



**WHITEPAPER**

# Barrierefreiheitsstärkungsgesetz 2025



Veranstalter



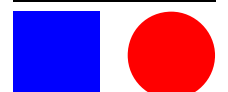
Fachlicher und ideeller Träger der DMEXCO sowie Markeninhaber



Unter besonderer Mitwirkung



**DIGITAL MARKETING  
EXPO & CONFERENCE**



# Barrierefreiheitsstärkungsgesetz: Jetzt wissen, was zu tun ist

Was steht im Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG), auch als Barrierefreiheitsgesetz betitelt? Was bedeutet das Gesetz für den E-Commerce? Welche Fristen müssen Unternehmer:innen beachten? Und welche Maßnahmen müssen Unternehmen in die Wege leiten? All das beantwortet dir dieses Whitepaper, das wir gemeinsam mit der Wirtschaftskanzlei SKW Schwarz erstellt haben. Lies hier, wie du schon jetzt auf das Barrierefreiheitsgesetz reagieren solltest.

## Whitepaper zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz

### Inhalt

› Einleitung	4
› #1 Was ist unter dem Begriff „Barrierefreiheit“ zu verstehen?	5
› #2 Wer muss sich an das BFSG halten?	5
› #3 Welche Ausnahmen sieht das BFSG vor?	6
a) Gilt das BFSG nur im B2C- oder auch im B2B-Bereich?	6
b) Und was ist mit Apps und Webseiten für Arbeitnehmer?	6
c) Welche Regeln gelten für Produkte und Dienstleistungen außerhalb des Anwendungsbereichs des BFSG?	7
d) Weitere Ausnahmen	7
e) Was gilt für Kleinunternehmen?	7

## Whitepaper zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz

› #4 Welche Produkte und Dienstleistungen fallen unter das BFSG?	8
› #5 Welche Pflichten treffen die einzelnen Wirtschaftsakteure nach dem BFSG?	9
a) Pflichten des Herstellers	9
b) Pflichten des Einführers	15
c) Pflichten des Händlers	17
d) Allgemeine Verpflichtung für alle Wirtschaftsakteure	18
e) Pflichten des Dienstleistungserbringers	19
f) Ausnahmen von den Pflichten der Wirtschaftsakteure	21
› #6 Was bedeutet das konkret für Onlineshops und Webseiten?	23
› #7 Wie kann die Barrierefreiheit in Onlineshops umgesetzt werden?	24
› #8 Welche Übergangsfristen gibt es?	25
› #9 Wie wird die Einhaltung des BFSG kontrolliert?	26
a) Zuständigkeit	26
b) Maßnahmen	26
› #10 Welche Konsequenzen drohen einem Wirtschaftsakteur im Fall eines Verstoßes?	28
a) Bußgelder	28
b) Wettbewerbsrechtliche Konsequenzen	28
c) Zivilrechtliche Konsequenzen	29
› #11 Was ist für eine erfolgreiche Umstellung erforderlich?	29
› #12 Ist eine freiwillige Umsetzung empfehlenswert?	30

## ➤ Einleitung

Am 28. Juni 2025 tritt das neue Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) in Kraft, das weitreichende Veränderungen für die Barrierefreiheit von Produkten und Dienstleistungen mit sich bringt. Ziel des Gesetzes ist es, Menschen mit Behinderungen eine gleichberechtigte Teilhabe am gesellschaftlichen Leben zu ermöglichen, indem es sicherstellt, dass Produkte und Dienstleistungen barrierefrei gestaltet sind. Das BFSG setzt die EU-Richtlinie 2019/882 über die Barrierefreiheitsanforderungen für Produkte und Dienstleistungen um und verpflichtet eine Vielzahl von Wirtschaftsakteuren, darunter Hersteller, Einführer, Händler und Dienstleistungserbringer, spezifische Barrierefreiheitsanforderungen zu erfüllen. Dieses Gesetz markiert einen wichtigen Schritt zur Schaffung einer inklusiveren Gesellschaft und bringt gleichzeitig neue Herausforderungen und Pflichten für Unternehmen mit sich.

Der Anwendungsbereich des BFSG ist weitreichend und betrifft zahlreiche Unternehmen. Insbesondere die Regelungen zu Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr werden sehr viele Webseiten- und Onlineshop-Betreiber betreffen. Da nur noch ein knappes Jahr für die Umsetzung und Vorbereitung auf das BFSG bleibt, wird im Folgenden erklärt, was das neue Gesetz konkret regelt, wen es betrifft und was Unternehmen bis zum Inkrafttreten beachten müssen.

#1

## Was ist unter dem Begriff „Barrierefreiheit“ zu verstehen?

Produkte und Dienstleistungen sind barrierefrei, wenn sie für Menschen mit Behinderungen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe auffindbar, zugänglich und nutzbar sind. Nach der Gesetzesbegründung ist ein Produkt oder eine Dienstleistung dann barrierefrei, „wenn eine Information über das Zwei-Sinne-Prinzip zur Verfügung gestellt wird, die Inhalte in verständlicher Weise dargestellt sind, in einer Schriftart mit angemessener Schriftgröße, in geeigneter Schriftform und Kontrast, und auf eine Weise, die die Nutzer wahrnehmen können.“

Die Definition des Begriffs wurde dabei in gekürzter Form aus dem Behindertengleichstellungsgesetz übernommen. Dieses verpflichtet öffentliche Stellen des Bundes zur Barrierefreiheit und macht Vorgaben im Bereich Bau, Verkehr, Informationstechnik und hinsichtlich der Kommunikation von Behörden mit Bürgern. Das BFSG hingegen bezieht sich auf den privaten Wirtschaftssektor und soll die Barrierefreiheit von Produkten und Dienstleistungen gewährleisten, die sich an Verbraucher richten. Zusätzlich konkretisiert die durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales erlassene Verordnung zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz die Anforderungen an die Barrierefreiheit, insbesondere hinsichtlich der Gestaltung und Herstellung der Produkte, der Zugänglichkeit und Gestaltung der Dienstleistungen sowie der Bereitstellung von Informationen.

#2

## Wer muss sich an das BFSG halten?

Das BFSG betrifft Hersteller, Händler und Importeure von bestimmten Produkten (siehe Ziff. 4) und Dienstleistungserbringer von bestimmten Dienstleistungen (siehe Ziff. 4). Auch Bevollmächtigte, welche von einem Hersteller beauftragt worden sind, in seinem Namen bestimmte Aufgaben wahrzunehmen, müssen zukünftig die Vorgaben des BFSG beachten. Allen gemeinsam ist, dass die Produkte für Verbraucher bestimmt sein müssen bzw. die Dienstleistungen für Verbraucher erbracht werden müssen.



