



Aachener Online-Schriften Wirtschaft und Recht

FH AACHEN | FACHBEREICH WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN

01/2024

Band 8

Herausgeberinnen und Herausgeber

Prof. Dr. iur. habil. Kroll-Ludwigs (geschäftsführende Herausgeberin)

Prof. Dr. rer. pol. Yasmine Bassen-Metz

Prof. Dr. rer. pol. Andreas Bernecker

Prof. Dr. rer. pol. Mathias Eggert

Prof. Dr. rer. pol. Thomas Fritz

Prof. Dr. iur. Alexander Golland

Prof. Dr. Ing. Tim Höhne MBA

Prof. Dr. rer. pol. Duc Hung Tran

Prof. Dr. iur. Jürgen Vogt



Vorwort

Mit Band 1/2024 erscheinen die „Aachener Online-Schriften Wirtschaft und Recht“ mittlerweile zum achten Mal. Die Schriftenreihe bietet Absolventinnen und Absolventen der Fachhochschule Aachen die Möglichkeit, ihre Abschlussarbeit über die Online Bibliothek OPUS zu veröffentlichen und so einem interessierten Publikum zugänglich zu machen. Die Bachelor- und Masterarbeiten behandeln Themenfelder aus den Bereichen Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsrecht. Die Schriftenreihe ist eine regelmäßig erscheinende Sammlung der Ergebnisse herausragender studentischer Arbeiten. Die veröffentlichten Werke wurden sorgfältig durch die jeweiligen Betreuerinnen und Betreuer sowie durch die Herausgeberinnen und Herausgeber ausgewählt. Im Vordergrund steht die Sichtbarmachung der individuellen Leistungsfähigkeit der Absolventinnen und Absolventen. Ein Anspruch, mit wissenschaftlichen Journals zu konkurrieren, besteht nicht. Der vorliegende Band ist mit insgesamt sechs Arbeiten der bislang umfangreichste. Er spiegelt die ganze Bandbreite des wirtschaftswissenschaftlichen Fachbereichs wieder: von einer Arbeit im Bereich Personalwesen (Lara Heimann) über ein Thema der Wirtschaftsinformatik (Titus Thamm) bis hin zu vier Arbeiten mit juristischem Schwerpunkt. Von letzteren spielt der Datenschutz eine zentrale Rolle (Olivia Sohn, Tim Schultwessel). Darüber hinaus werden aktuelle Themen des Vereinsrechts (Abdullah Andug) sowie des Internationalen Wirtschaftsrechts (Johannes Stahl) adressiert. Der aktuelle Band wurde redaktionell zum letzten Mal von Yasin Kafa betreut, der nunmehr ins Berufsleben eintreten wird. Wir möchten uns bei ihm für seine äußerst zuverlässige Mitarbeit und Unterstützung herzlich bedanken. Gleichzeitig möchten wir die Autorinnen und Autoren des aktuellen Bandes zu ihren herausragenden Leistungen beglückwünschen. Ein Dank gilt im Übrigen den betreuenden Professorinnen und Professoren, die durch ihre Vorschläge der Arbeiten diese Schriftenreihe überhaupt erst möglich machen.

Aachen, im Juli 2024

die Herausgeberinnen und Herausgeber

Inhaltsverzeichnis - Bachelorarbeiten

Auswirkungen des europäischen Data Act: Untersuchung des Verhältnisses zwischen Datenzugang und Datenschutz	4- 58
- <i>Olivia Sohn</i>	
Detecting companies' willingness to invest in their sustainable transformation – relevant factors and their evaluation	59-107
- <i>Titus Thamm</i>	
Unterschiede in den arbeitsbezogenen Wertvorstellungen der Generation Y und Z? Don´t believe the hype	108-199
- <i>Lara Heimann</i>	
Die virtuelle Mitgliederversammlung beim eingetragenen Verein – ein Modell für die Zukunft?	200-253
- <i>Abdullah Andug</i>	
Die AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln in der deutschen und europäischen Kontrollpraxis – Effektiver Verbraucherschutz oder zusätzliche Rechtsunsicherheit?	254-325
- <i>Johannes Stahl</i>	
Datenzugangs- und Nutzungsrechte durch den EU Data Act am Beispiel der Automobilbranche	326-380
- <i>Tim Schultwessel</i>	

**Auswirkungen des europäischen Data Act:
Untersuchung des Verhältnisses zwischen
Datenzugang und Datenschutz
Bachelorarbeit**

an der

FH Aachen

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Wirtschaftsrecht (LL.B.)

Erstprüfer: Prof. Dr. jur. Alexander Golland

Abgabedatum: 04.03.2024

vorgelegt von

Olivia Johanna Sohn

aus Köln

Abstract

Die Datenmengen nehmen in der heutigen Zeit stetig zu und auch in Zukunft wird sich das vermutlich nicht ändern. Die Zahl der mit dem Internet der Dinge (IoT) vernetzten Geräte steigt von Jahr zu Jahr. Im Rahmen einer Datenstrategie hat die Europäische Union sich das Ziel gesetzt, Vorreiter in der digitalen Wirtschaft zu sein. Ende letzten Jahres hat die EU im Rahmen der Datenstrategie den Data Act verabschiedet. Der Data Act ist seit Anfang Januar in Kraft und wird ab September 2025 gelten. Er soll den Zugang zu Daten fördern und deren Weitergabe erleichtern. Angesichts der zunehmenden Verbreitung von IoT-Geräten, bei denen Datensätze mit personenbezogenen und nicht-personenbezogenen Daten oft untrennbar sind, stellt sich die Frage, wie sich der Datenzugang und der Datenschutz zueinander verhalten.

Die vorliegende Bachelorarbeit untersucht literaturgestützt das Verhältnis zwischen dem Datenzugang des Data Act und dem Datenschutz der DSGVO.

Zunächst werden die rechtlichen Grundlagen kurz erläutert. Anschließend wird der Datenzugang des Data Act dezidiert behandelt. Dabei stehen insbesondere die Verhältnisse zwischen Nutzern und Dateninhabern im Rahmen des Datenzugangs und die Verhältnisse zwischen Dateninhabern und Dritten, Datenempfängern, im Vordergrund. Der Kern der Arbeit besteht in der Untersuchung des Verhältnisses zwischen dem Data Act und der DSGVO. Zunächst wird der Datenbegriff abgegrenzt und anschließend versucht, die Akteure des Data Act in den Kontext der DSGVO einzuordnen. Danach werden weitere Konfliktpotenziale zwischen dem Data Act und der DSGVO erörtert. Schließlich wird die behördliche Umsetzung im Falle von personenbezogenen Daten behandelt.

Das Ergebnis dieser Bachelorarbeit zeigt, dass ein komplexes Zusammenspiel zwischen den neuen Bestrebungen, den Zugang zu und die Nutzung von Daten innerhalb der Europäischen Union zu erleichtern, und dem etablierten Datenschutz besteht. Der Data Act bietet trotz der Herausforderungen eine Grundlage für eine ausgewogene Datenwirtschaft in der EU. Um ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Innovation und Datenschutz zu erreichen, sind sorgfältige Abwägungen und kontinuierliche Anpassungen erforderlich, damit beide Ziele in Zukunft als komplementär betrachtet werden können.

Inhaltsverzeichnis

A. Data Act: Bedrohung der Privatsphäre oder Schlüssel zu einer datengesteuerten Zukunft?	1
I. Ausgangssituation und Zielsetzung	1
II. Gang der Untersuchung.....	2
B. Rechtliche Grundlagen	3
I. Europäischer Data Act.....	3
1. Entstehung und Ziele	3
2. Relevante Kapitel.....	5
3. Wesentliche Regelungen	5
a) Anwendungsbereich	5
b) Datenzugang und -weitergabe	6
II. Datenschutzgrundverordnung	6
1. Entstehung und Ziele	7
2. Relevante Kapitel.....	8
3. Wesentliche Regelungen	8
C. Datennutzung	10
I. Datenzugang	10
1. Begrifflichkeiten	10
a) Vernetztes Produkt	10
b) Produktdaten	10
c) Verbundener Dienst	11
d) Verbundene Dienstdaten.....	11
e) Nutzer.....	11
f) Dateninhaber	12
2. Verhältnis Nutzer – Dateninhaber	12
a) Rechte und Pflichten des Nutzers	12
aa) Datenzugangsrecht	12
bb) Datenzugangsanspruch.....	13
cc) Recht auf Datenweitergabe	13
dd) Pflichten	14
b) Rechte und Pflichten des Dateninhabers.....	15

aa)	Vertragliches Datennutzungsrecht	15
bb)	Datenbereitstellungspflicht	15
cc)	Datenverarbeitungsverbot.....	16
dd)	Datenweitergabeverbot.....	16
ee)	Transparenzpflicht.....	17
II.	Datenweitergabe	17
1.	Begrifflichkeiten: Datenempfänger, Dritter	17
2.	Verhältnis Dateninhaber – Datenempfänger, Dritter	18
a)	Rechte und Pflichten des Dateninhabers.....	18
aa)	Datenbereitstellungspflicht	18
(1)	Fair 19	
(2)	Nichtdiskriminierend	19
bb)	Recht auf angemessene Gegenleistung	19
cc)	Recht auf angemessene technische Maßnahmen.....	21
b)	Rechte und Pflichten des Datenempfängers, Dritten.....	21
aa)	Recht auf Datenverarbeitung	21
bb)	Zweckbindung und DSGVO Konformität	21
cc)	Löschpflicht.....	21
dd)	Weitere Pflichten.....	21
(1)	Wahrung der Nutzerrechter (Art. 6 Abs. 2 lit. a DA)	21
(2)	Verbot zum Profiling (Art. 6 Abs. 2 lit. b DA).....	21
(3)	Weitergabe an Dritte (Art. 6 Abs. 2 lit. c DA)	21
(4)	Weitergabe an Torwächter (Art. 6 Abs. 2 lit. d DA)	22
(5)	Wettbewerbsverbot (Art. 6 Abs. 2 lit. e DA)	22
(6)	Sicherheitspflicht (Art. 6 Abs. 2 lit. f DA)	22
(7)	Wahrung von Geschäftsgeheimnissen (Art. 6 Abs. 2 lit. g DA)	22
(8)	Datenweitergabe durch Verbraucher (Art. 6 Abs. 2 lit. h DA)	22
c)	Gemeinsame Verpflichtungen	23
3.	Praxisbeispiel: vernetzte Fahrzeuge	23
D.	Verhältnis des Data Act zur DSGVO	24
I.	Datenverständnis und Personenbezogenheit.....	24
1.	Grundlagen der Datenkategorisierung des Data Act.....	24

2.	Der Data Act und seine Anwendung auf Daten	25
3.	Herausforderungen bei der Datenbereitstellung	25
4.	Zwischenfazit	26
II.	Begrifflichkeiten	26
1.	Betroffene Person	26
2.	Verantwortlicher	27
3.	Auftragsverarbeiter	27
III.	Einordnung der Akteure des DA in den Kontext der DSGVO	28
1.	Nutzer	29
a)	Nutzer ist betroffene Person	29
b)	Nutzer ist nicht betroffene Person	29
2.	Dateninhaber	29
3.	Datenempfänger, Dritter	30
4.	Zwischenfazit	30
IV.	Weiteres Konfliktpotenzial zwischen Data Act und DSGVO	30
1.	Rechtsgrundlage	30
a)	Rechtsgrundlage für Datenzugang und -weitergabe	31
aa)	Nutzer ist die betroffene Person	31
bb)	Nutzer ist nicht die betroffene Person	31
b)	Rechtsgrundlage für Datenbereitstellung staatlicher Stellen	32
aa)	Datenschutz und gesetzliche Vorschriften	32
bb)	Rahmenbedingungen für Datenübermittlung und -verarbeitung	32
cc)	Datenzugang bei öffentlichen Notständen	32
dd)	Zwischenfazit	33
2.	Datenzugang am Gerät	33
aa)	Komplementarität von Accessibility und Privacy	33
bb)	Vorvertragliche Informationspflichten	33
cc)	Zwischenfazit	34
3.	Datenweitergaberecht	34
a)	Erweiterung der Datenweitergaberechte	34
b)	Konvergenzen zwischen Data Act und DSGVO	35
c)	Divergenzen zwischen Data Act und DSGVO	35

aa) Herausforderungen bei getrennter Nutzer- Betroffenenrollen.....	35
bb) Fristen der Datenbereitstellung	35
cc) Löschung von Daten.....	36
dd) (Un-)Entgeltlichkeit.....	36
d) Zwischenfazit	36
V. Behördlichen Durchsetzung.....	37
1. Zuständige Behörde(n).....	37
a) Aufgaben und Befugnisse.....	37
b) Zusammenwirken der Behörden.....	37
2. Beschwerderecht und Rechtsbehelfe.....	38
3. Sanktionen	39
4. Zwischenfazit	40
E. Fazit.....	40
Anhang.....	VI
Literaturverzeichnis	XXXI

Abkürzungsverzeichnis

GrCh	Grundrechtecharta
DA	Data Act
DSGVO	Datenschutzgrundverordnung
EDIB	Europäischer Dateninnovationsrat
EDSA	Europäischer Datenschutzausschuss
EDSB E	uropäischer Datenschutzbeauftragter
ErwG	Erwägungsgrund
EU	Europäische Union
DA	Data Act
DMA	Digital Markets Act
DSGVO	Datenschutzgrundverordnung
Gem.	Gemäß
IoT	Internet der Dinge
ITRE	Ausschuss für Industrie, Forschung und Energie
i.S.d.	Im Sinne des
i.V.m.	In Verbindung mit
KMU	Kleine und mittelständische Unternehmen

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Entstehung des Data Act Quelle: Eigendarstellung	4
Abb. 2: Die Entstehung der DSGVO Datenquelle: Eigendarstellung.....	7

A. Data Act: Bedrohung der Privatsphäre oder Schlüssel zu einer datengesteuerten Zukunft?

I. Ausgangssituation und Zielsetzung

In einer Welt, in der datenbasierte Technologien alle Wirtschaftsbereiche durchdringen, hat sich der Wert von Daten erheblich gesteigert.¹ Dies wird besonders deutlich beim Betrachten des rasanten Anstiegs der mit dem Internet der Dinge (IoT) verbundenen Geräte. Während im Jahr 2023 die Zahl noch bei 15,14 Milliarden lag, wird sich die Zahl bis 2030 vermutlich auf über 29 Milliarden fast verdoppeln.² Dies lässt sich auch an der zunehmenden Datenmenge messen. So wird das digitale Datenaufkommen im Jahr 2027 weltweit auf 284,3 Zettabyte geschätzt.³ Dabei entspricht ein Zettabyte etwa 1.000 Exabyte, einer Milliarde Terrabyte oder 100 Billionen Megabyte.⁴ Solch umfangreiche Datensätze bergen wirtschaftliches Potenzial.⁵

Angesichts dieser enormen Datenmengen und ihres wirtschaftlichen Potenzials hat die Europäische Kommission als Teil der europäischen Datenstrategie⁶ den Data Act (DA) initiiert.⁷ Der Data Act soll Europa an die Spitze der Datenwirtschaft bringen und die stetig zunehmende Menge an Daten nutzen, um der europäischen Wirtschaft und Gesellschaft Vorteile zu verschaffen.⁸ Durch die Förderung der Nutzung hochwertiger und interoperabler Daten soll die Wettbewerbsfähigkeit gestärkt, Innovation gefördert und nachhaltiges Wirtschaftswachstum unterstützt werden.⁹ Im Vergleich zu haptischen Wirtschaftsgütern wie Maschinen, die abgenutzt werden können, verlieren Daten nicht an Qualität.¹⁰ Zudem besteht für solche Daten eine Widerverwertbarkeit.¹¹ Allerdings muss bei der vollen Wertausschöpfung von Daten durch den Data Act gleichzeitig die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)¹² beachtet werden.¹³

In diesem Kontext ist es wichtig, das Zusammenspiel zwischen dem neuen Data Act und der bestehenden DSGVO zu betrachten. Die DSGVO legt den Datenschutzrahmen innerhalb der EU fest, setzt hohe Standards für den Umgang mit personenbezogenen Daten und gewährleistet die Rechte der Einzelpersonen. Sie repräsentiert starke europäische Werte

In dieser Arbeit wird das generische Maskulinum verwendet, um auf alle Geschlechteridentitäten zu verweisen. Um die Lesbarkeit zu erhöhen, wird auf eine Mehrfachbezeichnung verzichtet.

¹ ErwG 1 DA, S. 1.

² *Transforma Insights; Exploding Topics*, Anzahl der mit dem Internet der Dinge (IoT) verbundenen Geräte weltweit von 2019 bis 2030 (in Milliarden), Statista, abrufbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1420315/umfrage/anzahl-der-iot-geraete-weltweit/>, 04.03.2024.

³ *IDC*, Volumen der jährlich generierten/replizierten digitalen Datenmenge weltweit von 2010 bis 2020 und Prognose bis 2027 (in Zettabyte), Statista, abrufbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1420298/umfrage/prognose-weltweites-erstelltes-datenvolumen/>, 04.03.2024

⁴ *Matthias Brandt*, So viel Speicherplatz verbraucht das Zettabyte-Zeitalter, Statista, abrufbar unter <https://de.statista.com/infografik/17739/speicherplatz-bedarf-im-zettabyte-zeitalter>, 04.03.2023

⁵ *Holzmagell/Freese*, EuZ, 2023, A 2 (A 2).

⁶ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss der Regionen - Eine europäische Datenstrategie (COM (2020) 66 final, S. 1). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0066&qid=1709376873391>, 02.03.2024

⁷ Verordnung (EU) 2023/2854 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Dezember 2023 über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung sowie zur Änderung der Verordnung (EU) 2017/2394 und der Richtlinie (EU) 2020/1828 (Datenverordnung) (ABl. 2023, L, S.1).

⁸ *Europäische Kommission*, 2024, Eine europäische Datenstrategie | Gestaltung der digitalen Zukunft Europas, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/de/policies/strategy-data>, 04.03.2024.

⁹ ErwG 1 DA, S. 1.

¹⁰ ErwG 1 DA, S. 1.

¹¹ ErwG 1 DA, S. 1.

¹² Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) (ABl. 2016, L 119, S. 1).

¹³ Vgl. ErwG 7 DA.

des Datenschutzes und der Privatsphäre. Der Data Act hingegen konzentriert sich mehr auf die wirtschaftlichen Aspekte der Datennutzung, was möglicherweise zu Konflikten zwischen den beiden Regelungsakten führen könnte.

Dadurch, dass der Data Act Anfang des Jahres in Kraft getreten ist und sich dieser zurzeit in einer Übergangszeit befindet, sind der Data Act und dessen Verhältnis zur DSGVO aktuell relevante Themen. Obwohl es bislang wenig Literatur und Forschung dazu gibt, steht die wissenschaftliche Gemeinschaft vor der Herausforderung, die Implikationen in Echtzeit zu interpretieren. Andererseits erhöhen gerade diese Unklarheit und der Bedarf an Orientierung die Dringlichkeit und Relevanz einer gründlichen wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Datenzugang innerhalb des Data Act und dessen Verhältnis zur DSGVO.

Ziel der Arbeit ist es, die Auswirkungen des Data Act im Hinblick auf das Verhältnis zwischen Datenzugang und Datenschutz zu untersuchen. Es wird eine Analyse der Schnittstellen und möglicher Spannungsfelder zwischen Data Act und DSGVO durchgeführt, um einen umfassenden Überblick über die zukünftige Datenwirtschaft zu geben. Dabei wird insbesondere darauf geachtet, wie Data Act und DSGVO zusammenwirken können und ob dies möglich ist, um sowohl die wirtschaftliche Innovation zu fördern als auch die Rechte der Einzelpersonen zu wahren und ihre personenbezogenen Daten zu schützen.

II. Gang der Untersuchung

Die vorliegende Arbeit betrachtet zunächst die rechtlichen Grundlagen. Dabei steht zuerst der Data Act im Fokus. Es werden die Entstehungsgeschichte und die primären Ziele des Gesetzes beleuchtet, gefolgt von einer Analyse der relevanten Kapitel und der wesentlichen Regelungen. Anschließend wird die DSGVO behandelt. Auch hier werden die Entstehung und Zielsetzungen erläutert, bevor auf die relevanten Kapitel und Schlüsselbestimmungen eingegangen wird.

Im weiteren Verlauf wird die Datennutzung untersucht. Zunächst werden die Prozesse des Datenzugangs betrachtet und relevante Begrifflichkeiten definiert und erklärt. Es wird das Verhältnis zwischen Nutzern und Dateninhabern ausführlich dargestellt, einschließlich der Rechte und Pflichten beider Parteien. Im Folgenden wird die Datenweitergabe behandelt. Dabei werden die Rollen von Datenempfängern und Dritten sowie die Beziehungen zwischen diesen und den Dateninhabern, einschließlich aller Rechte und Pflichten, erläutert.

Darauf aufbauend widmet sich der Kern der Arbeit dem Verhältnis zwischen dem Datenzugang im Data Act und dem Datenschutz der DSGVO. Zunächst werden das Verständnis von Daten und die Personenbezogenheit innerhalb beider rechtlichen Rahmenwerke diskutiert. Anschließend werden wichtige Begriffe definiert, bevor die Akteure des Data Act in den Kontext der DSGVO gesetzt werden. Besonderes Augenmerk liegt auf dem potenziellen Konfliktpotenzial zwischen dem Data Act und der DSGVO. Es werden Komplementaritäten und Divergenzen zwischen den beiden Verordnungen analysiert. Zusätzlich wird die behördliche Durchsetzung behandelt. Es wird untersucht, wie Behörden die Einhaltung der Bestimmungen des Data Act und der DSGVO überwachen und durchsetzen. Dies beinhaltet eine Auseinandersetzung mit den zuständigen Aufsichtsbehörden, ihren Überwachungs- und Eingriffsbefugnissen sowie den Sanktionsmechanismen bei Verstößen gegen gesetzliche Vorschriften.

Die Arbeit endet mit einem Fazit, in dem die wichtigsten Erkenntnisse zusammengefasst und reflektiert werden. Dabei wird auch auf zukünftige Entwicklungen und mögliche Herausforderungen hingewiesen, die sich aus dem Zusammenspiel von Data Act und DSGVO ergeben könnten.

B. Rechtliche Grundlagen

In diesem Kapitel werden die rechtlichen Grundlagen des Data Act und der DSGVO erläutert. Es wird insbesondere auf die Entstehung dieser Verordnungen eingegangen, um einen Überblick über ihre jeweilige Entwicklungsgeschichte zu verschaffen. Weiter wird die allgemeine Zielsetzung der Verordnungen thematisiert. Anschließend wird sich auf die Struktur und die wesentlichen Bestimmungen beschränkt, die im Kontext für die Arbeit relevant sind. Es wird also konkret darauf eingegangen, welche Kapitel und Regelungen für das Verhältnis zwischen Datenzugang und Datenschutz von Bedeutung sind.

I. Europäischer Data Act

Am 22.12.2023 veröffentlichte die EU den Data Act im Amtsblatt unter dem Namen „Verordnung (EU) 2023/2854 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Dezember 2023 über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung sowie zur Änderung der Verordnung (EU) 2017/2394 und der Richtlinie (EU) 2020/1828 (Datenverordnung)“.

1. Entstehung und Ziele

Am 19.02.2020 präsentierte die Europäische Kommission in einer Mitteilung die Europäische Datenstrategie.¹⁴ Die Strategie zielt darauf ab, auf Grundlage der in den letzten Jahren erzielten Ergebnisse das Ziel eines echten Binnenmarktes für Daten zu verwirklichen.¹⁵ Gleichzeitig sollen politische Maßnahmen und finanzielle Förderung genutzt werden, um die festgestellten Probleme anzugehen.¹⁶ Die Kommission stützt sich dabei auf vier Säulen: (I.) ein sektorübergreifender Governance-Rahmen für Datenzugang und Datennutzung, (II.) Investitionen in Daten und in die Stärkung der europäischen Kapazitäten und Infrastrukturen für das Hosting, die Verarbeitung und die Nutzung von Daten sowie deren Interoperabilität, (III.) Stärkung der Handlungskompetenz des Betroffenen im Sinne der DSGVO, Investitionen in Kompetenzen und in KMU und (IV.) Schaffung gemeinsamer europäischer Datenräume in strategischen Sektoren und in Bereichen von öffentlichem Interesse.¹⁷ Nachdem der Data-Governance-Rechtsakt (DGA)¹⁸ am 23.06.2022 in Kraft getreten ist, folgt der Data Act als der zweite gesetzgeberische Schritt im Rahmen der Europäischen Datenstrategie.¹⁹

Erste Ideen zum Data Act entstanden am 23.02.2022, wo die Europäische Kommission einen Verordnungsvorschlag über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung (Datengesetz)²⁰ vorstellte. Etwa sechs Monate später veröffentlichte der Ausschuss für Industrie, Forschung und Energie (ITRE) des Europäischen Parlaments einen Berichtsentwurf zum Data Act.²¹ Im März des darauffolgenden Jahres

¹⁴ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss der Regionen - Eine europäische Datenstrategie (COM (2020) 66 final).

¹⁵ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss der Regionen - Eine europäische Datenstrategie (COM (2020) 66 final) S. 13.

¹⁶ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss der Regionen - Eine europäische Datenstrategie (COM (2020) 66 final) S. 13.

¹⁷ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss der Regionen - Eine europäische Datenstrategie (COM (2020) 66 final), S. 13 ff.

¹⁸ Verordnung (EU) 2022/868 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Mai 2022 über europäische Daten-Governance und zur Änderung der Verordnung (EU) 2018/1724 (Daten-Governance-Rechtsakt) (ABl. 2022, L 152, S. 1).

¹⁹ *Podszun/Pfeifer*, GRUR, 2022, 953 (954).

²⁰ Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung (Datengesetz) (COM (2022) 68 final, S. 1).

²¹ Entwurf eines Berichts über den Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung (Datengesetz) (COM(2022)0068 – C9-0051/2022 – 2022/0047(COD)) (2022).

nahm das Europäische Parlament den Gesetzesentwurf an²², während der Rat der Europäischen Union eine Einigung über seine allgemeine Ausrichtung zum Data Act erzielte.²³ Im Juni 2023 einigten sich die Mitglieder des Europäischen Parlaments und die Vertreter der EU-Mitgliedsstaaten informell auf den Data Act.²⁴ Am 09.11.2023 nahm das Europäische Parlament den Kompromisstext an.²⁵ Ende November 2023 verabschiedete der Rat der Europäischen Union den Data Act.²⁶ Nach der Verkündung im Amtsblatt der EU am 22.12.2023²⁷ trat der Data Act am 11.01.2024 in Kraft (Art. 50 DA). Nach einer grundsätzlichen Übergangsfrist von 20 Monaten wird er ab dem 12.09.2025 verbindlich gelten und somit unmittelbar in jedem Mitgliedstaat angewendet werden (Art. 50 DA).

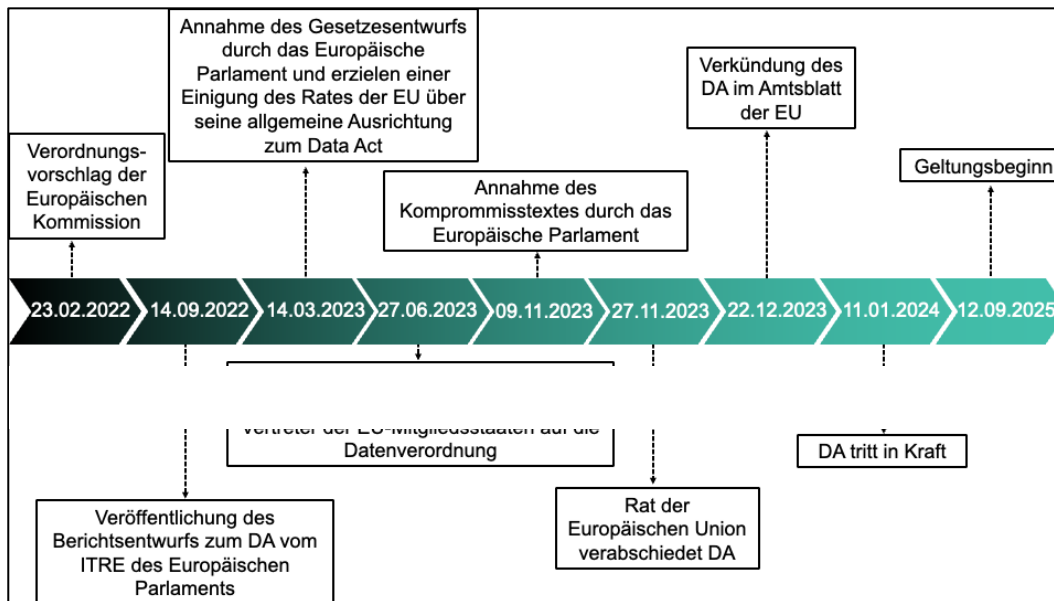


Abb. 1 Entstehung des Data Act
Quelle: Eigendarstellung

Der europäische Data Act verfolgt mehrere Ziele im Bereich der Datenwirtschaft und -regulierung. Ein zentrales Ziel der Verordnung ist, einen fairen Datenzugang und die Datennutzung für die europäische Wirtschaft und Gesellschaft zu fördern.²⁸ Die Verordnung strebt nicht nur an, die Entstehung innovativer vernetzter Produkte und Dienste zu fördern und Innovationen in den darauffolgenden Märkten voranzutreiben, sondern auch die Entwicklung gänzlich neuer Dienste zu stimulieren.²⁹ Dies soll durch die Nutzung von Daten

²² Europäisches Parlament, 2023, Pressemitteilung zum Datengesetz: Neue Regeln für fairen Zugang zu und Nutzung von Industriedaten, <https://www.europarl.europa.eu/news/de/press-room/20230310IPR77226/datengesetz-neue-regeln-fur-fairen-zugang-zu-und-nutzung-von-industriedaten>, 04.03.2024.

²³ Rat der Europäischen Union, 2023, Pressemitteilung zum Datengesetz: Mitgliedstaaten einigen sich auf einen gemeinsamen Standpunkt zu einem fairen Zugang zu Daten und deren Nutzung, <https://www.consilium.europa.eu/de/press/press-releases/2023/03/24/data-act-member-states-agree-common-position-on-fair-access-to-and-use-of-data/>, 04.03.2024.

²⁴ Europäisches Parlament, 2023, Pressemitteilung, Better access to and use of data: MEPs reach agreement with Council, <https://www.europarl.europa.eu/news/de/press-room/20230626IPR00843/better-access-to-and-use-of-data-meps-reach-agreement-with-council>, 04.03.2024.

²⁵ Legislative Entschließung des Europäischen Parlaments vom 9. November 2023 zu dem Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung (Datengesetz) (COM(2022)0068 – C9-0051/2022 – 2022/0047(COD)) (2023). https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2023-0385_DE.pdf, 02.03.2024.

²⁶ Bundesministerium für Digitales und Verkehr, 2023, EU verabschiedet Data Act, <https://bmdv.bund.de/SharedDocs/DE/Artikel/DP/eu-data-act.html>, 04.03.2024.

²⁷ Verordnung (EU) 2023/2854 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Dezember 2023 über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung sowie zur Änderung der Verordnung (EU) 2017/2394 und der Richtlinie (EU) 2020/1828 (Datenverordnung) (ABl. 2023, L, S.1).

²⁸ ErwG 119 S. 1 DA.

²⁹ ErwG 32 S. 1 DA.

aus einer Vielzahl von vernetzten Produkten oder verbundenen Diensten erreicht werden.³⁰ Während der Data Act auf der einen Seite den Wechsel zwischen Datenverarbeitungsdiensten erleichtern soll³¹, hat die Verordnung auf der anderen Seite zum Ziel, eine zeitgleiche Nutzung mehrerer Datenverarbeitungsdienste zu optimieren.³²

2. Relevante Kapitel

Der Data Act umfasst insgesamt elf Kapitel. Für die Untersuchung des Verhältnisses zwischen Datenzugang und Datenschutz sind insbesondere die Kapitel I bis V und IX relevant. Im Folgenden werden die Inhalte der relevanten Kapitel kurz erläutert, um einen allgemeinen Überblick über die Regelungen zu verschaffen. Die restlichen fünf Kapitel sind für die vorliegende Untersuchung von untergeordneter Relevanz und werden daher nicht weiter behandelt.

Kapitel I (Allgemeine Bestimmungen) enthält Regelungen zum Anwendungsbereich und allgemeine Begriffsbestimmungen. Kapitel II (Datenweitergabe von Unternehmen an Verbraucher und zwischen Unternehmen) regelt den Datenzugang und, wie der Name bereits vermuten lässt, die Datenweitergabe. Außerdem werden hier auch die Rechte und Pflichten der Nutzer, Dateninhaber und Dritten geregelt. In Kapitel III (Pflichten der Dateninhaber, die gemäß dem Unionsrecht verpflichtet sind, Daten bereitzustellen) werden die Bedingungen festgehalten, unter denen ein Dateninhaber Datenempfängern Informationen bereitstellt. Außerdem findet sich in diesem Kapitel auch eine Regelung zu der Gegenleistung der Datenbereitstellung. Zudem finden sich noch Regelungen über technische Schutzmaßnahmen und den Umfang der Pflichten der Dateninhaber, die verpflichtet sind, Daten bereitzustellen. Kapitel IV (Missbräuchliche Vertragsklauseln in Bezug auf den Datenzugang und die Datennutzung zwischen Unternehmen) enthält nur eine Regelung, und zwar, wie der Name bereits vermuten lässt, über missbräuchliche Vertragsklauseln, die einem Unternehmen einseitig auferlegt wurden. In Kapitel V (Bereitstellung von Daten für öffentliche Stellen, die Kommission, die Europäische Zentralbank und Einrichtungen der Union wegen außergewöhnlicher Notwendigkeit) wird die Pflicht zu einer solchen Bereitstellung geregelt. Außerdem finden sich dort noch Regelungen zu der außergewöhnlichen Notwendigkeit. Kapitel IX (Anwendung und Durchsetzung) regelt die zuständigen Behörden und Datenkoordinatoren sowie das Recht auf Beschwerde und Rechtsbehelf und Sanktionen.

3. Wesentliche Regelungen

a) Anwendungsbereich

Der Data Act betrifft gem. Art. 1 Abs. 2 DA sowohl personenbezogene Daten als auch nicht-personenbezogene Daten. Eine Aufzählung der vom Data Act betroffenen Personen findet sich in Art. 1 Abs. 3 DA. Insbesondere gilt er für Hersteller vernetzter Produkte (lit. a), Anbieter verbundener Dienste (lit. a), Nutzer von vernetzten Produkten oder verbundenen Diensten (lit. b), Dateninhaber (lit. c), Datenempfänger (lit. d), öffentliche Stellen (lit. e), Anbieter von Datenverarbeitungsdiensten (lit. f), Teilnehmer an Datenräumen (lit. g), Anbieter von Anwendungen (lit. g) und Personen, deren gewerbliche, geschäftliche oder berufliche Tätigkeit die Einführung intelligenter Verträge für andere im Zusammenhang mit der Durchführung einer Vereinbarung umfasst (lit. g).

³⁰ ErwG 32 S. 1 DA.

³¹ ErwG 84 S. 1 DA.

³² ErwG 99 S. 1 DA.

Art. 1 Abs. 3 DA folgt dem Marktortprinzip.³³ Das bedeutet, dass zumindest von den lit. a-d und lit. f ein direkter Bezug zur EU („in der Union“) erwartet wird.³⁴

b) Datenzugang und -weitergabe

Wie bereits erwähnt enthält Kapitel II des Data Act Regelungen zur Datenweitergabe von Unternehmen an Verbraucher und zwischen Unternehmen. Dieses Kapitel ist von hoher Relevanz für die vorliegende Arbeit und ist auch allgemein einer der zentralen Bereiche des Data Act. Der Datenzugang und die -weitergabe sind zentrale Ziele des Data Act. Außerdem gab es angeregte Diskussionen zu diesem intensiv diskutierten Bereich.³⁵

Gemäß Art. 3 des Data Act besteht eine der Hauptpflichten des Data Act darin, Produktdaten und verbundene Dienstdaten für den Nutzer zugänglich zu machen. Absatz 1 behandelt zunächst die technische Ausgestaltung dieser Datenzugangspflicht.³⁶ Demnach sollen vernetzte Produkte und verbundene Dienste so konzipiert sein, dass diese Produktdaten und verbundenen Dienstdaten direkt für den Nutzer zugänglich sind. Hierbei könnte auch von Accessibility by Design bzw. Accessibility by Default die Rede sein.³⁷

Weiter folgen die Regelungen zu vorvertraglichen Informationspflichten nach Art. 3 Abs. 2 (bei vernetztem Produkt) und Abs. 3 (bei verbundenem Dienst) DA. Danach hat der Verkäufer eines vernetzten Produkts oder der Anbieter eines verbundenen Dienstes vor Abschluss des Vertrags, dem Nutzer Informationen bereitzustellen. Zu diesen Informationen gehören für vernetzte Produkte beispielsweise die Art, der Umfang und der geschätzte Umfang der Produktdaten, die von dem vernetzten Produkt generiert werden können (Art. 3 Abs. 2 lit. a DA).

Eine weitere wichtige Regelung findet sich in Art. 4 DA. In diesem werden die Rechte und Pflichten von Nutzern und Dateninhabern in Bezug auf den Zugang zu sowie die Nutzung und die Bereitstellung von Produktdaten und verbundenen Dienstdaten festgehalten. Ergänzend zum Recht auf Datenzugang gem. Art. 3 DA eröffnet Art. 4 DA einen Datenzugangsanspruch des Nutzers gegen den Dateninhaber.³⁸ Dieser Anspruch setzt voraus, dass der Nutzer nicht direkt vom vernetzten Produkt oder verbundenen Dienst aus auf die Daten zugreifen kann (Art. 4 Abs. 1 DA).³⁹

Ebenfalls von wesentlicher Bedeutung ist Art. 5 DA. Hier wird das Recht des Nutzers auf Weitergabe von Daten an Dritte begründet. Das bedeutet, dass der Dateninhaber auf Verlangen des Nutzers einem Dritten ohne Weiteres verfügbare Daten bereitstellen muss.

II. Datenschutzgrundverordnung

Die DSGVO wurde am 04.05.2016 im Amtsblatt der EU veröffentlicht. Sie trägt den Namen „Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung)“.

³³ Bomhard, MMR, 2024, 71 (72).

³⁴ Bomhard, MMR, 2024, 71 (72).

³⁵ Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (75).

³⁶ Hennemann/Steinrötter, NJW, 2022, 1481 (1483).

³⁷ Zu Accessibility by Design: Assion/Willecke, MMR, 2023, 805 (807); Zu Accessibility by Default: Bomhard/Merkle, RDİ, 2022, 168 (173); Hennemann/Steinrötter, NJW, 2022, 1481 (1483); Specht-Riemenschneider, MMR, 2022, 809 (812).

³⁸ Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (79).

³⁹ Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (79).

1. Entstehung und Ziele

Im Jahr 1995 trat die Datenschutzrichtlinie⁴⁰ in Kraft. Im Juni 2011 gab der Europäische Datenschutzbeauftragte (EDSB) eine Stellungnahme zur Mitteilung der Kommission über das „Gesamtkonzept für den Datenschutz in der Europäischen Union“ ab.⁴¹ Sechs Monate später präsentierte die Europäische Kommission ihren ersten Entwurf für eine umfassende Reform der EU-Datenschutzvorschriften von 1995.⁴² Im März 2014 verabschiedete das Europäische Parlament die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) mit großer Zustimmung des Plenums: 621 Ja-Stimmen, 10 Nein-Stimmen und 22 Enthaltungen.⁴³ Im Juli 2015 einigte sich der Rat auf einen allgemeinen Ansatz zur DSGVO.⁴⁴ Noch im selben Jahr gelangten das Europäische Parlament, der Rat und die Kommission in sogenannten Trilogverhandlungen zu einer Einigung über eine endgültige Fassung der neuen DSGVO.⁴⁵ Am 24. Mai 2016 trat die Datenschutzgrundverordnung in Kraft.⁴⁶ Nach einer Übergangsfrist von zwei Jahren gilt die DSGVO seit dem 25. Mai 2018 unmittelbar in allen Mitgliedsstaaten.⁴⁷

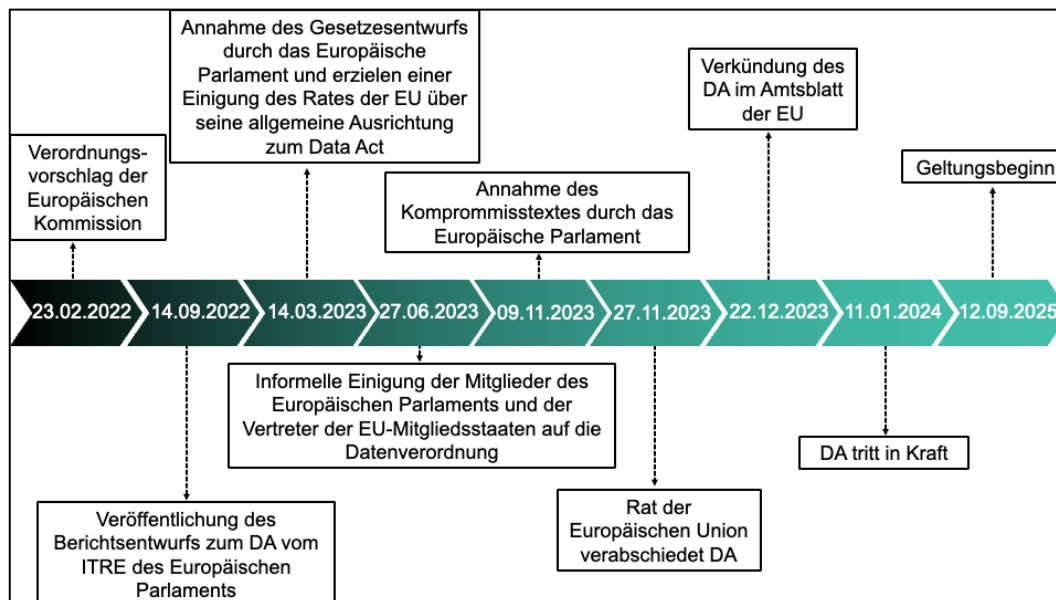


Abb. 2: Die Entstehung der DSGVO
Datenquelle: Eigendarstellung

⁴⁰ Richtlinie 95/46/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Oktober 1995 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr (ABl. 1995, L 281, S. 31).

⁴¹ Stellungnahme des Europäischen Datenschutzbeauftragten zur Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen — „Gesamtkonzept für den Datenschutz in der Europäischen Union“ (ABl. 2011, C 181, S. 1).

⁴² Vorschlag für Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr (Datenschutz-Grundverordnung) (KOM(2012) 11 endgültig, S. 1).

⁴³ EDPS, 2018, Entwicklungsgeschichte der Datenschutz-Grundverordnung, https://edps.europa.eu/data-protection/data-protection/legislation/history-general-data-protection-regulation_de, 04.03.2024.

⁴⁴ EDPS, 2018, Entwicklungsgeschichte der Datenschutz-Grundverordnung, https://edps.europa.eu/data-protection/data-protection/legislation/history-general-data-protection-regulation_de, 04.03.2024.

⁴⁵ EDPS, 2018, Entwicklungsgeschichte der Datenschutz-Grundverordnung, https://edps.europa.eu/data-protection/data-protection/legislation/history-general-data-protection-regulation_de, 04.03.2024.

⁴⁶ EDPS, 2018, Entwicklungsgeschichte der Datenschutz-Grundverordnung, https://edps.europa.eu/data-protection/data-protection/legislation/history-general-data-protection-regulation_de, 04.03.2024.

⁴⁷ EDPS, 2018, Entwicklungsgeschichte der Datenschutz-Grundverordnung, https://edps.europa.eu/data-protection/data-protection/legislation/history-general-data-protection-regulation_de, 04.03.2024.

Die DSGVO löst die Datenschutzrichtlinie⁴⁸ von 1995 mit dem Ziel ab, eine Harmonisierung und Modernisierung des europäischen Datenschutzrechts zu erzielen.⁴⁹ Ein bedeutender Fortschritt ist ihre Form als „Verordnung“, die im Gegensatz zu einer Richtlinie eine unmittelbare Wirkung in allen Mitgliedstaaten entfaltet. Im Unterschied dazu erforderte die vorherige Richtlinie, dass einzelne Mitgliedstaaten diese individuell umsetzten. Dadurch wurde verhindert, dass Daten in der EU grenzüberschreitend verkehrten.⁵⁰ Die DSGVO behebt dieses Hindernis und zielt darauf ab, Datenschutzstandards innerhalb der EU zu harmonisieren und an die Anforderungen einer digitalisierten Welt anzupassen.⁵¹ Im Wesentlichen verfolgt sie zwei Ziele: den Schutz von natürlichen Personen vor der Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten und die Förderung des freien Datenverkehrs, um Unternehmen die grenzüberschreitende Verarbeitung und wirtschaftliche Nutzung von Daten zu ermöglichen.⁵²

2. Relevante Kapitel

Auch die DSGVO umfasst insgesamt elf Kapitel. Insbesondere die Kapitel I bis IV sowie VI und VIII sind für die Betrachtung des Verhältnisses von Datenzugang und Datenschutz relevant. Um einen allgemeinen Überblick über die Regelungen zu geben, werden im Folgenden die Inhalte der relevanten Kapitel kurz erläutert. Die übrigen fünf Kapitel sind für diese Untersuchung zweitrangig und werden nicht weiter behandelt.

Kapitel I (Allgemeine Bestimmungen) enthält Vorschriften zu Gegenstand und Zielen, den Anwendungsbereich und Begriffsbestimmungen. Kapitel II Grundsätze setzt sich mit den Grundsätzen für die Verarbeitung personenbezogener Daten auseinander, während Kapitel III die Rechte betroffener Personen bezüglich ihrer persönlichen Daten behandelt. Der Verantwortliche und der Auftragsverarbeiter werden in Kapitel IV thematisiert, während in Kapitel VI unabhängige Aufsichtsbehörden behandelt werden. Rechtsbehelfe, Haftung und Sanktionen werden in Kapitel VIII behandelt.

