

Viele Connected Vehicle Services werden als digitale Dienstleistungen einzuordnen sein. Im Mittelpunkt steht oftmals nicht die Bereitstellung von digitalen Elementen wie Daten oder einzelnen Inhalten (z. B. Videos), sondern die Nutzung eines zusammenhängenden Dienstes (z. B. Remote-Services). In solchen Fällen wird das Widerrufsrecht oft nicht sinnvoll vorzeitig zum Erlöschen gebracht werden können. Entsprechende Erwägungen scheinen nur dort sinnvoll, wo es sich entweder um zeitlich begrenzte, 14 Tage nicht überschreitende digitale Dienstleistungen oder aber die Bereitstellung digitaler Inhalte handelt. Letzteres ist bei Connected Vehicle Services denkbar, bedarf aber einer konkreten Betrachtung des Einzelfalls. In Anbetracht der strikten Vorgaben im Rahmen des § 356 Abs. 4, 5 BGB werden sich Anbieter von Connected Vehicle Services genau überlegen, wie wichtig das vorzeitige Erlöschen des Widerrufsrechts wirklich ist, insbesondere bei kostenlos und jederzeit kündbaren Diensten, bei denen ein Widerrufsrisiko schon praktisch deutlich geringer sein dürfte.

- 110 -

Kahl/Lie, RAW 2022, 106-111

- 111 -

### **4. Faire Verbraucherverträge und Kündigungsknopf**

Seit dem 1.7.2022 müssen Anbieter ihren Kunden u. a. im Fall eines Dauerschuldverhältnisses eine Kündigungsschaltfläche (Kündigungsknopf) bereitstellen, § 312k BGB. Über den Kündigungsknopf müssen ordentliche als auch außerordentliche Kündigungen auf der Website oder in der App mög-



lich sein. Die Kündigungsschaltfläche muss gut lesbar mit nichts anderem als den Wörtern „Verträge hier kündigen“ oder mit einer entsprechend eindeutigen Formulierung beschriftet sein. Sie muss den Verbraucher unmittelbar zu einer Bestätigungsseite führen, auf der konkrete Angaben enthalten sind bzw. dort gemacht werden können. Der Button muss ständig verfügbar und leicht erreichbar sein. Die Unternehmen treffen weitergehende Informations- und Dokumentationspflichten.

Da viele der heute verfügbaren Connected Vehicle Services jederzeit kündbar sind und hierfür bereits entsprechende Mechanismen wie ein „Unsubscribe“-Button im App-Menu existieren, scheinen die Folgen der Neuerungen auf den ersten Blick überschaubar.<sup>30</sup> Herausforderungen zeigen sich jedoch u. a. dort, wo Prozesse für den Widerruf (vgl. zuvor) und den Kündigungsbutton parallel implementiert werden. Eine einheitliche Schaltfläche für beides dürfte den Anforderungen regelmäßig nicht genügen. Hier ist darauf zu achten, die Prozesse klar voneinander zu trennen und transparent zu gestalten (u. a. durch klare Regelungen in den Nutzungsbedingungen). Zudem stellt sich die Frage, wo und in welcher Form der Button z. B. in einer Connected Vehicle App zu implementieren ist und welche alternativen Beschriftungen ggf. noch zulässig sind. Auch hier wird die Rechtsprechung die gesetzlichen Vorgaben weiter schärfen müssen.

### **III. Fazit**

Die Umsetzung der Neuerungen stellt nicht nur die Anbieter von Connected Vehicle Services vor große Herausforderungen. Sie betreffen alle Unternehmen, die digitale Produkte vertreiben. Mit der Einführung der Neuregelungen wird juristisches Neuland betreten. Wichtige Fragen werden erst in den kommenden Jahren von der Rechtsprechung geklärt werden.

Die Neuerungen stellen Anbieter zugleich vor große praktische Herausforderungen. So reicht die „bloße“ Anpassung von Vertragstexten oftmals nicht aus. Vielmehr erfordern die Neuregelungen eine umfassende Analyse der jeweiligen Dienste und Umsetzung konkreter zusätzlicher Maßnahmen, beispielsweise der Bereitstellung regelmäßiger Updates nebst ausreichender Informationen hierzu.

Dabei zeigt die bisherige Beratungspraxis, dass nicht alles was rechtlich möglich auch praktisch sinnvoll ist. Die neuen Anforderungen sind - soweit noch nicht erfolgt - zügig umzusetzen, nicht zuletzt um das Risiko für Bußgelder und aufwendige wie kostspielige Abmahnungen von Betroffenen und Verbänden zu reduzieren.

Wie so oft bleibt die frühzeitige Einbindung der Rechtsbereiche im Unternehmen der wesentliche Erfolgsfaktor für ein rechtssicheres Setup - damit die Fahrt gleich in die richtige Richtung geht!