## #3 Welche Ausnahmen sieht das BFSG vor?

### a) Gilt das BFSG nur im B2C- oder auch im B2B-Bereich?

Das Gesetz gilt nur im B2C-Bereich, d. h. die Barrierefreiheit muss sich auf Produkte und Dienstleistungen beziehen, die von Verbrauchern genutzt werden bzw. für diese erbracht werden. Verbraucher im Sinne des Gesetzes ist „jede natürliche Person, die ein unter dieses Gesetz fallendes Produkt oder eine unter dieses Gesetz fallende Dienstleistung zu Zwecken kauft oder empfängt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbstständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können“.

Im reinen B2B Bereich hat das BFSG keine Geltung. Allerdings muss im Fall von Webseiten deutlich und klar ersichtlich sein, dass es sich um einen B2B-Shop bzw. -Webseite handelt, der sich nicht an Verbraucher wendet. Um auf der sicheren Seite zu sein, sollten reine B2B-Shops im Rahmen der Kundenregistrierung die gewerbliche Eigenschaft ihrer Kunden prüfen und nur diesen Kunden gestatten, den Shop zu nutzen.

### b) Und was ist mit Apps und Webseiten für Arbeitnehmer?

Arbeitnehmer werden weder gewerblich noch selbständig tätig, sodass sie im Sinne des BFSG als Verbraucher zu qualifizieren sind, und sowohl Produkte als auch Dienstleistungen müssen entsprechend barrierefrei sein.

Der Arbeitgeber ist darüber hinaus auch aus § 164 Abs. 4 S. 1 Nr. 5 SGB IX verpflichtet, den Arbeitsplatz schwerbehinderter Arbeitnehmer mit den erforderlichen technischen Arbeitshilfen auszustatten. Es gibt somit bereits heute entsprechende Vorschriften für den Arbeitgeber, welche auch zukünftig zu beachten sind. Dies spricht zudem dafür, dass auch Arbeitnehmer vom BFSG profitieren sollen.

### ➤ c) Welche Regeln gelten für Produkte und Dienstleistungen außerhalb des Anwendungsbereichs des BFSG?

Werden keine Dienstleistungen oder Produkte erbracht bzw. angeboten, die in den Anwendungsbereich des BFSG fallen, müssen die Regelungen nicht beachtet werden. Allerdings ist davon auszugehen, dass der Anwendungsbereich des Gesetzes in den nächsten Jahren erweitert wird. Zudem gilt wie immer: Im Zweifelsfall sollten die Anforderungen des BFSG beachtet werden.

### ➤ d) Weitere Ausnahmen

Die Anforderungen der aufgrund des BFSG erlassenen Rechtsverordnung müssen nicht eingehalten werden, sofern die Einhaltung eine wesentliche Änderung eines Produkts oder einer Dienstleistung erfordert, die zu einer grundlegenden Veränderung der Wesensmerkmale des Produktes oder der Dienstleistung führt, oder wenn mit der Einhaltung der Vorschriften eine unverhältnismäßige Belastung einhergehen würde (ausführlich siehe Ziff. 5. f).

### ➤ e) Was gilt für Kleinunternehmen?

Die Regelungen des Gesetzes gelten nicht für Kleinunternehmen hinsichtlich ihrer angebotenen Dienstleistungen. Als Kleinunternehmen gelten Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten (nur Vollzeitbeschäftigte, Teilzeitbeschäftigte nur entsprechend ihres Anteils, abwesende Azubis/Mitarbeiter in Elternzeit nicht berücksichtigt) und einem Jahresumsatz von höchstens 2 Millionen Euro oder dessen Jahresbilanzsumme sich höchstens auf 43 Millionen Euro beläuft.

Die Ausnahme gilt nicht für Kleinunternehmen, die Produkte anbieten, die in den Regelungsbereich des BFSG fallen. Diese Produkte sind anzupassen und zukünftig barrierefrei auf den Markt zu bringen.

## #4

## Welche Produkte und Dienstleistungen fallen unter das BFSG?

Für welche Produkte und Dienstleistungen die Regelungen des BFSG gelten, findet sich in § 1 II, III BFSG. Die dortige Aufzählung ist abschließend.

### Betroffen vom Regelungsbereich des BFSG sind

#### im Bereich der Dienstleistungen:

- › Telekommunikationsdienste,
- › E-Books,
- › Messenger-Dienste,
- › Dienstleistungen im überregionalen Personenverkehr (auf Mobilgeräten),
- › Bankdienstleistungen,
- › elektronischer Geschäftsverkehr,
- › Personenbeförderungsdienste.

#### im Bereich der Produkte:

- › Computer, Notebooks, Tablets, Smartphones (jeweils inklusive Betriebssystemen),
- › Smart-TVs
- › Selbstbedienungsterminals (z. B. Geldautomaten, Fahrausweis- und Check-in-Automaten),
- › E-Book-Lesegeräte,
- › Router.

Produkte, die ab dem 28. Juni 2025 auf den Markt kommen, und Dienstleistungen, die ab diesem Datum angeboten werden, müssen den neuen Regeln des BFSG entsprechen.



## #5

## Welche Pflichten treffen die einzelnen Wirtschaftsakteure nach dem BFSG?

Die zu erfüllenden Pflichten richten sich danach, ob und inwieweit das eigene Produktsortiment oder die eigenen Dienstleistungen vom Anwendungsbereich des BFSG erfasst werden. Sodann hängen die Pflichten davon ab, in welcher Eigenschaft oder Rolle ein Akteur am Markt auftritt – also ob als Hersteller, Einführer, Händler oder eben Dienstleistungserbringer.

### ➤ a) Pflichten des Herstellers

Die Hauptpflicht des Herstellers besteht darin, ein Produkt nur dann in Verkehr zu bringen, wenn es nach den **Barrierefreiheitsanforderungen der Verordnung zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz** gestaltet und hergestellt worden ist, insbesondere der Stand der Technik berücksichtigt worden ist (§ 6 Abs. 1 Nr. 1 BFSG und BFGSV). Die Verordnung enthält im Wesentlichen Anforderungen an die Wahrnehmbarkeit und Steuerbarkeit der Produkte für Menschen mit Seh-, Hör-, Bewegungs- oder Spracheinschränkungen. Produkte müssen auch für diese Menschen wahrnehmbare Informationen enthalten, Schnittstellen bzw. Kompatibilität mit Hilfsgeräten wie Implantaten gewährleisten und bedienbar sein. An geeigneter Stelle werden wir Ihnen im Folgenden dazu Beispiele geben.

#### **Neben seiner Hauptpflicht hat der Hersteller, ...**

... die **technische Dokumentation** zu erstellen und für fünf Jahre nach dem Inverkehrbringen aufzubewahren (§ 6 Abs. 1 Nr. 2 und Anlage 2 BFSG),

... ein **Konformitätsbewertungsverfahren** durchzuführen, das die Konformität des Produkts mit den geltenden Barrierefreiheitsanforderungen nachweist (§ 6 Abs. 1 Nr. 2 BFSG). Bei dem Konformitätsbewertungsverfahren handelt es sich um eine selbstgewählte, interne Fertigungskontrolle, mit der der Hersteller die technische

Dokumentation erstellt, den Fertigungsprozess überwacht und die Konformität seines Produktes sicherstellt. Dieses Verfahren führt der Hersteller in eigener Verantwortung durch.