3. Wesentliche Regelungen

Geltungsbereich

Die DSGVO erstreckt sich sachlich auf die automatisierte und die nichtautomatisierte Verarbeitung personenbezogener Daten, die in einem Dateisystem gespeichert sind oder gespeichert werden sollen (Art. 2 Abs. 1). Sie findet räumlich Anwendung, wenn die Verarbeitung innerhalb der Union durch eine Niederlassung, einen Verantwortlichen oder einen Auftragsverarbeiter realisiert wird, ungeachtet dessen, ob die tatsächliche Verarbeitung in der Union erfolgt (Art. 3 Abs. 1). Ausgenommen sind Fälle, in denen die Verarbeitung außerhalb des Anwendungsbereichs des Unionsrechts erfolgt (Art. 2 Abs. 2 lit. a). Als Beispiel hierfür nennt Erwägungsgrund 16 DSGVO Tätigkeiten, die die nationale Sicherheit betreffen, sowie Datenverarbeitungen, die ausschließlich zu persönlichen oder familiären Tätigkeiten durch natürliche Personen ausgeübt werden (Art. 2 Abs. 2 lit. c). Des Weiteren findet die DSGVO keine Anwendung auf Datenverarbeitungen im Zusammenhang mit der

⁴⁸ Richtlinie 95/46/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Oktober 1995 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr (ABl. 1995, L 281, S. 31).

⁴⁹ *Kunkell/Schoewe*, Künstliche Intelligenz in der Anwendung: Rechtliche Aspekte, Anwendungspotenziale und Einsatzszenarien, 2021, 9 (9).

⁵⁰ Bundesministerium des Innern und für Heimat. Was sind die Ziele und wesentlichen Neuerungen der Datenschutz-Grundverordnung?, <https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/faqs/DE/themen/it-digitalpolitik/datenschutz/datenschutzgrundvo-liste.html;jsessionid=71763EED9B724150A0A66A360B705297.live882?nn=9393768#10717086>, 04.03.2024.

⁵¹ *Schricker*, ifo Schnelldienst 71 (2018), 35 (35).

⁵² *Boßow-Thies/Hofmann-Stöltzing/Jochims*, Data-driven Marketing: Insights aus Wissenschaft und Praxis, 2020, 3 (238).

Verhütung, Ermittlung, Aufdeckung oder Verfolgung von Straftaten durch die zuständigen Behörden (Art. 2 Abs. 2 lit. d).

Rechtmäßige Verarbeitung

Die Grundsätze für die Verarbeitung personenbezogener Daten, wie sie in Art. 5 Abs. 1 festgelegt sind, repräsentieren die grundlegenden Zielsetzungen des Datenschutzkonzepts.⁵³ Diese lauten: „Rechtmäßigkeit, Verarbeitung nach Treu und Glauben, Transparenz“ (lit. a), „Zweckbindung“ (lit. b), „Datenminimierung“ (lit. c), „Richtigkeit“ (lit. d), „Speicherbegrenzung“ (lit. e) und „Integrität und Vertraulichkeit“ (lit. f). Der Verantwortliche unterliegt gem. Art. 5 Abs. 2 der „Rechenschaftspflicht“. Das bedeutet, dass er für die Einhaltung dieser Grundsätze verantwortlich ist und dies nachweisen muss (Art. 5 Abs. 2 DSGVO).

Art. 6 ist die zentrale Norm für die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung personenbezogener Daten.⁵⁴ Um eine rechtmäßige Verarbeitung sicherzustellen, muss mindestens einer der in Art. 6 Abs. 1 genannten Zulässigkeitstatbestände einschlägig sein. Diese umfassen: Einwilligung (lit. a), Erfüllung eines Vertrags (lit. b), Erfüllung einer Rechtspflicht (lit. c), lebenswichtige Interessen (lit. d), öffentliche Aufgabenwahrnehmung (lit. e) und Interessenabwägung (lit. f). Die Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten ist gesondert in Art. 9 geregelt.

Betroffenenrechte und Pflichten des Verantwortlichen

Kapitel III der DSGVO (Art. 12 bis 23) gewährt Personen, deren personenbezogene Daten verarbeitet werden, bestimmte Rechte. Dazu zählt das Informationsrecht, das der betroffenen Person ein Recht auf Information unabhängig von der direkten (Art. 13) oder indirekten (Art. 14) Datenerhebung zuspricht. Ein weiteres Recht ist das Auskunftsrecht (Art. 15), welches der betroffenen Person erlaubt, vom Verantwortlichen eine Bestätigung darüber zu verlangen, ob ihre personenbezogenen Daten verarbeitet werden. Im Falle einer Bestätigung hat sie das Recht auf Auskunft über diese Daten. Das Recht auf Berichtigung (Art. 16) gestattet es der betroffenen Person, unrichtige Daten korrigieren und fehlende Informationen vom Verantwortlichen vervollständigen zu lassen. Gem. Art. 17 kann die betroffene Person zudem die Löschung ihrer persönlichen Daten vom Verantwortlichen verlangen (Recht auf Löschung). Ebenso steht ihr das Recht auf Datenübertragbarkeit zu (Art. 20), was eine Art Herausgabeanspruch darstellt.⁵⁵ Das bedeutet, dass die betroffene Person nicht nur Zugang zu ihren Daten haben sollte, sondern auch das Recht auf eine physische Datenübertragbarkeit besitzt.⁵⁶

Diese Rechte legen dem Verantwortlichen regelmäßig auch entsprechende Pflichten auf. So unterliegt der Verantwortliche beispielsweise der Informationspflicht nach Art. 12, wonach er geeignete Maßnahmen ergreifen muss, um der betroffenen Person alle Informationen und Mitteilungen gem. den Art. 12 bis 22 übermitteln zu können. Diese Übermittlung soll präzise, transparent, verständlich und leicht zugänglich in einer klaren und einfachen Sprache erfolgen. Zudem ist der Verantwortliche nach Art. 20 zur Dokumentation

⁵³ Simitis/Hornung/Spiecker gen. Döhmman/Roßnagel, Datenschutzrecht, DSGVO, Art. 5 Rn. 1.

⁵⁴ Gola/Heckmann/Schulz, DS-GVO BDSG, DSGVO, Art. 6, Rn. 1.

⁵⁵ Gola/Heckmann/Piltz, DS-GVO BDSG, DSGVO, Art. 20, Rn. 10.

⁵⁶ Gola/Heckmann/Piltz, DS-GVO BDSG, DSGVO, Art. 20, Rn. 10.

verpflichtet. Dabei ist zu beachten, dass der Anspruch auf jene Daten beschränkt ist, die die betroffene Person dem Verantwortlichen zur Verfügung gestellt hat.

C. Datennutzung

Die digitale Transformation und die fortschreitende Entwicklung von vernetzten Produkten und verbundenen Diensten haben in den letzten Jahren zu einem exponentiellen Anstieg der Datengenerierung geführt.⁵⁷ Diese Entwicklung birgt sowohl für Nutzer als auch für Dateninhaber ein enormes Potenzial, stellt sie jedoch gleichzeitig vor neue rechtliche Herausforderungen. Der Umgang mit und der Zugang zu Daten im Rahmen des Data Act erfordert eine klare Definition von Begrifflichkeiten sowie ein Verständnis der Rechte und Pflichten der beteiligten Parteien.

Dieses Kapitel bietet einen Überblick über die wesentlichen Konzepte und rechtlichen Rahmenbedingungen, die das Verhältnis zwischen Nutzern und Dateninhabern, Dateninhabern und Datenempfängern sowie Nutzern und Datenempfängern im digitalen Zeitalter prägen. Durch die Erläuterung grundlegender Begriffe sowie der jeweiligen Rechte und Pflichten der beteiligten Personen wird ein fundiertes Verständnis für die Komplexität der Datengenerierung und -nutzung geschaffen.

I. Datenzugang

Der vorliegende Abschnitt wird zunächst auf essenzielle Begrifflichkeiten und anschließend insbesondere auf das Verhältnis zwischen Nutzer und Dateninhaber eingehen sowie auf die jeweiligen Rechte und Pflichten.

1. Begrifflichkeiten

a) Vernetztes Produkt

Vernetzte Produkte sind in diversen Sektoren von Wirtschaft und Gesellschaft vertreten.⁵⁸ Sektoren für das Vorkommen vernetzter Produkte sind beispielsweise private, zivile und gewerbliche Infrastrukturen, Fahrzeuge, medizinische Ausrüstung, Lifestyle-Produkte, Schiffe, Luftfahrzeuge, Haushaltsgeräte, Konsumgüter, Medizin- und Gesundheitsprodukte sowie landwirtschaftliche und industrielle Maschinen und Anlagen.⁵⁹

Erlangt, generiert oder erhebt ein Gegenstand Daten über seine Nutzung oder Umgebung, handelt es sich um ein „vernetztes Produkt“ gem. Art. 2 Nr. 5 DA. Dabei darf die Hauptfunktion des Gegenstands jedoch nicht die Speicherung, Verarbeitung oder Übertragung von Daten im Namen einer anderen Partei als dem Nutzer sein (Art. 2 Nr. 5 DA). Zusätzliche Voraussetzung für das Vorliegen eines vernetzten Produkts ist, dass der Gegenstand Produktdaten über einen elektronischen Kommunikationsdienst, eine physische Verbindung oder einen geräteinternen Zugang, oftmals als „Internet der Dinge“ bekannt, übermitteln kann.⁶⁰ Zu den elektronischen Kommunikationsdiensten gehören beispielsweise Fernseekabelnetze oder Satellitennetze.⁶¹

b) Produktdaten

Im Sinne von Art. 2 Nr. 15 DA beziehen sich „Produktdaten“ auf Daten, die durch die Nutzung eines vernetzten Produkts generiert werden und die der Hersteller so konzipiert hat, dass sie über einen elektronischen Kommunikationsdienst, eine physische Verbindung

⁵⁷ ErwG 1 Satz 1 und 2 DA.

⁵⁸ ErwG 14 S. 3 DA.

⁵⁹ ErwG 14 S. 3 DA.

⁶⁰ ErwG 14 S. 1 DA.

⁶¹ ErwG 14 S. 2 DA.

oder einen geräteinternen Zugang von einem Nutzer, Dateninhaber oder Dritten – gegebenenfalls einschließlich des Herstellers – abgerufen werden können.

c) Verbundener Dienst

Gem. Art. 2 Nr. 6 DA bezeichnet der Begriff „Verbundener Dienst“ einen digitalen Dienst, welcher kein elektronischer Kommunikationsdienst (einschließlich Software) ist. Dabei ist dieser digitale Dienst zum Zeitpunkt des Kaufs, der Miete oder des Leasings mit dem Produkt derart verknüpft, dass das vernetzte Produkt ohne den Dienst eine oder mehrere seiner Funktionen nicht ausführen könnte.⁶² Alternativ kann es auch einen Dienst darstellen, der nachträglich vom Hersteller oder einem Dritten mit dem Produkt verbunden wird, um die Funktionen des vernetzten Produkts zu ergänzen, zu aktualisieren oder anzupassen.⁶³ Verbundene Dienste können also nicht nur vom Verkäufer, Vermieter oder Leasinggeber selbst erbracht werden, sondern auch von Dritten.

Nicht als verbundene Dienste betrachtet werden Dienste, die keinen Einfluss auf den Betrieb des vernetzten Produkts haben und bei denen keine Übermittlung von Daten oder Befehlen des Diensteanbieters an das vernetzte Produkt erfolgt.⁶⁴ Das können beispielsweise zusätzliche Beratungsdienstleistungen oder regelmäßige Wartungsdienste sein.⁶⁵ Ebenfalls nicht als verbundene Dienste gelten die Stromversorgung oder die Bereitstellung von Konnektivität.⁶⁶

Unabhängig von den Datenerhebungsmöglichkeiten des vernetzten Produkts können die damit verbundenen Dienste auch selbst Daten generieren, welche für den Nutzer nützlich sein können.⁶⁷

d) Verbundene Dienstdaten

„Verbundene Dienstdaten“ werden gem. Art. 2 Nr. 16 DA als Daten definiert, „die die Digitalisierung von Nutzerhandlungen oder Vorgängen im Zusammenhang mit dem vernetzten Produkt darstellen und vom Nutzer absichtlich aufgezeichnet oder als Nebenprodukt der Handlung des Nutzers während der Bereitstellung eines verbundenen Dienstes durch den Anbieter generiert werden“.

e) Nutzer

Besitzt eine natürliche oder juristische Person, z.B. ein Unternehmen, ein Verbraucher oder eine öffentliche Stelle, ein vernetztes Produkt, wurde ihr ein vertragliches zeitweiliges Recht für die Nutzung des vernetzten Produkts übertragen oder nimmt sie die verbundenen Dienste in Anspruch, handelt es sich um einen „Nutzer“ nach Art. 2 Nr. 12 DA.

Es kann auch sein, dass mehrere Personen oder Rechtsträger als Nutzer gelten.⁶⁸ Dies kann z.B. im Falle von gemeinschaftlichem Eigentum sein oder wenn ein Eigentümer, Mieter oder Leasingnehmer gemeinsam Rechte am Datenzugang oder an der Datennutzung besitzt.⁶⁹ Bei mehreren Nutzern kann jeder einzelne Nutzer individuell zur Datengenerierung beitragen und dadurch individuelle Interessen an verschiedenen Nutzungsformen

⁶² Art. 2 Nr. 6 DA.

⁶³ Art. 2 Nr. 6 DA.

⁶⁴ ErwG 17 S. 3 DA.

⁶⁵ ErwG 17 Satz 4 DA.

⁶⁶ ErwG 17 Satz 10 DA.

⁶⁷ ErwG 17 Satz 7 DA.

⁶⁸ ErwG 21 S. 1 DA.

⁶⁹ ErwG 21 S. 1 DA.

haben.⁷⁰ Ein Beispiel hierfür wären Mobilitätslösungen für Einzelpersonen, die einen Car-Sharing-Dienst nutzen.⁷¹

Die Definition sowie Art. 3 Abs. 2 und Abs. 3 DA, zusammen mit Art. 4 Abs. 1 DA, lassen darauf schließen, dass der vertragliche Erwerb der Rechtsposition (sei es Eigentum, ein zeitliches Nutzungsrecht oder ein Anspruch auf Dienstleistung) erforderlich ist.⁷²

f) Dateninhaber

Der Data Act definiert in Art. 2 Nr. 6 einen „Dateninhaber“ als natürliche oder juristische Person, die bestimmte Rechte und Pflichten bezüglich der Nutzung und Bereitstellung von Daten hat, die sie während der Erbringung eines verbundenen Dienstes abgerufen oder generiert hat. Diese Rechte ergeben sich aus dem Data Act selbst, aus weiterem EU-Recht oder aus nationalen Rechtsvorschriften, die zur Umsetzung des Unionsrechts berechtigt oder verpflichtet sind.⁷³ Dateninhaber kann auch der Hersteller eines verbundenen Produkts sein.⁷⁴

2. Verhältnis Nutzer – Dateninhaber

Das Verhältnis zwischen Nutzern und Dateninhabern im Kontext des Data Act ist durch diverse Rechte und Pflichten geprägt. Nutzer sollen mehr Kontrolle und Transparenz über ihre Daten erhalten, während Dateninhaber Anforderungen erfüllen müssen, die sicherstellen, dass Daten verantwortungsvoll und im Einklang mit den europäischen Werten und Datenschutzstandards genutzt werden. Im Vordergrund stehen vor allem die Rechte der Nutzer, wie beispielsweise der Zugang zu ihren Daten und deren Weitergabe. Der Dateninhaber entgegen hat hauptsächlich Pflichten zu erfüllen. Es gibt jedoch auch Pflichten, denen der Nutzer unterliegt, sowie Rechte, die dem Dateninhaber gewährt werden. Im Folgenden wird dies näher betrachtet.

a) Rechte und Pflichten des Nutzers

Die Nutzer, die ein vernetztes Produkt verwenden oder einen verbundenen Dienst in Anspruch nehmen, sollen gemäß Data Act zeitnah auf die generierten Daten zugreifen können.⁷⁵ Dabei verfügt der Nutzer über zwei Möglichkeiten, um auf „seine“ Produkt- (Art. 2 Nr. 15 DA) und Dienstdaten (Art. 2 Nr. 16 DA) zugreifen zu können.⁷⁶ Einerseits kann der Nutzer direkt am Gerät Datenzugriff erlangen, andererseits hat er die Möglichkeit, vom Dateninhaber die Herausgabe von Daten zu verlangen.⁷⁷ Der Data Act gewährt dem Nutzer dazu ein Datenzugangsrecht (Art. 3 DA) und einen Datenzugangsanspruch (Art. 4 DA).

aa) Datenzugangsrecht

Art. 3 des Data Act regelt die Pflicht der Zugänglichmachung von Produktdaten und verbundenen Diensten für den Nutzer. Bei diesem Zugangsrecht ist, wie zuvor bereits gesagt, auch von Accessibility by Design bzw. Accessibility by Default die Rede.⁷⁸ Nutzer sollen einen Datenzugriff also direkt am Gerät erlangen können.⁷⁹ Nach Art 3 Abs. 1 DA ist es

⁷⁰ ErwG 18 S. 6 DA.

⁷¹ ErwG 18 S. 6 DA.

⁷² *Schmidt-Kessel*, MMR, 2024, 75 (76 f.).

⁷³ Art. 2 Nr. 13 DA.

⁷⁴ ErwG 21 Satz 3 DA.

⁷⁵ ErwG 5 S. 1 DA.

⁷⁶ *Assion/Willecke*, MMR, 2023, 805 (807).

⁷⁷ *Assion/Willecke*, MMR, 2023, 805 (807).

⁷⁸ Zu Accessibility by Design: *Assion/Willecke*, MMR, 2023, 805 (807); Zu Accessibility by Default: *Bomhard/Merkle*, RDi, 2022, 168 (173); *Hennemann/Steinrötter*, NJW, 2022, 1481 (1483); *Specht-Riemenschneider*, MMR, 2022, 809 (812).

⁷⁹ Art. 3 Abs. 1 DA.

erforderlich, sowohl vernetzte Produkte so zu konzipieren und herzustellen als auch verbundene Dienste so zu konzipieren und zu erbringen, dass der Nutzer vom Gerät aus auf die Produktdaten und verbundenen Dienstdaten zugreifen kann. Der Data Act präzisiert die Anforderung weiter mit der Formulierung, dass die Daten standardmäßig für den Nutzer leicht zugänglich, sicher, unentgeltlich, in einem nachvollziehbaren, strukturierten, gebräuchlichen und maschinenlesbaren Format sein sollen, und sofern relevant und technisch durchführbar, direkt zugänglich.⁸⁰

Hersteller haben aufgrund ihrer Kontrolle über die technische Konzeption von vernetzten Produkten oder verbundenen Diensten in zahlreichen Branchen die Möglichkeit, zu bestimmen, welche Daten generiert werden und wie darauf zugegriffen werden kann.⁸¹ Trotz des fehlenden Rechtsanspruchs auf diese Daten ist es gerade deshalb wichtig, sicherzustellen, dass die Konzeption und Herstellung vernetzter Produkte sowie die Konzeption und Erbringung verbundener Dienste dem Nutzer einen Zugang zu Produktdaten und verbundenen Dienstdaten gewährleisten.⁸²

Um das Recht auf Datenzugang zu gewährleisten, werden vernetzte Produkte so konzipiert, dass der Nutzer mehrere Möglichkeiten hat, auf die Daten zuzugreifen.⁸³ Der Zugang zu den Datenspeichern auf dem Gerät kann sowohl über kabelgebundene als auch drahtlose Funknetze erfolgen, solange diese mit einem öffentlich verfügbaren Kommunikationsdienst oder einem Mobilfunknetz verbunden sind.⁸⁴ Bei den zuvor genannten Servern kann es sich dabei beispielsweise um die eigenen lokalen Serverkapazitäten des Herstellers, eines Dritten oder eines Cloud-Dienstleisters handeln.⁸⁵

bb) Datenzugangsanspruch

Das Datenzugangsrecht nach Art. 3 DA wird durch den Datenzugangsanspruch nach Art. 4 DA komplementiert.⁸⁶ So kann der Nutzer die Daten vom Dateninhaber gem. Art. 4 Abs. 1 Satz 2 DA verlangen, wenn er keinen direkten Zugriff auf die Daten am Gerät hat.

Der Datenzugangsanspruch weist Parallelen zum Datenzugangsrecht auf, denn auch der Datenzugang nach Art. 4 DA soll einfach, sicher, unentgeltlich und in einem umfassenden, gängigen und maschinenlesbaren Format erfolgen.⁸⁷ Die Vorschrift wird durch das Gebot der Unverzögerlichkeit ergänzt.⁸⁸ Falls relevant und technisch durchführbar, müssen die Daten in gleicher Qualität wie für den Dateninhaber zugänglich sein.⁸⁹ Außerdem müssen die Kontinuität und Echtzeitbereitstellung der Daten gewährleistet sein.⁹⁰

cc) Recht auf Datenweitergabe

Der Nutzer hat zusätzlich ein Recht auf Weitergabe seiner Daten an Dritte (Art. 5 DA). Hierauf wird in Kapitel C. II. 2. 1 näher eingegangen.

⁸⁰ Art. 3 Abs. 1 DA.

⁸¹ ErwG 20 S. 3 DA.

⁸² ErwG 20 S. 3 f. DA.

⁸³ ErwG 22 S. 1 DA.

⁸⁴ ErwG 22 S. 2 DA.

⁸⁵ ErwG 22 S. 3 DA.

⁸⁶ Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (79).

⁸⁷ Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (79).

⁸⁸ Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (79).

⁸⁹ Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (79).

⁹⁰ Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (79).

dd) Pflichten

Im Rahmen des Data Act ist der Nutzer nicht nur berechtigt, sondern auch verpflichtet, bestimmte Vorgaben zu erfüllen. Gemäß Art. 4 Abs. 10 DA darf der Nutzer die von ihm nach Abs. 1 verlangten und erhaltenen Daten nicht für die Entwicklung eines neuen vernetzten Produktes verwenden, das mit dem ursprünglich vernetzten Produkt im Wettbewerb steht. Vernetzte Produkte stehen im Wettbewerb zueinander, wenn sie auf dem gleichen Produktmarkt miteinander konkurrieren.⁹¹ Ein Beispiel hierfür wäre, wenn ein Nutzer Daten von einer Smartwatch erhält und auf diesen Daten basierend versucht, eine eigene Smartwatch zu entwickeln, die dieselben Funktionen bietet.

Um zu beurteilen, ob zwei Produkte auf dem gleichen Produktmarkt konkurrieren, müssen die etablierten Grundsätze des Wettbewerbsrechts der Union zur Bestimmung des relevanten Produktmarkts herangezogen werden.⁹² Über die Definition des relevanten Markts im Sinne des Wettbewerbsrechts hat sich die Kommission im Rahmen einer Bekanntmachung⁹³ geäußert. Danach existiert sowohl ein sachlich als auch ein räumlich relevanter Markt.⁹⁴

Gemäß der Bekanntmachung umfasst ein sachlich relevanter Markt sämtliche Erzeugnisse und/oder Dienstleistungen, die von Verbrauchern als austauschbar oder substituierbar hinsichtlich ihrer Eigenschaften, Preise und ihres vorgesehenen Verwendungszwecks angesehen werden.⁹⁵ Ein Beispiel für einen sachlich relevanten Markt im Kontext von Smartwatches wäre die Gruppe von Geräten, die ähnliche Betriebssysteme, Bildschirmgrößen, Speicherkapazitäten und Preisgestaltungen aufweisen. Der Verbraucher könnte diese als austauschbar betrachten, da sie ähnliche Bedürfnisse, wie etwa das Tracken von Gesundheitsdaten, erfüllen.

Ein räumlich relevanter Markt hingegen umfasst das Gebiet, in dem die beteiligten Unternehmen die relevanten Produkte oder Dienstleistungen anbieten und in dem die Wettbewerbsbedingungen hinreichend ähnlich sind.⁹⁶ Anhand des Beispiels der Smartwatches könnte sich der räumlich relevante Markt auf ein bestimmtes Land wie zum Beispiel Deutschland beziehen. Hier können Verbraucher zwischen verschiedenen Marken und Modellen von Smartwatches wählen, während die Wettbewerbsbedingungen gleich sind.

Darüber hinaus darf der Nutzer gemäß Art. 4 Abs. 10 DA die erhaltenen Daten nicht mit dem Ziel an Dritte weitergeben oder nutzen, um Einblicke in die wirtschaftliche Lage, die Vermögenswerte und Produktionsmethoden des Herstellers oder gegebenenfalls des Dateninhabers zu gewinnen. Ein Beispiel hierfür wäre, wenn der Nutzer einer Apple Smartwatch die generierten Daten verwendet, um Einblicke in die Kostenstruktur zu erhalten und diese dann an Samsung weiterzugeben.

Schließlich untersagt Art. 4 Abs. 11 DA dem Nutzer, Zwangsmittel anzuwenden oder Schwachstellen in der technischen Infrastruktur des Dateninhabers zu nutzen, um auf die Daten zuzugreifen. Der Nutzer darf beispielsweise keine Drohungen aussprechen, um

⁹¹ ErwG 32 S. 5 DA.

⁹² ErwG 32 S. 6 DA.

⁹³ Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft (ABl. 1997, C 372), S. 5.

⁹⁴ Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft (ABl. 1997, C 372), S. 5.

⁹⁵ Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft (ABl. 1997, C 372), S. 6.

⁹⁶ Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft (ABl. 1997, C 372), S. 6.

unbefugt Daten zu erlangen. Er darf dem Dateninhaber also keine Rufschädigung androhen, falls dieser ihm die Daten nicht zur Verfügung stellt.

b) Rechte und Pflichten des Dateninhabers

Nachdem die Rechte und Pflichten des Nutzers erläutert wurden, werden nun die Rechte und Pflichten des Dateninhabers behandelt.

aa) Vertragliches Datennutzungsrecht

Ein Dateninhaber darf gem. Art. 4 Abs. 13 Satz 1 DA ohne weiteres verfügbare Daten, die nicht-personenbezogene Daten sind, nur auf der Grundlage eines Vertrags mit dem Nutzer nutzen. Als „ohne weiteres verfügbare Daten“ werden in Art. 2 Nr. 17 DA Produktdaten⁹⁷ und verbundene Dienstdaten⁹⁸ bezeichnet, die ein Dateninhaber rechtmäßig durch die Konzeption des vernetzten Produkts oder durch den Vertrag des Dateninhabers mit dem Nutzer über die Erbringung verbundener Dienste erhalten kann. Dies gilt ebenso für Fälle, in denen der Datenzugang ohne unverhältnismäßig hohen Aufwand durch technische Mittel ermöglicht wird.⁹⁹ Solche Daten sind also leicht zugänglich oder können ohne großen Aufwand beschafft werden. Ausgenommen von der Definition sind Daten, die während der Nutzung des Produkts generiert werden.¹⁰⁰ Dann darf das vernetzte Produkt jedoch nicht dafür konzipiert sein, dass solche Daten über deren Entstehungskomponente oder das vernetzte Produkt als Ganzes hinaus gespeichert oder übertragen werden.¹⁰¹ Ein Beispiel hierfür könnten Daten aus Software-as-a-Service-Diensten (SaaS-Diensten) sein, welche die Daten der Nutzung des Geschäftskunden speichern. Diese Daten könnten genutzt werden, um allgemeine Nutzungstrends zu analysieren. Dies geht jedoch nur auf Grundlage eines Vertrags gem. Art. 4 Abs. 13 Satz 1 DA.

Aus diesem Datennutzungsrecht ergibt sich mithin die Pflicht des Dateninhabers, es zu unterlassen, solche Daten zu nutzen, um daraus Einblicke in die wirtschaftliche Lage, Vermögenswerte und Produktionsmethoden des Nutzers zu erlangen (Art. 4 Abs. 13 Satz 2 DA). Anhand des genannten Beispiels von SaaS-Diensten darf der Dateninhaber diese Daten nicht nutzen, um Einblicke in die geschäftlichen Abläufe zu bekommen. Zudem darf der Dateninhaber die Daten nicht verwenden, um Einblicke in die Nutzung durch den Nutzer zu erlangen, die die gewerbliche Position dieses Nutzers auf Märkten, auf denen dieser tätig ist, untergraben könnte.¹⁰² Im konkreten Beispiel bedeutet dies, dass der Dateninhaber nicht analysieren darf, wie der Kunde die Software für Marketingstrategien einsetzt, um diese Informationen einem Wettbewerber zu verkaufen.

bb) Datenbereitstellungspflicht

Der Anspruch des Nutzers auf Zugang zu Daten und das Recht auf Datenweitergabe an Dritte verpflichtet den Dateninhaber, diese Daten bereitzustellen.

Gemäß Art. 4 Abs. 1 DA ist der Dateninhaber verpflichtet, auf Anfrage des Nutzers die ihn betreffenden Daten zur Verfügung zu stellen, insbesondere wenn der Nutzer keinen direkten Zugriff auf die Daten über das vernetzte Produkt oder den verbundenen Dienst hat. Das gilt jedoch nicht, wenn Nutzer und Dateninhaber den Zugang, die Nutzung oder die erneute Weitergabe von Daten vertraglich beschränkt haben (Art. 4 Abs. 2 Satz 1 DA). Diese Möglichkeit setzt voraus, dass eine solche Verarbeitung der Daten die im Unionsrecht

⁹⁷ Art. 2 Nr. 15 DA.

⁹⁸ Art. 2 Nr. 16 DA.

⁹⁹ ErwG 20 Satz 5 DA.

¹⁰⁰ ErwG 20 Satz 6 DA.

¹⁰¹ ErwG 20 Satz 6 DA.

¹⁰² Art. 4 Abs. 13 Satz 2 DA.

oder nationalen Recht festgelegten Sicherheitsanforderungen des vernetzten Produkts beeinträchtigen und dadurch schwerwiegende nachteilige Auswirkungen auf die Gesundheit oder Sicherheit von natürlichen Personen haben könnte.¹⁰³

cc) Datenverarbeitungsverbot

Zur Sicherstellung, ob eine natürliche oder juristische Person als Nutzer im Sinne des Art. 4 Abs. 1 DA eingestuft werden kann, darf der Dateninhaber nicht mehr Informationen von dieser Person verlangen als unbedingt erforderlich ist (Art. 4 Abs. 5 Satz 1 DA). Außerdem darf der Dateninhaber gem. Art. 4 Abs. 5 Satz 2 DA keine Informationen über den Zugang des Nutzers zu den angeforderten Daten, wie beispielsweise Protokolldaten, aufbewahren. Ausgenommen hiervon sind Informationen, die notwendig sind, um das Zugangsverlangen des Nutzers ordnungsgemäß auszuführen und gleichzeitig die Sicherheit und Pflege der Dateninfrastruktur zu gewährleisten.¹⁰⁴

dd) Datenweitergabeverbot

Art. 4 Abs. 14 Satz 1 DA verbietet dem Dateninhaber, nicht-personenbezogene Produktdaten an Dritte aus anderen kommerziellen oder nicht-kommerziellen Zwecken als zur Erfüllung des Vertrags zwischen Dateninhaber und Nutzer zu verschaffen. Das gleiche Verbot der Weitergabe wird in Art. 8 Abs. 4 DA auf personenbezogene Daten gem. Art. 2 Nr. 3 DA sowie Dienstdaten gem. Art. 2 Nr. 16 DA ausgeweitet.¹⁰⁵

Das konkrete Verständnis erschließt sich aus Art. 4 Abs. 14 Satz 2 DA, denn hier wird festgelegt, dass Dateninhaber gegebenenfalls dazu verpflichtet sind, das Verbot der Weitergabe von Daten an Dritte entlang der Vertragskette weiterzugeben.¹⁰⁶ Diese Anforderung wäre hinfällig, wenn der Nutzer bereits ein absolutes Recht an seinen Daten hätte.¹⁰⁷ Das würde bedeuten, dass der Nutzer Eigentümer seiner Daten wäre und sich das Weitergabeverbot ohnehin gegen jedermann richten würde.¹⁰⁸

Der Data Act begründet damit keine absoluten Rechte des Nutzers, sondern es entstehen schuldrechtliche Beziehungen sowohl gegen den Dateninhaber als auch gegen den Vertragspartner (Verkäufer, Vermieter, Leasinggeber).¹⁰⁹ Obwohl die Ansprüche direkt vom Nutzer geltend gemacht werden können, ändert dies nichts an der Einordnung als vertragliche Rechte.¹¹⁰ Die vertragsrechtlichen Beschränkungen im Data Act können den Dateninhaber in einigen Fällen sogar daran hindern, etwas zu tun, was ihm nach Datenschutzrecht erlaubt wäre.¹¹¹ Das könnte zum Beispiel dann der Fall sein, wenn ein Smartwatch-Unternehmen vertraglich daran gehindert wird, Nutzerdaten für Werbezwecke zu nutzen, obwohl dies nach der DSGVO erlaubt wäre. Die vertraglichen Einschränkungen hätten somit Vorrang und beschränken die Nutzung der Daten strenger, als die DSGVO es erfordern würde.¹¹² Daraus lässt sich schließen, dass das Vertragsrecht eine entscheidende Rolle im Data Act spielt.¹¹³

¹⁰³ Art. 4 Abs. 2 Satz 1 DA.

¹⁰⁴ Art. 4 Abs. 5 DA.

¹⁰⁵ Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (78).

¹⁰⁶ Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (78).

¹⁰⁷ Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (78).

¹⁰⁸ Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, FAQ Datenhoheit, <https://www.digitale-technologien.de/DT/Redaktion/DE/Standardartikel/FAQ-Recht/datenhoheit.html>, 04.03.2024.

¹⁰⁹ Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (78).

¹¹⁰ Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (78).

¹¹¹ Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (78).

¹¹² Vgl. dazu auch: Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (78).

¹¹³ ErWG 5 Satz 4 DA; Hennemann/Steinrötter, NJW, 2022, 1481 (1482); Schmidt-Kessel, MMR, 2024, 75 (78); Specht-Riemenschneider, MMR, 2022, 809 (813).

ee) Transparenzpflicht

Eine weitere Pflicht des Dateninhabers ist die Transparenzpflicht. Diese hat zum Ziel, dem Nutzer einen einfacheren Zugang zu seinen Daten zu ermöglichen und ihm eine bessere Kontrolle sowie ein besseres Verständnis über die Daten zu geben.

Nach Art. 3 Abs. 2 sind Verkäufer, Vermieter und Leasinggeber, einschließlich Hersteller, verpflichtet, vorvertragliche Informationen bereitzustellen. Nach ErwG 24 Satz 1 DA sollten dem Nutzer detaillierte Informationen zu den Produktdaten bereitgestellt werden, die durch das vernetzte Produkt generiert werden können. Diese Informationen sollten die Art, das Format und die geschätzte Datenmenge umfassen.¹¹⁴ Gegebenenfalls können auch Informationen über Datenstrukturen, Datenformate, Vokabulare, Klassifizierungssysteme, Taxonomien und Codelisten davon umfasst sein.¹¹⁵ Die Informationen sollen nach Art. 3 Abs. 2 DA klar und verständlich dem Nutzer bereitgestellt werden. Sie sollen ausreichende Informationen einschließen, die für die Ausübung der Nutzerrechte von Relevanz sind.¹¹⁶ Dazu gehört auch, wie auf die Daten zugegriffen werden kann, einschließlich der Nutzungsbedingungen und der Dienstqualität von Anwendungsprogrammierschnittstellen oder der Bereitstellung von Software Development Kits.¹¹⁷

Auch der Anbieter von verbundenen Diensten hat der Anforderung von der Bereitstellung von Informationen nach Art. 3 Abs. 3 DA Folge zu leisten. Dabei soll die Pflicht zur Bereitstellung der Informationen beim potenziellen Dateninhaber liegen, unabhängig davon, ob es sich beim Dateninhaber um einen Verkäufer, Vermieter oder Leasinggeber handelt.¹¹⁸

Um den Nutzern den Zugang zu den relevanten Informationen zu erleichtern, schlägt ErwG 24 Satz 4 DA vor, eine stabile URL-Adresse im Internet zu unterhalten. Diese kann als Weblink oder QR-Code verbreitet werden.¹¹⁹ Der Nutzer muss die Informationen so speichern können, dass sie später eingesehen werden können und eine unveränderte Wiedergabe der gespeicherten Informationen möglich ist.¹²⁰

Sollten sich die Informationen während der Lebensdauer des vernetzten Produkts ändern, sollen diese Informationen dem Nutzer auch bereitgestellt werden.¹²¹ Das gilt ebenfalls für Informationen, deren Zweck sich gegenüber dem ursprünglichen Zweck, zu dem die Daten erhoben wurden, geändert hat.¹²²

II. Datenweitergabe

1. Begrifflichkeiten: Datenempfänger, Dritter

Datenempfänger im Sinne des Data Act ist gem. Art. 2 Nr. 14 eine natürliche oder juristische Person, die zu Zwecken innerhalb ihrer gewerblichen, geschäftlichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeiten handelt, ohne Nutzer eines verbundenen Produktes oder verbundenen Dienstes zu sein, und dem vom Dateninhaber Daten bereitgestellt werden. Dazu gehört auch ein Dritter, dem der Dateninhaber auf Verlangen des Nutzers oder im Einklang

¹¹⁴ ErwG 24 Satz 1 DA.

¹¹⁵ ErwG 24 Satz 2 DA.

¹¹⁶ ErwG 24 Satz 2 DA.

¹¹⁷ ErwG 24 Satz 2 DA.

¹¹⁸ ErwG 24 Satz 8 DA.

¹¹⁹ ErwG 24 Satz 4 DA.

¹²⁰ ErwG 24 Satz 5 DA.

¹²¹ ErwG 24 Satz 9 DA.

¹²² ErwG 24 Satz 9 DA.

mit einer rechtlichen Verpflichtung aus anderem Unionsrecht oder aus nationalen Rechtsvorschriften, die im Einklang mit Unionsrecht erlassen wurden, Daten bereitstellt.¹²³

2. Verhältnis Dateninhaber – Datenempfänger, Dritter

Der Data Act schafft einen Rahmen, der sowohl dem Dateninhaber als auch dem Datenempfänger bzw. Dritten Rechte und Pflichten auferlegt.

Die Beziehung der beiden Akteure wird im Weiteren näher behandelt.

a) Rechte und Pflichten des Dateninhabers

aa) Datenbereitstellungspflicht

Wenn ein Nutzer oder eine in seinem Namen handelnde Partei dies verlangt, ist der Dateninhaber dazu verpflichtet, ohne Weiteres verfügbare Daten und die zugehörigen Metadaten¹²⁴, welche für die Auslegung und Nutzung dieser Daten notwendig sind, einem Dritten zur Verfügung zu stellen (Art. 5 Abs. 1 Satz 1 DA). Die Daten müssen dem Dritten unverzüglich, für den Nutzer kostenlos und in derselben Qualität bereitgestellt werden, wie sie dem Dateninhaber selbst zur Verfügung stehen.¹²⁵ Sie sollen in einem Format bereitgestellt werden, das umfassend, strukturiert, gängig und maschinenlesbar ist.¹²⁶ Wenn es relevant und technisch durchführbar ist, müssen die Daten kontinuierlich und in Echtzeit bereitgestellt werden (Art. 5 Abs. 1 Satz 1 DA). Um der Weitergabepflicht gerecht zu werden, stellt der Dateninhaber die Daten für den Dritten gem. Art. 8 und 9 DA bereit (Art. 5 Abs. 1 Satz 2 DA).

Die Pflicht zur Datenbereitstellung findet gem. Art. 5 Abs. 2 DA keine Anwendung auf ohne Weiteres verfügbare Daten, die im Rahmen der Tests neuer vernetzter Produkte, Stoffe oder Verfahren noch nicht auf den Markt gebracht werden. Eine Ausnahme besteht jedoch, wenn die Nutzung solcher Daten durch Dritte aufgrund einer vertraglichen Vereinbarung erlaubt ist.¹²⁷ Erwägungsgrund 5 Satz 4 des Data Act betont die Relevanz des Vertragsrechts, wonach privatrechtliche Vorschriften im Gesamtrahmen für die Datenweitergabe von entscheidender Bedeutung sind. Der Data Act passt die vertragsrechtlichen Vorschriften an, um die Ausnutzung von vertraglichen Ungleichheiten zu verhindern, die einen gerechten Zugang zu und eine gerechte Nutzung von Daten erschweren.¹²⁸

Ist ein Dateninhaber im Rahmen einer Geschäftsbeziehung zu einem anderen Unternehmen gesetzlich dazu verpflichtet, Daten zur Verfügung zu stellen, muss er mit dem Datenempfänger einen Vertrag über die Ausgestaltung der Datenbereitstellung abschließen (Art. 8 Abs. 1 DA). Es handelt sich vorliegend um Business-to-Business-Geschäftsbeziehungen (B2B), wonach Verbraucher oder Nutzer als Datenempfänger nicht erfasst sind.¹²⁹ Gemäß Art. 8 Abs. 1 DA ist der Dateninhaber verpflichtet, die Daten gemäß den Vorgaben in den Kapiteln III und IV des Data Act bereitzustellen, wobei die Bedingungen fair, angemessen und nichtdiskriminierend (FRAND) sein und die Bereitstellung transparent erfolgen muss.

¹²³ Art. 2 Nr. 14 DA.

¹²⁴ Art. 2 Nr. 2 DA.

¹²⁵ Art. 5 Abs. 1 Satz 1 DA.

¹²⁶ Art. 5 Abs. 1 Satz 1 DA.

¹²⁷ Art. 5 Abs. 2 DA.

¹²⁸ ErwG 5 Satz 5 DA.

¹²⁹ *Louven*, MMR, 2024, 82 (82 f.).

Der Data Act und seine Erwägungsgründe legen jedoch nicht genau fest, unter welchen Umständen die Bereitstellung von Daten als fair, angemessen und nichtdiskriminierend gelten.¹³⁰

(1) Fair

Zur Beurteilung, ob eine Klausel fair ist, zieht ErwG 44 DA die Vorschrift zur Vermeidung missbräuchlicher Vertragsklauseln heran. Gemäß Art. 13 Abs. 3 DA sind Vertragsklauseln missbräuchlich, wenn ihre Anwendung eine grobe Abweichung von der guten Geschäftspraxis bei Datenzugang und Datennutzung darstellt oder gegen das Gebot von Treu und Glauben verstößt. In Art. 13 Abs. 4 und 5 sind einige Beispiele von missbräuchlichen Vertragsklauseln aufgeführt. Auffällig dabei ist, dass in jedem Beispiel das Wort „einseitig“ vorkommt. Das lässt darauf schließen, dass Vertragsklauseln missbräuchlich bzw. nicht fair sind, wenn sie einseitig auferlegt worden sind. Vertragsklauseln gelten gemäß Art. 13 Abs. 6 Satz 1 DA als einseitig auferlegt, wenn sie von einer Vertragspartei eingebracht werden und die andere Vertragspartei ihren Inhalt trotz des Versuchs, darüber zu verhandeln, nicht beeinflussen kann.

Für die Beurteilung einer fairen Klausel bedeutet das, dass sie nicht als fair angesehen wird, wenn sie ausschließlich zugunsten einer Partei formuliert ist und diese ohne Verhandlungsmöglichkeit für die andere Partei in den Vertrag aufgenommen wurde. Eine faire Klausel sollte demnach auf einem Ausgleich der Interessen beider Vertragsparteien basieren. Dabei sollten beide Seiten die Möglichkeit haben, auf den Inhalt der Klausel Einfluss zu nehmen und Verhandlungen darüber zu führen.

(2) Nichtdiskriminierend

Eine Vertragsklausel ist nichtdiskriminierend, wenn der Dateninhaber für die Bereitstellung von Daten unterschiedliche Vertragsklauseln vorsieht und diese Unterschiede aus objektiver Sicht gerechtfertigt sind (ErwG 45 Satz 3 DA). Ein Beispiel für nichtdiskriminierende Klauseln könnte sein, dass ein Dateninhaber (z.B. ein Softwareunternehmen) verschiedenen Unternehmen unterschiedliche Preismodelle für die Nutzung derselben Datensätze anbietet. Dabei basieren die Preismodelle auf der Menge der abgerufenen Daten oder der erwarteten Nutzung. So könnte es beispielsweise gerechtfertigt sein, dass der Dateninhaber von einem größeren Unternehmen, welches mehr von diesen Datensätzen nutzt, einen höheren Preis verlangt als von kleineren Unternehmen.

Gemäß Art. 8 Abs. 3 Satz 2 DA trägt der Dateninhaber die Beweislast dafür, dass die Datenbereitstellung nicht unter diskriminierenden Bedingungen erfolgt ist. Der Dateninhaber muss demnach unverzüglich Informationen bereitstellen, die belegen, dass keine Diskriminierung stattgefunden hat (Art. 8 Abs. 3 Satz 2 DA). Diese Regelung kann erhebliche Auswirkungen haben, da sie die Verantwortung direkt beim Dateninhaber platziert und diesen unter Umständen zwingt, seine Vorgehensweise bei der Datenbereitstellung transparent zu machen. Im vorherigen Beispiel müssten möglicherweise Informationen für die Preismodelle des Dateninhabers offengelegt werden.

bb) Recht auf angemessene Gegenleistung

Ist ein Dateninhaber gesetzlich dazu verpflichtet, einem Datenempfänger Daten bereitzustellen, so kann er gem. Art. 9 Abs. 1 DA eine diskriminierungsfreie und angemessene Gegenleistung verlangen. Dabei ist die Gegenleistung nicht auf die Erstattung der tatsächlich entstandenen Kosten beschränkt, sondern darf laut Wortlaut der Vorschrift auch eine

¹³⁰ Specht-Riemenschneider, MMR, 2022, 809 (821).