### **Fußnoten**

\*)

Die Autoren danken Frau Rechtsanwältin Sophia-Marie Kling für Ihre wertvollen Anregung und Unterstützung bei der Erstellung dieses Beitrags. Mehr über die Autoren erfahren Sie auf S. III.

1)

Richtlinie (EU) 2019/770 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen („Digitale-Inhalte-Richtlinie“) und Richtlinie (EU) 2019/771 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte des Warenkaufs, zur Änderung der Verordnung (EU) 2017/2394 und der Richtlinie 2009/22/EG sowie zur Aufhebung der Richtlinie 1999/44/EG („Warenkaufrichtlinie“).

2)

Das „Gesetz zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuchs und des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche in Umsetzung der EU-Richtlinie zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union und zur Aufhebung der Verordnung zur Übertragung der Zuständigkeit für die Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 auf das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz“ sowie das „Gesetz zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht“.

- 3) Richtlinie (EU) 2019/2161 zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften. Durch die „Onmibus“-Richtlinie werden die Verbraucherrechte-Richtlinie (2011/83/EU), die Richtlinie über Preisangaben (98/6/EG), die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (2005/29/EG) sowie die Richtlinie über missbräuchliche Vertragsklauseln (93/13/EWG) angepasst.
- 4) Ebenfalls Teil des New Deal for Consumer ist die verabschiedete Richtlinie über Verbandsklagen zum Schutz der Kollektivinteressen der Verbraucher (2020/1828/EG), mit der kollektive Rechtsdurchsetzungsverfahren für Verbraucher eingeführt werden (Umsetzungsfrist: 25.6.2023).
- 5) Z. B.: Entertainment-Angebote wie Musikstreaming und Spiele.
- 6) Z. B.: Unfall- und Pannenmanagement, Telediagnose, Wartung und Reparatur.
- 7) Z. B.: Fahrzeug-Monitoring und Status, Remote-Dienste, Parkhilfen, Sprachassistenzen.
- 8) Z. B.: Live Traffic, Kartenupdates.
- 9) Z. B.: Personal Assistent Dienste.
- 10) Z. B.: Ladevorgang, Ladesäulen, optimiertes Fahren.
- 11) BT-Drs. 19/27653, S. 46.
- 12) Vgl. Richtlinie (EU) 2019/770 („Digitale-Inhalte-Richtlinie“), Erwägungsgrund 33.
- 13)

- Vgl. hierzu zuvor Fn. 5-10.
- 14) Vgl. *Fries*, in: BeckOGK, Stand: 1.4.2022, § 327a BGB, Rn. 14.
- 15) Vgl. *Busch*, in: BeckOGK, Stand: 1.6.2021, BGB § 312, Rn. 11.
- 16) Zu den datenschutzrechtlichen Implikationen: *Kahl*, RAW 2021, S. 80.
- 17) Vgl. u. a. Gemeinsame Erklärung der unabhängigen Datenschutzbehörden des Bundes und der Länder und des Verbandes der Automobilindustrie (VDA) vom 26.1.2015, abrufbar unter <https://datenschutz.hessen.de/sites/datenschutz.hessen.de/files/content-downloads/Gemeinsames%20Papier%20DSK%20und%20VDA.pdf> (Abruf: 14.7.2022); weiterführend *Kahl*, RAW 2021, S. 80.
- 18) Vgl. BT-Drs. 19/27653, S. 40.
- 19) So. i. E. wohl BT-Drs. 19/27653, S. 40; nicht eindeutig dagegen Richtlinie (EU) 2019/770 („Digitale-Inhalte-Richtlinie“), Erwägungsgrund 33.
- 20) Vgl. BT-Drs. 19/27653, S. 50.
- 21) Vgl. Richtlinie (EU) 2019/770 („Digitale-Inhalte-Richtlinie“), Erwägungsgrund 19.
- 22) Vgl. *Schrader*, JA 2022, S. 1, 3.
- 23) Vgl. Richtlinie (EU) 2019/770 („Digitale-Inhalte-Richtlinie“), Erwägungsgrund 19.
- 24) *Föhlisch*, in: BeckOK IT-Recht, Stand: 1.4.2022, § 327 BGB, Rn. 28.
- 25) *Schrader*, JA 2022, S. 1, 3.
- 26) *Schrader*, JA 2022, S. 1, 3.

- 27) *Felsch/Kremer/Wagener*, MMR 2022, S. 18, 20.
- 28) BT-Drs. 19/27653, S. 62.
- 29) *Föhlisch*, in: BeckOK IT-Recht, Stand: 1.4.2022, BGB § 356, Rn. 17.2.
- 30) Auf die Neuerungen u. a. zur (zulässigen) Laufzeit entsprechender Verträge, die bereits in 2021 in Kraft getreten sind, wird an dieser Stelle nicht weiter eingegangen.

© dfv Mediengruppe, Frankfurt am Main