... eine **EU-Konformitätserklärung** auszustellen und für fünf Jahre nach dem Inverkehrbringen aufzubewahren (§ 6 Abs. 1 Nr. 3, Abs. 2 BFSG) sowie Änderungen am Entwurf des Produkts oder an seinen Merkmalen sowie Änderungen der harmonisierten Normen oder technischen Spezifikationen, auf die in der Konformitätserklärung verwiesen wird, angemessen zu berücksichtigen,

... die **CE-Kennzeichnung** anzubringen (§ 6 Abs. 1 Nr. 4 BFSG). Es handelt sich also um einen „CE-Rechtsakt“. Die Wirtschaftsakteure müssen deshalb sicherstellen, dass ihr Konformitätsbewertungsverfahren, die Konformitätserklärung und die angebrachte CE-Kennzeichnung zugleich auch die Anforderungen an derer anwendbarer „CE-Rechtsakte“, wie z. B. dem Elektromagnetische-Verträglichkeit-Gesetz (EMVG) erfüllen.

... dafür zu sorgen, dass sein Produkt eine Typen-, Chargen- oder Seriennummer oder ein anderes **Kennzeichen zu seiner Identifikation** trägt, die in Ausnahmefällen auch auf der Verpackung oder in einer dem Produkt beigelegten Unterlage angegeben werden kann (§ 7 Abs. 1 BFSG),

... seinen Namen, seine Firma oder seine Marke sowie seine Postanschrift – eine **zentrale Kontaktadresse** – in einer für den Verbraucher leicht verständlichen Sprache auf dem Produkt anzugeben, die in Ausnahmefällen auch auf der Verpackung oder in einer dem Produkt beigelegten Unterlage angegeben werden kann (§ 7 Abs. 2 BFSG),

... dem Produkt eine **Gebrauchsanleitung und Sicherheitsinformation** in deutscher Sprache beizufügen (§ 7 Abs. 3 BFSG). Das BFSG enthält keine Anweisungen, wie sich diese Pflicht zu den Vorgaben anderer Rechtsvorschriften, z. B. dem Produktsicherheitsgesetz (ProdSG) verhält. Es ist deshalb davon auszugehen, dass sie gleichrangig neben anderen Anforderungen steht. Eine Gebrauchs- und Bedienungsanleitung nach dem ProdSG muss also auch den Anforderungen des BFSG genügen.

... alle Kennzeichnungen, die Gebrauchsanleitung und die Sicherheitsinformation in einer der Verordnung zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz entsprechenden **Form klar, verständlich und deutlich** zu verfassen (§ 7 Abs. 4 BFSG),

... der **Marktüberwachungsbehörde** auf deren begründetes Verlangen in deutscher Sprache oder in einer Sprache, die von der deutschen Marktüberwachungsbehörde leicht verstanden werden kann, alle **Auskünfte** zu erteilen und alle **Unterlagen auszuhandigen**, die für den Nachweis der Konformität erforderlich sind, mit der Marktüberwachungsbehörde auf deren Verlangen bei allen Maßnahmen zur Herstellung der Konformität bei einem von ihm in den Verkehr gebrachten Produkt mit den geltenden Barrierefreiheitsanforderungen **zusammenzuarbeiten** und insbesondere die Konformität des Produkts mit den geltenden Barrierefreiheitsanforderungen herzustellen (§ 7 Abs. 5 BFSG). Die Zuständigkeit und die Arbeitsweise der Marktüberwachungsbehörden richten sich nach der Verordnung (EU) 2019/1020 und dem Marktüberwachungsgesetz. Die EU führt zudem eine [Liste mit allen Marktüberwachungsbehörden](#). Derzeit sind die Zuständigkeiten nach dem BFSG noch nicht geklärt. Sicher ist nur, dass es in jedem Bundesland eine eigene Marktüberwachungsbehörde geben wird.

## In den folgenden beiden Fällen treffen den Hersteller weitere Verpflichtungen. Er hat ...

... im Falle einer **Serienfertigung** dafür zu sorgen, dass stets die Konformität sichergestellt ist (§ 6 Abs. 3 BFSG).

... im Falle nachträglich auftretender oder auffallender fehlender Konformität unverzüglich **Korrekturmaßnahmen** zu ergreifen, das Produkt zurückzunehmen oder zurückzurufen, die Marktüberwachungsbehörden zu informieren und darüber ein Verzeichnis schriftlich oder elektronisch zu führen (§ 6 Abs. 4 BFSG). Diese Pflichten sind ebenfalls aus anderen „CE-Gesetzen“ bekannt. Im Verhältnis zu diesen und anderen gesetzlichen Vorgaben wird es die Herausforderung der Wirtschaftsakteure sein, Verfahren zu etablieren, die zugleich die Anforderungen aller anwendbaren Vorschriften, wie z. B. auch des ProdSG, erfüllen.

Der Hersteller kann seine Pflichten zum Teil und unter bestimmten Voraussetzungen auf einen Bevollmächtigten übertragen.

## Die Verordnung zum BFSG regelt die speziellen Anforderungen an ...

... die Bereitstellung von **Informationen für Produkte** (§ 4 BFSGV). Diese müssen u. a. über mehr als einen sensorischen Kanal wahrnehmbar und verständlich sein. Außerdem müssen die Informationen konkret auch die Barrierefreiheitsfunktionen oder die Interoperabilität mit Technologien zur Reduzierung von Barrieren (assistive Technologien) umfassen, insbesondere die Schnittstellen zu Hilfsmitteln und die mit dem Produkt getesteten Hilfsmittel.

... **Produktverpackungen** und **Anleitungen** (§ 5 BFSGV). Produktverpackungen müssen, soweit in Anbetracht der Größe möglich, Informationen z. B. zur Entsorgung der Verpackung in barrierefreier Form (s. o.) enthalten. Anleitungen, die nicht auf

dem Produkt selbst angebracht sind, müssen z. B. auf einer Webseite öffentlich zugänglich gemacht sein und ebenfalls den Anforderungen an barrierefreie Informationen zu Produkten genügen (s. o.).

... die Gestaltung von **Benutzerschnittstellen** und die **Funktionalität** von Produkten (§ 6 BFSGV). Das bedeutet insbesondere, dass es Menschen mit Behinderungen möglich sein muss, auf das Produkt zuzugreifen, es wahrzunehmen, zu bedienen, zu verstehen und zu steuern. Neben naheliegenden Verpflichtungen enthält die Verordnung auch wichtige, aber vielleicht nicht offensichtliche Verpflichtungen. Naheliegend ist die Verpflichtung zur Bereitstellung von Alternativen zu visuellen, auditiven, gesprochenen und taktilen Elementen, also z. B. die Möglichkeit, etwas vorlesen zu lassen, statt selbst lesen zu müssen für Menschen mit Sehbehinderungen. Weniger offensichtlich sind die Verpflichtungen, Bedienungsformen zu vermeiden, die eine erhebliche Reichweite und großen Kraftaufwand erfordern, das Auslösen fotosensitiver Anfälle zu vermeiden, sowie bei Nutzung der Barrierefreiheitsfunktionen durch den Verbraucher dessen Privatsphäre zu schützen und Alternativen zur biometrischen Identifizierung und Steuerung anzubieten.