Marge beinhalten.¹³¹ Das bedeutet, dass der Dateninhaber, der seine Daten einem Datenempfänger zur Verfügung stellt, nicht nur eine Entschädigung für die Kosten, die ihm durch die Bereitstellung der Daten entstanden sind, erhalten kann, sondern auch das Recht hat, darüber hinaus einen Gewinn zu erzielen.¹³² Ausgenommen hiervon sind gem. Art. 9 Abs. 4 Datenempfänger, die ein KMU oder eine Forschungseinrichtung ohne Erwerbszweck sind.¹³³ Für diese darf die Gegenleistung nicht über die entstandenen Kosten hinausgehen und darf somit auch keine Marge enthalten.¹³⁴ Art. 9 Abs. 3 DA weist darauf hin, dass die Höhe der Gegenleistung auch vom Umfang, dem Format und der Art der Daten abhängig sein kann. Da die Marge auch Kosten für die Erhebung der Daten berücksichtigen kann, kann die Höhe der Marge je nach spezifischem Kontext und den Umständen der Datengenerierung variieren.¹³⁵

Art. 9 Abs. 2 DA gibt inhaltliche Vorgaben für die Vereinbarung von Gegenleistungen vor, wonach Dateninhaber und Datenempfänger die Kosten berücksichtigen müssen, die im Rahmen der Datenbereitstellung anfallen.¹³⁶ Dazu können beispielsweise technische Kosten gehören, wie z.B. Kosten, die für die Wiedergabe, die elektronische Verbreitung und die Speicherung von Daten erforderlich sind (ErwG 47 Satz 2 DA). Davon ausgeschlossen sind Kosten, die bei der Datensammlung oder -produktion angefallen sind.¹³⁷ Zu den erstattungsfähigen Kosten gehören nicht nur die Kosten für Formatierung, Verbreitung und Speicherung der Daten, sondern sie berücksichtigen gegebenenfalls auch die Investitionen, die für die Erhebung oder Generierung von Daten aufgewendet wurden.¹³⁸ Dabei sollte die Gegenleistung nicht als direkte Bezahlung für die Daten selbst verstanden werden¹³⁹, sondern als Ausgleich für die Kosten und Investitionen, die mit der Bereitstellung der Daten verbunden sind.¹⁴⁰

Hintergrund hierfür ist, weitere Investitionen in die Generierung und Bereitstellung wertvoller Daten zu fördern.¹⁴¹ Gleichzeitig soll vermieden werden, dass durch unverhältnismäßige Belastungen der Zugang zu und die Nutzung von Daten wirtschaftlich nicht mehr tragfähig ist.¹⁴² Für die Gewährleistung einer angemessenen Gegenleistung und zur Aufrechterhaltung der Balance zwischen Förderung von Investitionen und der Vermeidung wirtschaftlicher Ungleichheiten wird die Europäische Kommission gem. Art. 9 Abs. 5 DA Leitlinien herausgeben. Diese sollen dazu dienen, eine konkrete Orientierung darüber zu geben, wie eine angemessene Gegenleistung in der Datenwirtschaft berechnet werden kann.¹⁴³

Es wird nicht abschließend geklärt, ob nicht noch andere Kosten, wie z.B. Kosten aus dem Nutzerverhältnis, in die Vereinbarung über Gegenleistungen einbezogen werden können.¹⁴⁴ ErwG 47 Satz 13 DA sieht lediglich vor, dass die Marge begrenzt oder gar ausgeschlossen werden kann, wenn sich die Datennutzung durch den Datenempfänger nicht auf die eigenen Tätigkeiten des Dateninhabers auswirken.

¹³¹ *Louven*, MMR, 2024, 82 (85).

¹³² *Louven*, MMR, 2024, 82 (85).

¹³³ *Louven*, MMR, 2024, 82 (85).

¹³⁴ *Louven*, MMR, 2024, 82 (85).

¹³⁵ ErwG 47 Satz 11 ff. DA.

¹³⁶ *Louven*, MMR, 2024, 82 (85).

¹³⁷ ErwG 47 Satz 2 DA.

¹³⁸ *Louven*, MMR, 2024, 82 (85); *Podszun/Pfeifer*, GRUR, 2022, 953 (957).

¹³⁹ ErwG 46 Satz 2 DA.

¹⁴⁰ ErwG 47 Satz 1 DA.

¹⁴¹ ErwG 46 Satz 1 DA.

¹⁴² ErwG 46 Satz 1 DA.

¹⁴³ ErwG 46 Satz 3 DA.

¹⁴⁴ *Louven*, MMR, 2024, 82 (85).

cc) Recht auf angemessene technische Maßnahmen

Gem. Art. 11 Abs. 1 DA können Dateninhaber geeignete technische Maßnahmen treffen, um zu verhindern, dass Unbefugte Zugriff zu den Daten bekommen. Dies kann beispielsweise durch einen intelligenten Vertrag (Art. 2 Nr. 39 DA) oder durch Verschlüsselung geschehen. Solche Maßnahmen sollen die Einhaltung der in den Art. 5, 6, 8 und 9 des Data Act festgelegten Bestimmungen sowie die vereinbarten Mustervertragsklauseln gewährleisten.¹⁴⁵

b) Rechte und Pflichten des Datenempfängers, Dritten

aa) Recht auf Datenverarbeitung

Der Dritte hat das Recht, die ihm nach Art. 5 DA bereitgestellten Daten zu verarbeiten, vorausgesetzt, dies geschieht ausschließlich im Rahmen des vereinbarten Zwecks und unter den Bedingungen, die er mit dem Nutzer vereinbart hat (Art. 6 Abs. 1 Satz 1 DA).

bb) Zweckbindung und DSGVO Konformität

Aus dem Recht auf Datenverarbeitung lässt sich die Pflicht zur Einhaltung des Zwecks und des Datenschutzes ableiten. Der Dritte darf die Daten nur für die vereinbarten Zwecke nutzen (Art. 6 Abs. 1 Satz 1 DA). Dabei muss er zudem die datenschutzrechtlichen Bedingungen einhalten, einschließlich der Rechte der betroffenen Person, soweit personenbezogene Daten betroffen sind (Art. 6 Abs. 1 Satz 1).

cc) Löschpflicht

Sobald die Daten nicht mehr für den Zweck benötigt werden, muss der Dritte diese Daten gem. Art. 6 Abs. 1 Satz 2 löschen. Eine Ausnahme besteht dann, wenn er mit dem Nutzer in Bezug auf nicht-personenbezogene Daten etwas anderes vereinbart hat.¹⁴⁶

dd) Weitere Pflichten

In Art. 6 Abs. 2 DA werden weitere Pflichten des Dritten definiert. Diese werden folgend kurz erläutert.

(1) Wahrung der Nutzerrechte (Art. 6 Abs. 2 lit. a DA)

Der Dritte darf den Nutzer nicht in der Ausübung seiner Rechte und Wahlmöglichkeiten beeinträchtigen oder diese erschweren.

(2) Verbot zum Profiling (Art. 6 Abs. 2 lit. b DA)

Er darf die Daten nicht für das Profiling nutzen, außer das Nutzen der Daten zum Profiling ist notwendig, um den vom Nutzer gewünschten Dienst zu erbringen.

(3) Weitergabe an Dritte (Art. 6 Abs. 2 lit. c DA)

Eine Weitergabe der Daten an andere Dritte ist nur erlaubt, wenn dies vertraglich mit dem Nutzer vereinbart wurde und die Vertraulichkeit der Geschäftsgeheimnisse gewahrt bleibt. Ansonsten ist es dem Dritten untersagt, die erhaltenen Daten einem anderen Dritten bereitzustellen.

¹⁴⁵ Art. 11 Abs. 1 Satz 1 DA.

¹⁴⁶ Art. 6 Abs. 1 Satz 2 DA.

(4) Weitergabe an Torwächter (Art. 6 Abs. 2 lit. d DA)

Die Weitergabe von erhaltenen Daten an Unternehmen, die gem. Art. 3 des Digital Markets Act (DMA)¹⁴⁷ als Torwächter benannt wurden, ist untersagt.

(5) Wettbewerbsverbot (Art. 6 Abs. 2 lit. e DA)

Die erhaltenen Daten dürfen von dem Dritten nicht verwendet werden, um ein konkurrierendes Produkt zu entwickeln, oder die Daten einem anderen Dritten zur Verfügung zu stellen, damit er ein konkurrierendes Produkt entwickeln kann. Die ihm bereitgestellten nicht-personenbezogenen Produktdaten (Art. 2 Nr. 15 DA) oder verbundenen Dienstdaten (Art. 2 Nr. 16 DA) darf der Dritte nicht nutzen, um Einblicke in die Geschäftsgeheimnisse des Dateninhabers zu bekommen.

(6) Sicherheitspflicht (Art. 6 Abs. 2 lit. f DA)

Die Sicherheit des vernetzten Produkts und des verbundenen Dienstes müssen vom Dritten gewahrt werden.

(7) Wahrung von Geschäftsgeheimnissen (Art. 6 Abs. 2 lit. g DA)

Der Dritte muss die vereinbarten Maßnahmen zum Schutz von der Vertraulichkeit von Geschäftsgeheimnissen einhalten.

(8) Datenweitergabe durch Verbraucher (Art. 6 Abs. 2 lit. h DA)

Handelt es sich bei dem Nutzer um einen Verbraucher, dann darf der Dritte den Verbraucher nicht daran hindern, die erhaltenen Daten anderen Parteien bereitzustellen.

Verstößt der Dateninhaber gegen die Wahrung der Nutzerinteressen (Art. 6 Abs. 2 lit. a DA) oder gegen das Verbot des Profiling (Art. 6 Abs. 2 lit. b DA), so stehen dem Nutzer dieselben Rechte zu, die im Folgenden erläutert werden (Art. 11 Abs. 5 DA).

Trifft eine der in Art. 11 Abs. 3 DA genannten Umstände auf den Datenempfänger oder Dritten zu, so muss er den in Art. 11 Abs. 2 DA genannten Anforderungen nachkommen.

Löschpflicht (Art. 11 Abs. 2 lit. a DA)

Der Datenempfänger oder Dritte ist dazu verpflichtet, alle vom Dateninhaber bereitgestellten Daten sowie jegliche davon erstellten Kopien unverzüglich zu löschen.

Einstellung der Nutzung (Art. 11 Abs. 2 lit. b DA)

Diese Pflicht verlangt vom Dateninhaber, das Herstellen, Anbieten, Inverkehrbringen oder Verwenden von Waren, die auf unrechtmäßig erlangten Daten basieren, sofort einzustellen. Dies umfasst auch die Vernichtung solcher rechtsverletzenden Waren, um weitere Rechtsverletzungen zu vermeiden und den Schaden zu begrenzen.

Informationspflicht (Art. 11 Abs. 2 lit. c DA)

Im Falle einer unbefugten Nutzung oder Offenlegung von Daten hat der Dateninhaber den Nutzer darüber zu informieren. Der Dateninhaber muss den Nutzer auch über die

¹⁴⁷ Verordnung (EU) 2022/1925 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. September 2022 über bestreitebare und faire Märkte im digitalen Sektor und zur Änderung der Richtlinien (EU) 2019/1937 und (EU) 2020/1828 (Gesetz über digitale Märkte) (ABl. 2022, L 265, S. 1).

ergriffenen Maßnahmen unterrichten, um eine solche unbefugte Nutzung oder Offenlegung von Daten zu verhindern.

Entschädigungspflicht (Art. 11 Abs. 2 lit. d DA)

Sollte einer Partei durch den Missbrauch oder die unbefugte Offenlegung ein Schaden entstehen, so ist der Dritte dazu verpflichtet, dieser der geschädigten Partei den Schaden zu ersetzen.

c) Gemeinsame Verpflichtungen

Weder der Dateninhaber noch der Datenempfänger sind verpflichtet, Informationen herauszugeben, die über das hinausgehen, was zur Überprüfung der Einhaltung der vereinbarten Mustervertragsklauseln für die Datenbereitstellung oder ihre Verpflichtungen gemäß EU- und nationalem Recht erforderlich ist (Art. 8 Abs. 5 DA).

3. Praxisbeispiel: vernetzte Fahrzeuge

Am Beispiel des vernetzten Fahrzeugs wird das Verhältnis zwischen den beteiligten Personen im Rahmen der Datenweitergabe des Data Act dargestellt. Dadurch werden die praktische Anwendung und die Auswirkungen der Regelungen auf reale Szenarien verdeutlicht.

Ein Autohersteller (Dateninhaber) sammelt eine Vielzahl von Daten über das Fahrzeug, wie beispielsweise Daten über den Fahrstil, Standortdaten, Fahrverhalten oder Kameradaten.¹⁴⁸ Diese Daten können für verschiedene Zwecke genutzt werden, von der Verbesserung der Verkehrssicherheit bis hin zur Optimierung des Mobilitäts- oder Fahrzeugmanagements.¹⁴⁹

Angenommen, ein Fahrzeugbesitzer (Nutzer) möchte einen Drittanbieterdienst wie eine Versicherungsgesellschaft nutzen, die bessere Tarife auf Grundlage der tatsächlichen Fahrzeugnutzung anbietet. Gemäß Art. 5 Abs. 1 DA hat der Fahrzeugbesitzer das Recht, die Übermittlung seiner Fahrzeugdaten vom Autohersteller (Dateninhaber) an den Drittanbieter (Datenempfänger) zu verlangen.

Der Autohersteller muss die angeforderten Daten einfach, sicher, in einem umfassenden, gängigen und maschinenlesbaren Format bereitstellen (Art. 5 Abs. 1 DA). Die Bereitstellung sollte unverzüglich, für den Nutzer kostenlos und soweit relevant und technisch möglich in der gleichen Qualität erfolgen, wie sie dem Autohersteller selbst zur Verfügung steht.¹⁵⁰

Die Versicherungsgesellschaft (Datenempfänger) hat nun das Recht gem. Art. 6 Abs. 1 DA, die erhaltenen Daten zu verarbeiten. Allerdings nur unter den Bedingungen, die mit dem Fahrzeugbesitzer vereinbart wurden und unter Einhaltung der Datenschutzbestimmungen.¹⁵¹ Zudem ist die Versicherungsgesellschaft zur Löschung der Daten verpflichtet, sobald sie nicht mehr für den Zweck benötigt werden.¹⁵²

Darüber hinaus, müssen sowohl der Autohersteller als auch der Drittanbieter gem. Art. 8 Abs. 5 DA die Sicherheit der Daten gewährleisten und dürfen keine Informationen

¹⁴⁸ EDPB, Leitlinien 01/2020 zur Verarbeitung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit vernetzten Fahrzeugen und mobilitätsbezogenen Anwendungen, S. 5.

¹⁴⁹ EDPB, Leitlinien 01/2020 zur Verarbeitung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit vernetzten Fahrzeugen und mobilitätsbezogenen Anwendungen, S. 10.

¹⁵⁰ Art. 5 Abs. 1 DA.

¹⁵¹ Art. 6 Abs. 1 DA.

¹⁵² Art. 6 Abs. 1 DA.

weitergeben, die über das für die Überprüfung der Einhaltung der Mustervertragsklauseln erforderliche Maß hinausgehen.

Dieses Beispiel zeigt, wie der Data Act die Nutzung und Weitergabe von Daten im Zusammenhang mit dem vernetzten Fahrzeug fördert. Er legt die Rechte und Pflichten fest, wodurch ein fairer und transparenter Umgang mit Fahrzeugdaten ermöglicht werden soll.

D. Verhältnis des Data Act zur DSGVO

Basierend auf der vorangegangenen Untersuchung zur Datennutzung, bei der insbesondere die Beziehungen zwischen den beteiligten Personen des Data Act beobachtet wurden, folgt nun eine Analyse des Verhältnisses zwischen dem Data Act und der DSGVO. Diese Betrachtung ist wichtig, da sie zeigt, wie sich die beiden Verordnungen ergänzen, überschneiden oder sogar widersprechen können.

Der europäische Data Act ist ein wichtiger Fortschritt in der Entwicklung des Datenrechts innerhalb der Europäischen Union. Das Ziel des Data Act besteht darin, den Zugang zu Daten sowie deren Nutzung im B2B-, B2C- und B2G-Bereich innerhalb der EU zu regeln und somit die Datenwirtschaft zu fördern.¹⁵³ Der Data Act greift dabei in ein komplexes rechtliches Gefüge ein, das bereits durch verschiedene Rechtsakte, wie insbesondere die DSGVO, geprägt ist.¹⁵⁴ Die Verflechtung der beiden Rechtsakte führt zu einem spannungsgeladenen Verhältnis zwischen dem Data Act und der DSGVO, was vom Gesetzgeber bisher nicht abschließend gelöst wurde und eine hohe Rechtsunsicherheit zur Folge hat.¹⁵⁵

Gem. Art. 1 Abs. 5 DA gilt der Data Act, ohne das Datenschutzrecht und insbesondere die DSGVO zu beeinträchtigen. Im Falle von Widersprüchen hat die DSGVO Vorrang vor dem Data Act. Die Intention besteht darin, eine Koexistenz beider Rechtsakte zu ermöglichen, obwohl die praktische Umsetzung dieser Koexistenz Herausforderungen birgt und zu Diskussionen in der Praxis führen kann.

I. Datenverständnis und Personenbezogenheit

Ein Kernproblem in der Beziehung zwischen Data Act und DSGVO ist die Abgrenzung der Daten als personenbezogen oder nicht-personenbezogen.¹⁵⁶ Es geht darum zu beurteilen, ob ein Individuum unter der Nutzung dieser konkreten Daten identifizierbar ist und somit besonderen Schutz nach der DSGVO benötigt, oder ob sie keinen direkten Bezug zu einer bestimmten Person haben und diese Daten daher freier genutzt werden können. Die Abgrenzung ist notwendig, da personenbezogene Daten unter die Datenschutzbestimmungen der DSGVO fallen.

1. Grundlagen der Datenkategorisierung des Data Act

Nach Art. 1 Abs. 2 umfasst der Data Act sowohl personenbezogene Daten als auch nicht-personenbezogene Daten, verzichtet jedoch im Gegensatz zur DSGVO auf die ausschließliche Personenbezogenheit.¹⁵⁷ Der Data Act definiert Daten als „jede digitale Darstellung von Handlungen, Tatsachen oder Informationen sowie jede Zusammenstellung solcher Handlungen, Tatsachen oder Informationen auch in Form von Ton-, Bild- oder audiovisuellem Material“ (Art. 2 Nr. 1). Für die Begriffsbestimmung von „personenbezogenen Daten“ verweist der DA in Art. 2 Nr. 3 auf die Definition der DSGVO. Art. 4 Nr. 1 DSGVO definiert personenbezogene Daten als „alle Informationen, die sich auf eine identifizierte oder

¹⁵³ Holzmagell/Freese, EuZ, 2023, A 2 (A 4); Specht-Riemenschneider, MMR, 2022, 809 (810).

¹⁵⁴ Holzmagell/Freese, EuZ, 2023, A 2, (A 4).

¹⁵⁵ Bomhard, MMR, 2024, 71 (74).

¹⁵⁶ Krause/Maasjost, ZD-Aktuell, 2024, 01494 (01494).

¹⁵⁷ Richter, MMR, 2023, 163 (164).

identifizierbare natürliche Person (im Folgenden „betroffene Person“) beziehen“. Nicht-personenbezogene Daten werden in Art. 2 Nr. 4 DA als Daten bezeichnet, die keine personenbezogenen Daten sind – jegliche Daten, die nicht auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person zurückzuführen sind. Durch die Nutzung vernetzter Produkte oder verbundener Dienste können Daten generiert werden, die Informationen über eine betroffene Person enthalten.¹⁵⁸ Besonders bei natürlichen Personen ist dies der Fall.¹⁵⁹ Solche Daten werden gemäß der DSGVO verarbeitet, auch wenn in einem Datensatz personenbezogene und nicht-personenbezogene Daten eng miteinander verknüpft sind.¹⁶⁰

2. Der Data Act und seine Anwendung auf Daten

Daten, welche digitalisierte Nutzerhandlungen und -vorgänge darstellen, sollen dem Nutzer entsprechend zugänglich sein.¹⁶¹ Die Bestimmungen des Data Act in Bezug auf Datenzugang und Datennutzung von vernetzten Produkten und verbundenen Diensten betreffen sowohl Produktdaten als auch Dienstdaten.¹⁶²

Der Data Act bezieht sich auf Daten, die absichtlich aufgezeichnet und indirekt durch Nutzerhandlungen von vernetzten Produkten und verbundenen Diensten generiert werden.¹⁶³ Dazu zählen auch Daten, die während einer inaktiven Nutzungsphase von einem vernetzten Produkt oder verbundenen Dienst generiert werden.¹⁶⁴ Dies tritt beispielsweise auf, wenn der Nutzer beschließt, das vernetzte Produkt für einen bestimmten Zeitraum nicht zu verwenden oder sogar auszuschalten.¹⁶⁵ Auch Quell- oder Primärdaten (Rohdaten) und vorverarbeitete Daten, die für das Verständnis und die Nutzung aufbereitet wurden, sind vom Data Act erfasst.¹⁶⁶

3. Herausforderungen bei der Datenbereitstellung

Die Bestimmungen des Data Act und der DSGVO stellen Dateninhaber und -nutzer vor signifikante Herausforderungen, wie beispielsweise bei der Unterscheidung und Handhabung von personenbezogenen und nicht-personenbezogenen Daten. Eine konkrete Herausforderung könnte sich beispielsweise beim Betrieb von vernetzten Fahrzeugen ergeben, wo Daten sowohl personenbezogene als auch nicht-personenbezogene Elemente enthalten können. Die Trennung dieser Datenarten wird dann komplex, wenn die Datensätze verschmelzen und die Identifizierung personenbezogener Daten erschwert wird. Wenn von nicht-personenbezogenen Daten die Rede ist, ist der Dateninhaber gem. Art. 5 Abs. 1 DA verpflichtet, dem Nutzer die Daten bereitzustellen.¹⁶⁷ Personenbezogene Daten unterliegen hingegen nach Art. 4 Abs. 5 DA i.V.m. Art. 6 bzw. 9 DSGVO dem Verbot dieser Bereitstellungspflicht, solange keine datenschutzrechtliche Rechtfertigung vorliegt.¹⁶⁸ Eine datenschutzrechtliche Rechtfertigung kann beispielsweise die Einwilligung der betroffenen Person gem. Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO sein.

Zwischen dem Gebot der Datenbereitstellung nach dem Data Act und dem Verbot der unzulässigen Datenverarbeitung nach der DSGVO liegt dann nur ein schmaler Grat¹⁶⁹, was in

¹⁵⁸ ErwG 34 Satz 1 DA.

¹⁵⁹ ErwG 34 Satz 1 DA.

¹⁶⁰ ErwG 34 Satz 2 DA.

¹⁶¹ ErwG 15 Satz 1 DA.

¹⁶² ErwG 15 Satz 2 DA.

¹⁶³ ErwG 15 Satz 5 DA.

¹⁶⁴ ErwG 15 Satz 7 DA.

¹⁶⁵ ErwG 15 Satz 7 DA.

¹⁶⁶ ErwG 15 Satz 8 DA.

¹⁶⁷ Bomhard/Merkle, RD, 2022, 168 (172).

¹⁶⁸ Bomhard/Merkle, RD, 2022, 168 (172).

¹⁶⁹ Bomhard/Merkle, RD, 2022, 168 (172).

der Praxis zu erheblichen Herausforderungen führen kann, oft sogar nahezu unmöglich ist.¹⁷⁰ Die Herausforderung besteht dann darin, die Daten effektiv zu trennen oder in einer Weise zu verarbeiten, die den Datenschutzerfordernungen entspricht, ohne die Nutzbarkeit der Daten einzuschränken.

4. Zwischenfazit

Das Verhältnis zwischen dem Data Act und der DSGVO stellt in der Datenverarbeitung eine Herausforderung dar. Der Data Act weitet den Datenbegriff auf nicht-personenbezogene Daten aus, während die DSGVO strenge Schutzmaßnahmen für personenbezogene Daten vorschreibt. Eine mögliche Lösung könnte in der Anonymisierung¹⁷¹ von Daten liegen. Dadurch kann sowohl die Konformität der DSGVO gewahrt als auch der Zugang zu nicht-personenbezogenen Daten gemäß dem Data Act ermöglicht werden. Zudem könnten Leitlinien das Verständnis für Dateninhaber und -nutzer verbessern.

II. Begrifflichkeiten

Die Begriffe des Verantwortlichen, der gemeinsam Verantwortlichen und des Auftragsverarbeiters spielen eine entscheidende Rolle bei der Anwendung der DSGVO.¹⁷² Die Begriffe sind ausschlaggebend für die Frage, wer für die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen der DSGVO verantwortlich ist sowie für die Art und Weise der praktischen Ausübung der Rechte der betroffenen Person.¹⁷³

1. Betroffene Person

Wie in Abschnitt I bereits gesagt, handelt es sich gem. Art. 4 Nr. 1 DSGVO um personenbezogene Daten, wenn sich Informationen auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person beziehen. Der Klammerzusatz in dieser Definition verdeutlicht, dass die identifizierte oder identifizierbare natürliche Person gleichzeitig als die betroffene Person betrachtet wird.¹⁷⁴ Eine natürliche Person gilt gem. Art. 4 Abs. 1 Halbsatz 2 DSGVO als identifizierbar, wenn sie direkt oder indirekt erkannt werden kann. Dies kann auf verschiedene Weise geschehen, wie zum Beispiel durch ihren Namen, eine spezifische Nummer, Standortdaten, eine Online-Kennung oder durch bestimmte Charakteristika, die ihre körperliche, psychische, genetische, emotionale, wirtschaftliche, kulturelle oder soziale Identität offenlegen (Art. 4 Nr. 1 Halbsatz 2 DSGVO). Der Betroffene ist weder der Verantwortliche noch der Dritte.¹⁷⁵ Nicht-EU-Bürger können ebenfalls als betroffene Person gelten, sofern ihre Daten von Verantwortlichen oder Auftragsverarbeitern im Geltungsbereich von Art. 3 DSGVO verarbeitet werden.¹⁷⁶

Der Schutz der DSGVO erstreckt sich ausschließlich auf natürliche Personen und bezieht sich nicht auf Daten, die juristische Personen betreffen.¹⁷⁷ Dieser Schutzrahmen ist eng verknüpft mit dem Schutz der Privatsphäre und der Persönlichkeitsrechte, wie sie in der Grundrechtecharta¹⁷⁸ (GrCh) der Europäischen Union festgelegt sind.¹⁷⁹ Gemäß

¹⁷⁰ *Bomhard*, MMR, 2024, 71 (74).

¹⁷¹ *BfDI*, Positionspapier zur Anonymisierung unter der DSGVO unter besonderer Berücksichtigung der TK-Branche (2020), S. 3.

¹⁷² *EDPB*, Leitlinien 07/2020 zu den Begriffen "Verantwortlicher" und "Auftragsverarbeiter" in der DSGVO, Version 2.0, 2021, 3 (3).

¹⁷³ *EDPB*, Leitlinien 07/2020 zu den Begriffen „Verantwortlicher“ und „Auftragsverarbeiter“ in der DSGVO, Version 2.0, 2021, 3 (3).

¹⁷⁴ *Wolff/Brink/v. Ungern-Sternberg/Schild*, DSGVO, Art. 4, Rn. 28.

¹⁷⁵ *Wolff/Brink/v. Ungern-Sternberg/Schild*, DSGVO, Art. 4, Rn. 28.

¹⁷⁶ *Kühling/Buchner/Klar/Kühling*, DSGVO, Art. 4 Nr. 1, Rn. 3.

¹⁷⁷ *Simitis/Hornung/Spiecker* gen. *Döhmann/Karg*, Datenschutzrecht, DSGVO, Art. 4 Nr. 1, Rn. 38.

¹⁷⁸ Charta der Grundrechte der Europäischen Union (ABl. 2012, C 326, S. 391).

¹⁷⁹ *Simitis/Hornung/Spiecker* gen. *Döhmann/Karg*, Datenschutzrecht, DSGVO, Art. 4 Nr. 1, Rn. 38.

Erwägungsgrund 1 der DSGVO ist der Schutz einer natürlichen Person bei der Verarbeitung personenbezogener Daten ein Grundrecht. Dies lässt sich auch aus Art. 8 Abs. 1 GrCh ableiten, denn danach hat jede Person das Recht auf Schutz der sie betreffenden personenbezogenen Daten. Nach dem Tod einer Person findet die DSGVO keine Anwendung mehr auf deren Daten¹⁸⁰, wodurch eine zeitliche Begrenzung des Datenschutzes auf das Leben der betroffenen Person unterstrichen wird.

2. Verantwortlicher

Die DSGVO definiert den Verantwortlichen in Art. 4 Nr. 7 Halbsatz 1 als eine natürliche oder juristische Person, Behörde, Einrichtung oder andere Stelle, die eigenständig oder gemeinsam mit anderen über die Zwecke und Mittel der Verarbeitung von personenbezogenen Daten entscheidet. Um als Verantwortlicher im Sinne der DSGVO eingestuft zu werden, muss die natürliche oder juristische Person nicht zwingend einen direkten Zugang zu den verarbeiteten Daten haben.¹⁸¹ Die Verantwortlichkeit ergibt sich vielmehr aus der Kontrolle oder dem Einfluss auf die verarbeiteten Daten.¹⁸² Dadurch wird dem Zweck eine zentrale Bedeutung zugesprochen, denn er ist maßgeblich dafür, ob die Verarbeitung als rechtmäßig angesehen wird.¹⁸³

Die Bestimmbarkeit des Verantwortlichen kann durch das Unionsrecht oder das Recht der Mitgliedstaaten festgelegt werden (Art. 4 Nr. 7 Halbsatz 2 DSGVO). Gem. Art. 24 Abs. 1 S. 1 DSGVO ist der Verantwortliche dazu verpflichtet, sicherzustellen und nachweisen zu können, dass sämtliche Verarbeitungsvorgänge im Einklang mit den Bestimmungen der DSGVO erfolgen. Zu diesem Zweck ergreift der Verantwortliche unter Berücksichtigung der Art, des Umfangs, der Umstände und der Zwecke der Verarbeitung geeignete technische und organisatorische Maßnahmen (TOM) (Art. 24 Abs. 1 Satz 1 DSGVO).

Zwei oder mehr Verantwortliche, die gemeinsam die Zwecke und Mittel der Verarbeitung festlegen, werden als gemeinsam Verantwortliche gem. Art. 26 Abs. 1 S. 1 DSGVO bezeichnet. Ein zentrales Kriterium zur Beurteilung des Vorliegens von gemeinsam Verantwortlichen ist, dass die Verarbeitung nur durch die Zusammenarbeit beider Parteien möglich ist und die Verarbeitungsschritte jeder Partei untrennbar miteinander verknüpft sind.¹⁸⁴ In einer Vereinbarung legen die gemeinsam Verantwortlichen in transparenter Form fest, wer von ihnen welche Verpflichtung gem. DSGVO erfüllt (Art. 26 Abs. 1 S. 1 DSGVO).

3. Auftragsverarbeiter

Verarbeitet eine natürliche oder juristische Person, Behörde, Einrichtung oder andere Stelle die personenbezogenen Daten im Auftrag des Verantwortlichen, so handelt es sich gem. Art. 4 Nr. 8 DSGVO um einen Auftragsverarbeiter. Den Auftragsverarbeiter treffen im Vergleich zum Verantwortlichen nur wenige datenschutzrechtliche Pflichten.¹⁸⁵

Laut EDSA müssen zwei Kriterien erfüllt sein, um als Auftragsverarbeiter eingestuft zu werden: Der Auftragsverarbeiter muss als eigenständige Einheit gegenüber dem Verantwortlichen agieren und personenbezogene Daten im Auftrag des Verantwortlichen

¹⁸⁰ ErwG 27 Satz 1 DSGVO.

¹⁸¹ EDPB, Leitlinien 07/2020 zu den Begriffen "Verantwortlicher" und "Auftragsverarbeiter" in der DSGVO, Version 2.0, 2021, 3 (3).

¹⁸² EDPB, Leitlinien 07/2020 zu den Begriffen "Verantwortlicher" und "Auftragsverarbeiter" in der DSGVO, Version 2.0, 2021, 3 (3).

¹⁸³ Golland, NWB, 2024, 420 (422).

¹⁸⁴ EDPB, Leitlinien 07/2020 zu den Begriffen "Verantwortlicher" und "Auftragsverarbeiter" in der DSGVO, Version 2.0, 2021, 3 (3).

¹⁸⁵ Golland, NWB, 2024, 420 (423).

verarbeiten.¹⁸⁶ Nach Art. 29 DSGVO ist der Auftragsverarbeiter an die Weisungen des Verantwortlichen gebunden. Er verfügt jedoch über einen gewissen Spielraum, sodass er im Rahmen seiner Tätigkeiten die besten geeigneten TOMs auswählen kann, um den Anweisungen des Verantwortlichen gerecht zu werden.¹⁸⁷ Im datenschutzrechtlichen Kontext liegt eine Auftragsverarbeitung dann vor, wenn eine Stelle von einer anderen Stelle beauftragt wird, personenbezogene Daten zu verarbeiten.¹⁸⁸ Eine Auftragsverarbeitung kann zum Beispiel dann vorliegen, wenn die Backup-Sicherheitspeicherung und andere Archivierungen ausgelagert werden.¹⁸⁹

Hat der Verantwortliche einen Auftragsverarbeiter beauftragt, so erfolgt die Verarbeitung durch den Auftragsverarbeiter auf Grundlage eines Vertrags (Art. 28 Abs. 3 UAbs. 1 Satz 1 DSGVO). Ein solcher Vertrag bindet den Auftragsverarbeiter in Bezug auf den Verantwortlichen und muss Angaben zum Gegenstand und der Dauer der Verarbeitung, Art und Zweck der Verarbeitung, die Art der personenbezogenen Daten, die Kategorien betroffener Personen und die Pflichten und Rechte des Verantwortlichen festlegen (Art. 28 Abs. 3 UAbs. 1 Satz 1 DSGVO). Die EU-Kommission hat im Sinne von Art. 28 Abs. 7 DSGVO Standardvertragsklauseln¹⁹⁰ festgelegt.

Wenn der Auftragsverarbeiter von den Weisungen des Verantwortlichen abweicht und eigenständig Zwecke und Mittel der Datenverarbeitung festlegt, dann wird er als Verantwortlicher angesehen und kann Sanktionen unterworfen werden, sofern er die Weisungen des Verantwortlichen überschreitet.¹⁹¹

III. Einordnung der Akteure des DA in den Kontext der DSGVO

Die Europäische Kommission hat bei der Entwicklung des Data Act bestimmte Akteure ins Auge gefasst, bei denen es sich üblicherweise um drei bis vier Gruppen handelt.¹⁹² Der Fokus des Data Act liegt dabei hauptsächlich auf den Nutzern, den Dateneinhabern und den Dritten als Datenempfänger.¹⁹³ In Fällen wie bei Smart Home, vernetzten Fahrzeugen oder virtuellen Assistenten kann eine Konstellation von vier Beteiligten vorhanden sein.¹⁹⁴ Hier ist der Nutzer oftmals nicht gleichzeitig die betroffene Person und kommt dann als vierter Beteiligter hinzu.¹⁹⁵

¹⁸⁶ EDPB, Leitlinien 07/2020 zu den Begriffen "Verantwortlicher" und "Auftragsverarbeiter" in der DSGVO, Version 2.0, 2021, 3 (4).

¹⁸⁷ EDPB, Leitlinien 07/2020 zu den Begriffen "Verantwortlicher" und "Auftragsverarbeiter" in der DSGVO, Version 2.0, 2021, 3 (4).

¹⁸⁸ Bayrisches Landesamt für Datenschutzaufsicht, Auslegungshilfe Abgrenzung Auftragsverarbeitung, 2019, 1 (1).

¹⁸⁹ Bayrisches Landesamt für Datenschutzaufsicht, Auslegungshilfe Abgrenzung Auftragsverarbeitung, 2019, 1 (1).

¹⁹⁰ Durchführungsbeschluss (EU) 2021/915 der Kommission vom 4. Juni 2021 über Standardvertragsklauseln zwischen Verantwortlichen und Auftragsverarbeitern gemäß Artikel 28 Absatz 7 der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates und Artikel 29 Absatz 7 der Verordnung (EU) 2018/1725 des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. 2021, L 199, S. 18).

¹⁹¹ EDPB, Leitlinien 07/2020 zu den Begriffen "Verantwortlicher" und "Auftragsverarbeiter" in der DSGVO, Version 2.0, 2021, 3 (4).

¹⁹² Steinrötter, GRUR, 2023, 216 (219).

¹⁹³ Steinrötter, GRUR, 2023, 216 (219).

¹⁹⁴ DAV, Stellungnahme des Deutschen Anwaltvereins durch den Ausschuss Informationsrecht, den Ausschuss Geistiges Eigentum und den Ausschuss Europa zum Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung (Datengesetz) vom 23. Februar 2022 - COM(2022) 68 final, S. 9.

¹⁹⁵ DAV, Stellungnahme des Deutschen Anwaltvereins durch den Ausschuss Informationsrecht, den Ausschuss Geistiges Eigentum und den Ausschuss Europa zum Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung (Datengesetz) vom 23. Februar 2022 - COM(2022) 68 final, S. 9.

1. Nutzer

Handelt es sich bei dem Nutzer eines vernetzten Produkts oder eines verbundenen Dienstes um eine natürliche Person, so können durch die Nutzung solcher Produkte oder Dienste Daten generiert werden, die sich auf eine betroffene Person beziehen.¹⁹⁶ Dabei kann der Nutzer entweder selbst die betroffene Person sein oder er ist eine andere natürliche Person.¹⁹⁷ Nur ein Verantwortlicher oder die betroffene Person selbst dürfen den Zugang auf personenbezogene Daten verlangen.¹⁹⁸

a) Nutzer ist betroffene Person

Sofern der Nutzer gleichzeitig auch die betroffene Person ist, ist er unter bestimmten Bedingungen gemäß der DSGVO berechtigt, seine eigenen personenbezogenen Daten zu verlangen.¹⁹⁹ Diese Rechte werden durch den Data Act nicht berührt.²⁰⁰ Gemäß dem Data Act besitzt ein Nutzer, sofern es sich auch um die betroffene Person handelt, das Recht, auf alle seine Daten zuzugreifen, die durch den Einsatz eines vernetzten Produkts entstehen.²⁰¹

b) Nutzer ist nicht betroffene Person

Wenn der Nutzer eines vernetzten Produkts oder einer verbundenen Dienstleistung nicht die Person ist, deren personenbezogene Daten verarbeitet werden (betroffene Person), stellt der Data Act keine Rechtsgrundlage dafür dar, diesen Nutzern Zugang zu personenbezogenen Daten zu gewähren oder diese Daten an Dritte weiterzugeben.²⁰²

Gilt der Nutzer nicht als betroffene Person im Sinne der DSGVO, sondern als Unternehmen (einschließlich Einzelunternehmen), und nutzt er das Produkt außerhalb eines gemeinsamen Haushalts, so wird der Nutzer als Verantwortlicher im Sinne der DSGVO angesehen.²⁰³ Sodann muss ein solcher Nutzer sicherstellen, dass die betroffene Person angemessen über die Zwecke der Verarbeitung sowie über die mögliche Ausübung der ihr zustehenden Rechte informiert wird.²⁰⁴

Es kann auch sein, dass Nutzer und Dateninhaber zusammen als gemeinsam Verantwortliche im Sinne des Art. 26 DSGVO gelten.²⁰⁵ Dann ist es erforderlich, dass sie in einer transparenten Vereinbarung definieren, wer von ihnen für die Erfüllung der einschlägigen Pflichten gemäß der DSGVO verantwortlich ist.²⁰⁶ Sobald ein solcher Nutzer die Daten erhalten hat, kann es sein, dass er selbst zum Dateninhaber wird.²⁰⁷

2. Dateninhaber

In Erwägungsgrund 24 Satz 2 des Data Act Entwurfs wird erwähnt, dass der Dateninhaber auch als Verantwortlicher im Sinne der DSGVO angesehen werden soll, sobald personenbezogene Daten betroffen sind. Die finale Fassung des Data Act verzichtet nun auf diese Formulierung. Hier wird lediglich klargestellt, dass Auftragsverarbeiter im Sinne von Art. 4

¹⁹⁶ ErwG 34 Satz 1 DA.

¹⁹⁷ ErwG 34 Satz 3 DA.

¹⁹⁸ ErwG 34 Satz 4 DA.

¹⁹⁹ ErwG 34 Satz 5 Halbsatz 1 DA.

²⁰⁰ ErwG 34 Satz 5 Halbsatz 2 DA.

²⁰¹ ErwG 34 Satz 6 DA.

²⁰² ErwG 7 Satz 10 DA.

²⁰³ ErwG 34 Satz 7 DA.

²⁰⁴ ErwG 34 Satz 9 DA.

²⁰⁵ ErwG 34 Satz 10 DA.

²⁰⁶ ErwG 34 Satz 10 DA.

²⁰⁷ ErwG 34 Satz 11 DA.

Nr. 8 der DSGVO nicht als Dateninhaber gelten.²⁰⁸ Dennoch können Auftragsverarbeiter vom Dateninhaber dazu beauftragt werden, Daten bereitzustellen.²⁰⁹

Ein Dateninhaber, der durch einen verbundenen Dienst personenbezogene Daten generiert, verarbeitet diese aufgrund der Bereitstellung des Dienstes und kann somit über die Zwecke der Verarbeitung entscheiden. Somit gilt ein solcher Dateninhaber als Verantwortlicher im Sinne der DSGVO.

Der Data Act sollte nicht so verstanden werden, als würde er dem Dateninhaber das Recht einräumen, personenbezogene Daten, die durch die Nutzung vernetzter Produkte oder verbundener Dienste entstehen, neu oder anders zu nutzen.²¹⁰ Demnach könnte es im Interesse des Nutzers sein, die Anforderungen des Art. 6 DSGVO zu erfüllen.²¹¹

3. Datenempfänger, Dritter

Der Datenempfänger kann auf zwei Wegen Daten erlangen. Zum einen kann der Nutzer des verbundenen Produkts gem. Art. 5 Abs. 1 DA beantragen, dass einem Dritten Daten vom Dateninhaber bereitgestellt werden sollen. Zum anderen kann der Dateninhaber einem Dritten aufgrund einer Geschäftsbeziehung gem. Art. 8 Abs. 1 DA Daten bereitstellen.

Ein Dritter im Sinne des DA kann auch zum Dateninhaber im Sinne des DA werden. Diese Ausnahme kommt zustande, wenn der Datenempfänger zu sämtlichen Daten Zugang hat und diese zudem im Wege seiner Position als Datenempfänger erhält. Durch den Zugang zu den Daten entstehen dem Dritten gemeinsam mit dem anfänglichen Dateninhaber sämtliche Rechte und Pflichten als gemeinsame Verantwortliche gem. Art. 26 DSGVO. Dies hat zur Folge, dass der mit dem ursprünglichen Dateninhaber gemeinsam verantwortliche Datenempfänger auch zum Dateninhaber im Zeitpunkt des Zugangs der Informationen wird.

4. Zwischenfazit

Der Data Act und die DSGVO interagieren komplex: Wenn Nutzer gleichzeitig auch die betroffene Person sind, behalten sie ihre DSGVO-Rechte. Andernfalls haben Nutzer, die nicht als die betroffene Person gelten, sondern beispielsweise ein Unternehmen sind, unterliegen diese als Verantwortlicher im Sinne der DSGVO speziellen Pflichten.

Dateninhaber sind unter dem Data Act auch Verantwortliche nach der DSGVO, aber keine Auftragsverarbeiter. Datenempfänger können unter dem Data Act zu gemeinsam Verantwortlichen mit dem Dateninhaber werden, wenn sie einen umfassenden Zugang zu Daten erhalten.

Eine direkte Übertragung der Rollen vom Data Act zur DSGVO ist schwierig und erfordert weitere Klärung durch künftige Kommentare zum Data Act.

IV. Weiteres Konfliktpotenzial zwischen Data Act und DSGVO

1. Rechtsgrundlage

Der Data Act unterstreicht die Notwendigkeit einer harmonisierten Rechtsgrundlage für die Verarbeitung personenbezogener Daten, die im Einklang mit der DSGVO stehen soll. Sowohl in Erwägungsgrund 7 als auch in Erwägungsgrund 34 wird betont, dass der Data Act keine Rechtsgrundlage für die Erhebung oder Generierung personenbezogener Daten durch

²⁰⁸ ErwG 22 Satz 4 DA.

²⁰⁹ ErwG 22 Satz 5 DA.

²¹⁰ ErwG 7 Satz 10 DA.

²¹¹ ErwG 7 Satz 11 DA.

den Dateninhaber darstellt. Stattdessen muss die Verarbeitung auf einer bestehenden Rechtsgrundlage nach Art. 6 DSGVO basieren.