... **Selbstbedienungsterminals** (§ 7 BFSGV). Diese müssen z. B. mit einer Sprachausgabe ausgestattet sein und die Benutzung von Einzel-Kopfhörern ermöglichen, aber auch die Verlängerung der Antwortzeit ermöglichen und die Kompatibilität der Audiosignale mit Hörgeräten sicherstellen.

... **E-Book-Lesegeräte** (§ 8 BFSGV) und **E-Books** (§ 18 BFSGV). Diese müssen mit Sprachausgabe ausgestattet sein und die E-Books selbst müssen u. a. die Interoperabilität des Inhalts mit assistiven Technologien in wahrnehmbarer, verständlicher, bedienbarer und robuster Weise ermöglichen.

... Verbraucherendgeräte mit **interaktivem Leistungsumfang**, die zur Bereitstellung von **Telekommunikationsdiensten** (§ 9 BFSGV) eingesetzt oder für den Zugang zu **audiovisuellen Mediendiensten** (§ 10 BFSGV) verwendet werden. Damit sind u. a. Smartphones, Tablets, Computer, Smart-TVs oder Smart-Watches gemeint. Diese müssen u. a. die Verarbeitung von Text in Echtzeit ermöglichen und drahtlos mit entsprechenden Hörgeräten zu verbinden sein.

... **Unterstützungsdienste** (§ 11 BFSGV). Sind Help-Desk, Call-Center, technische Unterstützung, Relaisdienste und Schulungsdienste verfügbar, müssen sie Informationen über die Barrierefreiheit und die Kompatibilität des Produkts mit assistiven Technologien mittels barrierefreier Kommunikationsmittel bereitstellen.

Besonderes Augenmerk ist dabei darauf zu legen, dass Produkte auch dann, wenn an sie keine besonderen Anforderungen gestellt werden, sogenannte **funktionale Leistungskriterien** (§§ 20, 21 BFSGV) erfüllen müssen. Dazu zählen je nach Produkt Maßnahmen, die die visuellen, auditiven und haptischen Bedienmöglichkeiten betreffen. Das bedeutet u. a., dass das Produkt immer eine Alternative zur eigentlichen Bedienungsform bieten muss, z. B. auditive Bedienungsform als Alternative zur visuellen Bedienform, auch für Verbraucher mit eingeschränkter Kraft oder Reichweite nutzbar sein muss, sowie auch eine Bedienungsform haben muss, die die Nutzung für Menschen mit kognitiven Einschränkungen erleichtert und vereinfacht.

Die Hersteller und anderen Wirtschaftsakteure sollten zudem beobachten, ob und inwiefern der europäische und deutsche Gesetzgeber die derzeitigen speziellen Anforderungen um weitere Produkt- und Dienstleistungskategorien erweitert.

Die Anforderungen an die **technische Dokumentation** sind gesondert geregelt (Anlage 2 BFSG). Sie muss zusammengefasst mindestens die Beschreibung des Produkts, eine Auflistung der angewandten harmonisierten Normen oder, wenn



Normen nicht angewandt wurden, eine Erklärung, wie die Anforderungen an die Barrierefreiheit trotzdem erfüllt wurden, enthalten.

Die Hersteller können die Konformitätsbewertung vereinfachen, indem Sie [harmonisierte Normen](#) anwenden. Werden diese angewendet, wird für die abgedeckten Teile die Konformität des Produktes bzw. der Dienstleistung vermutet (§ 4 BFSG). Dabei handelt es sich aber nur um solche Normen, deren Fundstellen im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht worden sind. Die Verwendung technischer Spezifikationen im europarechtlichen Sinne löst ebenfalls eine **Konformitätsvermutung** aus (§ 5 BFSG). Das heißt, die Anwendung ersetzt zwar nicht das Konformitätsbewertungsverfahren, aber innerhalb der Konformitätsbewertung kann davon ausgegangen werden, dass das Produkt konform ist.

## **b) Pflichten des Einführers**

Die Hauptpflicht des Einführers besteht darin, Produkte nur dann in den Verkehr zu bringen, wenn es die **Barrierefreiheitsanforderungen der Verordnung zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz** erfüllt, insbesondere der Stand der Technik berücksichtigt worden ist (§ 9 Abs. 1 BFSG und BFSGV).

### **Zusätzlich muss der Einführer sicherstellen, dass**

... der Hersteller das **Konformitätsbewertungsverfahren** durchgeführt hat (§ 9 Abs. 2 Nr. 1 BFSG).

... der Hersteller die erforderlichen **technischen Unterlagen** erstellt hat (§ 9 Abs. 2 Nr. 2 BFSG).

... das Produkt mit der **CE-Kennzeichnung** versehen ist (§ 9 Abs. 2 Nr. 3 BFSG).

... dem Produkt die **Gebrauchsanleitung und Sicherheitsinformationen** in deutscher Sprache beigelegt sind (§ 9 Abs. 2 Nr. 4, 10 Abs. 2 BFSG).

... der Hersteller seinen **Informations- und Kennzeichnungspflichten** nachgekommen ist (§ 9 Abs. 2 Nr. 5 BFSG). Eine komplexe eigene Pflicht, die eine sorgfältige Haftungsverteilung im Innenverhältnis zwischen Hersteller und Einführer erfordert.

... die **Lagerungs- oder Transportbedingungen** in seinem Verantwortungsbereich die Übereinstimmung des Produkts mit den Barrierefreiheitsanforderungen der Verordnung zum BFSG nicht beeinträchtigen (§ 9 Abs. 4 BFSG).

... beim Inverkehrbringen der **Name, die Firma oder die Marke sowie die Postanschrift** des Einführers auf dem Produkt, in Ausnahmefällen auch auf der Verpackung oder in einer dem Produkt beigelegten Unterlage in einer Sprache angegeben sind, die vom Verbraucher leicht verstanden werden kann (§ 10 Abs. 1 BFSG).

... er eine **Kopie der EU-Konformitätserklärung** für die Marktüberwachungsbehörden bereithält und dafür sorgt, dass er auf deren Verlangen die **technischen Unterlagen** vorlegen kann (§ 10 Abs. 3 BFSG).