Die Frage nach der richtigen Rechtsgrundlage für Datenverarbeitungen gemäß dem Data Act in Verbindung mit der DSGVO ist von entscheidender Bedeutung. Deshalb ist es wichtig, dass sowohl der Zugang zu Daten für Nutzer oder für Dritte auf dessen Anfrage (gem. Art. 4 und 5 des DA) als auch der Zugang für staatliche Stellen (nach Art. 14 DA) im Hinblick auf personenbezogene Daten diesen Verordnungen gerecht wird.²¹² Die Verarbeitung von Daten, welche die Identifizierung einer natürlichen Person ermöglichen, bedarf also einer in Art. 6 oder ggf. 9 DSGVO definierten Rechtsgrundlage.²¹³

a) Rechtsgrundlage für Datenzugang und -weitergabe

Um die passende Rechtsgrundlage für die Datenverarbeitung zu bestimmen, ist es entscheidend zu klären, ob der Nutzer als die betroffene Person der personenbezogenen Daten angesehen wird.²¹⁴

aa) Nutzer ist die betroffene Person

Falls ja, gilt die Geltendmachung seiner Rechte als Einwilligung in die Verarbeitung der von ihm angeforderten personenbezogenen Daten.²¹⁵ Diese Einwilligung deckt die Verarbeitung der Daten gemäß Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO ab. Gemäß Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 lit. a DSGVO ist die Verarbeitung rechtmäßig, wenn die betroffene Person ihre Einwilligung zur Verarbeitung der sie betreffenden personenbezogenen Daten gegeben hat.

bb) Nutzer ist nicht die betroffene Person

Ist der Nutzer nicht die betroffene Person, erfordert die Weitergabe der Daten eine andere Rechtsgrundlage gemäß Art. 6 Abs. 1 oder ggf. Art. 9 Abs. 2 DSGVO.²¹⁶ Ein möglicher Rechtfertigungsgrund hierfür kann Art. 6 Abs. 1 lit. c DSGVO sein.²¹⁷ Art. 6 Abs. 1 lit. c DSGVO erfordert, dass für die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung nach Art. 6 Abs. 1 DSGVO die Verarbeitung zur Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung, welcher der Verantwortliche unterliegt, erforderlich ist. Zusätzlich betont ErwG 45 DSGVO, dass lit. c für sich genommen nicht als rechtliche Grundlage ausreicht. Vielmehr setzt er das Bestehen einer spezifischen gesetzlichen Vorschrift voraus, die eine solche Verarbeitungsverpflichtung rechtfertigt.²¹⁸ Eine rechtliche Verpflichtung im Sinne des Art. 6 Abs. 1 lit. c DSGVO meint eine Verpflichtung kraft objektiven Rechts.²¹⁹ Dies sind gemäß ErwG 45 Satz 1 DSGVO Verpflichtungen, die sich aus dem Unionsrecht oder dem Recht eines Mitgliedstaats ergeben.

Eine solche Verpflichtung ergibt sich beispielsweise aus dem Datenzugangsanspruch nach Art. 4 Abs. 1 DA.²²⁰ Gemäß Art. 4 Abs. 1 DA hat der Nutzer einen Anspruch auf die Bereitstellung durch den Dateninhaber, soweit der Nutzer nicht direkt von dem vernetzten Produkt oder dem verbundenen Dienst aus auf die Daten zugreifen kann. Art. 5 Abs. 1 DA stellt ebenfalls eine rechtliche Verpflichtung im Sinne des Art. 6 Abs. 1 lit. c DSGVO dar. Hierbei hat der Dateninhaber auf Verlangen des Nutzers die Pflicht, einem Dritten ohne Weiteres verfügbare Daten bereitzustellen (Art. 5 Abs. 1 DA).

²¹² *Holznagell/Freese*, EuZ, 2023, A 2 (A 8).

²¹³ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, 2023, 1 (88).

²¹⁴ *Holznagell/Freese*, EuZ, 2023, A 2 (A 8).

²¹⁵ *Specht-Riemenschneider*, MMR, 2022, 809 (810).

²¹⁶ *Holznagell/Freese*, EuZ, 2023, A 2 (A 8).

²¹⁷ *Holznagell/Freese*, EuZ, 2023, A 2 (A 9); *Specht-Riemenschneider*, MMR, 2022, 809 (810 f.).

²¹⁸ *Kühling/Buchner/Buchner/Petri*, DSGVO, Art. 6, Rn. 78.

²¹⁹ *Paal/Pauly/Frenzel*, DSGVO, Art. 6, Rn. 16.

²²⁰ *Holznagell/Freese*, EuZ, 2023, A 2 (A 9).

Folglich stellen die Art. 4 und 5 DA eine rechtliche Verpflichtung im Sinne des Art. 6 Abs. 1 lit. c DSGVO dar. Somit gelten die Weitergabepflichten der Art. 4 und 5 DA als eine rechtmäßige Verarbeitung im Sinne des Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 lit. c DSGVO.

Möchte ein Nutzer, der als Verantwortlicher gilt, Zugang zu personenbezogenen Daten verlangen, so benötigt er für die Verarbeitung der Daten auch eine Rechtsgrundlage gem. Art. 6 Abs. 1 DSGVO.²²¹ Dies kann die Einwilligung der betroffenen Person (Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO) oder die Notwendigkeit zur Vertragserfüllung (Art. 6 Abs. 1 lit. b DSGVO) sein. Für die Weitergabe von Daten an Dritte bleibt die Einwilligung des Betroffenen (Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO) das bevorzugte Mittel.²²²

b) Rechtsgrundlage für Datenbereitstellung staatlicher Stellen

Werden öffentlichen Stellen nach Art. 14 ff. DA Daten unter der Voraussetzung des Art. 6 Abs. 1 lit. c DSGVO bereitgestellt, so erfolgt die Datenverarbeitung dieser öffentlichen Stellen gemäß Art. 6 Abs. 1 lit. e DSGVO.²²³ Nach Art. 6 Abs. 1 lit. c DSGVO ist die Verarbeitung nur rechtmäßig, wenn sie zur Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung erforderlich ist. Dabei kann Art. 6 Abs. 1 lit. e DSGVO als Ergänzung betrachtet werden.²²⁴ Art. 6 Abs. 1 lit. e DSGVO rechtfertigt die Verarbeitung personenbezogener Daten für die Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt oder in Ausübung öffentlicher Gewalt erfolgt.

aa) Datenschutz und gesetzliche Vorschriften

Nicht jede behördliche Datenerhebungsbefugnis löst automatisch eine Verarbeitungsbefugnis aus, besonders nicht für die Übermittlung oder dauerhafte Speicherung von Daten.²²⁵ Die Rechtsprechung ist geteilt darüber, ob eine behördliche Anordnung allein eine rechtliche Verpflichtung zur Datenverarbeitung nach Art. 6 Abs. 1 lit. c DSGVO schafft.²²⁶ Einige Urteile sehen in der Anordnung einen ausreichenden Verarbeitungsgrund, andere sehen die Notwendigkeit einer gesetzlichen Grundlage für die Datenübermittlung und Datenerhebung.²²⁷ Eine dritte, bevorzugte Ansicht unterstreicht, dass eine Pflicht zur Datenübermittlung nur dann gegeben ist, wenn sowohl eine rechtliche Regelung für die Übermittlung als auch eine entsprechende Berechtigung für die Datenerhebung durch die anfordernde Behörde existieren.²²⁸

bb) Rahmenbedingungen für Datenübermittlung und -verarbeitung

Zur Gewährleistung von Rechtssicherheit und um den Verwaltungsaufwand für Unternehmen so gering wie möglich zu halten, wird in ErwG 69 DA erläutert, dass im Einklang mit Art. 6 Abs. 1 und 3 DSGVO ein begrenzter, angemessener und vorhersehbarer Rechtsrahmen auf der Ebene der Europäischen Union notwendig ist. Dies gilt insbesondere für die Übermittlung von Daten durch Dateninhaber an öffentliche Stellen, die eine außergewöhnliche Notwendigkeit darstellen.

cc) Datenzugang bei öffentlichen Notständen

Gemäß den Regelungen zum Datenzugang von Unternehmen an Behörden (B2G) in Art. 14 ff. DA sind Datenbesitzer verpflichtet, auf Anfrage von öffentlichen Stellen Daten

²²¹ ErwG 34 Satz 8 DA.

²²² Krause/Maasjost, ZD-Aktuell, 2024, 01494 (01494).

²²³ Specht-Riemenschneider, MMR, 2022, 809 (811).

²²⁴ Kühling/Buchner/Buchner/Petri, DSGVO, Art. 6, Rn. 78.

²²⁵ Kühling/Buchner/Buchner/Petri, DSGVO, Art. 6, Rn. 78.

²²⁶ Kühling/Buchner/Buchner/Petri, DSGVO, Art. 6, Rn. 78.

²²⁷ Kühling/Buchner/Buchner/Petri, DSGVO, Art. 6, Rn. 78.

²²⁸ Kühling/Buchner/Buchner/Petri, DSGVO, Art. 6, Rn. 78.

bereitzustellen, wenn eine außergewöhnliche Notwendigkeit besteht. Insbesondere in Situationen, die als „öffentlicher Notstand“ (Art. 2 Nr. 29 DA) definiert sind, kann es erforderlich sein, dass auch personenbezogene Daten übermittelt werden müssen.

Als „öffentlicher Notstand“ definiert der Data Act in Art. 2 Nr. 29 eine temporäre Ausnahmesituation. Diese Situation hat negative Auswirkungen auf die Bevölkerung der Union oder eines Mitgliedstaats. Die Art von Risiken, die als öffentlicher Notstand gelten, sind solche, die schwerwiegende und langfristige Schäden für die Lebensbedingungen der Menschen, die wirtschaftliche Stabilität oder die finanzielle Sicherheit verursachen können (Art. 2 Nr. 29 DA). Es kann auch um Situationen gehen, die die Gefahr einer erheblichen und unmittelbaren wirtschaftlichen Wertschädigung impliziert (Art. 2 Nr. 29 DA). Ein öffentlicher Notstand muss nach Art. 2 Nr. 29 DA durch die einschlägigen Verfahren des Unionsrechts oder des nationalen Rechts festgestellt und amtlich ausgerufen werden. Beispiele für einen öffentlichen Notstand sind Pandemien oder Umweltkatastrophen.

dd) Zwischenfazit

Die Verarbeitung personenbezogener Daten im Rahmen des Data Act erfordert eine bestehende Rechtsgrundlage nach Art. 6 DSGVO. Die Rechtmäßigkeit für Datenzugang und -weitergabe hängt davon ab, ob der Nutzer die betroffene Person ist oder nicht. Ist dies zu bejahen, kann die Einwilligung des Nutzers die Verarbeitung rechtfertigen. Andernfalls sind andere Rechtsgrundlagen wie beispielsweise Erfüllung rechtlicher Verpflichtungen erforderlich. Auch staatliche Stellen können Daten unter bestimmten Voraussetzungen, wie bei einem öffentlichen Notstand, anfordern.

2. Datenzugang am Gerät

Art. 3 Abs. 1 DA regelt, dass die Gestaltung von Produkten so erfolgen muss, dass Nutzer leicht auf die durch diese Produkte generierten Daten zugreifen können. Diese Accessibility by Design- bzw. Default-Lösung erinnert an die Privacy by Design- bzw. Privacy by Default-Lösung des Art. 25 DSGVO.²²⁹ Nach Art. 25 DSGVO sollen Daten durch Technikgestaltung und durch datenschutzfreundliche Voreinstellungen geschützt werden.

aa) Komplementarität von Accessibility und Privacy

Obwohl die Worte „Accessibility“ und „Privacy“ auf den ersten Blick gegensätzlich erscheinen mögen, sollten diese Regelungen nicht als widersprüchlich aufgefasst werden.²³⁰ Insbesondere bei einem derartigen Datenzugang im Sinne des Data Act ist darauf zu achten, dass die Datenschutzbestimmungen des Art. 25 DSGVO eingehalten werden.²³¹ Art. 3 Abs. 1 DA ist also als eine Ergänzung zu Art. 25 DSGVO zu verstehen, solange personenbezogene Daten von der Verarbeitung betroffen sind. Dies gilt ebenfalls in Bezug auf die Anforderungen für die Sicherheit der Verarbeitung nach Art. 32 DSGVO, worauf durch Art. 3 Abs. 1 und ErwG 8 DA hingewiesen wird.²³² Dies lässt sich damit begründen, dass die benötigte Technik, die für einen Direktzugriff der Daten erforderlich ist, aus dem Blickwinkel der Daten- und IT-Sicherheit auch potenzielle Risiken bergen kann.²³³

bb) Vorvertragliche Informationspflichten

Vor Abschluss eines Vertrags über ein vernetztes Produkt müssen dem Nutzer nach Art. 3 Abs. 2 DA Informationen in transparenter Art und Weise bereitgestellt werden. Dabei

²²⁹ Wolff/Brink/v. Ungern-Sternberg/von Lewinski, DSGVO, Art. 20, Rn 117c.

²³⁰ Steinrötter, GRUR, 2023, 216 (220).

²³¹ Steinrötter, GRUR, 2023, 216 (220).

²³² Steinrötter, GRUR, 2023, 216 (220).

²³³ Steinrötter, GRUR, 2023, 216 (220).

ähnelt die Vorschrift in Bezug auf den Umfang der bereitzustellenden Informationen der Anforderung nach Art. 12 DSGVO, wonach der Verantwortliche der betroffenen Person alle Informationen über die Datenverarbeitung in transparenter Form bereitstellen muss. Während die Art der zu teilenden Informationen ähnlich ist, unterscheiden sich die beiden Bestimmungen jedoch in Bezug auf die formalen Anforderungen.²³⁴

cc) Zwischenfazit

Data Accessibility by Design/Default nach dem Data Act und Privacy by Design/Default der DSGVO ergänzen sich, indem sie Nutzerfreundlichkeit und Datenschutz in vernetzten Produkten vereinen. Die Herausforderung besteht darin, diese Prinzipien so umzusetzen, dass Zugänglichkeit und Datenschutz zusammenwirken. Dadurch würde das Nutzervertrauen gestärkt und die Entwicklung sicherer und benutzerfreundlicher Produkte gefördert werden.

3. Datenweitergaberecht

Ein weiteres Konfliktpotenzial kann auch durch das in Art. 20 DSGVO verankerte Recht auf Datenübertragbarkeit entstehen.²³⁵ Dieses Recht überschneidet sich teilweise mit dem Anwendungsbereich des Data Act, insbesondere mit dem Datenzugangs- (Art. 4 DA) und dem Datenweitergaberegime (Art.5 DA).²³⁶

a) Erweiterung der Datenweitergaberechte

Ist der Nutzer zeitgleich auch die betroffene Person, so ergänzen Art. 4 und 5 DA die Art. 15 und 20 der DSGVO (Art. 1 Abs. 5 Satz 2 DA). Nach Art. 20 Abs. 1 DSGVO hat die betroffene Person das Recht, ihre personenbezogenen Daten in einem strukturierten, gängigen und maschinenlesbaren Format zu erhalten und an einen Dritten weiterzugeben. Dieses Recht gilt, wenn die personenbezogenen Daten automatisiert auf der Grundlage der Einwilligung (Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO) oder im Rahmen eines Vertrags (Art. 6 Abs. 1 lit. b DSGVO) verarbeitet werden.²³⁷ Dem Betroffenen wird zudem in Art. 20 Abs. 2 DSGVO das Recht gewährt, die Übermittlung der Daten direkt von einem Verantwortlichen an einen anderen Verantwortlichen zu erwirken. Dies setzt jedoch eine technische Umsetzbarkeit voraus. Art. 20 Abs. 1 DSGVO präzisiert, dass es sich um von der betroffenen Person bereitgestellte Daten handeln muss. Dabei wird jedoch nicht klargestellt, ob dies eine aktive Handlung der Person voraussetzt oder ob auch passive Datenerfassungen durch vernetzte Produkte oder verbundene Dienste erfasst werden.²³⁸

Der Data Act schließt diese Regelungslücke, indem er die Rechte zur Erhaltung und Übertragung personenbezogener Daten gemäß Art. 20 DSGVO erweitert. Dem Nutzer wird ein Recht auf Datenzugang eingeräumt, das die Weitergabe aller Produktdaten oder verbundenen Dienstdaten erlaubt, unabhängig von ihrer Personenbezogenheit.²³⁹ Außerdem verzichtet der Data Act auf die Unterscheidung zwischen aktiv vom Nutzer bereitgestellten oder passiv erfassten Daten und berücksichtigt auch nicht die Art der Rechtsgrundlage der Verarbeitung.²⁴⁰

²³⁴ Paal, ZfDR, 2023, 249 (255).

²³⁵ Krause/Maasjost, ZD-Aktuell, 2024, 01494 (01494).

²³⁶ Krause/Maasjost, ZD-Aktuell, 2024, 01494 (01494).

²³⁷ ErWG 35 Satz 1 DA.

²³⁸ ErWG 35 Satz 3 DA.

²³⁹ ErWG 35 Satz 5 DA.

²⁴⁰ ErWG 35 Satz 5 DA.

b) Konvergenzen zwischen Data Act und DSGVO

In Bezug auf den Datenzugang nach Art. 4 DA und die Datenweitergabe nach Art. 5 DA auf Anfrage des Nutzers lassen sich Konvergenzen zwischen Data Act und DSGVO feststellen.²⁴¹ So ähnelt das Recht des Nutzers auf Auskunft über seine durch ein vernetztes Produkt generierten Daten nach Art. 4 Abs. 1 DA dem Recht auf Datenübertragbarkeit des Art. 20 DSGVO.²⁴² In diesem Kontext ist insbesondere Art. 20 Abs. 1 DSGVO zu nennen, denn danach hat die betroffene Person das Recht, die sie betreffenden personenbezogenen Daten zu erhalten. Das in Art. 5 Abs. 1 DA festgelegte Recht des Nutzers auf Datenweitergabe seiner Daten an Dritte hingegen ähnelt dem Recht auf Datenübertragbarkeit nach Art. 20 Abs. 2 DSGVO. Nach Art. 20 Abs. 2 DSGVO hat die betroffene Person das Recht, zu erwirken, dass die personenbezogenen Daten direkt von einem Verantwortlichen an einen anderen Verantwortlichen übertragen werden. Daraus lässt sich schließen, dass der Data Act die DSGVO in Bezug auf das Recht der Nutzer auf Zugang zu und Weitergabe von Daten ergänzt. Denn nach Data Act hat nicht nur der Nutzer als betroffene Person Anspruch auf die Daten, sondern auch ein Nutzer, der nicht die betroffene Person ist, kann die Weitergabe verlangen.

c) Divergenzen zwischen Data Act und DSGVO

Die Beziehung zwischen Data Act und DSGVO weist auch einige Divergenzen auf.²⁴³ Während das zuvor genannte Recht auf Datenweitergabe in der DSGVO ausschließlich von der betroffenen Person angefordert werden kann, sind durch den Data Act auch Nutzer aktiv legitimiert, die nicht zwingend die betroffene Person sein müssen.²⁴⁴ Sind der Nutzer und die betroffene Person identisch, wird von einer konkludenten Einwilligung gem. Art. 6 Abs. 1 lit. a, Art. 7 DSGVO ausgegangen.²⁴⁵

aa) Herausforderungen bei getrennter Nutzer- Betroffenenrollen

Komplizierter wird es, wenn es sich bei dem Nutzer nicht um die betroffene Person handelt.²⁴⁶ Hier nähern sich die Anforderungen des Data Act und die Beschränkungen der DSGVO gefährlich an.²⁴⁷ Verlangt der Data Act explizit den Zugang zu nicht-personenbezogenen Daten, könnte diese Forderung zeitgleich in Konflikt mit den Vorgaben der DSGVO geraten.²⁴⁸ Die DSGVO untersagt eine Verarbeitung personenbezogener Daten ohne spezifische rechtliche Grundlage.²⁴⁹ Der Data Act beschränkt den Zugang zu Daten für Nutzer, die nicht die betroffene Person sind, indem er eine rechtliche Grundlage gemäß DSGVO für deren Anfragen fordert.²⁵⁰

bb) Fristen der Datenbereitstellung

Art. 20 DSGVO gewährt die Weitergabe von Daten unter einer Fristsetzung von einem Monat gem. Art. 12 Abs. 3 Satz 1 DSGVO. Satz 2 sieht jedoch zusätzlich eine mögliche Verlängerung der Frist um weitere zwei Monate vor. Der Data Act hingegen fordert durch Art. 4 und 5 eine unverzügliche und, soweit relevant und durchführbar, sogar eine kontinuierliche und in Echtzeit erfolgende Datenbereitstellung. Der Data Act legt somit strengere

²⁴¹ Steinrötter, GRUR, 2023, 216 (220 f.).

²⁴² Steinrötter, GRUR, 2023, 216 (221).

²⁴³ Krause/Maasjost, ZD-Aktuell, 2024, 01494 (01494).

²⁴⁴ Steinrötter, GRUR, 2023, 216 (222).

²⁴⁵ Specht-Riemenschneider, MMR, 2022, 809 (810).

²⁴⁶ Steinrötter, GRUR, 2023, 216 (223).

²⁴⁷ Bomhard/Merkle, RDİ, 2022, 168 (172).

²⁴⁸ Bomhard/Merkle, RDİ, 2022, 168 (172).

²⁴⁹ Bomhard/Merkle, RDİ, 2022, 168 (172).

²⁵⁰ ErWG 34 Satz 8 DA.

Anforderungen fest als die DSGVO. Die Einhaltung der Fristen bei Datenbereitstellungsanfragen ist für Dateninhaber, die zugleich als Verantwortliche agieren, dadurch besonders relevant.²⁵¹

cc) Löschung von Daten

Im Gegensatz zur DSGVO verpflichtet der Data Act den Dateninhaber nicht dazu, Daten speziell für Zugriffsanfragen aufzubewahren oder die Datenverarbeitung zu verlängern.²⁵² Werden Daten gelöscht, so gilt der Dateninhaber nicht mehr als solcher gemäß Art. 2 Nr. 13 DA und kann somit nicht auf Zugriffsanfragen seitens des Nutzers reagieren.²⁵³ Zeitgleich führt das Einfordern von Zugriffsrechten nicht zu einer Löschpflicht für den Dateninhaber.²⁵⁴ Sowohl nach Data Act als auch nach DSGVO wird auf Anfrage lediglich eine Kopie der Daten herausgegeben.²⁵⁵ Dies steht zwar im Widerspruch zum Grundsatz der Datenminimierung, ist aber aus wirtschaftlicher Sicht gerechtfertigt, da das Prinzip der Datenminimierung lediglich in dem notwendigen Maße Anwendung findet (Art. 5 Abs. 1 lit. c DSGVO).²⁵⁶

dd) (Un-)Entgeltlichkeit

Gemäß Art. 4 Abs. 1 Data Act soll die Bereitstellung der Daten unentgeltlich geschehen. Art 9 Abs. 1 DA hingegen sieht vor, dass ein Dateninhaber von einem Datenempfänger für die Bereitstellung von Daten im Rahmen einer Geschäftsbeziehung zwischen Unternehmen eine Marge verlangen darf. Die Datenbereitstellung des Dateninhabers an den Nutzer soll folglich unentgeltlich geschehen. Erfolgt die Datenweitergabe im Rahmen einer B2B-Beziehung, darf jedoch eine Marge verlangt werden.

Die DSGVO fordert nach Art. 12 Abs. 5 Satz 1 eine unentgeltliche Bereitstellung der Daten nach Art. 20 DSGVO. Ausnahmen bestehen jedoch für „offenkundig unbegründete oder – insbesondere im Fall von häufiger Wiederholung – exzessiven Anträgen“ (Art. 12 Abs. 5 Satz 2 DSGVO). Demnach kann der Dateninhaber entweder ein angemessenes Entgelt verlangen (lit. a) oder sich weigern, tätig zu werden (lit. b).

Während der Data Act für B2B-Beziehungen eine Marge zulässt, sieht die DSGVO im Allgemeinen keine Vergütung vor.

d) Zwischenfazit

Die Untersuchung der Konvergenzen und Divergenzen zeigt, dass der Data Act und die DSGVO teilweise harmonisieren, besonders im Nutzerrecht auf Datenzugang und -weitergabe, wobei der Data Act das Datenschutzrecht der DSGVO auf Datenübertragbarkeit erweitert und vereinfacht. Jedoch weichen sie in den Bereichen wie Aktivlegitimation, Fristen für die Datenbereitstellung, Datenlöschung und Entgeltlichkeit ab. Der Data Act erweitert den Kreis der berechtigten Personen und stellt strengere Anforderungen an die Datenbereitstellung. Im Gegensatz zur DSGVO unterscheidet er sich jedoch in der Handhabung von Datenlöschung und Entgeltlichkeit.

²⁵¹ Krause/Maasjost, ZD-Aktuell, 2024, 01494 (01494).

²⁵² Steinrötter, GRUR, 2023, 216 (222).

²⁵³ Bomhard/Merkle, RDİ, 2022, 168 (173 f.); Specht-Riemenschneider, MMR, 2022, 809 (815).

²⁵⁴ Steinrötter, GRUR, 2023, 216 (222).

²⁵⁵ Steinrötter, GRUR, 2023, 216 (222).

²⁵⁶ Steinrötter, GRUR, 2023, 216 (222).

V. Behördlichen Durchsetzung

Dieser Abschnitt befasst sich mit der behördlichen Durchsetzung der Bestimmungen des Data Act, sofern personenbezogene Daten betroffen sind.

1. Zuständige Behörde(n)

a) Aufgaben und Befugnisse

Der Data Act ist für die zukünftige Datennutzbarkeit ein wichtiger Baustein.²⁵⁷ Hierbei ist die Rechtsdurchsetzung von großer Relevanz, um eine effektive Erreichung der Ziele des Data Act zu gewährleisten.²⁵⁸ Gem. ErwG 1 Satz 1 DA ist das zentrale Ziel des Data Act, einen fairen Datenzugang und die Datennutzung für die europäische Wirtschaft und Gesellschaft zu fördern. Unter dem Aspekt der Fairness ist es erforderlich, die Durchsetzung der durch den Data Act entstehenden Rechte zu gewährleisten. Hierzu ist die Frage der zuständigen Behörde für die Durchsetzung und Anwendung des Data Act zu klären. Gem. Art. 37 Abs. 1 Satz 1 DA benennt jeder Mitgliedstaat eine oder mehrere Behörden, die für die Anwendung und Durchsetzung des Data Act verantwortlich sind. Diese können neu eingerichtet werden oder es kann sich auf bestehende Behörden gestützt werden (Art. 37 Abs. 1 Satz 2 DA). Art. 37 Abs. 4 lit. b DA grenzt die Freiheit der Mitgliedstaaten dahingehend ein, dass die für die Anwendung und Durchsetzung der Artikel 23 bis 31 und der Artikel 34 und 35 DA verantwortliche und zuständige Behörde über Erfahrungen auf dem Gebiet Daten und elektronische Kommunikationsdienste verfügen muss.²⁵⁹

Soweit personenbezogene Daten betroffen sind, soll gem. Art 37 Abs. 3 Satz 1 DA die für die Überwachung der Anwendung der DSGVO zuständigen Aufsichtsbehörden auch für die Überwachung der Anwendung des Data Act zuständig sein. Kapitel VI (Unabhängige Aufsichtsbehörden) und Kapitel VII (Zusammenarbeit und Kohärenz) der DSGVO sollen sinngemäß Anwendung finden (Art. 37 Abs. 3 Satz 2 DA). Hiermit eröffnet der Data Act die Anwendung der Vorschriften der DSGVO für die zuständige Behörde, sobald personenbezogene Daten betroffen sind. Zudem ist in diesem Fall die bereits bestehende Aufsichtsbehörde nach Art. 51 DSGVO sowohl für die Durchsetzung und Anwendung der Regelungen des Data Act zuständig als auch für die Überwachung der Einhaltung der DSGVO-Vorschriften. Dies hat zur Folge, dass den zuständigen Behörden nach der DSGVO i.S.d. Art. 51 DSGVO auch die Aufgaben (Art. 57 DSGVO) und Befugnisse (Art. 58 DSGVO) zustehen.²⁶⁰

Gemäß Art. 37 Abs. 3 Satz 3 DA ist für die Überwachung der Anwendung des Data Act, soweit Organe der Union betroffen sind, der Europäische Datenschutzbeauftragte zuständig. Gem. Art. 37 Abs. 5 DA sind die Mitgliedstaaten dafür verantwortlich, dass die Aufgaben und Befugnisse der zuständigen Behörden eindeutig festgelegt werden. Zusätzlich sollen die in Art. 37 Abs. 5 lit. a - lit. j DA von der Regelung der Mitgliedstaaten umfasst sein (Art. 37 Abs. 5 DA). Diese sind beispielsweise die Bearbeitung von Beschwerden (Art. 37 Abs. 5 lit. b DA), die Durchführung von Untersuchungen über Fragen der Anwendung des Data Act (Art. 37 Abs. 5 lit. c DA) und die Verhängung wirksamer, verhältnismäßiger und abschreckender finanzieller Sanktionen (Art. 37 Abs. 5 lit. d DA).

b) Zusammenwirken der Behörden

In diesem Kapitel stellt sich die Frage, wie die Zusammenarbeit einer bereits bestehenden Behörde mit einer neu eingerichteten Behörde ausgestaltet sein wird. Grundsätzlich sieht

²⁵⁷ Vgl. Remke, MMR, 2024, 117 (117).

²⁵⁸ Remke, MMR, 2024, 117 (117).

²⁵⁹ Remke, MMR, 2024, 117 (117).

²⁶⁰ Remke, MMR, 2024, 117 (117).

es der Data Act gem. Art. 37 Abs. 1 DA vor, dass die Mitgliedstaaten selbst die Entscheidung treffen können, ob eine neue Aufsichtsbehörde eingerichtet wird oder bereits bestehende Behörden die Funktion der Kontrolle und Durchsetzung des Data Act wahrnehmen.

Bei der Errichtung einer neuen zuständigen Behörde kann es zu Problemen und Verwirrungen kommen. Der EDSA und der EDSB weisen auf die Gefahr operativer Schwierigkeiten hin.²⁶¹ Diese könnten sich aus der Benennung von mehr als einer zuständigen Behörde ergeben, die für die Anwendung und Durchsetzung des Data Act verantwortlich ist.²⁶² Es ist folglich ratsam, dass die Mitgliedstaaten in der EU eine für die Organisation und betroffenen Personen verständliche Zuordnung treffen, bei welcher die Übersichtlichkeit der jeweils zuständigen Behörde gewahrt bleibt. Diese Problematik wird dadurch erweitert, dass gem. ErwG 34 Satz 2 DA die Verarbeitung von Daten auch der DSGVO unterliegen, wenn sowohl personenbezogene als auch nicht-personenbezogene Daten in einem Datensatz untrennbar miteinander verbunden sind. Hierbei vertreten EDSA und EDSB in ihrer Stellungnahme die Ansicht, dass bei einer solchen Untrennbarkeit von personenbezogenen und nicht-personenbezogenen Daten in einem Datensatz die Rolle der zuständigen Datenschutzbehörde des Data Act überwiegen sollte.²⁶³ Somit messen der EDSA und der EDSB der bei diesbezüglichen Sachverhaltskonstellationen zuständigen Behörde des Data Act eine höhere Gewichtung bei.

Sollten sich Mitgliedsstaaten dazu entscheiden, eine weitere zuständige Behörde zu errichten, müssen diese einen Datenkoordinator gem. Art. 37 Abs. 2 Satz 1 DA aus ihrer Mitte benennen. Der Datenkoordinator spielt bei der Zusammenarbeit der Behörden eine wesentliche Rolle, da dieser gem. Art. 37 Abs. 2 Satz 1 DA die Zusammenarbeit zwischen den zuständigen Behörden erleichtern und die Stellen, die in den Anwendungsbereich des Data Act fallen, in allen Fragen im Zusammenhang mit der Anwendung und Durchsetzung unterstützen soll. Weiter werden die Aufgaben des Datenkoordinators in Art. 37 Abs. 6 DA festgehalten. Hier heißt es, dass er als zentrale Anlaufstelle für alle Fragen im Zusammenhang mit dem Data Act fungiert (Art. 37 Abs. 6 lit. a DA). Außerdem gewährleistet er die öffentliche Verfügbarkeit der von öffentlichen Stellen im Fall außergewöhnlicher Notwendigkeit nach Kapitel V DA gestellten Datenzugangsverlangen und die freiwilligen Datenweitergabevereinbarungen zwischen öffentlichen Stellen und Dateninhabern (Art. 37 Abs. 6 lit. b DA). Zudem soll der Datenkoordinator die Kommission jährlich unterrichten (Art. 37 Abs. 6 lit. c DA).

Der Datenkoordinator bildet somit die Schnittstelle sowohl zwischen den Behörden als auch zur EU-Kommission. Durch die Ergänzung des Data Act um die Regelung in Art. 37 Abs. 2 DA erweckt dies den Anschein, die EU gehe davon aus, dass mehrere Behörden nebeneinander koexistieren und somit gemeinsam im Austausch für die Durchsetzung und Aufsicht der Regulierung des Data Act verantwortlich sind.²⁶⁴

2. Beschwerderecht und Rechtsbehelfe

Gem. Art. 38 Abs. 1 Satz 1 DA haben natürliche und juristische Personen das Recht, bei der jeweils zuständigen Behörde des Mitgliedstaats Beschwerde einzulegen, wenn sie der

²⁶¹ EDSA/EDSB, Gemeinsame Stellungnahme 2/2022 des EDSA und des EDSB zum Vorschlag des Europäischen Parlaments und des Rates über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung (Datengesetz) (2022), Rn. 98.

²⁶² EDSA/EDSB, Gemeinsame Stellungnahme 2/2022 des EDSA und des EDSB zum Vorschlag des Europäischen Parlaments und des Rates über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung (Datengesetz) (2022), Rn. 98.

²⁶³ EDSA/EDSB, Gemeinsame Stellungnahme 2/2022 des EDSA und des EDSB zum Vorschlag des Europäischen Parlaments und des Rates über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung (Datengesetz) (2022, 2), Rn. 115.

²⁶⁴ Remke, MMR, 2024, 117 (118).

Ansicht sind, dass ihre Rechte im Sinne des Data Act verletzt wurden. Andere verwaltungsrechtliche oder gerichtliche Rechtsbehelfe bleiben unberührt (Art. 38 Abs. 1 Satz 1 DA). Der Data Act lässt an dieser Stelle offen, welches Verfahrensrecht Anwendung findet. Art. 38 Abs. 2 DA deutet jedoch darauf hin, dass das nationale Recht der betroffenen Mitgliedstaaten einschlägig ist. Das liegt daran, dass die zuständige Behörde, bei der Beschwerde eingelegt wurde, den Beschwerdeführer im Einklang mit dem nationalen Recht über den Stand des Verfahrens und die getroffene Entscheidung unterrichtet (Art. 38 Abs. 2 DA).

Gem. Art. 58 Abs. 4 DSGVO erfolgt die Ausübung der der Aufsichtsbehörde übertragenen Befugnisse gem. dem Unionsrecht und dem Recht des Mitgliedstaates im Einklang mit der Grundrechtecharta. Folglich ist das Verfahrensrecht der jeweiligen Mitgliedstaaten anwendbar. Der Europäische Gerichtshof (EuGH) kommt ebenfalls zu dem Schluss, dass mangels eines einheitlichen europäischen Verfahrensrechts das nationale Verfahrensrecht der jeweiligen Mitgliedstaaten anzuwenden ist.²⁶⁵ Gem. Art. 38 Abs. 1 Satz 1 DA muss die Beschwerde bei der jeweils zuständigen Behörde des Mitgliedstaats eingelegt werden, wo die natürliche oder juristische Person ihren gewöhnlichen Aufenthaltsort, ihren Arbeitsplatz oder ihre Niederlassung hat. Die Behörden sind zwar gem. Art. 38 Abs. 3 Satz 1 DA dazu verpflichtet, die Beschwerden fristgerecht zu bearbeiten, eine konkrete Frist wird jedoch nicht genannt. Dies ist auch im Sinne der DSGVO, da hierbei davon ausgegangen wird, dass der Umstand der Rechtsverletzung andauert.²⁶⁶ Auch hier wird nicht auf eine besondere Form der Beschwerde eingegangen. Die Formlosigkeit der Beschwerde steht ebenfalls im Einklang mit dem nicht vorhandenen Formerfordernis der DSGVO.²⁶⁷ Gem. Art. 37 Abs. 5 lit. b DA gehört es zu der Aufgabe der zuständigen Behörde, die Beschwerde auch zu bearbeiten.

Nach Art. 39 Abs. 1 DA hat jede betroffene natürliche oder juristische Person das Recht auf einen Rechtsbehelf gegen rechtsverbindliche Entscheidungen zuständiger Behörden. Dies bietet den betroffenen Personen zum einen Rechtsschutz durch ein Gericht gegen eine rechtsverbindliche Entscheidung einer zuständigen Behörde (Art. 39 Abs. 1 DA), zum anderen auch für deren untätig bleiben (Art. 39 Abs. 2 DA). Eine rechtsverbindliche Entscheidung liegt vor, wenn die Beschwerde von der Behörde zurückgewiesen wird, weil sie nicht zulässig oder begründet war.²⁶⁸ Der Europäische Gerichtshof begründet die Befugnis zur inhaltlichen Prüfung von Entscheidungen der zuständigen Behörde durch ein Gericht aus Art. 47 GrCh.²⁶⁹ Alle natürlichen und juristischen Personen sind klagebefugt, wenn die Untersuchung der Aufsichtsbehörde negative Konsequenzen für die Betroffenen hat.²⁷⁰ Verfahren werden gem. Art. 39 Abs. 3 DA bei den Gerichten des Mitgliedstaats der zuständigen Behörde eingeleitet, gegen die sich der Rechtsbehelf richtet. Dies kann den betroffenen Personen eine gewisse Rechtsklarheit im eigenen Mitgliedstaat bieten. Auch für die Einlegung eines Rechtsbehelfs ist keine Frist festgelegt, weshalb die Mitgliedstaaten selbst in der Lage sind, hierfür eine geeignete Regelung zu treffen.

3. Sanktionen

Die Mitgliedstaaten haben gem. Art. 40 Abs. 1 Satz 1 DA die Pflicht, Vorschriften über Sanktionen zu erlassen. Diese müssen wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein (Art. 40 Abs. 1 Satz 2 DA). Im Vergleich zu ihrem ursprünglichen Entwurf hat sich die EU-

²⁶⁵ *Remke*, MMR, 2024, 117 (119).

²⁶⁶ *Kühling/Buchner/Bergt*, DSGVO, Art. 77, Rn. 12.

²⁶⁷ *Vgl. Kühling/Buchner/Bergt*, DSGVO, Art. 77, Rn. 11.

²⁶⁸ *Remke*, MMR, 2024, 117 (120).

²⁶⁹ *Kühling/Buchner/Bergt*, DSGVO, Art. 78, Rn. 7.

²⁷⁰ *Remke*, MMR, 2024, 117 (120).

Kommission dazu entschieden, einen Kriterienkatalog in Form von nicht erschöpften Kriterien in Art. 40 Abs. 3 DA zu regeln.²⁷¹

Solche Sanktionen können nach ErwG 109 Satz 2 DA finanzielle Sanktionen, Verwarnungen, Verweise oder Anordnungen sein, die Geschäftspraxis mit den in dieser Verordnung festgelegten Verpflichtungen in Einklang zu bringen. Zudem sollen die von den Mitgliedstaaten festgelegten Sanktionen den Empfehlungen des Europäischen Dateninnovationsrat (EDIB) Rechnung tragen (ErwG 109 Satz 3 DA). Der EDIB ist gem. Art. 29 DGA eine Expertengruppe auf dem Gebiet der europäischen Datenstrategie. Gem. ErwG 110 Satz 1 f. DA soll der europäische Dateninnovationsrat die EU-Kommission unterstützen und beraten und eine Schlüsselrolle bei dem kommunikativen Austausch innehaben. Im Rahmen der Sanktionen erfüllt er eine wichtige Rolle, da er gem. ErwG 110 Satz 4 DA als Plattform für die Bewertung, Koordinierung und Annahme von Empfehlungen zur Festlegung von Sanktionen dient. Die explizite Rolle des EDIB ist in Art. 42 DA festgelegt. Die von den Mitgliedsstaaten ausgearbeiteten Sanktionen müssen der EU-Kommission gem. Art. 40 Abs. 2 Satz 1 DA bis zum 12.09.2025 mitgeteilt werden. Bei Verstößen gegen die Pflichten aus Kapitel II, III und V DA kann nach Art. 40 Abs. 4 DA die zuständige Aufsichtsbehörde Geldbuße verhängen. Diese müssen gem. Art. 40 Abs. 4 DA im Einklang mit Art. 83 DSGVO bis zu dem in Art. 83 Abs. 5 DSGVO genannten Betrag sein, also bis zu einem Betrag von 20.000.000 EUR oder im Fall eines Unternehmens bis zu 4% seines gesamten weltweit erzielten Jahresumsatzes.

4. Zwischenfazit

Gemäß Art. 37 Abs. 4 lit. b DA müssen die Mitgliedstaaten der EU-Behörden mit Erfahrung auf dem Gebiet Daten und elektronische Kommunikationsdienste für dessen Durchsetzung benennen. Bei personenbezogenen Daten sind gem. Art. 37 Abs. 3 Satz 1 DA die Aufsichtsbehörden der DSGVO zuständig. Bei untrennbaren Datensätzen empfiehlt der EDSA und EDSB eine vorrangige Zuständigkeit der Behörden des Data Act. Die Integration dieser Aufgaben in bestehende Behörden der DSGVO könnte Schwierigkeiten reduzieren und Effizienz steigern, indem Betroffene nur eine Anlaufstelle haben. Die Mitgliedstaaten müssen wirksame Sanktionen definieren und diese bis zum 12.09.2025 der EU-Kommission mitteilen.

E. Fazit

In einer Welt, in der Daten eine so wichtige Rolle spielen, hat es sich die EU-Kommission als Aufgabe gesetzt, mit Hilfe des Data Act die Datennutzbarkeit der Europäischen Union zu verbessern. Der neu in Kraft getretene, noch nicht geltende Data Act beinhaltet Regelungen sowohl für personenbezogene Daten als auch für nicht-personenbezogene Daten. Aufgrund der Tatsache, dass bereits eine bestehende Verordnung der EU-Kommission, die DSGVO, den Schutz personenbezogener Daten regelt, ist es notwendig, das Zusammenspiel zwischen dem Data Act und der DSGVO zu betrachten. Die hohen Standards der DSGVO für den Umgang mit personenbezogenen Daten müssen auch im Data Act berücksichtigt werden. Das Ziel besteht darin, die Auswirkungen des Data Act auf das Verhältnis zwischen Datenzugang und Datenschutz zu untersuchen und mögliche Spannungsfelder zu analysieren.

Um das Ziel dieser Arbeit zu erreichen, wurden zunächst die rechtlichen Grundlagen geklärt. Dies geschah durch eine genaue Betrachtung der Entstehung und Ziele sowie der relevanten Kapitel und der wesentlichen Regelungen in Data Act und DSGVO. Anschließend

²⁷¹ Remke, MMR, 2024, 117 (120).

wurde der Datenzugang im Rahmen des Data Act genauer betrachtet, um darauf aufbauend eine Untersuchung über das Verhältnis zwischen Datenzugang und Datenschutz durchführen zu können.

Im Rahmen der Analyse wurden zunächst das Datenverständnis und die Personenbezogenheit abgegrenzt. Insbesondere ging es hier um die Grundlagen der Datenkategorisierung, den Data Act und seine Anwendung auf Daten und die Herausforderungen, die sich bei der Datenbereitstellung im Data Act ergeben können. Die Verarbeitung von Daten birgt gerade dann in der Praxis Herausforderungen, wenn es um die Unterscheidung von personenbezogenen Daten und nicht-personenbezogenen Daten geht. Während die DSGVO strenge Regelungen zum Schutz personenbezogener Daten vorschreibt, erweitert der Data Act den Anwendungsbereich des Datenbegriffs, indem er auch nicht-personenbezogene Daten erfasst und deren Nutzung fördern soll. Obwohl der Data Act den Datenbegriff erweitern mag, führt dies in der Praxis zu Problemen. Es ist eine Herausforderung, Daten so zu trennen und zu verarbeiten, dass die Anforderungen des Datenzugangs erfüllt werden. Gleichzeitig muss im Falle von personenbezogenen Daten die DSGVO-Konformität eingehalten werden, ohne dass die Nutzbarkeit der Daten beeinträchtigt wird. Ein möglicher Lösungsansatz könnte hier die Datenanonymisierung sein. Durch die Verwendung anonymisierter Daten könnte sowohl die Konformität der DSGVO eingehalten werden als auch der Zugang zu nicht-personenbezogenen Daten gemäß dem Data Act ermöglicht werden. Zudem könnten Leitlinien erlassen werden, um die Handhabung für Dateninhaber und -nutzer bezüglich personenbezogener und nicht-personenbezogener Daten zu erleichtern.

Anschließend wurden kurz wichtige Begrifflichkeiten der DSGVO, insbesondere der Begriff der betroffenen Person, des Verantwortlichen und des Auftragsverarbeiters, erläutert. Danach wurde versucht, die Beteiligten des Data Act in den Kontext der DSGVO zu setzen. Die Hauptakteure in diesem Rahmen sind Nutzer, Dateninhaber und Dritte, Datenempfänger. Wenn der Nutzer auch die betroffene Person ist, hat er gemäß DSGVO Rechte auf seine Daten, die auch durch den Data Act nicht beeinträchtigt werden. Falls der Nutzer nicht die betroffene Person ist, ergeben sich unterschiedliche Pflichten, besonders im Kontext von Unternehmen, die dann als Verantwortliche gelten können. Der Dateninhaber im Sinne des Data Act ist zeitgleich auch der Verantwortliche im Sinne der DSGVO. Auftragsverarbeiter ist der Dateninhaber jedoch nicht. Datenempfänger können durch den Data Act Rechte und Pflichten als Dateninhaber erlangen, insbesondere wenn sie umfassenden Zugang zu den Daten erhalten. In solchen Fällen können sie zusammen mit dem ursprünglichen Dateninhaber als gemeinsam Verantwortliche betrachtet werden. Der Versuch, die Beteiligten des Data Act in den Kontext der DSGVO zu setzen, ist nur ansatzweise gelungen. Dies könnte daran liegen, dass eine direkte Übertragung der Beteiligten des Data Act auf die Hauptakteure der DSGVO nicht vollständig möglich ist. Ein genaueres Verständnis wird durch kommende Kommentare und Rechtsprechung zum Data Act ermöglicht.

Im weiteren Verlauf wurde sich mit der Rechtmäßigkeit der Verarbeitung gemäß der DSGVO auseinandergesetzt. Die Verarbeitung personenbezogener Daten unter dem Data Act muss auf einer bestehenden Rechtsgrundlage gem. Art. 6 DSGVO beruhen. Für den Zugang und die Weitergabe von Daten muss geklärt werden, ob der Nutzer die betroffene Person ist. Ist dies der Fall, kann die Einwilligung als Rechtsgrundlage dienen. Ist der Nutzer nicht die betroffene Person, sind andere Rechtsgrundlagen erforderlich, wie z.B. rechtliche Verpflichtungen. Daten können von staatlichen Stellen unter bestimmten Voraussetzungen bereitgestellt werden, insbesondere im Falle eines öffentlichen Notstands.

Danach wurde im Rahmen des weiteren Konfliktpotenzials zwischen Data Act und DSGVO der Datenzugang am Gerät erläutert. Trotz scheinbarer Gegensätze ergänzen sich das

Konzept des Data Act von Accessibility by Design bzw. by Default und der Grundsatz von Privacy by Design bzw. by Default der DSGVO, indem sie den Nutzern einen einfachen Zugang zu ihren Daten ermöglichen und gleichzeitig hohe Datenschutzstandards gewährleisten. Die Herausforderung liegt in der Umsetzung beider Prinzipien, um sicherzustellen, dass Zugänglichkeit und Datenschutz Hand in Hand gehen. Dadurch würde das Vertrauen der Nutzer gestärkt und zeitgleich die Entwicklung sicherer und benutzerfreundlicher vernetzter Produkte gefördert werden. Eine weitere Herausforderung der Zukunft besteht darin, einen Weg zu finden, der sowohl die Ziele des Data Act als auch die strengen Datenschutzerfordernungen der DSGVO berücksichtigt.

Die Analyse der Konvergenzen und Divergenzen zwischen dem Data Act und der DSGVO zeigt, dass beide Verordnungen in einigen Bereichen harmonisieren, während sie in anderen deutliche Unterschiede aufweisen. Ein Beispiel hierfür ist, dass sowohl der Data Act als auch die DSGVO das Recht des Nutzers auf Datenzugang und -weitergabe anerkennen. Durch die Erweiterung auf Daten, die von vernetzten Produkten oder verbundenen Diensten generiert werden, ergänzt der Data Act insbesondere das in der DSGVO verankerte Recht auf Datenübertragbarkeit. Zudem werden durch den Data Act auch die Bedingungen für die Ausübung dieser Rechte vereinfacht. Auf der Gegenseite zeigt sich bei der Betrachtung der Aktivlegitimation, Fristen der Datenbereitstellung, Löschung von Daten und der (Un-)Entgeltlichkeit, dass der Data Act in einigen Aspekten von der DSGVO abweicht. Während der Data Act den Kreis der zur Datenanfrage berechtigten Personen erweitert und strengere Anforderungen an die Datenbereitstellung fordert, weichen die Regelungen zur Datenlöschung und zur Entgeltlichkeit der Datenbereitstellung zwischen den beiden Verordnungen ab.

Abschließend wurde sich mit der behördlichen Durchsetzung auseinandergesetzt. Hierbei lag der Fokus auf den zuständigen Behörden, dem Beschwerderecht, den Rechtsbehelfen sowie den Sanktionen. Jeder Mitgliedstaat muss eine oder mehrere Behörden benennen, die für die Durchsetzung des Data Act zuständig sind. Diese Behörden müssen Erfahrung im Bereich Daten und elektronische Kommunikationsdienste haben. Sind personenbezogene Daten involviert, sind die Aufsichtsbehörden der DSGVO zuständig. Schwierig wird es dann, wenn personenbezogene sowie nicht-personenbezogene Daten untrennbar in einem Datensatz miteinander verknüpft sind. In diesem Fall empfehlen EDSA und EDSB, dass die Behörden des Data Act vorrangig zuständig sein sollen. Diesbezüglich erscheint es als sinnvoll, die bestehende Behörde der DSGVO mit der Kontrolle und Durchsetzung des Data Act zu betrauen, anstatt eine neue Behörde zu errichten. Dies würde zu einer Vereinfachung führen, da betroffene Personen oder Organisationen bei Fragen oder sonstigen Anliegen, wie beispielsweise dem ihnen gewährten Recht auf Beschwerde oder Rechtsbehelf, nur Kontakt zu einer zuständigen Behörde aufnehmen müssen. Dadurch würden Zeit und Kosten erspart bleiben. Die Frage, ob die kontaktierte Behörde für den konkreten Sachverhalt zuständig ist, entfällt somit. Gerade bei untrennbaren Datensätzen wird eine vorgelagerte Zuständigkeitsprüfung somit hinfällig. Beschwerderecht und Rechtsbehelfe sind im Data Act verankert. Nationales Recht bestimmt die Verfahrensstandards. Jede Person kann bei Verstößen gegen ihre Rechte Beschwerde einlegen. Zusätzlich gibt es Möglichkeiten für gerichtliche Überprüfungen von Entscheidungen der Behörden. Schließlich legt der Data Act fest, dass Mitgliedstaaten wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen festlegen müssen. Die Rolle des Europäischen Dateninnovationsrates ist dabei hervorzuheben, da er Empfehlungen für die Festlegung von Sanktionen gibt. Mitgliedstaaten müssen ausgearbeitete Sanktionen bis zum 12.09.2025 der EU-Kommission mitgeteilt haben.

Die Untersuchung des Data Act im Kontext der Datenschutzregelungen der DSGVO zeigt ein komplexes Zusammenspiel zwischen dem neuen Bestreben, den Datenzugang und die

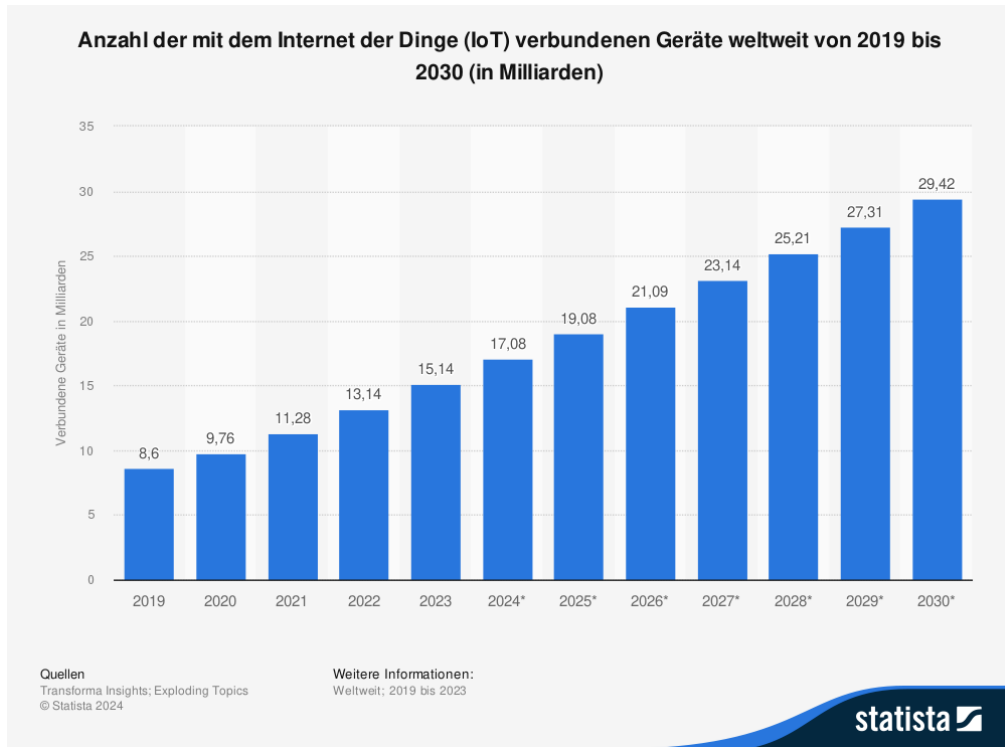
Datennutzung innerhalb der Europäischen Union zu verbessern, und dem etablierten Schutz personenbezogener Daten. Die Harmonisierung von Data Act und DSGVO hat das Ziel, sowohl die datengesteuerte Innovation als auch den Datenschutz zu stärken. Eine Integration der Durchsetzungsmechanismen des Data Act in bestehende Datenschutzbehörden könnte dabei helfen, Doppelarbeit zu vermeiden und die Rechtssicherheit für Betroffene zu erhöhen. Trotz der Herausforderungen, die sich in Zukunft ergeben mögen, schafft der Data Act einen Ansatz für eine ausgewogenere Datenwirtschaft in der EU.

Ob der Data Act eine Bedrohung der Privatsphäre oder der Schlüssel zu einer datengesteuerten Zukunft ist, hängt maßgeblich von der Implementierung und der praktischen Auslegung der Regelungen ab. Der Data Act hat das Potenzial, als Katalysator für Innovation und Wachstum in der digitalen Wirtschaft der EU zu fungieren, ohne dabei den Datenschutz zu kompromittieren. Die Herausforderung besteht darin, eine ausgewogene Umsetzung zu finden, die sowohl die datengetriebene Entwicklung fördert als auch die Privatsphäre und die Rechte der Einzelnen schützt. Ein sorgfältig abgewogenes Vorgehen und kontinuierliche Anpassungen werden entscheidend sein, um ein Gleichgewicht zwischen diesen Zielen zu erreichen. So kann eine Zukunft gestaltet werden, in der Datenschutz und Innovation als komplementäre Ziele betrachtet werden.

Anhang

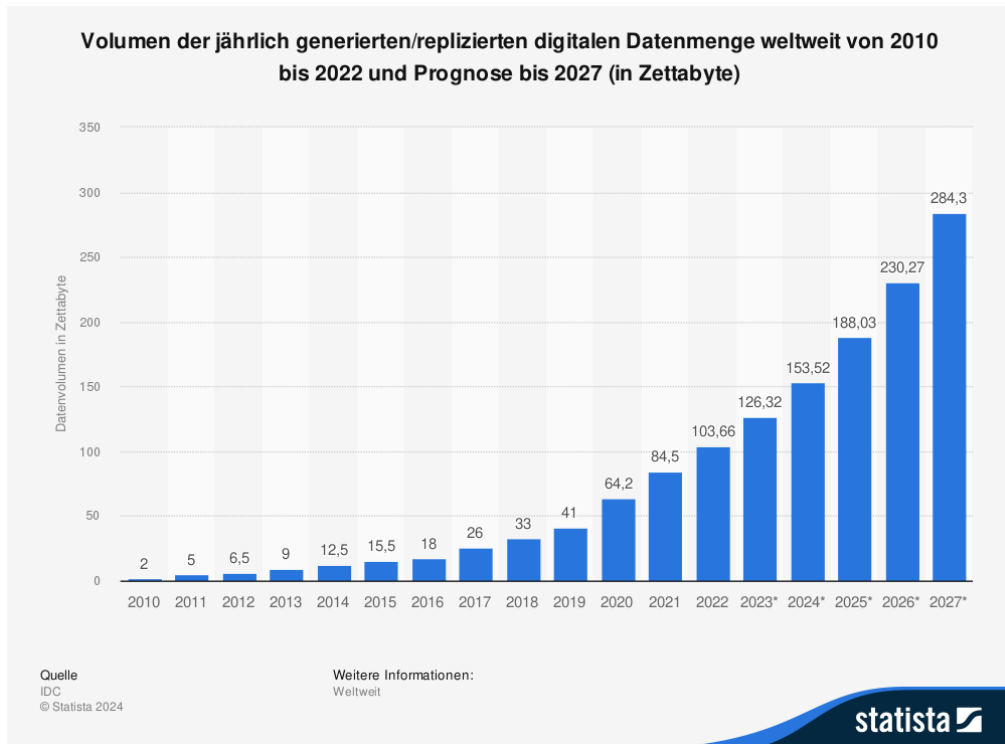
Anhang 1:

Zitierte Statistik von Transforma Insights; Exploring Topics



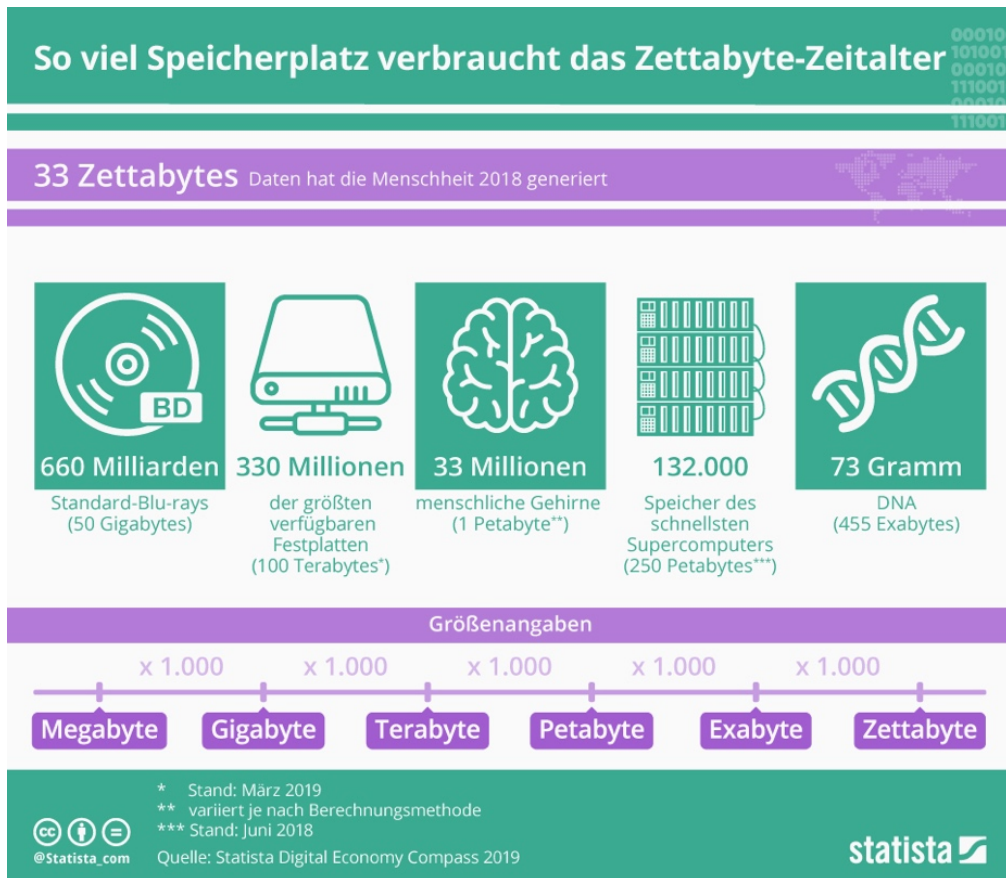
Anhang 2:

Zitierte Statistik von IDC



Anhang 3:

Zitierte Infografik von Matthias Brandt



Literaturverzeichnis

- Assion, Simon/Willecke, Lukas*: Der EU Data Act, MMR, Heft 11 2023, S. 805.
- Bayrisches Landesamt für Datenschutzaufsicht*: Auslegungshilfe Abgrenzung Auftragsverarbeitung, o.O., 2019.
- Bomhard, David*: Der Anwendungsbereich des Data Act, MMR, Heft MMR-Beilage 2024, S. 71.
- Bomhard, David/Merkle, Marieke*: Der Entwurf eines EU Data Acts, RD, Heft 4 2022, S. 168.
- Boßow-Thies, Silvia/Hofmann-Stölting, Christina/Jochims, Heike* (Hrsg.): Data-driven Marketing: Insights aus Wissenschaft und Praxis, Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden, 2020.
- DAV*: Stellungnahme des Deutschen Anwaltvereins durch den Ausschuss Informationsrecht, den Ausschuss Geistiges Eigentum und den Ausschuss Europa zum Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rats über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung (Datengesetz) vom 23. Februar 2022 - COM(2022) 68 final, Brüssel, Stellungnahme Nr.: 40/2022, 2022.
- EDPB*: Leitlinien 07/2020 zu den Begriffen „Verantwortlicher“ und „Auftragsverarbeiter“ in der DSGVO Version 2.0, o.O., Version 2.0, 2021.
- EDPB*: Leitlinien 01/2020 zur Verarbeitung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit vernetzten Fahrzeugen und mobilitätsbezogenen Anwendungen, o.O., Version 2.0, 2021.
- Gola, Peter/Heckmann, Dirk*: Datenschutz-Grundverordnung Bundesdatenschutzgesetz, Kommentar, 3. Aufl. 2022, C.H. Beck, München.
- Golland, Alexander*: Datenschutz beim Einsatz künstlicher Intelligenz im Unternehmen, NWB, Ausgabe 06/2024, S. 420.
- Hennemann, Moritz/Steinrötter, Björn*: Data Act – Fundament des neuen EU-Datenwirtschaftsrechts?, NJW, Heft 21 2022, S. 1481.
- Holznagel, Bernd/Freese, Benedikt*: EU Data Act: Ein wichtiger Baustein in der Europäischen Datenstrategie, EuZ, Ausgabe 01/2023, A 2.
- Krause, Niklas/Maasjost, Finja*: Vereinbarkeit von Data Act und DS-GVO, ZD-Aktuell, Heft 1 2024, S. 01494.
- Kühling, Jürgen/Buchner, Benedikt* (Hrsg.): Datenschutz-Grundverordnung/BDSG, Kommentar, 4. Aufl. 2024, C.H. Beck, München.
- Kunkel, Carsten/Schoewe, Juliana*: Zur Zulässigkeit automatisierter Entscheidungen im Einzelfall einschließlich Profiling im Sinne des Art. 22 DSGVO – Praxisrelevanz und Wirksamkeit der Norm in Zeiten von Big Data und KI, in: Barton, Thomas/Müller, Christian (Hrsg.), Künstliche Intelligenz in der Anwendung: Rechtliche Aspekte, Anwendungspotenziale und Einsatzszenarien, Springer Fachmedien, Angewandte Wirtschaftsinformatik, Wiesbaden, S. 9–23.

- Louven, Sebastian*: Vorschriften im Data Act zur Ausgestaltung und Kompensation von Datenbereitstellungspflichten, MMR, Heft MMR-Beilage 2024, S. 82.
- Paal, Boris/Pauly, Daniel (Hrsg.)*: Datenschutz-Grundverordnung Bundesdatenschutzgesetz, Kommentar, 3. Aufl. 2021, C.H. Beck, München.
- Paal, Boris/Fenik, Maroš*: Access to Data in the Data Act Proposal, ZfDR, Heft 3 2023, S. 249.
- Podszun, Rupprecht*: Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks Bd. 8, 1. Aufl. 2023, Nomos, Baden-Baden.
- Podszun, Rupprecht/Pfeifer, Clemens*: Datenzugang nach dem EU Data Act: Der Entwurf der Europäischen Kommission, GRUR, Heft 13 2022, S. 953.
- Remke, Carmen*: Rechtsdurchsetzung unter dem Data Act, MMR, Heft MMR-Beilage 2024, S. 117.
- Richter, Stephanie*: Vereinbarkeit des Entwurfs zum Data Act und der DS-GVO, MMR, Heft 3 2023, S. 163.
- Schmidt-Kessel, Martin*: Heraus- und Weitergabe von IoT-Gerätedaten, MMR, Heft MMR-Beilage 2024, S. 75.
- Schricker, Julia*: Wie sehen die Unternehmen die neue Datenschutzgrundverordnung?, ifo Schnelldienst, ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, Bd. 71, Ausgabe 15 2018, S. 35.
- Simitis, Spiros/Hornung, Gerrit/Spiecker genannt Döhmann, Indra (Hrsg.)*: Datenschutzrecht, Kommentar, 1. Aufl. 2019, Nomos, Baden-Baden.
- Specht-Riemenschneider, Louisa*: Der Entwurf des Data Act, MMR, Heft MMR-Beilage 2022, S. 809.
- Steinrötter, Björn*: Verhältnis von Data Act und DS-GVO, GRUR, Heft 4 2023, S. 216.
- Wolff, Heinrich Amadeus/Brink, Stefan/Ungern-Sternberg, Antje v. (Hrsg.)*: BeckOK Datenschutzrecht, Kommentar, 46. Edition Stand: 01.01.2023, C.H. Beck, München.

Detecting companies' willingness to invest in their sustainable transformation – relevant factors and their evaluation.

Bachelorarbeit

an der
FH Aachen
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)
Erstprüfer: Prof. Dr. rer. pol. Mathias Eggert
Eingereicht am: 07.03.2024

vorgelegt von
Titus Thamm
aus Bonn

Abstract

Purpose – The aim of this paper is to evaluate companies' willingness to invest in sustainable transformation. This evaluation is based on various company-specific factors, which are analysed to determine their impact on the companies' willingness to sustainable transformation. The analysis aims to provide a nuanced understanding of factors that influence corporate investment in sustainable practices and transformation initiatives.

Design/methodology/approach – This paper evaluates a set of hypotheses on factors affecting companies' willingness to invest in their sustainable transformation. These hypotheses are formulated through a detailed analysis of selected academic works and then evaluated by empirical analysis using the CRISP-DM methodology for structured data analysis. Various machine learning techniques, including linear regression, random forests, and artificial neural networks were used to investigate the influencing factors thoroughly.

Findings – The empirical analysis demonstrates that a company's credit score and industry sector have little influence on how willing it is to invest in sustainable transformation. The willingness of a company to invest in sustainable transformation is, however, significantly influenced by company size (total assets), fixed and current assets, and equity-oriented capital structure.

Originality/value – This thesis offers empirical evidence regarding the factors that drive companies' willingness to invest in their sustainable transformation. Additionally, it lays the groundwork for future research in this area, providing valuable insights and directions for subsequent studies.

Table of content

Abstract.....	II
Table of content.....	III
Figure Legends	IV
Table Legends	V
List of Abbreviations	VI
1 Motivation	1
2 Foundations	3
2.1 Machine Learning	3
2.2 Metrics for Machine Learning.....	6
2.3 Corporate Sustainability Measurement	8
2.4 Research Gap	9
3 Hypotheses Formulations	12
4 Methodology.....	14
4.1 Method	14
4.2 Business Understanding	15
4.3 Data Understanding.....	16
4.4 Data Preparation	16
4.5 Modelling	17
4.6 Evaluation and Deployment	18
5 Results	19
5.1 Label Identification	19
5.2 Iteration 0 – Data Pipeline Implementation	20
5.3 Iteration 1 – First Modelling	23
5.4 Iteration 2 – Removal of Outliers.....	25
5.5 Iteration 3 – Label Customization	26
5.6 Iteration 4 – Further Refinements.....	27
5.7 Iteration 5 – Label Distribution.....	29
6 Discussion of Hypotheses and Future Research	31
Appendix	36
A Group Discussion	36
B Correlation Matrix.....	38
References.....	39

Figure Legends

Figure 1	Process of supervised machine learning	4
Figure 2	Metrics confusion matrix.....	7
Figure 3	Lifecycle of CRISP-DM	14
Figure 4	Data pipeline process	20
Figure 5	Iteration 1 – Confusion matrix.....	24
Figure 6	Total assets distribution	25
Figure 7	Iteration 2 – Confusion matrix.....	26
Figure 8	Iteration 3 – Confusion matrix.....	27
Figure 9	Iteration 4 – Confusion matrix.....	28

Table Legends

Table 1	Characteristics of corporate sustainability	9
Table 2	List of experts	15
Table 3	Feature importances and metric results	23
Table 4	Hypothesis results	31

List of Abbreviations

ANN	Artificial neural network
CV	Cross validation
LR	Linear regression
MaStR	Marktstammdatenregister (Market master data register)
ML	Machine learning
MSE	Mean squared error
RF	Random forest

1 Motivation

The importance of sustainable practices is increasing in the modern business world as companies are under growing pressure to adopt sustainable practices due to heightened environmental awareness among society, consumers, and stakeholders (Müller and Pflieger 2014). Additionally, regulatory requirements have been becoming more stringent, necessitating companies to be transparent about their environmental impact (European commission 2022; Nicolăescu et al. 2015). Moreover, sustainability is a critical factor for the long-term success and consistency of companies, extending beyond their responsibility towards the environment and society (Khan 2022).

While current scientific literature covers various aspects of corporate sustainability, such as sustainable business models, sustainability reporting, and the significance of sustainable banking practices, it does not cover any information about factors that may indicate a company's willingness to invest towards sustainability. The literature suggests that the manufacturing industry is suitable for sustainable practices (Pramudyastuti et al. 2023). Furthermore, a sustainable transformation of a company is associated with financial hurdles (Müller and Pflieger 2014). The distribution of liabilities and equity in a company's capital structure is considered crucial for sustainable performance (Kaawaase et al. 2022). Additionally, a company's sustainable strategy may be influenced by its size, which could serve as an indicator of its willingness to invest in sustainable transformation (Balasubramanian et al. 2021). According to the literature, the use of renewable energies, such as photovoltaics, is considered the most crucial element of a sustainable business model (Abbas et al. 2020; Mignon and Bankel 2023).

This thesis holds significant importance for stakeholders and investors within the financial sector, who are nowadays placing higher emphasis on sustainability (Akomea-Frimpong et al. 2022; Nosratabadi et al. 2020). Financial institutions are increasingly obliged to invest in sustainable business models. A key part of this role involves identifying companies that demonstrate a strong willingness to achieving sustainable transformation. Once these companies are identified, financial institutions can then provide client-oriented sustainable practices to help achieve their sustainability goals. One vital area where financial institutions can exert influence is by encouraging investments in renewable energy sources, like photovoltaic systems. By identifying and supporting companies that are willing to transform sustainably, financial institutions actively contribute to the promotion of a green economy while securing their investments (Akomea-Frimpong et al. 2022; Bali Swain et al. 2022). Moreover, this information is also crucial for other stakeholders who need to make informed decisions about investing in such companies. The question they face is whether to invest in companies actively engaging in sustainability or risk associating with firms that may fall behind in the increasingly competitive sustainable business environment. This perspective is supported by Khan, who asserts that sustainability is a key determinant of long-term success in the modern business landscape (Khan 2022).

This thesis aims to determine whether a company's willingness to invest in sustainable transformation can be identified based on a set of influencing factors. Therefore, this thesis formulates well-founded hypotheses based on a careful consideration of theoretical foundations. The hypotheses are then tested as part of a comprehensive empirical analysis to determine their validity and significance. This provides a deeper understanding of the factors that contribute to sustainable corporate transformation. The empirical analysis

comprises balance sheet data, including fixed, current, and total assets, financing data, such as creditworthiness and capital structure, and other company data, such as industry.

Following the background, Chapter 2 presents the theoretical foundations. It provides an introduction to machine learning, including metrics for evaluating machine learning models and the measurability of sustainability. Additionally, it highlights the differences between this work and previous research. Chapter 3 presents the hypotheses based on individual company factors, which are critical to understanding the analysis that follows. Chapter 4 discusses the methodology, specifically the CRISP-DM method and its application in the context of machine learning techniques. It explains how the empirical analysis was conducted to test the hypotheses and analyze the data. Chapter 5 presents the results of the empirical analysis, beginning with an explanation of the label composition, followed by a presentation of the iterative model results. The text discusses the iterative optimization of the model and demonstrates how incremental adjustments led to improved results. Chapter 6 provides a critical evaluation of the hypotheses presented in Chapter 5 to determine whether they are supported or contradicted. Additionally, this chapter outlines the limitations of this thesis and suggests areas that may require further consideration. Finally, this study offers a prospective view by suggesting avenues for future research that could build on the findings.

2 Foundations

2.1 Machine Learning

ML is considered a subfield of artificial intelligence, while artificial intelligence is considered a subfield of computer science (Raschka et al. 2020; Somvanshi et al. 2016). ML is an experience-based concept as it develops algorithms to recognise hidden patterns and relationships, build models and predict outcomes by learning from historical data without explicit programming (Raschka et al. 2020). The basic idea is to adapt the learning process of the human brain for computer applications, which Somvantshi et al. define as "the ability of machines to learn" (Somvanshi et al. 2016).

In the context of ML algorithms, the basic elements are variables, so-called features, which are used to train the model. Another crucial element in this area is the label, which represents the solution corresponding to the features (Soofi and Awan 2017). The classification of ML algorithms depends on the availability of labelled data, which leads to two main categories: supervised learning and unsupervised learning (Alloghani et al. 2020).

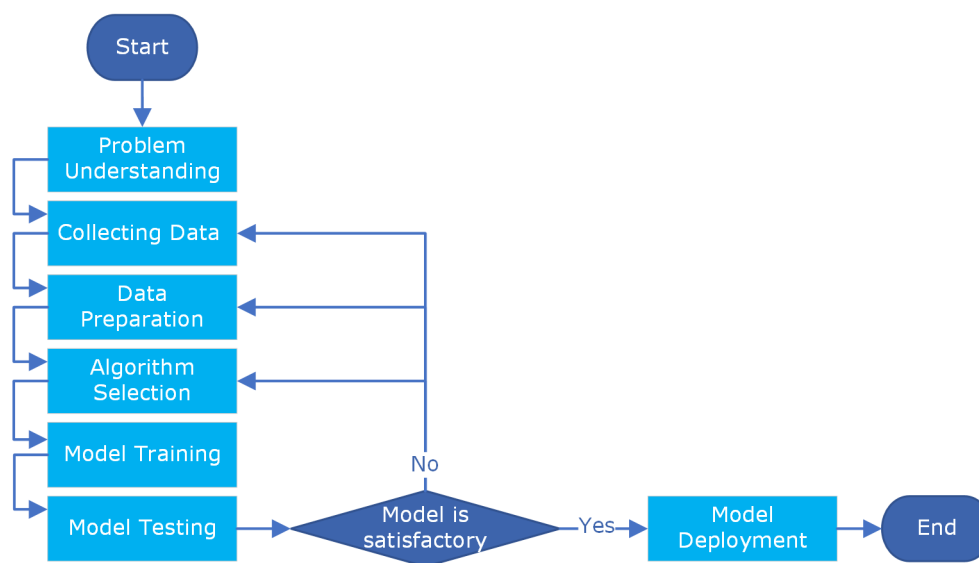
Unsupervised learning

The term unsupervised learning is used when working with a data set that does not contain any labels (Alloghani et al. 2020). An example of an unsupervised learning algorithm is clustering. In clustering, the algorithm learns to classify the training data into different clusters. If new data is then introduced into the model, the clusters to which the new data most closely corresponds can be identified (Géron 2023). This is particularly useful for large data sets, as it enables an initial exploration of the data structure and the identification of potential relationships between data points (Nasteski 2017).

The models of supervised ML, which are explained in the following, are particularly relevant to the research objective of this thesis.

Supervised learning

Supervised learning requires a dataset that is labelled (Alloghani et al. 2020). It analyses and examines training data to create a model that can be used to assign new sample data to a specific class or predict a continuous outcome (Somvanshi et al. 2016).



Adapted from Osisanwo et al. (2017).

Figure 1 Process of supervised machine learning

Figure 1 shows a standard process for supervised learning. Based on the understanding of the problem, the next step is to determine the required data set. This is followed by careful data preparation, which includes tasks such as normalisation, splitting the dataset and handling non-numerical features. An algorithm is then selected and trained using the intended training dataset. The subsequent evaluation of the model on the test set determines its effectiveness and leads either to the finalisation of the model or to a further iteration of the process if the model's data is not yet satisfactory. This iterative approach emphasises the dynamic and adaptive nature of the supervised learning process and strives for optimal model performance and prediction accuracy (Osisanwo et al. 2017). Within supervised learning, algorithms can be divided into two categories: Classification and regression algorithms (Alloghani et al. 2020). Regression models are specifically designed to predict continuous outcomes (Maulud and Abdulazeez 2020). An example of regression is the prediction of stock prices based on historical data (Plaue 2023). Classification involves categorising labels into specific classes, with a binary classification distinguishing between two classes and a multi-class classification involving more than two classes, for example distinguishing between humans and animals or between different animals such as dogs, cats and mice (Géron 2023).

In ML, the data set used for the analysis is systematically divided into two different sets: the training set and the test set. The training dataset, which accounts usually for about 80% of the data, is used to train the model, while the test dataset, which represents the remaining part, is used to evaluate the performance of the model. It is imperative that the training and test data are mutually exclusive, with their separation being random (Géron 2023). This precaution is crucial to prevent the model from learning certain patterns from the training dataset and consequently not providing accurate predictions for new, unseen data. Such a challenge is known as overfitting, where the model achieves better predictions for the existing dataset but cannot be generalised for more comprehensive predictions. A good ML model is therefore characterised by its ability to make well-generalised predictions for different data sets (Ying 2019).

A few algorithms are described below:

1. *Linear regression*

LR is a basic and widely used algorithm in ML (Maulud and Abdulazeez 2020). This simple algorithm is designed to detect relationships between a dependent variable and either one independent variable (simple LR) or multiple independent variables (multiple LR). The essence of this mathematical model is its ability to predict a continuous target variable (Nasteski 2017). A simple LR is characterised by the fact that optimal values for the y -intercept and the slope of the regression line are determined (Rong and Bao-wen 2018). To obtain the best fit values for the y -intercept and the slope, the *least squares method* is used. This method is based on minimising the sum of squared offsets, which quantifies the vertical deviations between the data points and the corresponding values predicted by the linear function (Maulud and Abdulazeez 2020).

2. *Decision tree*

Decision trees are frequently used in the field of ML due to their versatility in handling regression and classification tasks. They are known for their ease of interpretation and ability to recognise complex patterns in data (Schonlau and Zou 2020).

A decision tree consists of three different types of nodes: the root node, the internal nodes and the leaves. The root node serves as the fundamental point at which the first decision is formulated. Internal nodes, which are characterised by a single incoming edge and two or more outgoing edges, act as intermediaries in the decision-making process. These nodes play a central role in the selection based on the input data. Finally, the leaves represent terminal nodes, located at the end of the tree, each associated exclusively with a particular class that represents the target value. Together, these hierarchical components contribute to the decision tree's ability to systematically subdivide and classify the input data (Nasteski 2017). Decision trees can reach their limits in complex problems, especially as they are prone to overfitting which happens for example when the tree is too complex (Schonlau and Zou 2020). To avoid overfitting in decision trees, it's important to prune them. The scikit-learn library provides several parameters for this purpose, including *max_features* and *max_depth*, which help to manage the complexity of the trees (Géron 2023).

3. *Random Forest*

RF's, characterised as an ensemble of randomised decision trees, are an effective method in ML (Schonlau and Zou 2020). They are based on the creation of numerous decision trees, with each tree having slight variations. This method helps to overcome the challenge of overfitting by averaging the results of each tree, leading to a more balanced and reliable result (Rigatti 2017; Schonlau and Zou 2020). A key feature of RF's is their ability to evaluate the importance of features in the decision making, a function known as *feature importance*. These values provide deep insights into the importance of individual features and assists in interpreting the underlying patterns and relationships in the data (Kunapuli 2023). Another advantage of RF's is that they do not require pruning – the need to simplify the decision trees to prevent overfitting (Breiman 2001). This is achieved by two main methods of the model: *bootstrap sampling* and the *random selection of features* for each tree. In bootstrap sampling, a random subset of the training dataset is selected for each decision tree, which contributes to the diversity of the model (Schonlau and Zou 2020).

The method of random feature selection, in which different features are randomly selected for each tree, increases the resistance of the overall model to overfitting (Schonlau and Zou 2020).

The complexity of RFs leads to difficulties in interpretation. The merging of numerous decision trees makes it challenging to understand the overall model. Therefore, this ML model is referred to as a black box algorithm (Schonlau and Zou 2020).

4. Artificial neural networks

ANN's are a fundamental component of ML and simulate the way the human brain works by recognising and interpreting complex patterns in data. These networks are made up of different layers of neurons, each of which processes data and passes on signals to subsequent layers (Plaue 2023).

The architecture of an ANN comprises input, hidden and output layers. Each neuron in these layers processes input data and forwards the result to the next layer. The process involves activation functions and the adjustment of weights to approximate the input values to the output values. This is done using algorithms such as gradient descent, which optimises the network weights (Schmidhuber 2015).

ANN's can be used in a variety of areas, including image and speech recognition, financial modelling and natural language processing. Their ability to learn from large amounts of data makes them particularly valuable for tasks that require complex data interpretation (Xin et al. 2018). There are different types of ANNs for specific applications. Convolutional neural networks (CNNs) are ideal for image processing, while recurrent neural networks (RNNs) are suitable for processing sequential data such as text or time series (Xin et al. 2018).

In addition to the challenge of interpretability, ANNs also face problems such as overfitting and the need for extensive training data sets (Osisanwo et al. 2017). A popular and effective approach to avoid overfitting in ANNs is the drop-out method. This involves temporarily deactivating randomly selected connections between neurons during training. This promotes variability in the network and prevents neurons from adapting too strongly to specific features of the training data (Ying 2019). Similar as RF's, ANN's are also known as black box models (Raschka et al. 2020).

2.2 Metrics for Machine Learning

In ML, assessing the accuracy of model predictions is crucial to evaluate the quality of a model and to continuously improve it (Ferri et al. 2009; Ying 2019). Metrics allow an objective comparison of different approaches to improve the model, such as the integration of different feature combinations (Botchkarev 2019). There are many metrics available after an analysis. However, it is important to note that certain metrics are differently suitable depending on the type of ML problem (Ferri et al. 2009; Hossin and Sulaiman 2015).

In supervised learning, a distinction is made between regression and classification, each of which has specific metrics (Duchesnay et al. 2021).

Regression

In regression models that aim to predict continuous values, the following three metrics are common. The first metric is the *Mean Absolute Error* (MAE). The MAE measures the average absolute difference between the actual value and the model predicted value. It provides

direct insight into the average size of the error (Ferri et al. 2009). The *Mean Squared Error* (MSE) goes one step further and calculates the square of the average difference between the actual and predicted values. By squaring the errors, larger errors have greater impact, allowing the MSE to provide a more balanced view of the error distribution. This is particularly useful for understanding how the model deals with larger deviations (Gong 2021). Another important value is the *R-squared* (R^2). R^2 , also known as the coefficient of determination in science, measures the proportion of the variance in the dependent variable that is explained by the model (Duchesnay et al. 2021). An R^2 value of one indicates perfect predictive accuracy of the model, meaning that the model fully explains the variance of the dependent variable. On the other hand, an R^2 value of zero indicates that the model has no better predictive power than a simple random guess. The R^2 value can even be negative in some cases, which may seem contradictory at first, as the term squared normally implies non-negativity. However, a negative R^2 value occurs when the model predicts worse than a simple model using only the mean of the dependent variable as the predictor (Plaue 2023).

Classification

Classification models are used in data analysis to identify and predict discrete classes or categories. The performance of these models is evaluated using specific metrics based on four key components which are represented in Figure 2.

		Actual Class	
		1	0
Predicted Class	1	True Positive	False Positive
	0	False Negative	True Negative

Adapted from Gong (2021).

Figure 2 Metrics confusion matrix

These include *false positives*, where the model incorrectly predicts a positive result when the actual result is negative. *True positives* are situations where the model correctly predicts a positive outcome. *False negatives* occur when the model incorrectly indicates a negative result when the correct classification would be positive. Finally, *true negatives* represent cases where the model correctly predicts a negative outcome, demonstrating its ability to effectively identify negative cases (Gong 2021). These four key elements are crucial for calculating metrics such as *accuracy*, *precision* and *recall*, which provide a comprehensive assessment of model performance by showing how well the model can discriminate between different classes and make correct predictions.

A key metric in this context is the accuracy metric, which indicates the percentage of correctly classified cases in the total dataset. This metric is easy to understand due to its simplicity and directness. However, it can lead to biased interpretations in datasets with an uneven distribution of classes and is therefore not always reliable (Hossin and Sulaiman 2015). Another metric of classification models is precision. This metric assesses the extent to which cases classified as positive by the model are actually positive (Ferri et al. 2009). In a classification model, the precision metric provides information about the degree of confidence that can be placed in the model's predictions when it classifies an individual as

positive (Grandini et al. 2020). A next key parameter in the analysis of classification models is recall, also known as sensitivity. Recall measures what percentage of actual positive cases were correctly identified as such by the model (Hossin and Sulaiman 2015). This metric is crucial for assessing how effective the model is at identifying all relevant cases. However, a high recall can be misleading, especially if it reaches 100%, because the model's predictions focus exclusively on one class (Plaue 2023). Both precision and recall are not meaningful when considered individually. The F1 score, which is defined as the harmonic mean of precision and recall, is used to strike a balance between these two metrics. It is especially informative for data sets with an uneven distribution (Duchesnay et al. 2021; Gong 2021).

Choosing the right metric is critical to properly evaluating the performance of a ML model. However, no single metric can fully capture all aspects of a model's performance. Therefore, it is often useful to combine several metrics to get a more complete picture of a model's performance. This approach allows the strengths and weaknesses of a model to be assessed from different perspectives, providing a solid basis for continuous improvement and adaptation of the ML process (Ferri et al. 2009).

2.3 Corporate Sustainability Measurement

Corporate sustainability is a multifaceted concept that at its core is based on the idea of meeting a company's present needs without jeopardising the ability of future generations to meet their own needs (Sharma and Henriques 2005). Bansal defines corporate sustainability as a three-dimensional construct that rests on the pillars of economic prosperity, social justice and environmental integrity (Bansal 2005).

The ESG (Environment, Social and Governance) concept was developed to measure and categorise companies in terms of their sustainability. The three criteria for measuring sustainability – environmental, social and governance – address different aspects in order to assess the long-term sustainability of a company (Khan 2022). The environmental aspect covers the company's ecological impact, which is influenced by factors such as greenhouse gas emissions or energy consumption. Positive influences can be achieved through the integration of renewable energy sources such as photovoltaics (Ali Jan et al. 2023). The social aspect includes internal factors such as employee satisfaction and social responsibility along the supply chain. Corporate governance focuses on management and ethical corporate governance and aims to promote a sustainable corporate climate (Li et al. 2021). The measurability of sustainability is essential as it serves as an important indicator for investors and customers to evaluate the responsibility and sustainable performance of a company (Nicolăescu et al. 2015; Siew 2015). Various frameworks have been developed to support the measurement of sustainability. One framework that companies can use as a guide is the *Global Reporting Initiative*. This framework provides guidelines and standards for reporting and assessing sustainability performance to help companies standardise and compare their sustainability reports (Qureshi et al. 2020).

Quantifying corporate sustainability is a complex process that aims to make the performance of ESG criteria measurable and transparent. The assessments enable companies to monitor and strategically manage their progress towards sustainability goals (Pollman 2022). Challenges in measuring sustainability arise from the unclear definition of sustainability and the difficulty of dividing the complex topic into three categories (Moneva et al. 2006).

2.4 Research Gap

This chapter examines the research gap in identifying companies' willingness to invest in sustainable transformation. A thorough analysis of relevant academic journals and conference papers on the topic of corporate sustainability was conducted to determine the extent to which existing publications and authors have addressed factors of identifying the willingness of a company to invest in sustainable transformation and to identify any gaps. The literature search identified 24 scientific publications that detail potential corporate characteristics suitable for a sustainable business model and their transformation which are listed in Table 1 below.

This thesis takes into account several characteristics to evaluate companies, including their industry sector, company size, credit rating, energy consumption and capital structure. Industry sectors group companies with similar business activities, such as manufacturing, services or retail. The size of a company in this study is determined by its total assets. The credit score gives an impression of the credit worthiness of a company, while its energy consumption is the total amount of energy it uses. Finally, a company's capital structure is defined by the balance between its equity and liabilities.

Scientific papers	Industry	Company size	Credit score	Energy consumption	Capital structure
Lee (2008)		X			
Reverte (2009)	X	X			
Abdo and Al-Drugi (2012)		X			
Bocken et al. (2014)				X	
Müller and Pflieger (2014)			X		
Bhatia and Tuli (2017)	X	X	X		X
Bengtsson et al. (2018)				X	
McCollum et al. (2018)				X	
Abbas et al. (2020)				X	
Nosratabadi et al. (2020)				X	
Younis and Sundarakani (2020)	X	X			
Balasubramanian et al. (2021)		X			
Akomea-Frimpong et al. (2022)				X	
Alijoyo and Shodikin (2022)				X	
Bali Swain et al. (2022)				X	
Gomez-Trujillo and Gonzalez-Perez (2022)				X	
Ferreira et al. (2022)			X	X	
Kaawaase et al. (2022)				X	X
Sebhatu and Enquist (2022)				X	
Shaikh et al. (2022)				X	
Silveira et al. (2022)	X			X	
Fischer et al. (2023)	X		X		
Mignon and Banke (2023)				X	
Pramudyastuti et al. (2023)	X		X		

Table 1 Overview of research objects

The impact of industry affiliation on a company's sustainability efforts is a topic of extensive academic research. Fischer et al. argue that corporate sustainability is focused on producing goods or services and can differ not only between industries but also within them (Fischer et al. 2023). Silveira et al. highlight the significance of industry-specific differences in determining the success of sustainable business models (Silveira et al. 2022). Reverte's

study demonstrates that identifying companies that prepare sustainability reports are closely linked to their industry affiliation (Reverte 2009). Pramudyastuti et al. note that sustainable business modelling is a significant contribution, especially in the manufacturing industry (Pramudyastuti et al. 2023). Younis and Sundarakani highlight the crucial role of the industry in sustainable supply chains (Younis and Sundarakani 2020).

The company size is another factor, which repeatedly comes up in the literature review. In their study, Abdo and Al-Drugi examine the role of company size in relation to sustainability reporting and show that larger companies are more likely to publish reports (Abdo and Al-Drugi 2012). Balasubramanian et al. extend the discourse by stating that company size influences an organisation's environmental strategy (Balasubramanian et al. 2021). Lee emphasises that greater availability of resources and organisational capabilities increases a company's willingness to invest in sustainable practices (Lee 2008). Younis and Sundarakani confirm a positive correlation between company size and a company's environmental, economic and social performance (Younis and Sundarakani 2020).