De facto wird der Einführer dadurch zum **Garanten** für die Erfüllung der Pflichten des Herstellers aus dem BFSG. Bei Zweifeln an der Konformität oder bei fehlender Konformität muss er das Produkt zurückhalten und Hersteller und Marktüberwachungsbehörde informieren (§ 9 Abs. 3 BFSG). Den Einführer treffen außerdem die gleichen Pflichten zum **Ergreifen von Korrekturmaßnahmen**, zur **Rücknahme** oder zum **Rückruf**, sowie zur **Information der Marktüberwachungsbehörde** (§ 9 Abs. 5 BFSG). Der Einführer ist in gleichem Maße zur **Auskunft und Kooperation** mit den Marktüberwachungsbehörden wie der Hersteller verpflichtet (§ 10 Abs. 4 BFSG).

Tritt der **Einführer als Hersteller** auf, bringt er also das Produkt unter seinem eigenen Namen oder seiner eigenen Marke in den Verkehr oder verändert er ein bereits in den Verkehr gebrachtes Produkt so, dass dessen Konformität mit den Anforderungen der

Verordnung zum BFSG beeinträchtigt werden kann, treffen ihn die **Herstellerpflichten direkt** (§ 12 BFSG).

## c) Pflichten des Händlers

**Der Händler darf ein Produkt erst dann auf dem Markt bereitstellen, wenn ...**

... das Produkt mit der **CE-Kennzeichnung** versehen ist (§ 11 Abs. 1 Nr. 1 BFSG),

... dem Produkt eine **Gebrauchsanleitung und Sicherheitsinformationen** in deutscher Sprache beigefügt sind (§ 11 Abs. 1 Nr. 2 BFSG),

... der **Hersteller** und/oder der **Einführer** seine **Informations- und Kennzeichnungspflichten** erfüllt hat (§ 11 Abs. 1 Nr. 3, 4 BFSG),

... sichergestellt ist, dass die **Lagerungs- oder Transportbedingungen** in seinem Verantwortungsbereich die Übereinstimmung des Produkts mit den Barrierefreiheitsanforderungen der Verordnung zum BFSG nicht beeinträchtigen (§ 11 Abs. 3 BFSG).

Auch der Händler muss das Produkt bei Zweifeln an der Konformität oder bei fehlender Konformität **zurückhalten** und den Hersteller oder den Einführer und die Marktüberwachungsbehörde **informieren** (§ 11 Abs. 2 BFSG). Den Händler treffen außerdem die gleichen Pflichten zum **Ergreifen von Korrekturmaßnahmen**, zur **Rücknahme** oder zum **Rückruf**, sowie zur **Information der Marktüberwachungsbehörde**. Der Händler ist in gleichem Maße zur **Auskunft und Kooperation** mit den Marktüberwachungsbehörden wie Hersteller und Einführer verpflichtet (§ 11 Abs. 4 BFSG).

Tritt der **Händler als Hersteller** auf, bringt er also das Produkt unter seinem eigenen Namen oder seiner eigenen Marke in den Verkehr oder verändert er ein bereits in den Verkehr gebrachtes Produkt so, dass dessen Konformität mit den Anforderungen der Verordnung zum BFSG beeinträchtigt werden kann, treffen ihn die **Herstellerpflichten direkt** (§ 12 BFSG).

#### **d) Allgemeine Verpflichtung für alle Wirtschaftsakteure**

Die Wirtschaftsakteure müssen über ihre speziellen Pflichten hinaus Informationen zu ihrer **Lieferkette** bereithalten (§ 13 BFSG). Wirtschaftsakteure haben der Marktüberwachungsbehörde auf deren Verlangen Auskunft über die Wirtschaftsakteure zu erteilen, von denen sie ein Produkt bezogen haben und an die sie ein Produkt abgegeben haben, und diese Information mindestens fünf Jahre ab Bezug des Produktes oder Abgabe für die Vorlage bereitzuhalten. Diese Verpflichtung ist grundsätzlich nicht unbekannt. Es handelt sich um eine typische Pflicht in den „CE-Gesetzen“. Sie findet sich deshalb beispielsweise bereits ähnlich in § 15 EMVG. Zu dem Verhältnis zum 2023 in Kraft getretenen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz oder anderen Vorschriften äußert sich das BFSG nicht. Die Anforderungen des BFSG treten deshalb gleichrangig neben diejenigen anderer Gesetze und müssen zeitgleich erfüllt werden.

Hilfestellungen zur Erfüllung ihrer Pflichten aus dem BFSG finden die Wirtschaftsakteure außerdem in den [Leitlinien des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales](#) sowie den [FAQ zum BFSG](#).

## e) Pflichten des Dienstleistungserbringers

Die Hauptpflicht des Dienstleistungserbringers besteht darin, nur Dienstleistungen anzubieten oder zu erbringen, die den **Anforderungen der Verordnung zum BFSG** entsprechen.

Zusätzlich muss er vor dem Anbieten oder Erbringen in seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder auf andere deutlich wahrnehmbare Weise, die die Barrierefreiheitsanforderungen der Verordnung zum BFSG erfüllt, bestimmte **Informationen für die Allgemeinheit in barrierefreier Form** zugänglich machen (§ 14 Abs. 1 BFSG i.V.m. Anlage 3 Nr. 1 BFSG).

### Die entsprechenden Informationen umfassen mindestens

... eine **Beschreibung der geltenden Anforderungen** und decken, soweit für die Bewertung von Belang, die Gestaltung und die Durchführung der Dienstleistung ab,

... eine **Beschreibung der Dienstleistung** in einem barrierefreien Format,

... Beschreibungen und Erläuterungen, die zum Verständnis der Durchführung der Dienstleistung erforderlich sind, und

... eine **Beschreibung, wie die Dienstleistung** die einschlägigen, in der Verordnung zum BFSG aufgeführten **Barrierefreiheitsanforderungen erfüllt**, sowie

... die **Angabe der zuständigen Marktüberwachungsbehörde**.

Die Verordnung zum BFSG legt außerdem spezielle Anforderungen für Dienstleistungen allgemein und bestimmte Dienstleistungen, insbesondere Telekommunikationsdienste, Personenbeförderungsdienste, Stadt-, Vorort- und Regionalverkehrsdienste, Bankdienstleistungen für Verbraucher, und Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr fest.

Dienstleistungen müssen aber auch dann, wenn an sie keine besonderen Anforderungen gestellt werden, sogenannte **funktionale Leistungskriterien** erfüllen (§§ 20, 21 BFSG). Dazu zählen je nach Dienstleistung Maßnahmen, die die visuellen, auditiven und haptischen Bedienmöglichkeiten betreffen. Das bedeutet u. a., dass die Dienstleistung immer eine alternative zur eigentlichen Bedienungsform bieten muss, z. B. auditive Bedienungsform als Alternative zur visuellen Bedienform, auch für Verbraucher mit eingeschränkter Kraft oder Reichweite nutzbar sein muss, sowie auch eine Bedienungsform haben muss, die die Nutzung für Menschen mit kognitiven Einschränkungen erleichtert und vereinfacht.