Moreover, academic research discusses the role of financial aspects in the implementation of sustainable business practices. It is argued that investments in sustainability often represent financial burdens that may only pay off in the long term through the fulfilment of stakeholder needs (Müller and Pflieger 2014). This view emphasises the challenges for small and medium-sized enterprises, which need effective cash flow management to secure their liquidity and implement sustainable practices (Pramudyastuti et al. 2023). In addition, the availability of financial resources plays a differentiated role. Some studies claim that the availability of financial resources is relatively unimportant for sustainable investments (Fischer et al. 2023). Other studies emphasise that a lack of funding can prevent effective sustainable development and lead to underperformance (Ferreira et al. 2022).

Furthermore, the energy consumption of a company is the most frequently cited key aspect of companies' sustainability in the literature. Some studies suggest that companies should transition to renewable resources such as photovoltaics or wind power to achieve sustainability (Abbas et al. 2020; Bocken et al. 2014). The Sustainable Development Goal (SDG) seven, which aims to provide affordable and clean energy, is also addressed. The United Nations established the SDGs as a guideline for sustainable development from ecological, economic, and social perspectives. Goal seven can be achieved through the use of renewable energy (Bali Swain et al. 2022; McCollum et al. 2018). Additionally, reducing energy consumption is considered an important factor in establishing a sustainable business model (Mignon and Bankel 2023; Nosratabadi et al. 2020).

According to Kaawaase et al., the capital structure plays a decisive role in sustainable development practices (Kaawaase et al. 2022). Bhatia and Thuli also emphasise that the disclosure of sustainability reports and capital structure are significantly linked (Bhatia and Tuli 2017).

The main objective of this work is to build on the characteristics of corporate sustainability identified and to identify additional, previously unrecognized or more specific factors through the use of advanced ML methods. These factors should provide information about the willingness of a company to invest in a sustainable transformation. The literature regularly points out that company size is a significant factor in the context of sustainability reporting. It has been found that larger companies tend to implement more comprehensive sustainability practices than smaller companies. Despite these findings, research has so

far lacked a detailed analysis of specific size criteria that are crucial for identifying companies with high willingness for sustainable transformation. This study analyses the relationship between company size, particularly with regard to fixed and current assets, and the investment willingness for sustainable transformation. The scientific literature presents the influence of industry affiliation on the sustainability of companies in different ways. In this paper the focus lies specifically on energy-intensive industries and their influence on the companies' willingness to invest in sustainable transformation. Another key factor that is included in the analysis is the credit score of companies. The literature discusses various views on the importance of creditworthiness for implementing sustainable practices. However, it has not been analysed whether the credit score can indicate a willingness for such a transformation. According to Kaawaase et al., the capital structure of a company plays a significant role in its sustainable development practices. To further explore the relevance of capital structure, this study examines the extent to which it can serve as a predictor of a company's willingness towards sustainable transformation.

This study focuses on a detailed analysis of the criteria of credit score, industry affiliation, capital structure and company size – specially fixed and current assets. The aim is to analyse these parameters in detail and to discuss the extent to which they can serve as reliable indicators of the willingness of a company to invest in their sustainable transformation.

3 Hypotheses Formulations

In this chapter, hypotheses on individual corporate factors and their influence on investment willingness for sustainable corporate transformation are formulated. The hypotheses are based on the analysis of existing literature and serve as the basis for the empirical investigation, which is carried out in the Chapter 5 using ML analyses. In this context, a hypothesis represents a relationship between two variables: an independent variable and a dependent variable. In this thesis, the dependent variable is the willingness of a company to invest in sustainable transformation. Various company factors are used as independent variables in order to analyse their influence on the willingness to invest in sustainable transformation. These hypotheses are directional and assume either a positive or negative effect (Anupama 2018).

H1: The willingness of a company to invest in sustainable transformation increases with increasing financial pressure.

Financial theories suggest that companies with a good credit rating have easier access to capital (Bai et al. 2019). This is of central importance for the financing of sustainability projects, as these are associated with financial hurdles (Fischer et al. 2023; Müller and Pflieger 2014). However, companies that find themselves in financially challenging situations can realise significant benefits by investing in sustainable practices. This strategy enables them to meet the growing demands of stakeholders who are increasingly emphasising compliance with ESG standards (Alijoyo and Shodikin 2022). The increasing practice of banks to integrate sustainability criteria into their credit assessment procedures is leading to increased pressure on companies to invest in sustainable initiatives (Akomea-Frimpong et al. 2022).

H2: Energy-intensive industries have an increased willingness for sustainable investments.

Compared to sectors with lower energy consumption, energy-intensive sectors, such as manufacturing, show a clear advantage in the implementation of sustainable technologies and methods (Pramudyastuti et al. 2023). This is based on the assumption that energy-intensive industries have a stronger incentive to invest in energy efficiency and sustainable energy sources in order to reduce costs in the long term (Azapagic 2003).

H3: The larger a company is, the greater its willingness for sustainable transformation.

Section 267 of the German Commercial Code (HGB), which governs commercial law in Germany, classifies companies into different size classes based on their balance sheet total, number of employees and turnover (Fleischer 2024). Various studies suggest that larger companies, which generally have more resources at their disposal, are more likely to invest in sustainability initiatives (Lee 2008). Bhatia and Tuli point out that larger companies put more emphasis on sustainability reporting, which is in line with the European *Corporate Sustainability Reporting Directive*, which states that large companies are required to produce a sustainability report (Bhatia and Tuli 2017; European commission 2022). This leads to more sustainable thinking and action.

H4: The higher a company's fixed assets, the greater its willingness to invest in sustainable transformation

According to Wang et al. companies with high fixed assets have higher energy consumption (Wang et al. 2020). The high energy consumption in these companies creates a strong incentive to invest in sustainable practices and technologies in order to reduce energy costs in the long term (Azapagic 2003). This leads to the hypothesis that such companies show a greater tendency towards sustainable transformation.

H5: The higher a company's current assets, the greater the willingness to invest in sustainable transformation.

In their analysis, Pramudyastuti et al. emphasise the importance of liquidity for the development of a sustainable business model. Current assets, including liquidity reserves such as cash flow, provide companies with the essential flexibility to transform to a sustainable company (Pramudyastuti et al. 2023). This financial flexibility enables companies to react more quickly to changing market conditions and implement sustainable innovations more efficiently.

H6: The higher the equity ratio, the greater the willingness to invest in sustainable transformation.

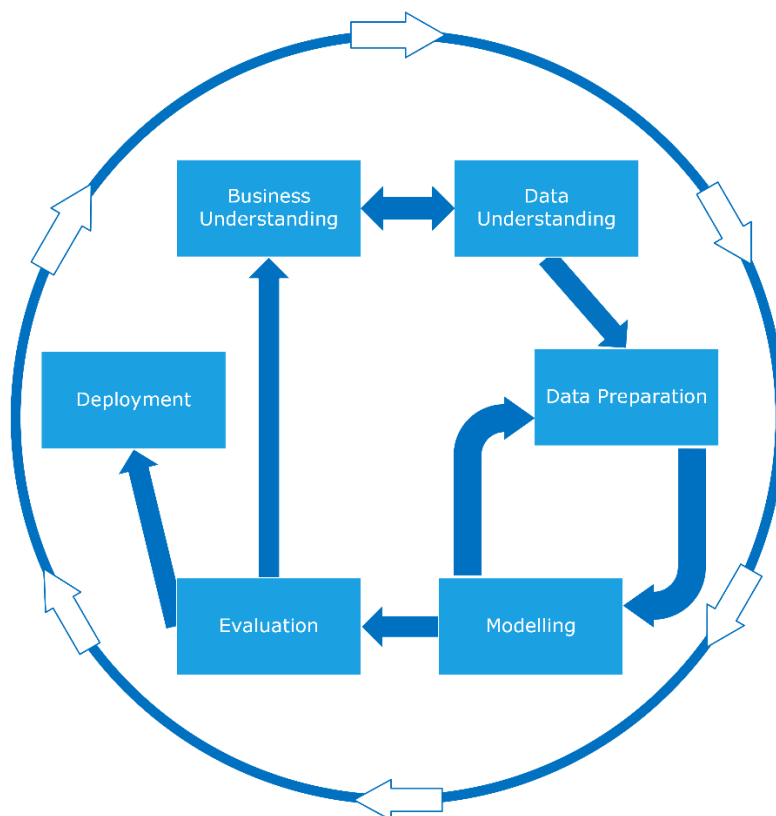
The composition of a company's capital structure provides important information about its financial position. The ratio between equity and debt capital reflects a company's financial stability. Companies with an equity-oriented capital structure have better access to resources, making it easier for them to make investments. This higher level of equity may indicate a greater ability to invest in sustainable projects and initiatives (Martin-Oliver et al. 2012).

4 Methodology

4.1 Method

This thesis is based on the CRISP-DM (Cross Industry Standard Process for Data Mining) methodology, which was developed in the 1990s by a number of companies, including Daimler-Chrysler (Mariscal et al. 2010). CRISP-DM is considered one of the most widely used methodologies for the development process of ML in the context of data mining (Suhendar and Widayani 2023). Before the introduction of CRISP-DM, there was no standardised model for data mining processes, which led to inconsistent and often inefficient practice in this area (Wirth and Hipp 2000).

The introduction of CRISP-DM led to a significant increase in the quality of data mining projects and at the same time reduced the expertise required to carry out such projects. CRISP-DM is a robust model that follows an iterative approach. It is characterised by the fact that it is industry-, technology- and application independent (Mariscal et al. 2010; Wirth and Hipp 2000).



Adapted from Wirth and Hipp (2000).

Figure 3 Lifecycle of CRISP-DM

As can be seen in Figure 3, the CRISP-DM model structures the process into six phases to ensure a systematic approach to data mining projects. The first phase, *Business Understanding*, focuses on analysing the problem from a business perspective and translating it into a data mining task. The *Data Understanding* phase involves familiarizing with the data, assessing its quality, and taking initial samples. This process results in the creation of an initial raw data set.

Building on this raw data, *Data Preparation* takes place in the third phase. Here, the relevant data is selected, cleansed, formatted, and prepared for the subsequent ML model. In

the fourth phase, *Modelling*, this prepared data is used to develop a model. This model must be selected at the beginning of the phase, then trained, and finally evaluated. The final phases of the CRISP-DM process, *Evaluation* and *Deployment*, are essential components of the entire process. In the evaluation phase, the models developed are analysed and assessed in terms of their ability to solve the underlying business problem. If it turns out that the models do not meet the expected requirements, the process begins again with the Business Understanding phase. Otherwise, the CRISP-DM process continues and the model is implemented in operational practice. This also includes the planning for regular monitoring and maintenance of the model and the preparation of a final report (Azevedo and Santos; Wirth and Hipp 2000).

A key aspect is that the sequence of phases is not strictly sequential (Wirth and Hipp 2000). This is particularly relevant as changing business requirements or new findings can trigger the reactivation of a previous phase (Mariscal et al. 2010). The iterative nature of the CRISP-DM process is also illustrated by the outer cycle in the graphical representation, which emphasises that it is an ongoing and adaptable process.

4.2 Business Understanding

This thesis was developed in collaboration with a data analysis company based in Aachen that specialises in potential-oriented sales management in the financing sector. The starting point of the project was to gain a comprehensive overview of the research topic and the core problems. The research question on which this work is based was specified: *How can one recognise whether a company has a willingness for sustainability transformation?*

Relevant scientific works were collected as part of an extensive literature search. Various resources such as the Catalogue Plus of the Aachen University of Applied Sciences library, the AIS eLibrary and renowned databases such as CambridgeCore, IEEE Xplore, MDPI, Researchgate, ScienceDirect and Springer were used. These platforms were selected due to their comprehensive coverage of important journals and conference papers. Relevant keywords were defined to ensure a targeted and effective search. These enable broad and in-depth coverage of the research topic. The keywords include, among others: *Sustainable business model, sustainable corporate development, attributes of sustainable development, corporate transformation, sustainable potential, factors of corporate development, green banking, predictive models for sustainable development, sustainable business strategies, sustainability indicators* and *ML for ESG*.

A central component of the project was a detailed group discussion with selected experts from the partner company. When selecting the experts, particular emphasis was placed on their specific knowledge and experience. Table 2 lists the participating experts, whose expertise was crucial to the project. The selection criteria included professional experience and specific knowledge in the field of sustainable investments.

Expert	Gender	Age	Position	Qualification
A	Male	55-65	Management	>30 years
B	Male	25-35	Data Analyst	>5 years
C	Male	55-65	Sales	>30 years
D	Male	30-40	Production Manager	>5 years

Table 2 List of experts

A detailed guideline was developed to structure the discussion. This contained questions and discussion points aimed at shedding light on the most important aspects, in particular the criteria for identifying sustainable investment opportunities. A particular insight of the discussion was to understand the extent to which the theoretically developed criteria correspond to the real experiences of the experts and how relevant these criteria are in practical application.

The research question was then converted into a data mining task so that it could be processed in this thesis using data mining techniques. The data mining task was reorganised as follows: *What quantifiable features can be used to develop a model that classifies companies as having a willingness or non-willingness for sustainability transformation?*

4.3 Data Understanding

The partner company has access to extensive company-related data from bank customers as it provides software solutions in the financial sector.

At the beginning of the *Data Understanding* phase, it was necessary to establish interfaces to the software company's databases to enable efficient data collection. These interfaces allowed a detailed review of the databases to identify relevant company data. The observed data are from German companies. The complexity of the database structures required extensive familiarisation but was essential for effectively navigating and extracting the required data.

The first data records were then collected from the company databases in order to ensure a comprehensive and representative database for the subsequent analysis.

To gain a deeper understanding of the data quality, graphical analyses of the data were carried out. These visualised representations were helpful in quickly and effectively identifying trends, patterns and potential irregularities in the data.

One specific challenge was to extract the label data from the *Marktstammdatenregister* (MaStR) – an official German register that lists all owners of photovoltaic systems in Germany – and match it with the partner company's existing data. Using Python scripts, the data was retrieved from the MaStR via an interface and integrated into the partner company's database. The data was then assigned based on various attributes such as the company name and address. To ensure the accuracy and correct allocation of the merged data, a random quality check was carried out.

Emphasis was placed on only considering data from the years prior to an actual investment by the companies. Analysing data from previous years played a crucial role in capturing the temporal aspect of the investments. This historical data was particularly revealing as it provided insights into the structure and development of the companies shortly before a sustainable transformation. It was precisely these types of companies – those on the verge of a significant sustainable transformation – that were the main target of this thesis.

At the end of this phase, the raw data was compiled, which formed the basis for further analyses. This included both the information obtained directly from the company databases and the specific label data from the MaStR.

4.4 Data Preparation

In this phase, the work focussed on preparing the raw data collected in the second phase so that it is ideal for use in ML models. This step is crucial to ensure that the data meets the requirements of the modelling.

Before the start of each iteration, specific assumptions and their potential improvements were formulated based on the findings from the previous phases. These were carefully evaluated and then integrated into the next iteration of the modelling.

One challenge in data preparation was dealing with incomplete data sets. In order to improve the quality and accuracy of the models, data sets with missing information were excluded from the analysis.

The preparation included the processing of both categorical and numerical data. Categorical data was transformed into binary columns using the *one-hot-encoding* method from the *scikit-learn* library, while numerical data was scaled and normalised to prepare it for analysis. Another important step was the categorisation of the data into different labels. The data was categorised into five labels: *no willingness*, *low willingness*, *moderate willingness*, *high willingness* and *very high willingness*. The categorisation was carried out in such a way that each label has an equal proportion of data sets. For the data records that showed a willingness, the division was based on the respective gross output of the photovoltaic systems. The data records for companies classified under the *no willingness* label were selected in such a way that they had a similar distribution in the balance sheet total assets classes – up to 5 million, between 5 and 20 million and over 20 million euros. Care was also taken to ensure that there was an even distribution of the different industry classes within these classes, analogous to the data for companies with photovoltaic participation. This methodological selection ensures that the company groups are comparable in terms of size and industry affiliation, which is crucial for a balanced and meaningful analysis.

Finally, the data was split into training and test sets, an essential measure for the effective training of the algorithms and the subsequent validation of the models. This division was crucial to ensure the reliability and applicability of the results obtained. It also helps to identify and avoid overfitting the model by ensuring that the model is not only adapted to the specific data of the training set, but also performs well on unknown data.

4.5 Modelling

In the *Modelling* phase of this study, the initial focus is on selecting the optimal ML model based on the data mining task and the available data. Comprehensive research was carried out to identify the most suitable prediction models in the field of ML. In this thesis, we used Python as a programming language as it is the most commonly used programming language for ML (Raschka et al. 2020).

A LR and a RF model were used as an entry point into the data analysis. This was used to obtain a basic overview of the data and to carry out initial analyses.

For further analyses, the RF model was used, which was more suitable for the classification problems at hand than the LR. This model was selected due to its ability to effectively process complex data structures and recognise important features. Customised parameter settings were made for each model, using tools such as *GridSearch* from the *scikit-learn* library.

In a following iteration, an ANN was used, utilising the *TensorFlow* library. The aim was to find out whether the ANN could achieve better results compared to RF models, especially considering the importance of individual features and the findings from previous iterations. The processed data from the preparation phase was integrated into the analysis.

At the end of each iteration, the model results were analysed and evaluated in detail. Various graphical representations, such as confusion matrices and analyses of feature importances, were used for this purpose. These visualisations supported the understanding

of the model and guided the decision-making process for subsequent steps. The iterations were supplemented by direct dialogue with subject matter experts, which helped to refine the research process.

After completion of the last iteration, the RF model was subjected to a permutation test to assess their significance. The permutation test was used as it is a common tool for checking the performance of classification models (Ojala and Garriga 2009).

A detailed log of the results was kept for each iteration. This documentation was crucial for tracking progress, analysing changes, and making the entire research process transparent and comprehensible. The results of the model were derived from various measures of the accuracy of the model's prediction probability – such as MSE, R^2 , Accuracy and F1 score, which were selected as they give a good overview of the models performance. The iterative approach enabled continuous refinement and optimisation of the model.

4.6 Evaluation and Deployment

In this thesis, the focus is on the phases of *Business Understanding*, *Data Understanding*, *Data Preparation* and *Modelling*. The last two steps of the CRISP-DM process, *evaluation* and *deployment*, are not covered as they would exceed the scope and time frame of this paper.

5 Results

5.1 Label Identification

Identifying suitable labels for analysing the sustainable investment willingness of companies was one of the biggest challenges of this work. Identifying companies that have already demonstrated willingness for sustainable transformation was a complex issue as the availability and accessibility of relevant data was not trivial. The search for an adequate label required a number of different approaches.

As a first approach, energy consumption per employee was considered as a possible label for sustainability transformation, based on the assumption that companies with high energy costs can expect a higher return on investment (ROI). This implies that companies with low energy consumption offer less lucrative investment willingness, as the potential for energy savings is estimated to be lower. However, it turned out that energy consumption is more of a supplementary criterion than a direct indicator of the willingness to invest, as it does not make any direct statement about the already made investments in sustainability measures and is therefore not suitable as a label.

Another approach to defining the label was identified in the group discussion and focused on existing photovoltaic systems as an indicator of a company's willingness to invest. Companies that have invested in photovoltaic systems already demonstrated a clear willingness to sustainable investment. They are therefore ideally suited as a label in this analysis. In particular, those companies that operate several photovoltaic systems signal an even stronger investment willingness compared to companies that only have a single system. To be able to measure the willingness and at the same time to put the size of the photovoltaic system in relation, the total output of the photovoltaic systems is suitable as a label.

Despite the identification of a label, further consideration was given to creating a possible composite label or increasing the dataset of analysed data as more companies are assigned a label. In the further analysis of the label selection, sustainability credits and ESG scores were considered as a possible label for the companies' willingness to invest in sustainable transformation. Sustainability credits reflect the immediate willingness of a company to make sustainable investments and would therefore serve as an appropriate label. However, this approach encountered the problem of too little data, which meant that its implementation was not feasible. After further discussions with experts from the partner company, it became clear that while the ESG score provides an up-to-date status of a company's sustainability performance, it does not indicate any sustainable transformation in the past. Therefore, a good ESG score does not necessarily reflect a company's willingness to invest in sustainable transformation and is not a suitable label.

After detailed analysis and consideration of the various label options, it became clear that the presence of photovoltaic systems in companies was the most suitable label for this thesis. The challenge now was to obtain this specific data. The *Marktstammdatenregister* (MaStR) was used as a central resource for obtaining this label. This is a comprehensive database for photovoltaic systems in Germany. This register, in which companies and private individuals must register after installing a photovoltaic system, provides comprehensive data, including the gross output of the systems and location information. This detailed information was essential for the creation of the label and enabled a precise comparison with the partner company's databases, with additional details such as street, postcode,

house number and owner's name making it easier to identify and allocate the more than 5 million entries in the MaStR.

The availability of the data via a public API provided by the federal government considerably simplified the extraction of the data. A Python script was developed to effectively capture and manage this extensive amount of data, which saved the information in CSV files. After downloading, the data was integrated into the partner company's existing database. This step was followed by another Python script, which established a connection to the database and inserted the information from the CSV files into a new table in the database. This process contributed significantly to the creation of a comprehensive and detailed database for the label and formed the basis for the subsequent analysis of the investment willingness in the context of photovoltaic systems.

5.2 Iteration 0 – Data Pipeline Implementation

In this iteration, the focus is on developing a fundamental understanding of the underlying database and building on this to create a robust data framework that serves as the basis for the ML models. The quality of the data used is of fundamental importance, especially regarding the effectiveness and accuracy of the ML models used. Incorrect or inconsistent data can affect the performance of even the most advanced models (Géron 2023). Therefore, it is essential that the data undergoes precise preparation to ensure that it is in an optimal form for the training and application of the ML models.

The first and fundamental step in this process was to gain an in-depth understanding of the partner company's database architecture. The databases contain a wide range of information on companies, ranging from balance sheet data to credit ratings and general company information. This broad spectrum of data provides a rich source for in-depth analyses, but also places high demands on the understanding of its structure and the relationships between the various databases. A comprehensive understanding of this complex database is crucial to ensure that the right data can be extracted, correctly interpreted and effectively utilised for the ML models.



Figure 4 Data pipeline process

The first step of creating a data pipeline for this thesis starts with the collecting of essential data for our analysis, as can be seen in Figure 4. The group discussion with the experts of the partner company helped to identify and choose relevant and needed features in the databases. The company features used are total assets, fixed assets, current assets, cash flow, credit score, industry and the relation between equity and liabilities. These companies were then mapped together with the company data from the MaStR. The criteria for data matching included important identification features such as street, house number, post-code, city, name and legal form of the company. To maximise the precision of this matching process, these specific criteria were applied in different combinations and the results were divided into different accuracy classes. Once the initial mapping process was completed, an intensive review of the different accuracy classes was conducted to ensure the reliability and accuracy of the merged data. Companies that were not correctly predicted were removed from the data set. The companies that ultimately showed a high match – of the

selected criteria – were transferred to a new database table. This specially created table formed the basis for the data used in the subsequent analyses.

The aim of this study is to evaluate the sustainable investment willingness of companies. In doing so, it is important to consider only relevant and specific company data that provide an answer to the research question. The focus is therefore placed on companies for which data is available from the period immediately prior to the commissioning of a photovoltaic system. This specific group of companies represents the situation immediately prior to an investment and is therefore of particular interest. This data provides valuable insights into the characteristic patterns and conditions that typically accompany the decision to invest in sustainable projects.

Dealing with incomplete data sets is a common challenge in data processing and especially in the field of ML. For the specific requirements of this thesis, a targeted approach to handling such incomplete data is chosen. Data sets that have even a single missing value are consistently excluded from the analysis. This approach is orientated towards the goal of guaranteeing the transparency and integrity of the data used and at the same time reducing possible sources of error in the ML models (Plaue 2023).

In the analysis of the data set it was found that the majority of the companies in the data can be listed between a balance sheet total of 500 thousand and 50 million. Companies with a balance sheet total of more than 50 million euros or less than 500 thousand euros were excluded from the data set to obtain a more homogeneous data set and prevent possible distortions in the analysis. The company data was categorised into 80 industry categories, but it became apparent that some categories were heavily underrepresented. As a result, an adjustment was made to the categorisation. Instead of the original 80 categories, the companies were now categorised into 7 superordinate industry classes: *Property developers, services, retail, wholesale, craft/trade, manufacturing companies and other*.

Another important aspect of data preparation concerns the handling of categorical features. Categorical features, such as the industry class of a company, are often in the form of alphanumeric strings and therefore not directly usable for ML models. To address this problem, the Python library *pandas* was used, in particular its *one-hot-encoding* function. One-hot encoding is a method for converting categorical variables into a form that can be processed by ML models. Each category is converted into a new binary column that indicates whether the category is present in the data set or not (Géron 2023).

The scaling of numerical data is another essential step in the process of data preparation for ML. Once the categorical values have been transformed using one-hot encoding, it is necessary to standardise the numerical features as well. This ensures that all features are on a comparable scale, which is crucial for effective training and model accuracy. Numerical features can have widely varying scales in their original form. This can lead to features with larger value ranges having a disproportionately large influence on the model. To avoid this bias, there are various methods for scaling data, of which *min-max-scaling* and *standardisation* are the most commonly used. Min-max-scaling scales the data so that it lies within a certain range, for example 0 to 1. Standardisation, on the other hand, transforms the data so that it has an average value of 0 and a standard deviation of 1. In this work, standardisation was chosen because it is robust against outliers. In contrast to min-max

scaling, standardisation is less susceptible to distortions that can be caused by outliers in the data (Géron 2023).

The classification of the labels in this work was based on the gross output of the photovoltaic systems operated by the respective companies. The cumulative output of all the photovoltaic systems belonging to a company served as a key indicator of the company's willingness to invest in its sustainable transformation. The boundaries of the label classes were chosen so that each class contains an equal number of data sets for the training.

Five different classes were defined to categorise the companies:

- > No willingness (0 kWh): This category includes companies that do not operate photovoltaic systems and therefore show no potential investment willingness for a sustainable transformation.
- > Low willingness (>0 to 31 kWh): This class includes companies whose entire photovoltaic systems have a low output. This indicates a certain but limited commitment to sustainable investments.
- > Medium willingness (>31 to 85 kWh): Companies whose photovoltaic systems generate a moderate total output are categorised here. This reflects a medium commitment to sustainable investments.
- > High willingness (>85 to 180 kWh): This category includes companies that have a high total output from their photovoltaic systems. This shows a strong commitment to sustainable investments.
- > Very high willingness (>180 kWh): This highest category includes companies with a very high total output of their photovoltaic systems, indicating an exceptionally high level of commitment to sustainable investments.

When integrating companies without photovoltaic systems into the data set, care was taken to ensure an even distribution of industry classes in each category. To achieve this, the data for companies with photovoltaic systems was first divided into three balance sheet total categories: 500 thousand to 5 million, 5 million to 20 million and 20 million to 50 million. Within these categories, the distribution of industry classes was then analysed. This distribution was then used as the basis for adding companies without photovoltaic installations to the database, thereby maintaining an equivalent industry distribution. This procedure is crucial to ensure that the analysis results are not influenced by an uneven distribution of industries.

Once the data has been categorised, the next step in data preparation is to split the data into two separate data frames – a training and test data set. The data set which is split into these two data frames consists of company data from around 12,500 companies. Using the *StratifiedShuffleSplit* function from the *sklearn* library enables the data set to be split efficiently into training and test data sets. The key advantage of this function is that it ensures that the distribution of the labels in both datasets reflects the overall distribution in the original dataset. This is important to avoid that certain classes of the label are under- or over-represented in one of the datasets, which could affect the model performance. The training dataset is used to train the ML model. This teaches the model to recognise and internalise patterns and relationships between the features and the label. The test dataset is used as an independent basis to evaluate the performance of the trained model. This

split is crucial to validate the model after overfitting and to ensure that the model generalises well.

Given the time constraints of the case study, the selection of suitable ML models to be used in the subsequent iterations focuses on three methods: *LR*, *RF* and *ANN*.

		Iteration 1		Iteration 2	Iteration 3	Iteration 4		Iteration 5			
ML model		LR	RF	RF	RF	RF	ANN	RF	RF	ANN	ANN
Number of label classes		5	5	5	4	4	4	3	2	3	2
Feature Importances	Fixed Assets	-	0.21	0.32	0.32	0.21	-	0.21	0.22	-	-
	Current Assets	-	0.14	0.10	0.06	0.17	-	0.17	0.15	-	-
	Cash Flow	-	0.14	0.09	0.03	0.18	-	0.17	0.16	-	-
	Capital Structure	-	0.15	0.11	0.08	0.18	-	0.17	0.16	-	-
	Total Assets	-	0.17	0.18	0.17	0.19	-	0.17	0.19	-	-
	Credit Score	-	0.12	0.08	0.02	-	-	-	-	-	-
	Industry	-	0.07	0.13	0.31	0.08	-	0.09	0.12	-	-
Metrics	MSE	1.80	1.66	1.57	0.91	1.41	0.92	0.76	0.31	0.49	0.2
	R ²	0.10	0.13	0.22	0.27	-0.13	0.26	-0.14	-0.24	0.26	0.2
	Accuracy	-	0.28	0.28	0.35	0.41	0.36	0.52	0.69	0.46	0.7
	F1	-	0.22	0.22	0.28	0.40	0.32	0.51	0.69	0.43	0.7

Table 3 Feature importances and metric results

5.3 Iteration 1 – First Modelling

In the first iteration of the results analysis, a LR and RF model were trained on the data set previously identified as part of the data preparation. The use of different model types aims to optimally utilise the respective strengths of the individual models and thus comprehensively address the analysis question. To adequately evaluate the performance and predictive accuracy of each model, the selection of suitable metrics was of central importance. The metrics MSE, R², Accuracy and F1-Score were used for this analysis. It should be noted that certain metrics are better suited for regression models and others are better suited for classification models. Furthermore, a detailed analysis of the feature importances for the RF was carried out to determine the influence and predictive power of the individual features. In Table 3 the metrics and feature importances of the different iterations are being listed. The analysed features included fixed assets, current assets, total assets, cash on hand, equity, credit score and industry class.

In the first analysis phase, the LR model achieved a MSE of 1.80 and an R² value of 0.10. When using the RF model, an MSE of 1.66 and an R² of 0.13 were achieved. In addition, classification metrics with an F1 score of 0.22 and an accuracy of 0.28 were determined. These results show that neither the LR model nor the RF can provide reliable and precise predictions. This indicates that either the features used, the model chosen or the data do not adequately represent the complex relationships within the dataset. The analysis of the coefficient of the LR show that the features get assigned unusual coefficients. They differ from 1,320,000 for total assets to minus 825,000 for current assets. LR models are based on a linear structure that is easy to interpret. However, they may not be flexible enough to make complex predictions, as is the case in this analysis (Schonlau and Zou 2020). Based on the results of the analysis, it is decided that the LR method will not be pursued further for this study as it cannot represent the complex structure of this ML analysis. Instead, the focus is now completely on the RF model. In order to determine the linear relationship between each characteristic and the label, a correlation matrix was created. This matrix can be found in Appendix B. This matrix shows the label correlates strongest

with the manufacturing (0.35) and balance sheet total (0.26). The other industry classes show a negative correlation with the label. With a correlation value of 0.01, the credit score shows hardly any linear correlations with the label. When analysing the feature importances of the RF it is shown that the fixed assets got assigned the highest importance of 0.21 and the industry the lowest importance of 0.07.

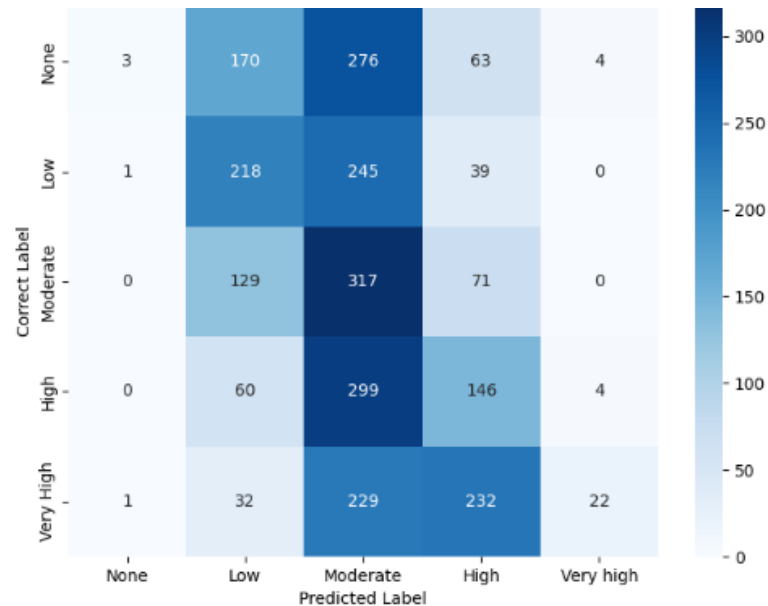


Figure 5 Iteration 1 – Confusion matrix

A further important finding results from the analysis of the confusion matrix in Figure 5. The model mainly makes predictions for the middle classes, while labels zero and four are almost never predicted. This is an indication that the predictive ability of the model encounters certain problems, such as the correct selection of features or confusing data.

In the present analysis, the features credit score and industry class exhibited the lowest values in terms of their feature importance. However, despite these low values, there is a possibility that the RF could identify non-linear relationships within these features that have so far remained hidden. Therefore, it is planned to examine these two features in more detail in the upcoming iterations. If these features continue to be not relevant to the model, they should be removed to potentially improve the prediction performance.

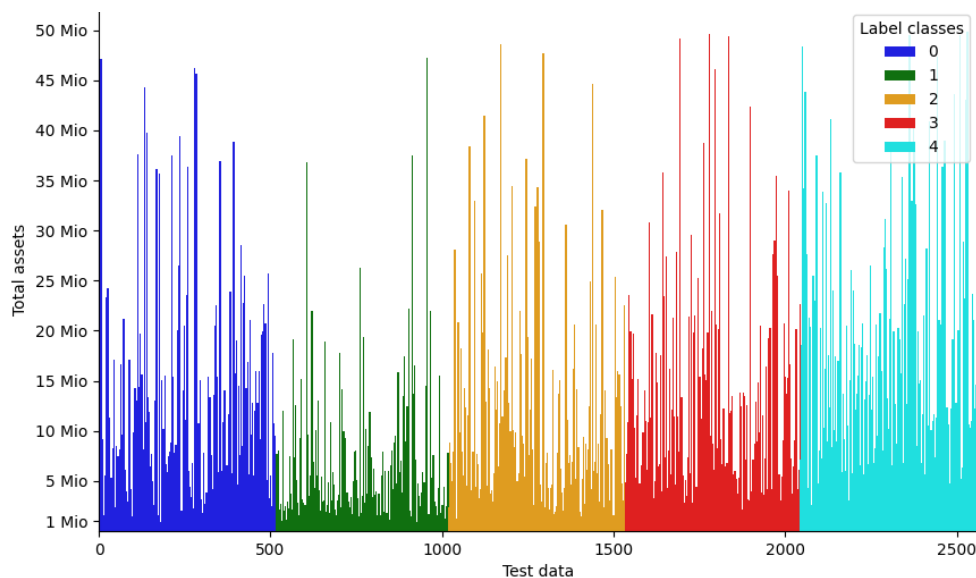


Figure 6 Total assets distribution

Moreover, outliers were detected for the feature total assets in the different label classes, as shown in Figure 6. To avoid these outliers from affecting the model results, they are being removed from the dataset in the next iteration.

5.4 Iteration 2 – Removal of Outliers

The findings from the first iteration were an essential basis for the planning and orientation of the further procedure of the current iteration. The aim of this and all subsequent iterations is to continuously optimise and refine the existing prediction model.

In this phase, specific suggestions for improvement from the first iteration are implemented, based on Géron's findings and recommendations. Géron emphasises that the targeted removal of outliers from the data set can make a significant contribution to improving the performance of prediction models. In this iteration, outliers are identified and removed in order to increase the accuracy and reliability of the model (Géron 2023).

To minimise the distortion of the individual label classes by outliers and thus improve the accuracy of the model, the largest 5% of deviations were removed from each label class during data preparation and excluded from the data frame. This measure is based on the realisation that outliers have the potential to negatively influence the training behaviour of the model. As Géron explains, targeted cleaning of the data set is an important step in ensuring the integrity and reliability of the prediction model (Géron 2023).

The RF algorithm was used in the current iteration. The results obtained show a MSE of 1.66, an R^2 of 0.22, an accuracy of 0.28 and an F1-score of 0.22. These values indicate a slight improvement in the model compared to the previous iterations and thus provide valuable indications of the effectiveness of the adjustments made. However, the metric values obtained are not yet sufficient for a reliable prediction.

To further improve the model, additional expert discussions were held with an experienced data analyst. The focus here was particularly on the feature importances and the analysis of various graphics. In this iteration, fixed assets with a value of 0.32 has a significant impact on the decision-making process of the model. The other features are also helpful but have less impact with values between 0.08 and 0.18.

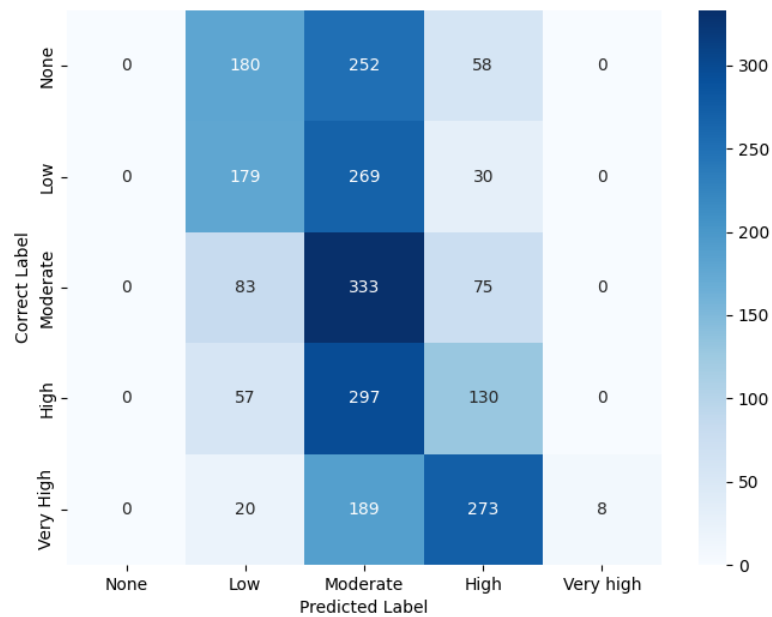


Figure 7 Iteration 2 – Confusion matrix

When looking at the confusion matrix in Figure 7, it can again be seen that the model usually only selects classes of label one to three when assigning the test data. When analysing the relationship between the label classes and each feature, we noticed that the values of class zero differ from the structure of the other classes. They form an apparently random constellation as shown in Figure 6.

For the next iteration, this finding will be analysed in more detail to find out how this peculiarity affects the predictions of the model.

5.5 Iteration 3 – Label Customization

In this iteration, the focus was on a thorough review and adjustment of the label classes. Particular attention was paid to the label class zero, as irregularities in this class were identified in the previous iteration. To analyse this problem, a scientific approach based on theoretical considerations and comprehensive literature research was chosen.

When creating the label null, company data was used that was not mapped from the MaStR. The fundamental question arises as to whether it makes sense to assume that there are companies that have no investment willingness at all. The literature reports that every company should strive for a sustainable business model and that a sustainable business model creates a long-term success for a company (Ali Shah et al. 2020; Khan 2022). From this, one could conclude that every company has a certain willingness. When creating labels, it is important to ensure that they are assigned correctly. An incorrectly assigned label can lead to significant quality losses in the model (Schubert et al. 2023). In addition, the literature points out that models with a smaller number of label classes are often more effective than those with a larger number of classes, which are less well defined (El-Hasnony et al. 2022). For this reason and due to the uncertainties regarding the validity of the label zero, it was decided to remove this label from the data framework. The boundaries of labels one to four remain unchanged. After this adjustment, the model was trained and tested with a data set of around 10,000 companies.

The RF algorithm was again used as the modelling approach. The results of this iteration show an MSE of 0.91, an R^2 of 0.27, an accuracy of 0.35 and an F1-score of 0.28. The

results indicate an improvement in model accuracy which is obvious as we have one less class to predict for, but the improvements have been bigger than the statistical improvement and so confirm the assumption that the label zero was not a valid class. A re-examination of the feature importances shows that fixed assets continue to serve as the most prominent feature of the analysis. This time, the industry classes have experienced a significant increase in importance and now have a value of 0.31, 0.18 of which is attributable to the manufacturing industry. The correlation matrix in Figure 8 shows that the predictions are mainly centred on the middle labels, but also the outer classes in some cases are predicted.

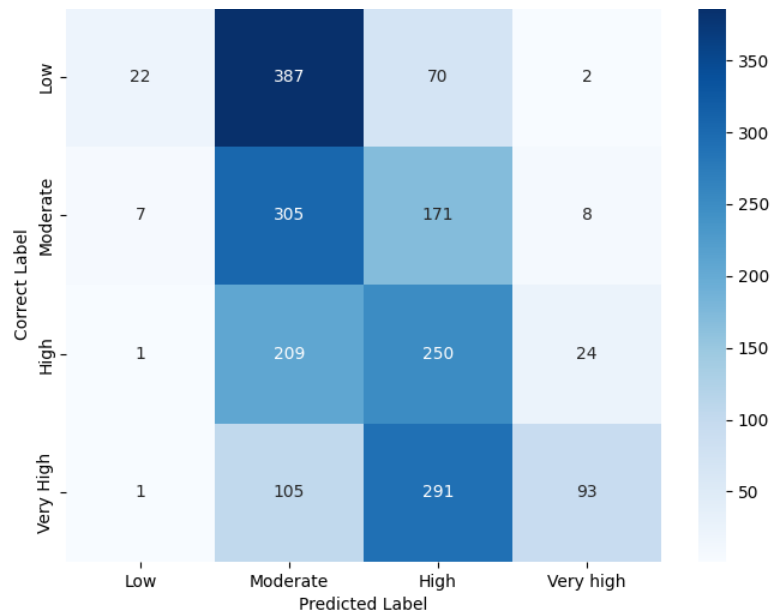


Figure 8 Iteration 3 – Confusion matrix

The improvements made have had a positive effect on the model, but the metrics show that the model still needs to be further optimised. Further adjustments and investigations are therefore being carried out to increase the performance of the model. A common problem with supervised learning in the field of ML is overfitting. It describes the state in which a model is too strongly adapted to the training data and is therefore no longer able to make correct predictions on new, unknown data. To tackle this problem in the next iteration, the technique of cross validation (CV) is used. The use of CV is expected to further improve the predictive ability of the model. It is also planned to implement an ANN in the next iteration. ANN's are known for their ability to recognise and analyse highly complex structures and patterns in data. ANN's are therefore a promising option for this analysis. To further improve the analysis in the next iteration, the credit score feature is removed from the analysis. The decision is based on the observation that this feature – with a feature importance of 0.02 – does not provide any recognisable patterns and thus potentially contributes to the confusion of the model.

5.6 Iteration 4 – Further Refinements

In this iteration, different optimisation approaches from the third iteration are pursued further. These are the application of a CV, the use of an ANN and the deduction of the credit score from the feature set.

To minimise the risk of overfitting in the existing RF model, the CV method was used in this iteration. This involves dividing the data set into several subsets, known as folds. The model is trained iteratively, with each of these folds serving once as a test data set, while the others are used as training data. This approach prevents the model from becoming too specific to the training data by confronting it with different combinations of training and test data (Géron 2023). Different numbers of folds were tested for this analysis: 2, 5 and 10. 5 folds were ultimately chosen as they allowed for a balanced 80/20 split between training and test data. In parallel to using a CV, a strategic adjustment was also made to the feature set. The credit score was removed from the set of analysed features as it did not provide any meaningful predictive values for the model. The removal of the credit score from the feature set was considered a sensible approach to improve the effectiveness of the model. By excluding features, the focus on the remaining company features can be intensified and training on irrelevant features can be avoided (Géron 2023).

The results of the RF show a clear jump in quality. The MSE is 1.41, the R^2 is -0.13, the F1-score is 0.40 and the accuracy is also 0.41. It should be noted that the R^2 value is negative. This can be explained by the fact that R^2 is actually designed for regression tasks. In this case, however, a RF classification model was used. Therefore, this particular value should not be overemphasized as it could give a distorted picture of the model performance. It is important to look at multiple metrics in parallel and not rely solely on a single statistic (Ferri et al. 2009). However, the other metrics, especially the F1 score, indicate a significant improvement in the model. Compared to the previous iteration, this value has increased by 0.12. Hence, this confirms the effectiveness of the elimination of the feature credit score and the use of the CV and indicates that the feature was misleading and that the previous model was overfitted to the training data. The analysis of the confusion matrix in Figure 9 shows that the predictions for classes 1 and 4 were made with increased precision. In contrast, the results for the middle classes, label 2 and 3, show greater deviations.

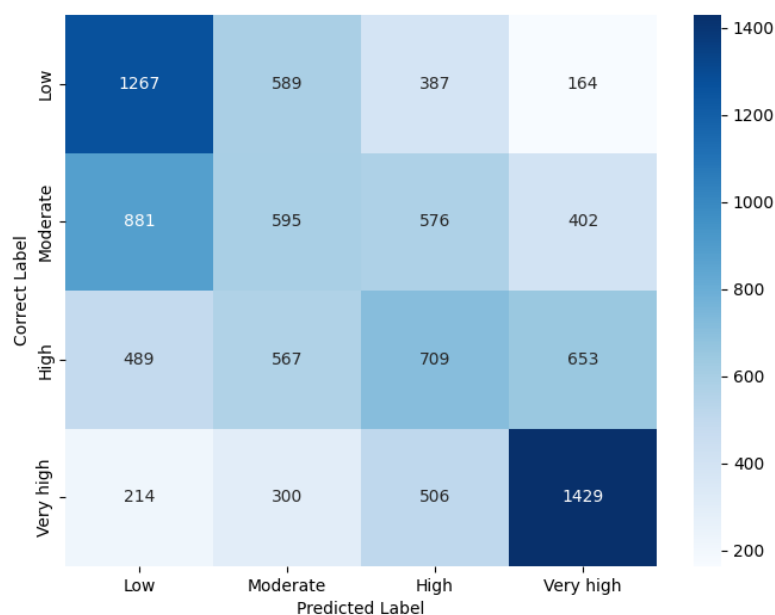


Figure 9 Iteration 4 – Confusion matrix

When looking at the feature importances in this iteration, the industry class has changed and now contributes less to the predictive power of the model with a value of only 0.08. Within this category, manufacturing is the feature with the greatest influence at 0.04. Cash

has become more important and now has a value of 0.18. Fixed assets remains the most important factor in the model with feature importance of 0.21.

ANN's are an established model in the field of ML and are particularly known for their ability to effectively recognise and interpret complex relationships between different features. The *TensorFlow* library is used to implement the ANN. It is evaluated whether the ANN can provide more accurate and reliable predictions than the previously used RF model.

However, the results of the ANN show a deterioration in prediction accuracy. The MSE is 0.92, R2-Squared 0.26, the F1-Score 0.32 and the accuracy 0.36. These values indicate that the ANN is less efficient than the RF model in this particular analysis. Since ANN usually require a large amount of training data to make effective predictions, this could be a reason for the poorer performance of the model (Xin et al. 2018). In this particular analysis, only 2500 data points per label were used, which may not have been sufficient to fulfil the requirements.

In the upcoming iteration, the main focus will be on gaining more in-depth insights into the performance of the models used by adjusting the number of label classes. The aim is to investigate whether a reduction in the number of classes could make the analysis more efficient. This consideration is based on the observations that emerged from analysing the confusion matrix of the RF model. In particular, it was found that label 2 and 3 show weaknesses in the predictive accuracy of the model. A possible reduction of the label classes should improve the predictive power of the model and thus achieve more precise results. In addition, a reduction in the class density leads to an increasing proportion of data per label. This allows the ANN to work with more data.

5.7 Iteration 5 – Label Distribution

Based on the principle explained in iteration 3 that a model works better if it has fewer label classes, an experimental approach based on different numbers of label classes is carried out in this iteration. The models from Iteration 4 serve as the basis for the following analysis, which is accordingly also carried out on the existing data.

The results of the RF model show that the accuracy depends on the number of label classes. When categorised into only two classes – label 0 for low willingness (0-85 kWh) and label 1 for high willingness (>85 kWh) – the model achieved an accuracy of 0.70. This corresponds to a 20% improvement in prediction accuracy compared to a random selection of a class. When extended to three classes – low, medium and high willingness – the accuracy of the model dropped to 0.52. This still represents a 19% improvement in prediction accuracy compared to a random class selection. For Iteration 4 with four classes, the prediction accuracy was 0.40, which represents a 15% improvement in prediction accuracy over random class selection. The results suggest that the RF model improves its performance as the number of label classes decreases. A possible explanation is that more data sets are available for each label.

Similar tendencies can also be seen in ANN's. In the two-class split, with the same label definitions as the RF, the ANN achieved an accuracy of 0.72. This is an increase of 22% compared to random class selection and thus exceeds the accuracy of the RF model. When divided into three classes, the accuracy decreased to 0.51, which still corresponds to an improvement of 18%. However, in iteration 4, a further subdivision into four classes showed a significant drop in performance of the ANN to an accuracy of 0.28. This

represents only a 3% improvement compared to random class selection. These results indicate that ANN's are more effective with a smaller number of label classes. This is because ANN models require a high number of data sets per label to create more efficient models.

At the end of this results section, a permutation test was performed as a significance test to disprove the null hypothesis that the assignment between the features and the label is purely random and without pattern. The permutation test was carried out with 100 different combinations of RF's and compared with a purely random draw. The null hypothesis could be refuted with a p-value of less than 0.05 and is therefore not applicable. It can therefore be assumed that the features do not correlate randomly with the label and that patterns in the features are recognisable.

6 Discussion of Hypotheses and Future Research

This thesis aims to identify key factors within companies that indicate a willingness for sustainable transformation. Table 4 presents the results of six hypotheses, four of which are accepted by the findings detailed in Chapter 5. The hypotheses concerning industry affiliation and credit score are rejected. The analysis reveals that a company's industry affiliation does not significantly influence its willingness to invest towards a sustainable transformation. However, it is worth noting that companies in the manufacturing sector demonstrate a slightly higher willingness compared to those in the other six sectors examined. The credit score was removed from the feature set during the fourth iteration of the analysis due to its minimal importance, indicating that it is not a reliable predictor of a company's tendency towards sustainable transformation. In contrast, the study found a positive correlation between the size of the company, the value of its fixed and current assets, and its capital structure with the willingness to invest in a sustainable transformation. The size of a company was identified as a critical factor, regardless of its strategy or resource capability. A higher value of fixed and current assets indicates a greater willingness to invest in sustainable transformation initiatives. Furthermore, a capital structure that includes a higher proportion of equity is positively linked to sustainable transformation efforts.

Hypotheses	Accepted	Rejected	Conclusion
H1		X	No pattern was found for the credit score feature. Financial resources are therefore not classified as significant and have no recognisable influence on the willingness for sustainable corporate transformation.
H2		X	The manufacturing industry, have an increased willingness compared to other sectors. Nevertheless, the feature is not labelled as significant due to a low feature importance.
H3	X		Larger companies have a greater willingness for sustainable transformation as the size affects the company's strategy and sustainable reporting.
H4	X		Companies with higher fixed assets have a greater willingness for sustainable transformation as they are more motivated to invest in renewable energy resources.
H5	X		Companies with higher current assets have a greater willingness for sustainable transformation as it provides financial flexibility needed for sustainable practices.
H6	X		An equity-orientated capital structure has a higher willingness to invest in a sustainable transformation than an increased debt structure.

Table 4 Hypothesis results

H1: The willingness of a company to invest in sustainable transformation increases with increasing financial pressure.

In light of the evidence presented in Chapter 5, Hypothesis 1 has been rejected. An effective decision in the empirical research was the decision to remove the credit score as a

feature from the dataset after the first three iterations. This decision was based on the observation that the models failed to identify any significant patterns directly associated with the credit score during these initial iterations. To prevent potential biases and inaccuracies, the credit score was intentionally excluded in the subsequent fourth iteration. Additionally, the correlation matrix revealed a non-existing linear relationship between the credit score and the label, evidenced by a correlation coefficient of just 0.01. This highlights that the credit score cannot be used to draw reliable linear conclusions about the different label classes.

This rejection of the hypothesis is in line with the findings of Fischer et al., who argue that financial resources are not a significant factor in sustainability investments (Fischer et al. 2023). While the credit score reflects a company's financial capacity to undertake transformations, it does not offer specific insights into the company's sustainability initiatives. Consequently, a low credit score is not a definitive indicator of a firm's genuine commitment to sustainable transformation. On one hand, companies with low credit scores are encouraged to invest in sustainable transformation, a strategy that can lead to improved credit ratings and satisfy growing demands of stakeholders over time, especially as banks are now integrating sustainability considerations into their rating systems (Akomea-Frimpong et al. 2022; Alijoyo and Shodikin 2022). On the other hand, companies facing financial challenges often prioritize immediate cost reduction strategies over long-term investments in sustainability (Bansal and DesJardine 2014).

Therefore, it is concluded that a company's credit score is not a reliable feature for identifying its willingness to invest into a sustainable transformation.

H2: Energy-intensive industries have an increased willingness for sustainable investments.

The empirical findings of this thesis lead to the rejection of Hypothesis 2. The variability observed in the feature importance values suggests an inability to discern a consistent pattern within the feature for predictive purposes.

In the RF model's fourth iteration, the overall feature importance assigned to industry sectors was 0.08. Notably, the manufacturing sector, recognized for its high energy consumption, contributed half of this value with a feature importance of 0.04. This suggests that while industry affiliation on its own does not provide substantial insights into a company's sustainability practices, certain sectors, particularly those with high energy usage like manufacturing, demonstrate a somewhat greater willingness towards sustainability.

This observation aligns with the findings of Fischer et al., who noted that corporate sustainability efforts and their effectiveness vary not only across different industries, but even within them (Fischer et al. 2023). Although energy-intensive sectors like manufacturing show a higher propensity for sustainability compared to others, the overall impact of industry affiliation on predicting a company's willingness to invest in sustainable transformation remains under the distribution in the seven subsections relatively modest. Thus, while certain industries may exhibit a stronger orientation towards sustainable practices, industry does not emerge as a decisive factor in assessing a company's sustainability commitment.

H3: The larger a company is, the greater its willingness for sustainable transformation.

The analysis results presented in Chapter 5 confirm Hypothesis 3, which emphasises the influence of company size on its willingness towards sustainable transformation. It is evident that larger companies have a stronger tendency towards sustainable transformation than smaller companies. This assumption is based on the observation that the balance sheet total, an indicator of company size, consistently shows relevant values of feature importance. It can be inferred that the size of a company significantly influences the companies' decision-making processes, particularly in terms of strategic orientation towards sustainability (Balasubramanian et al. 2021). Furthermore, the results support Lee's observations that investing in sustainability tends to increase with greater resources, especially for larger companies (Lee 2008). This is consistent with Younis and Sundarakani's findings of a positive correlation between company size and consideration of ESG factors (Younis and Sundarakani 2020).

This thesis suggests that company size is a crucial factor for sustainability, regardless of its relation to strategy, ESG factors, or willingness to invest in sustainable projects.

H4: The higher a company's fixed assets, the greater its willingness to invest in sustainable transformation.

This thesis confirms the hypothesis that a company's fixed assets play a significant role in influencing its investment willingness towards a sustainable transformation. The analysis of the utilized models indicates that fixed assets hold the highest feature importance, with a value of 0.21. Throughout all iterations, fixed assets consistently emerged as the most influential factor in the decision-making processes of the RFs.

The results can therefore be interpreted as an indication of the assumptions made in Chapter 3. According to Wang et al., increased fixed assets mean that companies have increased energy consumption and, because of the increased energy consumption, companies are motivated to act more sustainably (Wang et al. 2020). This can be because Schönsleben et al. write in their research that companies with high energy consumption are more affected by the volatility of energy prices (Schönsleben et al. 2010). The implementation of sustainable energy resources makes it possible to stabilise energy prices. Furthermore, Shaikh et al. underscore the significance of sustainable energy resources in reducing dependencies on non-renewable energy sources, thereby avoiding unpredictable price changes (Shaikh et al. 2022).

The research findings suggest that companies with substantial fixed assets, which often correlate with higher energy expenditures, are inclined to pursue sustainable actions as a strategic response to their operational realities and market pressures.

H5: The higher a company's current assets, the greater its willingness to invest in sustainable transformation.

This study confirms Hypothesis 5, indicating that the importance of current assets and the company's cash position are positively significant in relation to an willingness for sustainable transformation. This finding aligns with the research of Pramudyastuti et al., who highlighted the necessity of effective cash flow management in transitioning a business model towards sustainability (Pramudyastuti et al. 2023). It suggests that a certain level of liquidity is essential for supporting a company's journey towards becoming more

sustainable. Effective management of cash flow is crucial, as it provides the financial flexibility needed for implementing sustainable practices and investments.

H6: The higher the equity, the greater the willingness to invest in sustainable transformation.

The analysis conducted in this thesis leads to the acceptance of the final hypothesis, underscoring the capital structure's pivotal role. With a feature importance score of 0.18, the capital structure emerges as one of the most significant factors in the model's predictive process. The machine learning models utilized consistently place considerable emphasis on the capital structure in their decision-making.

The results of this study demonstrate a notable correlation between a company's capital structure and its propensity towards sustainability. This finding corroborates the theoretical framework proposed by Kaawaase et al., suggesting that a healthy capital structure is indicative of a stronger commitment to sustainable corporate transformation (Kaawaase et al. 2022). This implies that companies with a more equity-oriented capital structure may be more predisposed to undertake and support initiatives for sustainable development.

This thesis has several limitations that could distort the results of the ML methods. One significant limitation is the focus on the gross output of photovoltaic systems as the primary label. This one-sided use of a label can lead to a distortion of the results, as the investment willingness of a company in sustainable transformation is far-reaching and cannot be limited exclusively to photovoltaic systems. It is important to consider other sustainable technologies as well. To ensure a balanced approach, the label should be expanded to include other sustainable technologies. The willingness for sustainable transformation is diverse and complex and may not be fully captured. Moreover, it is important to note that the label used in this thesis does not imply a contrast with other factors. The installation of photovoltaic systems varies from company to company. For example, companies that have a lot of roof space on their building have more capacity for such systems than companies that rent offices. Additionally, limited access to data presents a further limitation. Insufficient data can compromise the model's ability to draw reliable and normalised conclusions. For instance, an ANN requires a large amount of data to correctly adapt its model to the ML problem. With only ten thousand data sets, this may not be feasible in this work. One limitation of this thesis is that the industries could only be categorised into seven broad classes due to a small data basis. This made it impossible to analyse detailed industries as a large number of industries were grouped under each class. Additionally, the analysis is limited by the available data to the company. Although the available databases enable a comprehensive analysis of the companies, providing a more detailed breakdown of the individual balance sheet items could improve the accuracy of the results. These limitations demonstrate the potential for further analysis.

Further research could help overcome existing limitations and deepen understanding of companies' willingness for sustainable transformation practices. One promising approach is to expand label data to include sustainability loans, electric vehicles, renewable heating systems, and sustainability refurbishments to buildings. The analysis could also incorporate additional features. Integrating energy consumption, waste values, CO₂ emissions, and specific balance sheet items such as land and buildings can potentially increase the precision and informative value of the results. The balance sheet item *land and buildings* could be used as a factor for a compiled label in future research to specify the willingness for

photovoltaics. To analyse detailed industries in greater detail, future work can split industry classes into further subclasses. This could support the model and provide better insights into industry classes. Furthermore, this thesis has not utilized certain ML models, such as *support vector machines*, which could provide valuable insights. Additionally, ANN should be reconsidered and adjusted for parameter settings with a sufficiently large amount of data. As regulatory obligations for sustainability reporting increase, it is expected that more data will become available. This text provides a strong foundation for detailed and comprehensive analyses, highlighting the growing importance of sustainability in the corporate world. The increasing consideration of sustainability in banks' business strategies and lending decisions underscores the urgency and relevance of this area of research. This presents an opportunity for further research in the years to come.

Appendix

A Group Discussion

<u>Group discussion protocol</u>			
Date:	26.10.2023		
Time:	10:00-11:00 o'clock		
Place:	Aachen		
Agenda:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentation of the research question 2. Presentation of the identified features 3. Discussion of the features 4. Presentation of the main problem – the label 5. Discussion of the label 		
Discussion notes:			
Identified features	Discussion/Arguments	Potential feature	
		Yes	No
Credit worthiness	A good credit score indicates whether a company is in a position to transform itself sustainably. A poor score indicates that a company considers sustainability to be of secondary importance.	X	
Industry	The experts emphasise that the sector to which a company belongs is an important factor in assessing its sustainability transformation, as different sectors have different requirements and regulations.	X	
Total assets	The use of balance sheet data is considered essential for the following analysis as bigger companies have more responsibilities towards sustainability. The experts' idea is to divide the balance sheet total into fixed and current assets to get a more specified view on the different balance sheet positions.	X	
Energy consumption	A company's energy consumption is identified as a potential label by the experts and is therefore excluded as a feature for the analysis.		X
Re-Engagement	Investments in sustainability projects, such as the ownership of electric cars or the installation of photovoltaic systems, are considered by the experts to be an important factor in the analysis. However, these investments show the direct willingness of a company to invest in their sustainable transformation and should be considered as a label.		X
Company age	Is regarded by the experts as an unimportant feature that does not provide good predictions of sustainable investments.		X

Corporate growth	The experts consider this criterion to be less relevant and have therefore decided not to include it directly in the analysis.		X
Debt ratio	The assumption that the debt ratio would give an indication of a company's sustainability transformation affinity is presented by expert C as untrue and is therefore not included as a feature. A bad debt ratio says less about the investment potential of a company.		X

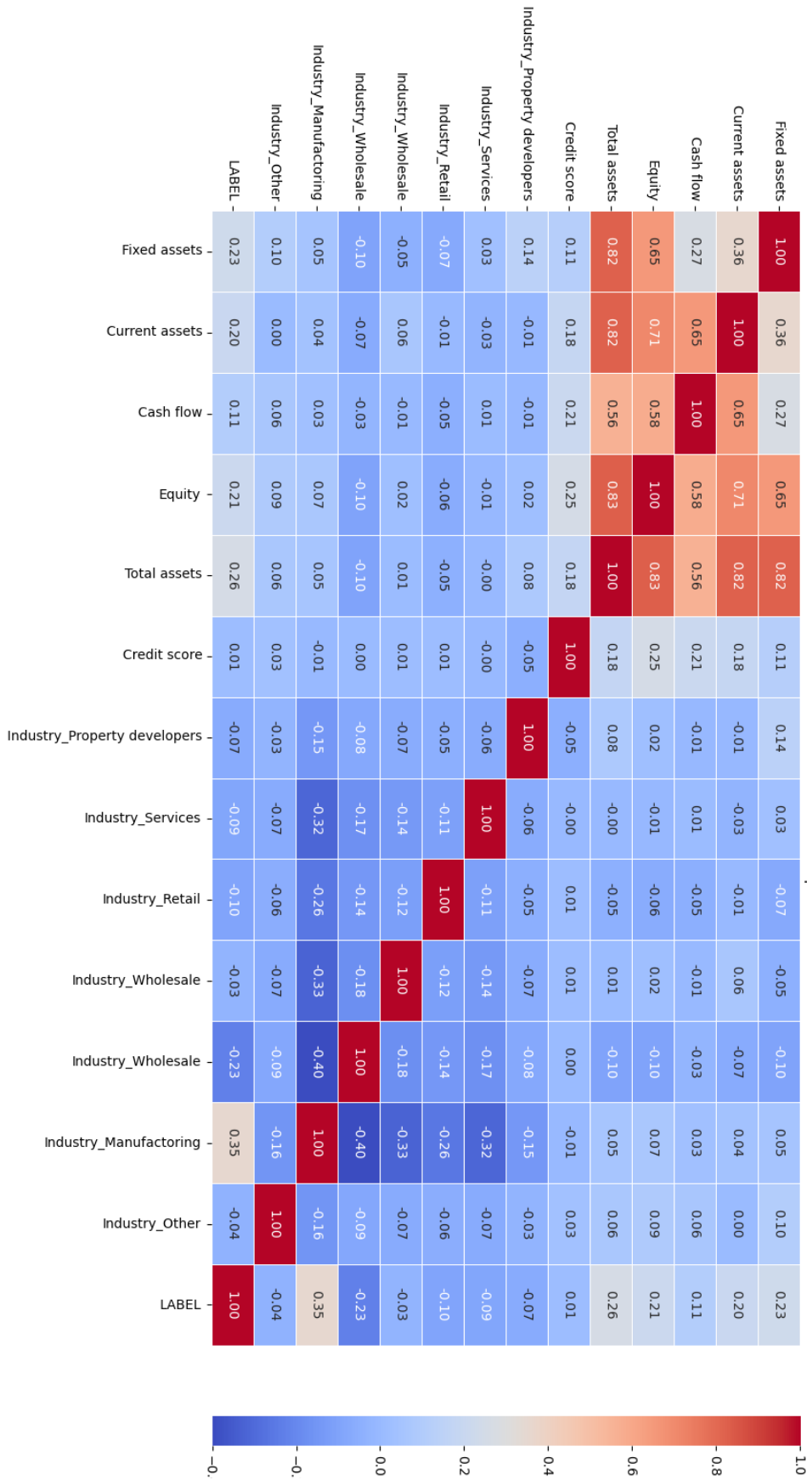
Finding the label:

Energy consumption was identified as a possible label in the group discussion. The experts assume that the more energy a company consumes, the greater its interest in generating a better return on investment (ROI) in the long term through sustainable investments. However, in order to avoid distortions in the analysis that could arise due to the size of a company, it was decided to combine this label with an additional characteristic. The balance sheet total and the number of employees were considered as potential additional characteristics. During the discussion, it was decided that the number of employees should be used as the primary supplementary characteristic (priority 1) and the balance sheet total as a secondary characteristic (priority 2). Another crucial aspect identified in this research is the re-engagement of a company in sustainable practices. A company's previous commitment to investing in sustainable transformation is a valuable indicator for this study. To acquire such information, experts recommend consulting the *Marktstammdatenregister*, as it is a reliable source for detailed insights on a company's engagement in sustainability initiatives.

Next steps:

1. The compilation of the selected criteria in a raw data table
2. Compiling the label from the companies' payment data
3. Creating a data pipeline based on this data
4. As soon as the data is available, select a suitable machine learning model

B Correlation Matrix



References

- Abbas, Q., Nurunnabi, M., Alfakhri, Y., Khan, W., Hussain, A., and Iqbal, W. 2020. "The role of fixed capital formation, renewable and non-renewable energy in economic growth and carbon emission: a case study of Belt and Road Initiative project," *Environmental science and pollution research international* (27:36), pp. 45476-45486 (doi: 10.1007/s11356-020-10413-y).
- Abdo, H., and Al-Drugi, A. 2012. "Do companies' Characteristics Play Key Roles in the Level of their Environment Disclosures?" *Energy Research Journal* (3:1), pp. 1-11 (doi: 10.3844/erj.2012.1.11).
- Akomea-Frimpong, I., Adeabah, D., Ofosu, D., and Tenakwah, E. J. 2022. "A review of studies on green finance of banks, research gaps and future directions," *Journal of Sustainable Finance & Investment* (12:4), pp. 1241-1264 (doi: 10.1080/20430795.2020.1870202).
- Ali Jan, A., Lai, F.-W., Kashif Shad, M., Emad Azhar Ali, S., and Hamad, S. 2023. "Solar Photovoltaic Technology and its Impact on Environmental, Social and Governance (ESG) Performance: A Review," *KnE Social Sciences* (doi: 10.18502/kss.v8i20.14636).
- Ali Shah, S., Url, P., Vorraber, W., Janics, T., and Katschnig, M. 2020. "Transformation towards Sustainable Business Models in Production," *Tehnički glasnik* (14:2), pp. 224-231 (doi: 10.31803/tg-20200525204041).
- Alijoyo, A., and Shodikin, H. 2022. "The Analysis of PT. Krakatau Steel (Persero) Tbk's Business Transformation Strategy Towards A Sustainable Company," *Journal of Social Science* (3:6), pp. 2064-2072 (doi: 10.46799/jss.v3i6.467).
- Alloghani, M., Al-Jumeily, D., Mustafina, J., Hussain, A., and Aljaaf, A. J. 2020. "A Systematic Review on Supervised and Unsupervised Machine Learning Algorithms for Data Science," in *Supervised and unsupervised learning for data science*, M. W. Berry, A. H. Mohamed and Y. B. Wah (eds.), Cham: Springer, pp. 3-21 (doi: 10.1007/978-3-030-22475-2_1).
- Anupama, K. 2018. "Hypothesis Types and Research," *International Journal of Nursing Science Practice and Research* (doi: 10.37628/ijnspr.v4i2.812).
- Azapagic, A. 2003. "Systems Approach to Corporate Sustainability," *Process Safety and Environmental Protection* (81:5), pp. 303-316 (doi: 10.1205/095758203770224342).
- Azevedo, A., and Santos, M. "KDD, semma and CRISP-DM: A parallel overview," in *IADIS European Conference on Data Mining*, pp. 182-185.
- Bai, C., Shi, B., Liu, F., and Sarkis, J. 2019. "Banking credit worthiness: Evaluating the complex relationships," *Omega* (83), pp. 26-38 (doi: 10.1016/j.omega.2018.02.001).
- Balasubramanian, S., Shukla, V., Mangla, S., and Chanchaichujit, J. 2021. "Do firm characteristics affect environmental sustainability? A literature review-based assessment," *Business Strategy and the Environment* (30:2), pp. 1389-1416 (doi: 10.1002/bse.2692).
- Bali Swain, R., Karimu, A., and Gråd, E. 2022. "Sustainable development, renewable energy transformation and employment impact in the EU," *International Journal of Sustainable Development & World Ecology* (29:8), pp. 695-708 (doi: 10.1080/13504509.2022.2078902).
- Bansal, P. 2005. "Evolving sustainably: a longitudinal study of corporate sustainable development," *Strategic Management Journal* (26:3), pp. 197-218 (doi: 10.1002/smj.441).
- Bansal, P., and DesJardine, M. R. 2014. "Business sustainability: It is about time," *Strategic Organization* (12:1), pp. 70-78 (doi: 10.1177/1476127013520265).
- Bengtsson, M., Alfredsson, E., Cohen, M., Lorek, S., and Schroeder, P. 2018. "Transforming systems of consumption and production for achieving the sustainable development goals: moving beyond efficiency," *Sustainability science* (13:6), pp. 1533-1547 (doi: 10.1007/s11625-018-0582-1).
- Bhatia, A., and Tuli, S. 2017. "Corporate attributes affecting sustainability reporting: an Indian perspective," *International Journal of Law and Management* (59:3), pp. 322-340 (doi: 10.1108/IJLMA-11-2015-0057).

- Bocken, N., Short, S. W., Rana, P., and Evans, S. 2014. "A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes," *Journal of Cleaner Production* (65), pp. 42-56 (doi: 10.1016/j.jclepro.2013.11.039).
- Botchkarev, A. 2019. "A New Typology Design of Performance Metrics to Measure Errors in Machine Learning Regression Algorithms," *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management* (14), pp. 45-76 (doi: 10.28945/4184).
- Breiman, L. 2001. "Random Forests," *Machine Learning* (45:1), pp. 5-32 (doi: 10.1023/A:1010933404324).
- Duchesnay, E., Löfstedt, T., and Younes, F. 2021. *Statistics and Machine Learning in Python: Release 0.5*.
- El-Hasnony, I. M., Elzeki, O. M., Alshehri, A., and Salem, H. 2022. "Multi-Label Active Learning-Based Machine Learning Model for Heart Disease Prediction," *Sensors (Basel, Switzerland)* (22:3) (doi: 10.3390/s22031184).
- European commission. 2022. "DIRECTIVE (EU) 2022/2464," available at <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022L2464>, accessed on Mar 4 2024.
- Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., Veiga, P. M., and Hughes, M. 2022. "Prevailing theoretical approaches predicting sustainable business models: a systematic review," *International Journal of Productivity and Performance Management* (71:3), pp. 790-813 (doi: 10.1108/IJPPM-12-2020-0653).
- Ferri, C., Hernández-Orallo, J., and Modroiu, R. 2009. "An experimental comparison of performance measures for classification," *Pattern Recognition Letters* (30:1), pp. 27-38 (doi: 10.1016/j.patrec.2008.08.010).
- Fischer, M., Foord, D., Frecè, J., Hillebrand, K., Kissling-Näf, I., Meili, R., Peskova, M., Risi, D., Schmidpeter, R., and Stucki, T. 2023. "Corporate Sustainability," in *Sustainable Business*, M. Fischer, D. Foord, J. Frecè, K. Hillebrand, I. Kissling-Näf, R. Meili, M. Peskova, D. Risi, R. Schmidpeter and T. Stucki (eds.), Cham: Springer International Publishing, pp. 35-76 (doi: 10.1007/978-3-031-25397-3_4).
- Fleischer, H. 2024. *Handelsgesetzbuch: Mit Einführungsgesetz, Publizitätsgesetz und Handelsregisterverordnung : Textausgabe mit ausführlichem Sachregister und einer Einführung*, München: dtv; C.H. Beck.
- Géron, A. 2023. *Hands-on machine learning with Scikit-Learn, Keras, and TensorFlow: Concepts, tools, and techniques to build intelligent systems*, Beijing, Boston, Farnham, Sebastopol, Tokyo: O'Reilly.
- Gomez-Trujillo, A. M., and Gonzalez-Perez, M. A. 2022. "Digital transformation as a strategy to reach sustainability," *Smart and Sustainable Built Environment* (11:4), pp. 1137-1162 (doi: 10.1108/SASBE-01-2021-0011).
- Gong, M. 2021. "A Novel Performance Measure for Machine Learning Classification," *International Journal of Managing Information Technology* (13:1), pp. 11-19 (doi: 10.5121/ijmit.2021.13101).
- Grandini, M., Bagli, E., and Visani, G. 2020. "Metrics for Multi-Class Classification: an Overview,"
- Hossin, M., and Sulaiman, M. N. 2015. "A Review on Evaluation Metrics for Data Classification Evaluations," *International Journal of Data Mining & Knowledge Management Process* (5:2), pp. 1-11 (doi: 10.5121/ijdkp.2015.5201).
- Kaawaase, T. K., Bananuka, J., Tumwebaze, Z., and Musimenta, D. 2022. "Do energy and firm characteristics matter for sustainable development practices? An empirical evidence," *International Journal of Energy Sector Management* (16:4), pp. 747-773 (doi: 10.1108/IJESM-03-2021-0007).
- Khan, M. A. 2022. "ESG disclosure and Firm performance: A bibliometric and meta analysis," *Research in International Business and Finance* (61), p. 101668 (doi: 10.1016/j.ribaf.2022.101668).
- Kunapuli, G. 2023. *Ensemble Methods for Machine Learning*, Shelter Island, NY: Simon & Schuster.
- Lee, S.-Y. 2008. "Drivers for the participation of small and medium-sized suppliers in green supply chain initiatives," *Supply Chain Management: An International Journal* (13:3), pp. 185-198 (doi: 10.1108/13598540810871235).

- Li, T.-T., Wang, K., Sueyoshi, T., and Wang, D. D. 2021. "ESG: Research Progress and Future Prospects," *Sustainability* (13:21), p. 11663 (doi: 10.3390/su132111663).
- Mariscal, G., Marbán, Ó., and Fernández, C. 2010. "A survey of data mining and knowledge discovery process models and methodologies," *The Knowledge Engineering Review* (25:2), pp. 137-166 (doi: 10.1017/S0269888910000032).
- Martin-Oliver, A., Ruano, S., and Salas-Fumás, V. 2012. "Effects of Equity Capital on the Interest Rate and the Demand for Credit: Empirical Evidence from Spanish Banks," *SSRN Electronic Journal* (doi: 10.2139/ssrn.2046923).
- Maulud, D., and Abdulazeez, A. M. 2020. "A Review on Linear Regression Comprehensive in Machine Learning," *Journal of Applied Science and Technology Trends* (1:4), pp. 140-147 (doi: 10.38094/jastt1457).
- McCollum, D. L., Echeverri, L. G., Busch, S., Pachauri, S., Parkinson, S., Rogelj, J., Krey, V., Minx, J. C., Nilsson, M., Stevance, A.-S., and Riahi, K. 2018. "Connecting the sustainable development goals by their energy inter-linkages," *Environmental Research Letters* (13:3), p. 33006 (doi: 10.1088/1748-9326/aaafe3).
- Mignon, I., and Bankel, A. 2023. "Sustainable business models and innovation strategies to realize them: A review of 87 empirical cases," *Business Strategy and the Environment* (32:4), pp. 1357-1372 (doi: 10.1002/bse.3192).
- Moneva, J. M., Archel, P., and Correa, C. 2006. "GRI and the camouflaging of corporate unsustainability," *Accounting Forum* (30:2), pp. 121-137 (doi: 10.1016/j.acfor.2006.02.001).
- Müller, A.-L., and Pflieger, R. 2014. "Business transformation towards sustainability," *Business Research*, pp. 313-350 (doi: 10.1007/s40685-014-0011-y).
- Nasteski, V. 2017. "An overview of the supervised machine learning methods," *HORIZONS.B* (4), pp. 51-62 (doi: 10.20544/HORIZONS.B.04.1.17.P05).
- Nicolăescu, E., Alpopi, C., and Zaharia, C. 2015. "Measuring Corporate Sustainability Performance," *Sustainability* (7:1), pp. 851-865 (doi: 10.3390/su7010851).
- Nosratabadi, S., Pinter, G., Mosavi, A., and Semperger, S. 2020. "Sustainable Banking; Evaluation of the European Business Models," *Sustainability* (12:6), p. 2314 (doi: 10.3390/su12062314).
- Ojala, M., and Garriga, G. C. 2009. "Permutation Tests for Studying Classifier Performance," in *2009 Ninth IEEE International Conference on Data Mining*, Miami Beach, FL, USA. 06.12.2009 - 09.12.2009, IEEE, pp. 908-913 (doi: 10.1109/ICDM.2009.108).
- Osisanwo, F. Y., Akinsola, J., Awodele, O., Hinmikaiye, J. O., Olakanmi, O., and Akinjobi, J. 2017. "Supervised Machine Learning Algorithms: Classification and Comparison," *International Journal of Computer Trends and Technology* (48:3), pp. 128-138 (doi: 10.14445/22312803/IJCTT-V48P126).
- Plaue, M. 2023. *Data science: An introduction to statistics and machine learning*, Berlin: Springer.
- Pollman, E. 2022. "The Making and Meaning of ESG," (22-23).
- Pramudyastuti, O. L., Iswanaji, C., Setyawan, S., Atika, A., and Simamora, A. J. 2023. "Sustainable Business Model in Small and Medium-Sized Enterprises: A Study in Yogyakarta and Magelang," *Ekulibrium : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* (18:2), pp. 213-226 (doi: 10.24269/ekulibrium.v18i2.2023.pp213-226).
- Qureshi, M. A., Kirkerud, S., Theresa, K., and Ahsan, T. 2020. "The impact of sustainability (environmental, social, and governance) disclosure and board diversity on firm value: The moderating role of industry sensitivity," *Business Strategy and the Environment* (29:3), pp. 1199-1214 (doi: 10.1002/bse.2427).
- Raschka, S., Patterson, J., and Nolet, C. 2020. "Machine Learning in Python: Main Developments and Technology Trends in Data Science, Machine Learning, and Artificial Intelligence," *Information* (11:4), p. 193 (doi: 10.3390/info11040193).
- Reverte, C. 2009. "Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms," *Journal of Business Ethics* (88:2), pp. 351-366 (doi: 10.1007/s10551-008-9968-9).
- Rigatti, S. J. 2017. "Random Forest," *Journal of insurance medicine (New York, N.Y.)* (47:1), pp. 31-39 (doi: 10.17849/in-sm-47-01-31-39.1).

- Rong, S., and Bao-wen, Z. 2018. "The research of regression model in machine learning field," *MATEC Web of Conferences* (176), p. 1033 (doi: 10.1051/matec-conf/201817601033).
- Schmidhuber, J. 2015. "Deep learning in neural networks: an overview," *Neural networks : the official journal of the International Neural Network Society* (61), pp. 85-117 (doi: 10.1016/j.neunet.2014.09.003).
- Schonlau, M., and Zou, R. Y. 2020. "The random forest algorithm for statistical learning," *The Stata Journal: Promoting communications on statistics and Stata* (20:1), pp. 3-29 (doi: 10.1177/1536867X20909688).
- Schönsleben, P., Vodicka, M., Bunse, K., and Ernst, F. O. 2010. "The changing concept of sustainability and economic opportunities for energy-intensive industries," *CIRP Annals* (59:1), pp. 477-480 (doi: 10.1016/j.cirp.2010.03.121).
- Schubert, M., Riedlinger, T., Kahl, K., Kröll, D., Schoenen, S., Šegvić, S., and Rottmann, M. 2023. "Identifying Label Errors in Object Detection Datasets by Loss Inspection,"
- Sebhatu, S. P., and Enquist, B. 2022. "Values and Multi-stakeholder Dialog for Business Transformation in Light of the UN Sustainable Development Goals," *Journal of Business Ethics* (180:4), pp. 1059-1074 (doi: 10.1007/s10551-022-05195-x).
- Shaikh, Z. A., Datsyuk, P., Baitenova, L. M., Belinskaja, L., Ivolgina, N., Rysmakhanova, G., and Senjyu, T. 2022. "Effect of the COVID-19 Pandemic on Renewable Energy Firm's Profitability and Capitalization," *Sustainability* (14:11) (doi: 10.3390/su14116870).
- Sharma, S., and Henriques, I. 2005. "Stakeholder influences on sustainability practices in the Canadian forest products industry," *Strategic Management Journal* (26:2), pp. 159-180 (doi: 10.1002/smj.439).
- Siew, R. Y. J. 2015. "A review of corporate sustainability reporting tools (SRTs)," *Journal of environmental management* (164), pp. 180-195 (doi: 10.1016/j.jenvman.2015.09.010).
- Silveira, L. L., Benedicto, S. C. de, Da Silva, L. H. V., and Bittencourt, J. J. 2022. "Sustentabilidade empresarial estratégica: estudo de fatores críticos de sucesso," *Revista de Administração da UFMS* (15), pp. 760-780 (doi: 10.5902/1983465969205).
- Somvanshi, M., Chavan, P., Tambade, S., and Shinde, S. V. 2016. "A review of machine learning techniques using decision tree and support vector machine," in *ICCUBEA 2016: Proceedings : second International Conference on Computing, Communication, Control and Automation : 12-13 August 2016, Pune, India*, ICCUBEA (ed.), Pune. 8/12/2016 - 8/13/2016, Piscataway, NJ: IEEE, pp. 1-7 (doi: 10.1109/ICCUBEA.2016.7860040).
- Soofi, A. A., and Awan, A. 2017. "Classification Techniques in Machine Learning: Applications and Issues," *Journal of Basic & Applied Sciences* (13), pp. 459-465 (doi: 10.6000/1927-5129.2017.13.76).
- Suhendar, M. T. H., and Widayani, Y. 2023. "Machine Learning Application Development Guidelines Using CRISP-DM and Scrum Concept," pp. 168-173 (doi: 10.1109/ICoDSE59534.2023.10291438).
- Wang, R., Qi, Z., and Shu, Y. 2020. "Research on multiple effects of fixed-asset investment on energy consumption--by three strata of industry in China," *Environmental science and pollution research international* (27:33), pp. 41299-41313 (doi: 10.1007/s11356-020-10094-7).
- Wirth, R., and Hipp, J. 2000. "CRISP-DM: Towards a standard process model for data mining," *Proceedings of the 4th International Conference on the Practical Applications of Knowledge Discovery and Data Mining*.
- Xin, Y., Kong, L., Liu, Z., Chen, Y., Li, Y., Zhu, H., Gao, M., Hou, H., and Wang, C. 2018. "Machine Learning and Deep Learning Methods for Cybersecurity," *IEEE Access* (6), pp. 35365-35381 (doi: 10.1109/ACCESS.2018.2836950).
- Ying, X. 2019. "An Overview of Overfitting and its Solutions," *Journal of Physics: Conference Series* (1168), p. 22022 (doi: 10.1088/1742-6596/1168/2/022022).
- Younis, H., and Sundarakani, B. 2020. "The impact of firm size, firm age and environmental management certification on the relationship between green supply chain

practices and corporate performance," *Benchmarking: An International Journal* (27:1), pp. 319-346 (doi: 10.1108/BIJ-11-2018-0363).

Unterschiede in den arbeitsbezogenen Wertvorstellungen der Generation Y und Z? Don´t believe the hype

Bachelorarbeit

an der

FH Aachen

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Betriebswirtschaft / Business Studies (B.Sc.)

Erstprüfer: Prof. Dr. rer. Pol. Thomas Fritz

Eingereicht am: 16.02.2024

vorgelegt von

Lara Heimann

aus Aachen

Abstract

In einem regelmäßigen Rhythmus von zehn bis fünfzehn Jahren wird eine neue Generation ausgerufen, welche bestimmte Charaktereigenschaften, Wertvorstellungen und Anforderungen mit in das Arbeitsleben bringt. Dieses Phänomen wird von den Medien, aber auch von Ratgebern und Beratungsunternehmen aufgegriffen, um über die Generationen zu berichten und Strategien für den Umgang in Unternehmen zu begründen. Kohortenstudien, welche Einflüsse aufgrund des Alters oder der Periode ausblenden konnten, haben hingegen gezeigt, dass sich die Generationen nicht grundlegend voneinander unterscheiden. Insbesondere in Hinblick auf die jüngste erwerbstätige Generation Z ist die Studienlage noch begrenzt und es besteht Bedarf an weiteren langfristig ausgelegten Studien bezüglich generationaler Unterschiede.

Das Ziel dieser Bachelorarbeit war es daher, Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Werte und Einstellungen von den Generationen Y und Z im deutschen Arbeitsumfeld festzustellen, um die bereits bestehende Kritik am Generationenkonzept zu unterstützen oder zu widerlegen. Dafür wurde mithilfe einer strukturierten qualitativen Inhaltsanalyse untersucht, wie die Zeitungsverlage „Personalwirtschaft“, „Die ZEIT“, „Der SPIEGEL“ und die „BILD“ Zeitung die Generationen Y und Z darstellen.

Die Ergebnisse zeigen, dass es sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede gibt. Die detaillierte Betrachtung der Unterschiede hat verdeutlicht, dass diese nicht eindeutig auf die Generationen zurückzuführen sind, sondern die Heterogenität über Generationsgrenzen hinaus bekräftigen und damit die Sinnhaftigkeit eines Generationenkonzeptes in Frage stellen.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis.....	VI
1 Einführung in die Problematik.....	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung und Abgrenzung.....	1
1.3 Aufbau der Arbeit	2
2 Hintergründe der Generationenforschung	2
2.1 Der Generationenbegriff	2
2.2 Zwischen Boomern und Zoomern: Eine Abgrenzung der Generationen	4
2.2.1 Die Generation Baby Boomer	4
2.2.2 Die Generation X.....	5
2.2.3 Die Generation Y	5
2.2.4 Die Generation Z.....	6
2.3 Kritik am Generationenkonzept	7
2.4 Generationen Hype: Ursachen im Fokus	9
2.4.1 Demografischer Wandel am Arbeitsmarkt.....	9
2.4.2 Generationenunterschiede: Grundlage für HR-Maßnahmen	11
3 Material und Methoden	11
3.1 Empirischer Forschungsprozess.....	11
3.2 Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring.....	12
3.2.1 Allgemeines Ablaufmodell.....	12
3.2.2 Anwendung der qualitativen Inhaltsanalyse	14
4 Auswertung der Zeitungsartikel	19
4.1 Relevanz der Sinnhaftigkeit im Job	19
4.2 Relevanz der Work-Life-Balance	20
4.3 Gebundenheit an den Arbeitgeber	21
4.4 Relevanz der Verdienstmöglichkeiten	22
4.5 Relevanz eines flexiblen Arbeitsmodells.....	24
4.6 Relevanz der Karriereambitionen.....	25

4.7	Ergebnisse der Zukunftsängste	26
4.8	Anerkennung der Kritik am Generationenkonzept	28
4.9	Darstellung der Generationen	29
5	Diskussion	31
5.1	Unterschiede in der Sinnsuche	31
5.2	Generationsübergreifende Relevanz der Work-Life-Balance.....	32
5.3	Arbeitgeberbindung im Wandel	33
5.4	Verdienstmöglichkeiten: Generationaler Unterschied oder Krisenreaktion	33
5.5	Flexible Arbeitsmodelle generationsübergreifend wichtig	34
5.6	Divergenz in den Karriereambitionen	34
5.7	Generation Z von Zukunftsängsten geprägt	35
5.8	Kritische Reflexion der Generationsgrenzen	36
5.9	Die Generationendarstellung der Zeitungsverlage.....	36
5.10	Gesamtbetrachtung der Gen Y und Z	37
5.11	Limitationen	38
6	Fazit und Ausblick	39
	Literaturverzeichnis	41
	Anhang	45

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die zeitliche Generationen-Gliederung in der deutschen Arbeitswelt.	4
Abbildung 2: Altersaufbau der Bevölkerung 2022 im Vergleich zu 1990	10
Abbildung 3: Ablaufmodell der strukturierten qualitativen Inhaltsanalyse.....	14
Abbildung 4:Untersuchung der Sinnhaftigkeit im Job.....	20
Abbildung 5: Untersuchung der Work Life Balance	21
Abbildung 6: Untersuchung der Gebundenheit an den Arbeitgeber	22
Abbildung 7: Untersuchung der Verdienstmöglichkeiten	24
Abbildung 8: Untersuchung der Relevanz eines flexiblen Arbeitsmodells	25
Abbildung 9: Untersuchung der Karriereambitionen	26
Abbildung 10: Untersuchung der Zukunftsängste.....	27
Abbildung 11: Untersuchung der kritischen Betrachtung des Generationenkonzeptes	29
Abbildung 12: Untersuchung der Darstellung der Berichterstattungen	30

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Oberkategorie B des Kodierleitfadens	16
---	----

1 Einführung in die Problematik

1.1 Problemstellung

Sie werden als Generation Sensibelchen bezeichnet;¹ es wird gefragt: „sind das lauter Jammerlappen?“;² und die Work-Life-Balance steht für sie an erster Stelle.³ Hinter diesem Satz stehen allein drei Zeitungsartikel, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, die Generation Z und Ihre Arbeitseinstellungen besser zu verstehen. Dieser Trend zeichnet sich nicht nur für die aktuell in den Arbeitsmarkt eintretende Generation Z ab. Auch die Zeit des Berufseinstiegs der Generation Y wurde von regelmäßigen Berichterstattungen über ihre Werte und Vorstellungen begleitet. Ein Großteil dieser Veröffentlichungen fördert dabei die Stereotypisierung von Generationen und folglich das Generationenkonzept.