Die Dienstleistungserbringer sollten zudem beobachten, ob und inwiefern der europäische und deutsche Gesetzgeber die derzeitigen speziellen Anforderungen um weitere Dienstleistungskategorien erweitert.

Um seinen Informationspflichten nachzukommen, kann der Dienstleistungserbringer **harmonisierte Normen** und **technische Spezifikationen**, deren Fundstellen im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht wurden, vollständig oder in Teilen anwenden (§§ 4, 5 BFSG). Die Anwendung ersetzt zwar nicht das Konformitätsbewertungsverfahren, aber innerhalb der Konformitätsbewertung kann davon ausgegangen werden, dass das Produkt konform ist.

Außerdem muss der Dienstleistungserbringer den **Status der Konformität jederzeit gewährleisten** (§ 14 Abs. 3 BFSG). Er trägt Veränderungen bei der Art und Weise der Erbringung der Dienstleistung, Veränderungen bei den geltenden Barrierefreiheitsanforderungen und Änderungen der harmonisierten Normen oder technischer Spezifikationen, auf die bei der Erklärung der Übereinstimmung der Dienstleistung mit den Barrierefreiheitsanforderungen verwiesen wird, gebührend Rechnung.



Sollte zu einem Zeitpunkt Nichtkonformität bestehen, ergreift der Dienstleistungserbringer **Korrekturmaßnahmen**, informiert die Marktüberwachungsbehörden der Mitgliedstaaten, in denen er seine Dienstleistung erbringt, und erteilt Auskunft über die **Nichtkonformität und die ergriffenen Korrekturmaßnahmen** (§ 14 Abs. 4 BFSG). Den Dienstleistungserbringer treffen ebenfalls **Auskunfts- und Kooperationspflichten** gegenüber den Marktüberwachungsbehörden (§ 14 Abs. 5 BFSG).

## f) **Ausnahmen von den Pflichten der Wirtschaftsakteure**

Die Wirtschaftsakteure können nur in engen Grenzen von ihren Pflichten abweichen. Diese Grenzen lassen sich unter den folgenden Überschriften zusammenfassen:

### **Grundlegende Änderung der Wesensmerkmale des Produkts oder der Dienstleistung**

Würde die Einhaltung der Barrierefreiheitsanforderungen der Verordnung zum BFSG eine wesentliche Änderung eines Produkts oder einer Dienstleistung erfordern, die zu einer grundlegenden Veränderung der Wesensmerkmale des Produkts oder der Dienstleistung führt (§ 16 BFSG), ...

... kann der Wirtschaftsakteur eine **Beurteilung** vornehmen (Abs. 1),

... diese **dokumentieren** (Abs. 2) und

... fünf Jahre ab der letzten Bereitstellung des Produkts auf dem Markt oder ab der letzten Erbringung der Dienstleistung **aufbewahren**, sowie sie auf Verlangen der Marktüberwachungsbehörde **vorlegen** (Abs. 2), und schließlich

... die Marktüberwachungsbehörden unverzüglich darüber **informieren** (Abs. 3).

Nachdem die Zuständigkeiten für die Durchführung des BFSG noch nicht geklärt sind, lässt sich auch noch keine Aussage über die verschiedenen Informationsverfahren treffen. Die Bundesnetzagentur, die zuständig für die Marktüberwachung nach dem EMVG ist, hält z.B. eine Kontakt- und E-Mail-Adresse vor. Ähnlich werden es auch die zuständigen Behörden nach dem BFSG machen.

## Unverhältnismäßige Belastungen

Würde die Einhaltung der Barrierefreiheitsanforderungen der Verordnung zum BFSG zu einer unverhältnismäßigen Belastung des Wirtschaftsakteurs führen (§ 17 BFSG), dann ...

... kann der Wirtschaftsakteur für **jede Dienstleistungskategorie oder -art** mindestens **alle fünf Jahre**, wenn sich die angebotene Dienstleistung **ändert** oder auch gesondert auf **Aufforderung** der zuständigen Behörde eine **Beurteilung der unverhältnismäßigen Belastung** vornehmen. Vorgaben über den Umfang oder den notwendigen Inhalt der Beurteilung existieren nicht. Sie hat lediglich anhand der unten genannten Kriterien zu erfolgen. Naheliegender wäre, dass die Beurteilung so umfassend sein muss, dass sie die Marktüberwachungsbehörde von der unverhältnismäßigen Belastung überzeugt, denn läge nach Ansicht der Marktüberwachungsbehörde keine solche vor, wäre die Dienstleistung im Zweifel nicht konform und die Marktüberwachungsbehörde müsste Maßnahmen ergreifen.

... muss der Wirtschaftsakteur diese Beurteilung **dokumentieren** und

... fünf Jahre ab der letzten Bereitstellung des Produkts auf dem Markt oder ab der letzten Erbringung der Dienstleistung **aufbewahren** sowie sie auf Verlangen der Marktüberwachungsbehörde **vorlegen**, und schließlich

... die Marktüberwachungsbehörden oder die für die Überprüfung der Konformität zuständigen Behörde unverzüglich darüber **unterrichten**.

Die Frage, wann eine **unverhältnismäßige Belastung** vorliegt, muss im Einzelfall anhand eines vorgeschriebenen Kataloges an Kriterien ermittelt werden (Anlage 4 BFSG). Abstrakt gesehen und grob vereinfacht handelt es sich hierbei um eine **Abwägung** der entstehenden Kosten für das jeweilige Unternehmen und den Nutzen für Menschen mit Beeinträchtigungen.

Wer allerdings vom Staat oder Privaten Geld dafür bekommt, dass er sein Angebot barrierefrei macht, darf sich nach dem BFSG umgekehrt nicht auf eine unverhältnismäßige Belastung berufen (§ 17 Abs. 4 BFSG).

## #6

## Was bedeutet das konkret für Onlineshops und Webseiten?

Die Regelungen haben umfassende Auswirkungen auf den E-Commerce. Insbesondere der **gesamte Onlinehandel für Verbraucher muss barrierefrei gestaltet werden.**

Webseiten und auch Onlineshops fallen unter das BFSG, wenn es sich bei ihnen um Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr handelt. Dabei geht es konkret um den Abschluss eines Verbrauchervertrages (z. B. der Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung). Insbesondere die Barrierefreiheit der Webseiten von Banken, Online-Banking, Bankdienstleistungen, Personenbeförderungsdiensten im Luft-, Bus-, Schienen- und Schiffsverkehr (ausgenommen ist hier nur der Regionalverkehr), Telekommunikationsdiensten; Onlineshops und E-Commerce – auch wenn die verkauften Produkte selbst nicht in den Anwendungsbereich des BFSG fallen – und Online-Buchungen wie etwa Hotel- und Reisebuchungen oder Terminbuchungen, sind hiervon umfasst.

Voraussetzung ist allein, dass Angebote vorgestellt werden und Buchungen bzw. Zahlungen getätigt werden können. Webseiten, die lediglich Produkte oder Dienstleistungen präsentieren, auf denen jedoch kein Erwerb bzw. keine Buchung möglich ist, fallen dagegen nicht unter das BFSG.

## #7

## Wie kann die Barrierefreiheit in Onlineshops umgesetzt werden?

An Onlineshops werden vor allem erhöhte Informationspflichten gestellt.

### Sie müssen zunächst die allgemeinen Anforderungen an Dienstleistungen erfüllen

(ausführlich siehe Ziff. 5. e), d. h. insbesondere:

- › mittels mehr als einem sensorischen Kanal zur Verfügung stehen, also neben Schrift zum Beispiel über eine Vorlesefunktion,
- › sie müssen auffindbar sein,
- › die Inhalte müssen für ein breites Publikum leicht lesbar und verständlich sein, auch wenn sie laut vorgelesen werden. Zur Verständlichkeit gehört auch die Vorhersehbarkeit der Benutzeroberfläche durch eine konsistente Darstellung und Navigation.
- › die Systeme müssen auch mit assistierenden Technologien abgerufen werden können (z.B. sog. Screenreadern).

### Neben diesen allgemeinen Anforderungen müssen bei Onlineshops zusätzlich ...

- › ...Informationen zur Barrierefreiheit der zum Verkauf stehenden Produkte und Dienstleistungen und der angebotenen Dienstleistungen bereitgestellt werden;
- › ...Identifizierung, Authentifizierung, Sicherheits- und Zahlungsfunktion, wenn diese nicht in Form eines Produkts, sondern im Rahmen einer Dienstleistung bereitgestellt werden, wahrnehmbar, bedienbar, verständlich und robust gestaltet werden;
- › ...Identifizierungsmethoden, Authentifizierungsmethoden, elektronische Signaturen

und Zahlungsdienste, wenn diese bereitgestellt werden, wahrnehmbar, bedienbar, verständlich und robust gestaltet werden.

## #8

## Welche Übergangsfristen gibt es?

Grundsätzlich ist das BFSG ab dem 28. Juni 2025 anzuwenden. Das bedeutet, dass Produkte, die an oder nach diesem Stichtag in den Verkehr gebracht werden, und Dienstleistungen, die an oder nach diesem Stichtag erbracht werden, die Anforderungen an die Barrierefreiheit erfüllen müssen. Anderenfalls kann die Bereitstellung des Produkts beziehungsweise die Erbringung der Dienstleistung durch die Marktüberwachungsbehörde untersagt werden.

### Längere Übergangsfristen gelten nur in den folgenden Ausnahmefällen:

- › **Dienstleistungserbringer:** Dienstleistungserbringer, die bei der Erbringung ihrer Dienstleistungen BFSG-regulierte Produkte einsetzen, die sie bereits vor dem Stichtag am 28. Juni 2025 rechtmäßig im Einsatz hatten, müssen diese Produkte noch nicht bis zu diesem Zeitpunkt ersetzt haben. Vielmehr steht ihnen dafür ein Übergangszeitraum von fünf Jahren bis zum 27. Juni 2030 zur Verfügung. Wird das verwendete Produkt jedoch nach dem 28. Juni 2025 ersetzt, muss das neue Produkt in jedem Fall die Anforderungen des BFSG erfüllen, auch wenn der Übergangszeitraum noch nicht verstrichen ist.
- › **Verträge über Dienstleistungen:** Vor dem 28. Juni 2025 geschlossene Verträge über Dienstleistungen dürfen bis zum Ablauf der Vertragslaufzeit, jedoch nicht länger als für einen Übergangszeitraum von fünf Jahren bis zum 27. Juni 2030 unverändert fortbestehen. Bis dahin müssen die Vertragsparteien ihre bestehenden Verträge entweder durch Änderungen an die Barrierefreiheitsanforderungen anpassen oder sie beenden.

- › **Selbstbedienungsterminals:** Schließlich dürfen Selbstbedienungsterminals, die bereits vor dem 28. Juni 2025 rechtmäßig eingesetzt wurden, bis zum Ende ihrer wirtschaftlichen Nutzungsdauer, jedoch nicht länger als fünfzehn Jahre nach ihrer Ingebrauchnahme (also bis maximal 2040), weiterhin zur Erbringung vergleichbarer Dienstleistungen eingesetzt werden.

## #9

## Wie wird die Einhaltung des BFSG kontrolliert?

### a) Zuständigkeit

Die Überwachung und Durchsetzung der Vorgaben des BFSG fällt in die Zuständigkeit der Länder. Jedes Bundesland wird eine eigene Marktüberwachungsbehörde haben. Welche Stellen dies im Einzelnen sind, steht noch nicht fest.

Die Marktüberwachungsbehörden kontrollieren die Einhaltung der im BFSG festgelegten Standards. Dafür werden sie eine eigene Marktüberwachungsstrategie mit Blick auf die betroffenen Produkte erstellen.

Die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA) unterstützt die Länder bei der Marktüberwachung. Sie übernimmt die Koordinierung zwischen den einzelnen Bundesländern und die Kommunikation mit der europäischen Kommission und anderen EU-Mitgliedstaaten.

### b) Maßnahmen

Hat die Marktüberwachungsbehörde Grund zu der Annahme, dass ein Produkt die Barrierefreiheitsanforderungen nicht erfüllt, wird sie zunächst eine Überprüfung einleiten. Unternehmen sind verpflichtet, zu diesem Zweck umfassend mit der Marktüberwachungsbehörde zusammenzuarbeiten. Zur Prüfungskompetenz der Marktüberwachungsbehörde gehört die Befugnis, die Vorlage von relevanten



Dokumenten, technischen Spezifikationen, Daten oder Informationen über das Produkt zu verlangen. Sie darf die Geschäftsräume zum Zwecke der Beweismittelfeststellung zu den üblichen Geschäftszeiten betreten und auch unter falscher Identität Produktproben erwerben und diese untersuchen.

Gelangt die Marktüberwachungsbehörde zu dem Ergebnis, dass das Produkt die Barrierefreiheitsanforderungen nicht erfüllt, fordert sie das betreffende Unternehmen auf, innerhalb einer Frist die Konformität herzustellen. In diesem Zusammenhang kann die Behörde das Unternehmen etwa auch auffordern, betroffene Endnutzer durch Veröffentlichung besonderer Warnhinweise über die Nicht-Konformität zu informieren.

Kommt das betreffende Unternehmen dieser Anordnung nicht (rechtzeitig) nach, kann die Marktüberwachungsbehörde Maßnahmen treffen, um die Bereitstellung des Produktes auf dem deutschen Markt einzuschränken. Sie kann auch die Bereitstellung des Produktes auf dem Markt ganz untersagen und anordnen, dass das Produkt zurückgenommen oder zurückgerufen werden muss.

Mit Blick auf die Kontrolle von BFGS-regulierten Dienstleistungen gilt ein ähnliches Prozedere. Die Marktüberwachungsbehörde ist zunächst zu Überprüfungen ermächtigt. Diese können auch anlasslos anhand von Stichproben erfolgen. Gelangt die Marktüberwachungsbehörde zu dem Ergebnis, dass die Dienstleistung die Barrierefreiheitsanforderungen nicht erfüllt sind, fordert sie den Dienstleistungserbringer auf, innerhalb einer Frist die Konformität herzustellen. Nach erfolglosem Ablauf der Frist setzt die Behörde eine zweite Frist – diesmal unter Androhung der Untersagung des Dienstleistungsangebots. Sind dann noch immer keine geeigneten Abhilfemaßnahmen getroffen, stehen der Behörde alle zur Durchsetzung der Konformität erforderlichen Maßnahmen zu, einschließlich der Untersagungsverfügung. Sollte der Dienstleistungserbringer schließlich nachweisen, dass der gesetzeskonforme Zustand hergestellt wurde, hebt die Behörde ihre Anordnung auf.

Maßnahmen der Marktüberwachungsbehörde setzen eine Anhörung des betreffenden Wirtschaftsakteurs voraus, die allerdings auch nachgeholt werden kann.

#10

## Welche Konsequenzen drohen einem Wirtschaftsakteur im Fall eines Verstoßes?

### a) Bußgelder

Bei Nichteinhaltung oder Verstößen gegen das BFSG können Bußgelder verhängt werden. Ordnungswidriges Handeln setzt dabei eine vorsätzliche oder fahrlässige Verletzung einer Vorschrift des BFSG voraus. Geringfügige Verstöße können mit einer Geldbuße von bis zu 10.000 € geahndet werden. Bei schwerwiegenderen Verstößen ist sogar eine Geldbuße von bis zu 100.000 € möglich.

### b) Wettbewerbsrechtliche Konsequenzen

Verbrauchern und Verbänden soll gem. §§ 32 ff. BFSG die Möglichkeit offenstehen, ein Verfahren bei Nichtkonformität der Produkte und Dienstleistungen bei den Marktüberwachungsbehörden einzuleiten. Den Verbänden wird in diesem Kontext ein verwaltungsgerichtliches Verbandsklagerecht zugestanden. Was das für eine Durchsetzung durch Verbände und Wettbewerber mit Mitteln des Wettbewerbsrechts bedeutet ist unklar. Weder das BFSG noch die Gesetzesbegründung enthalten Angaben dazu, ob die genannten verwaltungsrechtlichen Rechtsbehelfe abschließend sein sollen. Bedenkt man zusätzlich, dass auch die zugrundeliegende EU-Richtlinie laut der Erwägungsgründe der Stärkung des Wettbewerbs im Binnenmarkt dienen soll, ist anzunehmen, dass es sich bei dem BFSG auch um eine Marktverhaltensregel, § 3a UWG, handelt. Das ermöglicht es Mitbewerbern, aber unter bestimmten Voraussetzungen auch Verbänden, die betroffenen Unternehmen auf Auskunft, Beseitigung und Unterlassung oder sogar Gewinnabschöpfung in Anspruch zu nehmen.

## c) Zivilrechtliche Konsequenzen

Zudem liegt es nicht fern, bei Verstößen gegen das BFSG einen Sachmangel im Sinne des § 434 Abs. 1 BGB anzunehmen, da nicht barrierefreie Produkte möglicherweise nicht für die gewöhnliche Verwendung geeignet sind.

**#11**

## Was ist für eine erfolgreiche Umstellung erforderlich?

Da nur für Ausnahmefälle Übergangsregelungen gelten und Produkte bzw. Dienstleistungen, die ab dem 28. Juni 2025 auf den Markt gebracht bzw. angeboten werden, grundsätzlich barrierefrei sein müssen, sollten Unternehmen so früh wie möglich, spätestens jetzt, mit der Implementierung der Barrierefreiheit beginnen. Besonders im Hinblick auf die langen Entwicklungszyklen bei Hardware-Produkten ist die Zeit für die Umsetzung bereits sehr fortgeschritten.

Der Ausgangspunkt der Umsetzung für Unternehmen sollte stets darin bestehen, sich einen umfassenden Überblick darüber zu verschaffen, was Barrierefreiheit für ihr Produkt bzw. ihre Dienstleistung bedeutet. In diesem Zusammenhang kann es sinnvoll sein, sich mit Betroffenen auszutauschen und die eigenen Produkte und Dienstleistungen aus ihrer Perspektive zu betrachten.

Ein weit verbreiteter Irrglaube, den es zu korrigieren gilt, ist, dass die Verwendung von Overlay-Tools von weiteren Umsetzungspflichten nach dem BFSG entbindet. Zwar können Overlay-Tools die Barrierefreiheit einer Webseite verbessern, indem beispielsweise die Hintergrundfarbe oder Schrift angepasst wird, jedoch reicht der Einsatz solcher Tools allein nicht aus, um die Anforderungen des BFSG vollständig zu erfüllen.

## #12 Ist eine freiwillige Umsetzung empfehlenswert?

Unternehmen, die nicht unter den Anwendungsbereich des BFSG fallen, können selbstverständlich dennoch ihre Produkte bzw. Dienstleistungen barrierefrei anbieten. Durch diese Maßnahmen können Unternehmen nicht nur ihre Marktstellung verbessern, sondern auch einen wichtigen Beitrag zur gesellschaftlichen Teilhabe von Menschen mit Behinderungen leisten.

Die Umsetzung der Barrierefreiheitsregelungen führt zu einer größeren Reichweite der angebotenen Produkte und Dienstleistungen, da insgesamt eine breitere Zielgruppe erreicht werden kann. Angesichts des stetigen gesellschaftlichen Wandels und der zunehmenden Bedeutung von Themen wie Inklusion, Gleichberechtigung und Diskriminierung, ist zu erwarten, dass das BFSG in den kommenden Jahren auf weitere Produkte und Dienstleistungen ausgedehnt wird. Unternehmen, die sich bereits jetzt mit diesen Anforderungen beschäftigen, sind somit einen Schritt voraus.

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Köln

T. +49 1806 145 514\*

info@dmexco.com



Bilder: Studio Romantic\_DL/Adobe Stock

Autoren: Yves Heuser, Henrik Hofmeister, Dr. Daniel Kendziur,  
Maximilian König, Franziska Ladiges, Johannes Schäufole,  
Corinna Schneiderbauer

\*(0,20 EUR/Anruf aus dem dt. Festnetz; max. 0,60 EUR/Anruf aus dem Mobilfunknetz)

Dieses Whitepaper ist entstanden in Zusammenarbeit mit:



SKW Schwarz  
Rechtsanwälte Steuerberater Partnerschaft mbB  
www.skwschwarz.de

## Bleib auf dem Laufenden!

Weitere spannende Stories, Whitepaper, Podcasts  
& Co. findest du in unserem Newsbereich!

Zu den News