Neben der breiten Diskussion in den Medien haben sich sowohl Beratungsfirmen als auch Buchautoren darauf spezialisiert, maßgeschneiderte Personalstrategien für den Umgang mit verschiedenen Generationen im Unternehmen zu entwickeln und erfolgreich zu vermarkten. Ihre Aussagen stützen sie dabei auf Befragungen wie die Shell Jugendstudie, welche beleuchtet, wie sich die Ansichten einer Generation über die Jahre verändern. Eine wichtige Sichtweise, welche dabei jedoch oftmals aus dem Raster fällt, ist die Betrachtung der Einstellungen unterschiedlicher Generationen im selben Altersstadium. Andere Studien, die auch diese Sichtweise in Betracht gezogen haben, offenbaren, dass vermeintliche Generationenunterschiede nicht existieren, oder, wenn festgestellt, nicht eindeutig auf die Zugehörigkeit einer Generation zurückzuführen sind. Um etwaige Generationenunterschiede eindeutig empirisch nachvollziehen zu können, bedarf es sogenannter langfristig ausgelegter Kohortenstudien, welche Alters-, oder aber Periodeneffekte ausschließen können, um eine präzise Interpretation in Richtung der Generationenzugehörigkeit zu ermöglichen. Bis heute ist die Verfügbarkeit derartiger Studien begrenzt, zusätzlich konnte bisher keine dieser Untersuchungen Generationenunterschiede bekräftigen.

Die in dieser Arbeit zugrundeliegende Problemstellung ergibt sich daher im Wesentlichen aus der zuvor beschriebenen begrenzten Verfügbarkeit langfristig ausgelegter Kohortenstudien, vorzugsweise auch für die Generation Z, da diese als die jüngsten Erwerbstätigen gerade erst in den Arbeitsmarkt eintreten. Diese Situation diene als Ausgangspunkt für die Forschungsfrage dieser Arbeit, die darauf abzielt zu untersuchen, in welchem Maße sich die Generationen Y und Z in Bezug auf mediale Berichterstattung ähneln oder unterscheiden. In Anbetracht der bestehenden Studien wurde dazu die Hypothese aufgestellt, dass die Arbeitswerte und Einstellungen, wie sie in Zeitungsartikeln über die Generation Z dargestellt werden, sich nicht wesentlich von denen der Generation Y unterscheiden.

1.2 Zielsetzung und Abgrenzung

Das Ziel dieser Arbeit soll es sein, Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Werte und Einstellungen von den Generationen Y und Z im deutschen Arbeitsumfeld festzustellen, um

¹ Vgl. Herrmann, L. et al. (2023).

² Von Sass, B. (2023).

³ Vgl. Czilwik, S. (2023).

die bereits bestehende Kritik am Generationenkonzept zu unterstützen oder aber teilweise zu widerlegen. Darüber hinaus soll hervorgehoben werden, dass Generationen sich nicht grundlegend voneinander abgrenzen lassen. Hierbei soll ein Bewusstsein geschaffen werden, auch den Alterungsprozess oder aber die Lebensphase mit in die Betrachtung von Unterschieden einzubeziehen. Um dieses Hauptziel zu erreichen, ist es von Bedeutung ein umfassendes Verständnis für das Generationenkonzept als auch der Kritik daran zu vermitteln. Als weiteres Ziel gilt es, Gründe für die regelmäßige Berichterstattung über Generationen aufzuzeigen. Dabei werden der demografische Wandel als auch wirtschaftliche Gründe näher beleuchtet. Um ebenso etwaige Unterschiede der Berichterstattung feststellen zu können, ist ein abschließendes Anliegen dieser Arbeit festzustellen, wie verschiedene Verlage die Generationen in den Medien porträtieren.

1.3 Aufbau der Arbeit

Der Aufbau dieser Ausarbeitung sieht vor, nach dem einleitenden Teil in die Problemstellung, Zielsetzung sowie Vorgehensweise dieser Arbeit auf den Generationenbegriff und dessen Einbettung in den zeitlichen Kontext einzugehen. Im Anschluss daran soll die Kritik am Generationenkonzept näher betrachtet werden, indem verschiedene Studien beleuchtet werden, welche sich zuvor mit der Untersuchung von Generationsunterschieden befasst haben. Im nachfolgenden Kapitel erfolgt sodann die Betrachtung der Hintergründe der regelmäßigen Berichterstattung über die Generationen, welche insbesondere auf der Entwicklung der Altersstruktur und einer damit einhergehenden Arbeitsmarktentwicklung beruhen, als auch den wirtschaftlichen Aspekt beinhalten. Nachdem eine fundierte theoretische Grundlage gelegt wurde, wird im darauffolgenden Kapitel die Vorgehensweise der strukturierten Inhaltsanalyse nach Mayring erläutert und auf die vorliegende Forschungsfrage angewendet. Die Ergebnisse der Analyse werden anschließend in Form von Gemeinsamkeiten und Unterschieden der betrachteten Generationen Y und Z dargestellt und interpretiert. Den Abschluss dieser wissenschaftlichen Ausarbeitung bildet eine Zusammenfassung der erzielten Ergebnisse als auch ein Ausblick des zukünftigen Umgangs mit dem Generationenkonzept.

2 Hintergründe der Generationenforschung

Um zunächst ein Verständnis darüber zu erlangen, was Generationen überhaupt sind, soll zu Beginn der Generationenbegriff näher erläutert werden. Anschließend erfolgt eine zeitliche Einordnung der aktuell auf dem deutschen Arbeitsmarkt präsenten Generationen, namentlich die Baby Boomer, die Generation X, die Generation Y sowie die Generation Z. Insbesondere die Generationen Y und Z sollen dabei detailliert betrachtet werden, da diese im Fokus der vorliegenden Arbeit stehen.

2.1 Der Generationenbegriff

Im alltäglichen Sprachgebrauch wird der Generationenbegriff häufig verwendet, um Menschen gleichen Alters zu einer Gruppe zusammenzufassen. Nahezu täglich gibt es in den Medien neue Berichterstattungen, die die Ansichten, Werte und Einstellungen von Generationen darstellen. Häufig wird dabei außer Acht gelassen, dass Generationen mehr sind als nur ein Zusammenschluss von Personen der gleichen Geburtsjahrgänge. Folglich ist zunächst eine detaillierte Begriffsdefinition zu betrachten. Ein grundlegendes Verständnis für

den Begriff der Generation ist für diese Arbeit von besonderer Bedeutung, um die gemeinsamen sozialen, kulturellen, aber auch zeitlichen Eigenschaften zu verstehen und somit eine Grundlage für die Analyse der arbeitsbezogenen Wertvorstellungen der Generationen Y und Z zu schaffen.

Nach Bruch et al. kann „eine Generation (..) als eine Alterskohorte beschrieben werden, die Geburtsperiode und prägende gesellschaftliche und historische Ereignisse in den entscheidenden persönlichen Entwicklungsstufen, der Kindheit, Jugend und jungen Erwachsenenzeit, miteinander teilt“.⁴ Dabei werden „unter Kohorten (..) Personengruppen gefasst, die zu annähernd gleichen Zeitpunkten in ihrem Leben dieselben Ereignisse durchliefen“.⁵ Neben der Zugehörigkeit zu einer Alterskohorte, bestimmen demnach vor allem schlüsselfähige Erfahrungen in der Gesellschaft und Geschichte eine Generation. Der gleichen Ansicht ist Karl Mannheim, ein Pionier im Bereich der Jugendsoziologie. Dabei differenziert er bei seiner Definition zwischen der Generationslagerung, dem Generationszusammenhang und der Generationseinheit.⁶ Die Generationslagerung umfasst die einzigartige Position jeder Generation, geprägt durch den historischen Kontext in der Zeit, in der sie aufgewachsen sind. Die Generationseinheit umfasst die gemeinsamen Erfahrungen von Personen, die in demselben historischen Kontext aufgewachsen sind. Diese identischen Erfahrungen führen zu einer Einheit, die sich von anderen Generationen unterscheidet. Hierbei kann es sich um politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Ereignisse handeln, durch die die Werte und Einstellungen der Kohorte geprägt werden.⁷ Der Generationszusammenhang wird nach Mannheim durch die „Partizipation an den gemeinsamen Schicksalen dieser historisch-sozialen Einheit“ gebildet.⁸ Demnach besteht ein Generationszusammenhang, wenn mehrere Generationseinheiten, die durch unterschiedliche Erfahrungen im gleichen historischen Kontext geprägt wurden, aufgrund einer Verbindung oder Solidarität zueinander einen Zusammenhang bilden und folglich zu einer kollektiven Identität werden. So differenziert Mannheim auch zwischen der Alterszugehörigkeit und prägenden gesellschaftlichen Ereignissen, weiterführend hebt er aber auch die Heterogenität, die innerhalb einer Generation vorzufinden ist, hervor. Diese basiert auf der differenzierten Wahrnehmung der gesellschaftlichen Ereignisse.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Generationenzugehörigkeit zum einen auf das Geburtsjahr, daraus abgeleitet aber vor allem auf den einhergehenden prägenden, gesellschaftlichen Ereignissen dieser Zeit beruht. Diese Ereignisse sind es, welche die Werte und Vorstellungen der Generation formen und sie spezifizieren. Dabei könne die Generationenzugehörigkeit nie das alleinige Erklärungsmuster für das Denken und Auftreten von Individuen sein, vielmehr spielen Faktoren wie Geschlecht, geografische Herkunft, sozioökonomischer Hintergrund oder Familienstrukturen eine mindestens genauso wichtige Rolle.⁹ Dementsprechend sollte die Thematisierung generationenspezifischer Aspekte behutsam beleuchtet und hinterfragt werden, nichtsdestotrotz ist die Zuordnung als ein probates Mittel zur Verminderung der Komplexität anzusehen.

⁴ Bruch, H. et al. (2010). S. 92

⁵ Baur, N. / Blasius, J. (2022). S. 152

⁶ Vgl. Mannheim, K. (1928). S. 103 ff.

⁷ Vgl. Mannheim, K. (1928). S. 99

⁸ Mannheim, K. (1928). S. 103

⁹ Vgl. Klaffke, M. (2014). S. 10

2.2 Zwischen Boomern und Zoomern: Eine Abgrenzung der Generationen

Um die zuletzt erläuterte Begriffsdefinition in den zeitlichen Kontext einzuordnen, folgt die Betrachtung der derzeit am deutschen Arbeitsmarkt vertretenden Generationen. Betrachtet werden sollen die Baby Boomer, die Generation X, die Generation Y als auch die Generation Z. Da die Generationen Y und Z Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit sind, werden diese detaillierter betrachtet.

Eine allgemeingültige Gliederung der Generationen ist dabei in der Literatur nicht vorzufinden. So wurden in der Vergangenheit häufig die Einteilungen US-amerikanischer Generationenforschung auf die deutsche Bevölkerung übertragen, obwohl sich gesellschaftliche Ereignisse von Nation zu Nation unterscheiden und zeitlich versetzt sein können.¹⁰ Folglich sei das Generationenkonzept immer in einem nationalen Kontext zu betrachten.¹¹ Aber auch auf nationaler Ebene unterscheiden sich die Grenzen je nach Autor und Forschungsgebiet. So teilt der Autor Rüdiger Maas in seinem Werk „Neueste Generationenforschung in ökonomischer Perspektive“ die Generation Y in die Geburtsjahrgänge 1980 bis 1994 ein¹², wohin gegen der Autor Martin Klaffke in seinem Werk „Generationen-Management: Konzepte, Instrumente, Good-Practice-Ansätze“ eine Einteilung durch die Jahrgänge 1981-1995 vornimmt.¹³ In Anbetracht dessen ist es für das weitere Vorgehen wichtig zu berücksichtigen, dass zur Reduktion der Komplexität getroffene Einteilungen keinem einheitlichen Meinungsbild der Forschung entsprechen. Das folgende Schaubild bildet die zeitliche Einordnung der Generationen gemäß Klaffke ab:

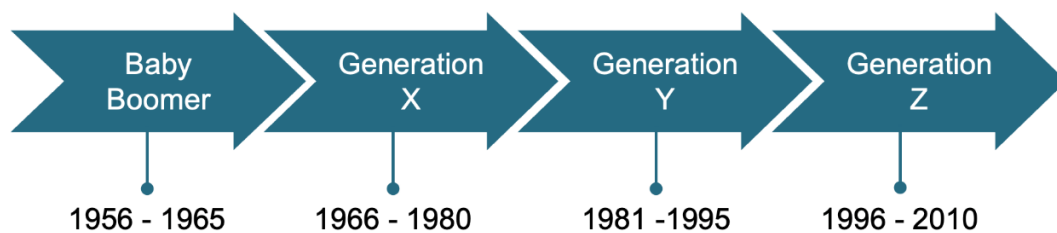


Abbildung 1: **Die zeitliche Generationen-Gliederung in der deutschen Arbeitswelt** in Anlehnung an Klaffke, M., 2014, S. 10f.

2.2.1 Die Generation Baby Boomer

Die Generation der Babyboomer wird demnach in den Geburtsjahrgängen 1956 bis 1965 zusammengefasst. Im Vergleich zu den anderen Generationen handelt es sich um die geburtenstärksten Jahrgänge. Aufgrund Ihrer hohen Anzahl an Erwerbstätigen ergab sich zeitweise ein Nachfrageüberhang an Arbeitsstellen und folglich ein großer Wettbewerb um Bildungs- und Arbeitsplätze.¹⁴ Weitere Prägende Ereignisse dieser Generation stellen den Nachkriegs-Wirtschaftsboom bis 1966 dar, welcher zu einer Verbesserung der Lebensstandards führte, aber später auch wirtschaftliche Stagnation in der zweiten Hälfte der 1960er

¹⁰ Vgl. Bruch, H. et al. (2010). S. 94

¹¹ Vgl. Pfeil, S. (2017). S. 63

¹² Vgl. Maas, R. (2021). S. 17

¹³ Vgl. Klaffke, M. (2014). S. 12

¹⁴ Vgl. Maas, R. (2021). S. 16

Jahre und die Ölkrise im Jahr 1973 während der Zeit des Beruf Einstiegs der Baby Boomer.¹⁵ Demnach sei die Generation durch wirtschaftliche Krisen und hohem Konkurrenzdruck vor allem durch berufliche Unsicherheit geprägt.¹⁶

2.2.2 Die Generation X

Die Nachfolgeneration der Babyboomer, auch als Generation X betitelt, wird in die Geburtsjahrgänge von 1966 bis 1980 eingeordnet. Die Namensgebung wurde unter anderen durch den Roman „Generation X“ von Douglas Coupland geprägt, in welchem die prägenden Ereignisse der damaligen, sehr individualistischen Generation in ihrem Teenager- und jungen Erwachsenenalter beschrieben sowie popularisiert wurde.¹⁷ Prägende Ereignisse der Jugendphase entstanden so durch beispielsweise mangelnde ökonomische Sicherheit, zahlreiche Wirtschafts- sowie Finanzkrisen in den 1990er Jahren und Eltern, welche tagsüber Vollzeit arbeiten waren und die Kinder mit dem Haustürschlüssel allein ließen, was dem Begriff der Schlüsselkinder eine Bedeutung zu spricht. Geprägt durch die „Ellenbogenmentalität“ sollen die Generationenvertreter besonders schwierig einzuschüchtern, indes gering anpassungsfähig als auch „generell kreativ, skeptisch und kritisch“ sein.¹⁸ Ihre Hauptmotivation sei zudem der Erfolg im Beruf.¹⁹ Weiterhin sei der Generation X eine „ausgeglichene Balance zwischen Berufs- und Privatleben“ im Vergleich zur Baby Boomer Generation wichtig.²⁰

2.2.3 Die Generation Y

Der Fokus dieser Arbeit soll indes auf den Generationen Y und Z liegen, dabei werden Personen, welche zwischen den Jahren 1981 und 1995 geboren wurden, als Vertreter der Generation Y eingeordnet. Das Y repräsentiert unter anderem das „why“ aus dem Englischen.²¹ Diese sinnsuchende Generation nutzte bereits in jungen Jahren das Internet und erlebte dessen weitreichende und globale Verbreitung, weshalb Vertreter der Generation Y auch als Digital Natives betitelt werden.²² Ein ebenso popularisierter als auch prägender Begriff der Digital Natives ist die Bezeichnung als Millennials, aufgrund der Jahrtausendwende, welche unter anderem ihr Jugendalter geprägt hat und vor allem in der amerikanischen Literatur vorzufinden ist. Ebenso geprägt durch die Jahrtausendwende wurde die Generation Y durch eine Flexibilisierung des Arbeitsmarktes, was zu einer exorbitanten Erhöhung befristeter Arbeitsverhältnisse führte. Diese Veränderung der Arbeitsverhältnisse im Vergleich zu den Normalarbeitsverhältnissen der Vorgenerationen führte zur Prägung der Generation Y als Generation Praktikum, da viele Akademiker den Berufseinstieg nur über gering entlohnte oder unbezahlte Praktika schafften.²³ Die Erfahrung befristeter Anstellungen habe zudem dazu geführt, dass die Millennials sich nicht mehr an Unternehmen

¹⁵ Vgl. Klaffke, M. (2014). S. 32

¹⁶ Vgl. Eberhardt, D. (2021). S. 51

¹⁷ Vgl. Coupland, D. (1991).

¹⁸ Maas, R. (2021). S. 17

¹⁹ Vgl. Maas, R. (2021). S. 17

²⁰ Pfeil, S. (2017). S. 66

²¹ Vgl. Maas, R. (2023). S. 8

²² Vgl. Hurrelmann, K. / Albrecht, E. (2014). S. 24

²³ Vgl. Stolz, M. (2005); Klaffke, M. (2014). S. 63

binden wollen würden.²⁴ Neben der Jahrtausendwende war für die Generation Y unter anderem die durch das Internet induzierte Globalisierung bedeutend, was zu einer Ausweitung des internationalen Handels führte.²⁵ Dies prägt die Generation bis heute als Multioptionengesellschaft aufgrund der großen Vielfalt an Entscheidungsmöglichkeiten.²⁶ Ein weiteres prägendes Ereignis der Jugendphase der Generation Y waren die Terroranschläge auf das World-Trade-Center am 11. September 2001. Der darauffolgende Konjunkturreinbruch als auch die 2008 folgende Weltwirtschaftskrise waren in ökonomischer Sicht wichtige Ereignisse dieser Generation.²⁷ Folglich wird die pragmatisch idealistische Generation Y auf dem Arbeitsmarkt eher als eine Generation mit negativer Stimmung tituliert, da 66 % der Vertreter dieser Generation Angst vor steigender Armut als auch einer schlechten wirtschaftlichen Lage haben.²⁸ Ein familiärer Rückhalt als auch „der Wunsch nach Familie als Voraussetzung zum eigenen Glück“ hat ebenso einen Einfluss auf das Generationenspezifische Wertesystem, welches sich durch Orientierung an Freundschaft, Familie sowie dem Streben nach Unabhängigkeit manifestiert.²⁹

2.2.4 Die Generation Z

Die Generation Z wird in den Jahrgängen 1996 bis 2010 zusammengefasst und wird wohl mit den meisten Synonymen im Vergleich zu den anderen Generationen betitelt. Das „Z“ steht dabei für den alphabetisch aufbauenden Bezug zur Vorgänger-Generation Y. Auch der Begriff der Zoomer ist eine geläufige Beschreibung, welche einen Bezug zu der Generation der Baby Boomer darstellt. Die Generation Internet, Social Media Natives oder Digital Natives 2.0 sind weitere Bezeichnungen und verdeutlichen die Internetaffinität und digitale Kompetenz der Generation Z.³⁰ Generation Greta, abgeleitet von der Fridays for Future Aktivistin Greta Thunberg, oder auch der Begriff Generation Hafermilch stehen für das Bewusstsein für Nachhaltigkeit, Politik oder Umweltbewusstsein.³¹ Weiterhin seien sie die am besten ausgebildete Generation gemessen an der Anzahl der Studierenden im Vergleich zu den anderen Generation.³² Dies sei auch der Grund, warum die Generation Z später in den Arbeitsmarkt eintrete, länger in finanzieller und materieller Abhängigkeit zu ihrer Herkunftsfamilie stehe und folglich auch erst später ökonomisch unabhängig sei.³³ Ein prägendes Ereignis der Jugendphase stellt die Corona-Krise und die damit einhergehenden Einschränkungen dar, die besonders viele Vertreter dieser Generation in der Ausbildung oder der Berufseinstiegsphase getroffen haben.³⁴ Die Corona Pandemie hat dabei vor allem bewiesen, dass insbesondere von Büroarbeit geprägte Berufe sowie damit auch mögliche einhergehende Reisetätigkeiten ebenso gut von zuhause und digital erledigt werden können. Dementsprechend seien Flexible Arbeitsmodelle und die Möglichkeit von Homeoffice

²⁴ Vgl. Hesse, G. / Mattmüller, R. (2019). S. 81

²⁵ Vgl. Parment, A. (2013). S. 24

²⁶ Vgl. Maas, R. (2021). S. 19

²⁷ Vgl. Schulenburg, N. (2016). S. 69

²⁸ Vgl. Maas, R. (2021). S. 18

²⁹ Vgl. Pfeil, S. (2017). S. 13

³⁰ Vgl. Lippold, D. (2020). S. 30

³¹ Vgl. Würminghausen, P.; Maas, R. (2021). S. 30

³² Vgl. Statistisches Bundesamt (2023).

³³ Vgl. Maas, R. (2021). S. 19

³⁴ Vgl. Eberhardt, D. (2021). S. 56

für viele zur Voraussetzung geworden.³⁵ Zudem habe die Pandemie, aber auch die Energiekrise, welche erhebliche Preissteigerungen zur Folge hatte, zu wirtschaftlichen Unsicherheiten geführt. Folglich seien Sicherheit und Stabilität bei der Suche nach dem passenden Arbeitgeber ein wichtiger Faktor bei der Berufswahl.³⁶ Gleichzeitig behaupten andere Autoren, Studenten und junge Erwachsene würden sich nicht mehr an Unternehmen binden wollen. Ihnen sei bei der Berufswahl eine Sinn-stiftende Arbeit, eine ausgewogene Work-Life-Balance, genügend Zeit für Familie und Freunde sowie eine abwechslungsreiche Tätigkeit von hoher Bedeutung.³⁷

2.3 Kritik am Generationenkonzept

Nachdem die Vielfalt der Generationen, die sich derzeit am Arbeitsmarkt befinden, ausführlich beschrieben wurden, gilt es nun die von verschiedenen Autoren geäußerte Kritik am Generationenkonzept darzustellen, welche sich im Wesentlichen in drei Hauptargumenten äußert.

In der Literatur lassen sich unzählig viele Beschreibungen der aufgeführten Generationen finden. Diese sind sehr unterschiedlich, teilweise sogar gegensätzlich. So beschreibt die Autorin Jutta Oertel die Generation X als eine Generation, welche Arbeit als zentralen Lebensinhalt ansehe, Freizeit hingegen als weniger wichtig.³⁸ Hurrelmann und Albrecht argumentieren hingegen „die Generation X habe null Bock auf Arbeit“.³⁹ Diese Ambivalenz an Eigenschaften der jeweiligen Generation zeigt auf, dass die Einstellungen sich möglicherweise nicht durch die Mitgliedschaft zu einer bestimmten Geburtskohorte erklären lassen. Zu diesem Ergebnis kamen auch Wong et al. bei einer im Jahr 2008 durchgeführten Querschnittsstudie am australischen Arbeitsmarkt, welche die Generationenunterschiede in Bezug auf Persönlichkeits- und Motivationsmerkmale untersucht haben. Sie konnten zwar Unterschiede zwischen den betrachteten Generationen der Baby Boomer, Generation X sowie Generation Y feststellen, allerdings stehen diese im Widerspruch zu den Äußerungen der gängigen Literatur und seien im praktischen Kontext nahezu vernachlässigbar.⁴⁰ Zusätzlich schlussfolgert Wong: „most of the differences observed are better explained by age, rather than generational differences.“⁴¹ Zu einem präziseren Ergebnis kam Martin Schröder im Rahmen einer Kohortenstudie, welche die Einstellungen von Menschen unterschiedlicher Generationen im selben Alter verglich. Die gewählte Forschungsmethode ermöglichte ihm das Ausschließen möglicher Differenzen aufgrund des Altersunterschiedes und eine eindeutige Zuordnung der Ergebnisse im Generationenkontext. Auch Schröder kam zu dem Ergebnis, dass weitverbreitete Analysen den Generationen falsche Merkmale unterstellen. Überdies seien gefundene Kohorteneffekte nur sehr gering, sodass Schröder zu dem Fazit kommt, dass man „zumindest auf der Basis von Einstellungsunterschieden

³⁵ Vgl. Klaffke, M. (2014). S. 77, Eberhard, D. (2021). S. 141

³⁶ Vgl. Klaffke, M. (2014). S.73

³⁷ Vgl. Hesse, G. / Mattmüller, R. (2019). S.81

³⁸ Klaffke, M. (2014). S. 48

³⁹ Hurrelmann, K. / Albrecht, E. (2014). S. 23

⁴⁰ Vgl. Wong, M. et al. (2008). S. 886

⁴¹ Wong, M. et al. (2008). S. 887, die gleiche Meinung vertreten auch Constanza, D. et al. (2012) S. 388 sowie Biemann, T. / Weckmüller H. (2013). S. 49

(...) zugespitzt sagen (kann): Es gibt in Deutschland keine Generationen“.⁴²

Ein weiterer Kritikpunkt äußert sich in der fehlenden langfristigen Betrachtung der Generationen. Besonders die Shell Jugendstudie, die alle vier bis sechs Jahre durchgeführt wird, steht in der Kritik. Sie beleuchtet, wie sich die Einstellungen innerhalb einer Generation in einem bestimmten Zeitraum verändert haben. Was außer Acht gelassen wird, seien dabei die Unterschiede zwischen Generationen.⁴³ Als Beispiel sei hier angeführt, ob die Generation Y nicht ähnliche Ansichten wie die Generation Z teilte, als diese noch jünger war. Solche Kohortenstudien sind in der Generationenforschung derzeit nur begrenzt vorhanden. Neben der zuvor aufgeführten Studie von Manfred Schröder lässt sich noch eine weitere Studie von Kalleberg und Marsden aus dem Jahr 2019 aufführen. Dabei handelt es sich um seit 1972 jährlich bis zweijährig durchgeführte Untersuchungen von über 18-jährigen in Bezug auf bestimmte soziale Indikatoren in den USA. Bei der Studie wurde insbesondere betrachtet, welche Rolle der Alterseffekt, der Periodeneffekt beziehungsweise der Zeitpunkt der Untersuchung, als auch der Kohorteneffekt, also die Zugehörigkeit zu einer Generation, Einfluss auf die Einstellungen und Werte in Bezug auf die Arbeit haben. Das Ergebnis der Studie besagt, dass es keine solide empirische Grundlage gäbe, Werte und Einstellungen bestimmten Generationen zuzuschreiben. Auch sie kommen zu dem Ergebnis: „The work values of young people may well be different from those of older ones, but such age differences do not appear to be mainly attributable to either youth or cohort membership.“⁴⁴ Um also wirklich von Generationsunterschieden sprechen zu können, bedarf es der Durchführung von langfristig ausgelegten Kohortenstudien, welche auftretende Unterschiede eindeutig der Generationenzugehörigkeit zuordnen können. Bereits bestehende Studien dieser Art kommen jedoch bisher einstimmig zu dem Ergebnis, dass diese Unterschiede nicht eindeutig der Generationenzugehörigkeit zugeschrieben werden können. Hurrelmann, welcher auch als Autor an der Shell Jugendstudie beteiligt war, drängt diese Kritik zurück. Seiner Meinung nach sei die Generationeneinteilung durch einmalige historische Lebensumstände geprägt, die die Generationeneinteilung rechtfertigen.⁴⁵

Der dritte Kritikpunkt den Schröder aufführt, ist der Rhythmus, in dem alle 15 Jahre eine neue Generation ausgerufen wird, zu erfundenen Generationsetiketten führe und sich auf Personen beziehe, die letztlich kaum gemeinsame einschneidende Erlebnisse teilen. Demnach könne eine Generation zwar periodisch entstehen, müsse sie aber nicht und könne deshalb zu vagen Kennzeichnungen führen sowie „die Konstruktion gesellschaftlicher Mythen als tatsächliche Generationenunterschiede“ illustrieren.⁴⁶ Das Ausrufen einer neuen Generation unterstützt demnach die stereotypische Merkmalszuschreibung und setzt eine Trennlinie zwischen Individuen, die sich dieser Generation womöglich nicht zugehörig fühlen, weil sie sich mit diesen Merkmalen nicht identifizieren können. Das gegenteilige Szenario hingegen beinhaltet das periodische Ausrufen einer neuen Generation, wobei sich diese nicht von der vorangegangenen unterscheidet.

⁴² Schröder, M. (2018). S. 491

⁴³ Vgl. Schröder, M. (2018). S. 473

⁴⁴ Kalleberg, A.L. / Marsden, P.V. (2019). S. 11

⁴⁵ Vgl. Hurrelmann, K. (2018).

⁴⁶ Schröder, M. (2018). S. 492

Zusammenfassend lässt sich konstatieren, dass empirische Studien der letzten Jahre das Generationenkonzept nicht bekräftigen konnten. Im Gegenteil, wenn überhaupt Unterschiede gefunden wurden, dann sind diese nicht auf die Generationenzugehörigkeit, sondern auf Alters- oder Periodeneffekte zurückzuführen. Hauptkritikpunkte, welche auf den Studien beruhen, sind demnach die unterschiedliche Zuschreibung von Merkmalen derselben Generation, die bisher nur begrenzt vorhandene, langfristige Betrachtung im Rahmen von Längsschnittstudien der Generationenmerkmale als auch das periodische Ausrufen neuer Generationen. Trotz dieser Studien, die die Generationenzuschreibung wissenschaftlich fundiert anzweifeln, gibt es Forscher und Forscherinnen, die das Generationenkonzept unterstützen. Bis heute gibt es keinen einheitlichen wissenschaftlichen Konsens in der Generationenforschung.⁴⁷

2.4 Generationen Hype: Ursachen im Fokus

Um der Frage auf den Grund zu gehen, warum die aktuellen Generationen regelmäßig in den medialen Berichterstattungen präsentiert werden, ist es wichtig, zunächst einen Blick auf den demographischen Wandel in Deutschland und die Arbeitsmarktentwicklung zu werfen.

2.4.1 Demografischer Wandel am Arbeitsmarkt

Häufig spiegelt sich die Dynamik des Arbeitsmarktes über die Medienlandschaft wider, insbesondere wenn eine neue Generation ihren Eintritt in diesen vollzieht. Diese Beziehung wird auch bei der aktuellen Generation Z deutlich, der ein großer Anteil der Angehörigen im Alter von 13 bis 28 Jahren derzeit in den Arbeitsmarkt eintreten beziehungsweise die ersten Berufsjahre erlebt haben. Bei der Betrachtung der Berichterstattungen der Generation Y, zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. Denn auch bei dem damaligen Eintritt der Generation Y in den Arbeitsmarkt stieg die Berichterstattung stark an. Mit dem Eintritt der Generationen in das Berufsleben steigt folglich die Frequenz der Medienberichterstattung, was indes von besonderer Relevanz ist, da die demografische Entwicklung in Deutschland einen Wandel durchläuft, der den jetzigen jungen Generationen, aber auch zukünftigen eine besonders hohe Relevanz zukommen lässt. Die aktuellen Generationen machen folgende Anteile an der Gesamtbevölkerung aus: Die Baby Boomer (58-67 Jahre), als älteste noch erwerbstätige Generation, stellen mit 12,4 Millionen Menschen 15 % der Gesamtbevölkerung dar. Die Generation X (43-57 Jahre) umfasst 16,6 Millionen Menschen, was 20 % der Gesamtbevölkerung entspricht. Die Generation Y zählt mit 16,2 Millionen Menschen zu 19 % der Bevölkerung, während die Generation Z mit 12,8 Millionen Menschen 15 % der Gesamtbevölkerung ausmacht. Die folgende Grafik zeigt den Altersaufbau in Deutschland aus dem Jahr 2022 im Vergleich zu 1990:

⁴⁷ Vgl. Maas, R. (2021). S. 31

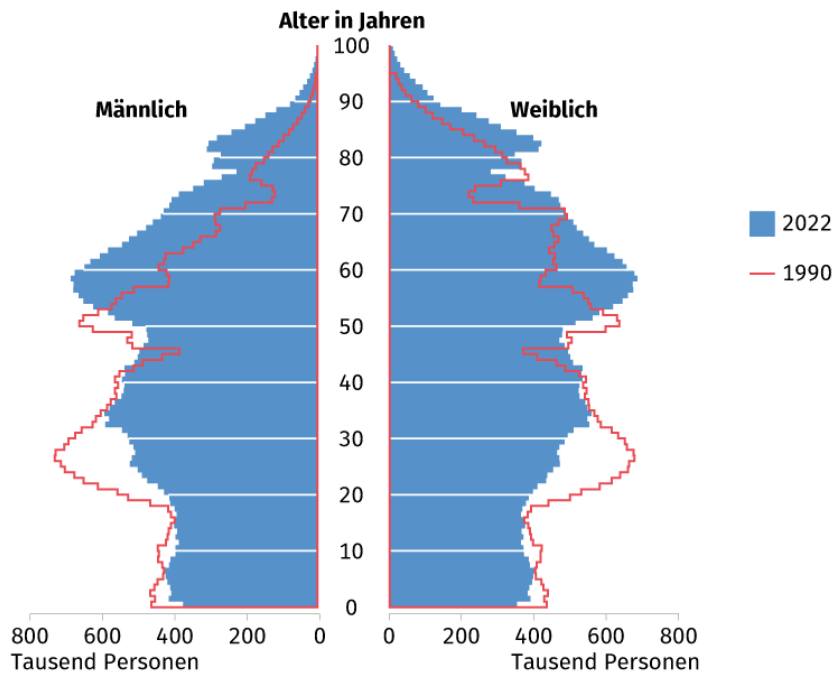


Abbildung 2: **Altersaufbau der Bevölkerung 2022 im Vergleich zu 1990**, Datenquelle: Statistisches Bundesamt, 2023

Insgesamt zeichnet sich für die demografische Entwicklung ein Abwärtstrend der Erwerbsbevölkerung ab. Grund dafür ist die absinkende Geburtenrate. Die Eltern der Baby Boomer haben zu damaligen Zeiten durchschnittlich zweieinhalb Kinder in die Welt gesetzt, Ende der 1960er-Jahre folgte eine Abnahme der Geburtenrate auf 1,4 Kinder je Frau, welche sich bis heute fortsetzt.⁴⁸ Die derzeit spürbare Folge dieser demografischen Entwicklung ist ein hoher Anteil einer immer älter werdenden Gesellschaft, die in den Ruhestand eintritt und eine zunehmend sinkende Zahl junger Menschen, die in den Arbeitsmarkt eintreten. So werden bis zum Jahr 2060 ein Drittel weniger Erwerbspersonen erwartet, sofern Deutschland keine Zuwanderung zulassen würde.⁴⁹ Dieser Wandel führt zu einem Fachkräftemangel, welcher sich in den kommenden Jahren weiter ausprägen könnte.

Der demografische Wandel hat neben der Alterung der Gesellschaft vor allem Auswirkungen auf die Machtverhältnisse am Arbeitsmarkt. Während sich die Baby Boomer und Generation X aufgrund ihrer hohen zahlenmäßigen Stärke in den Arbeitsmarkt kämpfen mussten und einem ständigen Konkurrenzdruck ausgesetzt waren, hatten es die Folgegenerationen aufgrund der geringeren Masse an Bewerbern einfacher eine Arbeitsstelle zu finden. Damit zeichnet sich ein klassisches Bild von einem Nachfrage- beziehungsweise Angebotsüberhang an Arbeitsplätzen ab. Der zu damaligen Zeiten vorhandene Nachfrageüberhang an Arbeitsplätzen führte zu dem Resultat, dass Bewerber sich mit unbefriedigenden Stellen zufriedengaben und den Anforderungen des Arbeitgebers folgen mussten.⁵⁰ Das Gegenteil hingegen ist bei der Generation Y und Z der Fall, denn aus dem Fachkräftemangel resultierende unbesetzte Stellen haben zur Folge, dass die Unternehmen um die jungen Leute werben müssen, um die Vakanzen besetzen zu können. „Die Generation Most Wanted sitzt

⁴⁸ Vgl. Klingholz, R. (2016). S. 5, Statistisches Bundesamt. (2024)

⁴⁹ Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz

⁵⁰ Vgl. Wolf, G. (2020). S. 418

am Drücker“, denn den Vorteil des Überhangs an unbesetzten Stellen nutzen die jungen Generationen nun für sich, in dem Sie höhere Anforderungen an ihre Arbeitgeber stellen und die Möglichkeit nutzen, eigene Werte in die Unternehmen einbringen.⁵¹

Auf diese Arbeitsmarktentwicklung reagieren die Medien regelmäßig, indem sie die öffentliche Diskussion über Arbeit und Beruf prägen. Dieser Effekt wird durch den demografischen Wandel in Deutschland verstärkt, der die Notwendigkeit einer umfassenden Auseinandersetzung mit den Arbeitsbedingungen und -einstellungen der Generationen in den Fokus der Medien rückt. Die Folge ist, dass die neuen Anforderungen mit der Zugehörigkeit zu den jungen Generationen begründet werden. Dieser Effekt wird häufig durch den Vergleich zu Vorgängergenerationen verstärkt und trägt dazu bei, dass die Medien der Gesellschaft ein Bild von Generationen vermitteln, nach welchem diese sich anhand ihrer unterschiedlichen Eigenschaften klar voneinander abgrenzen.

2.4.2 Generationenunterschiede: Grundlage für HR-Maßnahmen

Durch die derzeit stattfindende Arbeitsmarktentwicklung und dem daraus resultierenden Fachkräftemangel ergeben sich für viele Unternehmen Kapazitäts- und Performance-Risiken.⁵² Um weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben und erfolgreich qualifiziertes Personal rekrutieren zu können, bedarf es passender Personal Maßnahmen und Strategien. Neben der hochfrequenten Berichterstattung über Generationen in den Medien rufen Praxisratgeber daher die komplette Neuausrichtung der Personalarbeit auf der Grundlage generationaler Unterschiede aus.⁵³ So behauptet der Autor Martin Schröder in seinem Werk Generationenmythos hingegen, dass solche Ratschläge bezüglich des Umgangs mit Generationenunterschieden häufig empirisch überhaupt nicht nachvollziehbar seien.⁵⁴ Trotz dieser Beurteilungen gibt es solche Ratgeber und Beratungen auch heute noch, folglich scheint das Geschäft mit den Generationen erfolgreich zu sein. Ein möglicher Grund könnte dabei in der Einfachheit und Komplexitätsreduktion der Generationenstereotypisierung liegen, die aufgrund ihrer Allgegenwärtigkeit als gesellschaftlich akzeptiert gilt.⁵⁵ Folglich stellt das Ausrufen neuer Generationen und damit einhergehend neu entwickelten Personalstrategien einen Grund dar, warum der Hype um die Generationen noch immer so groß ist.

3 Material und Methoden

3.1 Empirischer Forschungsprozess

Das Hauptziel der vorliegenden Untersuchung besteht darin, mittels eines Vergleichs von Zeitungsartikeln, die sich mit den Werten und Einstellungen der Generationen Y und Z in Bezug auf die Arbeitswelt befassen, festzustellen, welche Gemeinsamkeiten oder Unterschiede zwischen den Generationen existieren. Zur Erreichung dieses Ziels wird eine systematische Methode zur Auswertung der Zeitungsartikel benötigt. Zu diesem Zweck wurde

⁵¹ Wolf, G. (2020). S. 419

⁵² Vgl. Klaffke, M. (2014). S. 5

⁵³ Vgl. Biemann, T. / Weckmüller, H. (2013). S. 46

⁵⁴ Vgl. Schröder, M. (2018). S. 469, die gleiche Meinung vertreten auch Parry, E./ Urwin, P. S. 863

⁵⁵ Vgl. Rudolph, C.W. et al. (2020). S. 4

das Verfahren der strukturierten qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring angewendet. Im folgenden Abschnitt wird zunächst der schrittweise Ablauf einer strukturierten Inhaltsanalyse erläutert, um eine transparente sowie nachvollziehbare Auswertung der Texte zu gewährleisten. Dies schließt die Entwicklung eines Kategoriensystems sowie eines Kodierleitfadens ein. Abschließend wird das beschriebene Prozedere anhand der spezifischen Forschungsfrage, welche Erwartungen die Generationen Y und Z an ihre Arbeitgeber haben und inwiefern sich diese voneinander unterscheiden, beziehungsweise übereinstimmen, anhand des zugrunde liegenden Datenmaterials erörtert.

3.2 Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring

Die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring zeichnet sich durch eine systematische und regelgeleitete Herangehensweise aus, die sich auf die Auswertung und Interpretation von Textmaterial konzentriert. Diese Methode wird innerhalb eines spezifischen Forschungskontextes und in Bezug auf eine präzise formulierte Fragestellung angewendet. Durch die Definition verschiedener, vorab festgelegter Kriterien wird die Vergleichbarkeit verschiedener Textquellen, wie etwa Zeitungsartikel, ermöglicht. Dadurch können Unterschiede und Gemeinsamkeiten in den Perspektiven und Werten der Generationen Y und Z effektiv identifiziert und interpretiert werden.

3.2.1 Allgemeines Ablaufmodell

Um diese Unterschiede und Gemeinsamkeiten zu evaluieren sowie eine systematische Herangehensweise des Analyseprozesses zu gewährleisten, hat Mayring ein allgemeines inhaltsanalytisches Ablaufmodell konzipiert. Dieses Modell ermöglicht es, Textinhalte auf eine strukturierte Weise zu analysieren, indem es zwischen verschiedenen Analysetechniken differenziert – namentlich der Zusammenfassung, Explikation und Strukturierung oder auch einer Kombination dieser Techniken.⁵⁶ Die Analyse in dieser Arbeit befasst sich mit der Technik der strukturierten Inhaltsanalyse. Folglich beschränkt sich die Erläuterung auf diese ausgewählte Methode.

Der Ablauf dieser Methode besteht dabei aus insgesamt 13 Schritten, wobei in den anfänglichen Phasen die Bestimmung des Ausgangsmaterials definiert wird. Durch die Festlegung des Materials (Schritt 1), die Analyse der Entstehungssituation (Schritt 2) sowie Beschreibung der formalen Charakteristika des Materials (Schritt 3) wird festgelegt, aus welchen Gründen das Material ausgewählt wurde, aus welchem Kontext das Material entstanden ist und in welcher Form das Material vorliegt.

Nach der Festlegung des Ausgangsmaterials in den ersten drei Schritten, werden die darauffolgenden Schritte unter der Fragestellung der Analyse zusammengefasst. Zunächst wird die Richtung der Analyse (Schritt 4) definiert, wobei festgelegt wird, ob der Materialinhalt selbst, der Zustand des Kommunikators oder Hintergründe der Texterstellung untersucht werden sollen. Dieser Schritt bildet die Weichenstellung für die weitere Analyse. Daraufhin erfolgt die theoriegeleitete Differenzierung der Fragestellung (Schritt 5), welche

⁵⁶ Vgl. Mayring, P. (2022). S. 66

die zugrundeliegende Forschungsfrage in den aktuellen wissenschaftlichen Diskurs einbettet.

Das Kernstück des Modells der qualitativen Inhaltsanalyse bildet das Ablaufmodell der strukturierten Analyse. Diese Strukturierung ermöglicht es, „unter vorher festgelegten Ordnungskriterien einen Querschnitt durch das Material zu legen oder das Material aufgrund bestimmter Kriterien einzuschätzen.“⁵⁷ Der Ablauf beginnt mit der theoriegeleiteten Festlegung der Kategorien (Schritt 6). Hier wird basierend auf der Forschungsfrage und dem theoretischen Hintergrund ein erstes Kategoriensystem entwickelt, das in Haupt- und Unterkategorien strukturiert sowie nominal oder ordinal skaliert sein kann. Im Anschluss wird der Kodierleitfaden erstellt (Schritt 7), wobei für jede Kategorie präzise Definitionen verfasst sowie Ankerbeispiele formuliert werden, um eine eindeutige Zuordnung zu ermöglichen. Für den Fall, dass eine Textstelle nicht eindeutig einer Kategorie zugeordnet werden kann, ist eine Kodierregel zu formulieren, welche die klare Abgrenzung zu den anderen Kategorien ermöglicht. Im Rahmen der Festlegung der Analyseeinheiten (Schritt 8) wird bestimmt, welche Texteinheiten untersucht werden sollen. Mayring unterscheidet zwischen der Kodier-, Kontext- sowie Auswertungseinheit. Die Kodiereinheit legt den kleinsten Textteil fest, der einer Kategorie zugeordnet werden kann. Die Kontexteinheit hingegen den größten Textteil der unter eine Kategorie fallen kann. Welche Textteile jeweils nacheinander ausgewertet werden können, bestimmt die Auswertungseinheit. Daraufhin folgt die Überarbeitung des Kategoriensystems sowie des Kodierleitfadens (Schritt 9). Dieser iterative Prozess ermöglicht es, während der Textanalyse neue Kategorien zu erstellen oder Kodierregeln anzupassen, um Abgrenzungsprobleme zu beheben. Ein finaler Materialdurchlauf (Schritt 10) folgt anschließend, wobei alle Textinhalte den Kategorien zugeordnet werden. Ein Intercoder- Übereinstimmungstest (Schritt 11) ermöglicht hierauf anschließend den Vergleich der Codierung unterschiedlicher Textinhalte und bietet die Grundlage für eine quantitative Auswertung.

Das Ablaufmodell mündet schließlich in die Interpretation der Ergebnisse (Schritt 12) und der Sicherstellung der Gütekriterien Objektivität, Reliabilität sowie Validität (Schritt 13). Diese Schritte garantieren, dass die Ergebnisse unabhängig und ohne subjektive Einflüsse ausgewertet werden (Objektivität), bei wiederholter Auswertung zu gleichen Ergebnissen führen (Reliabilität) und genau das messen, was gemessen werden soll (Validität). Dieser strukturierte Prozess ermöglicht eine umfassende und fundierte Auswertung des Untersuchungsmaterials, die sich an der Methode der inhaltlichen Struktur orientiert. Die folgende Abbildung veranschaulicht den Ablaufprozess der Analyse:

⁵⁷ Mayring, P. (2022). S. 66

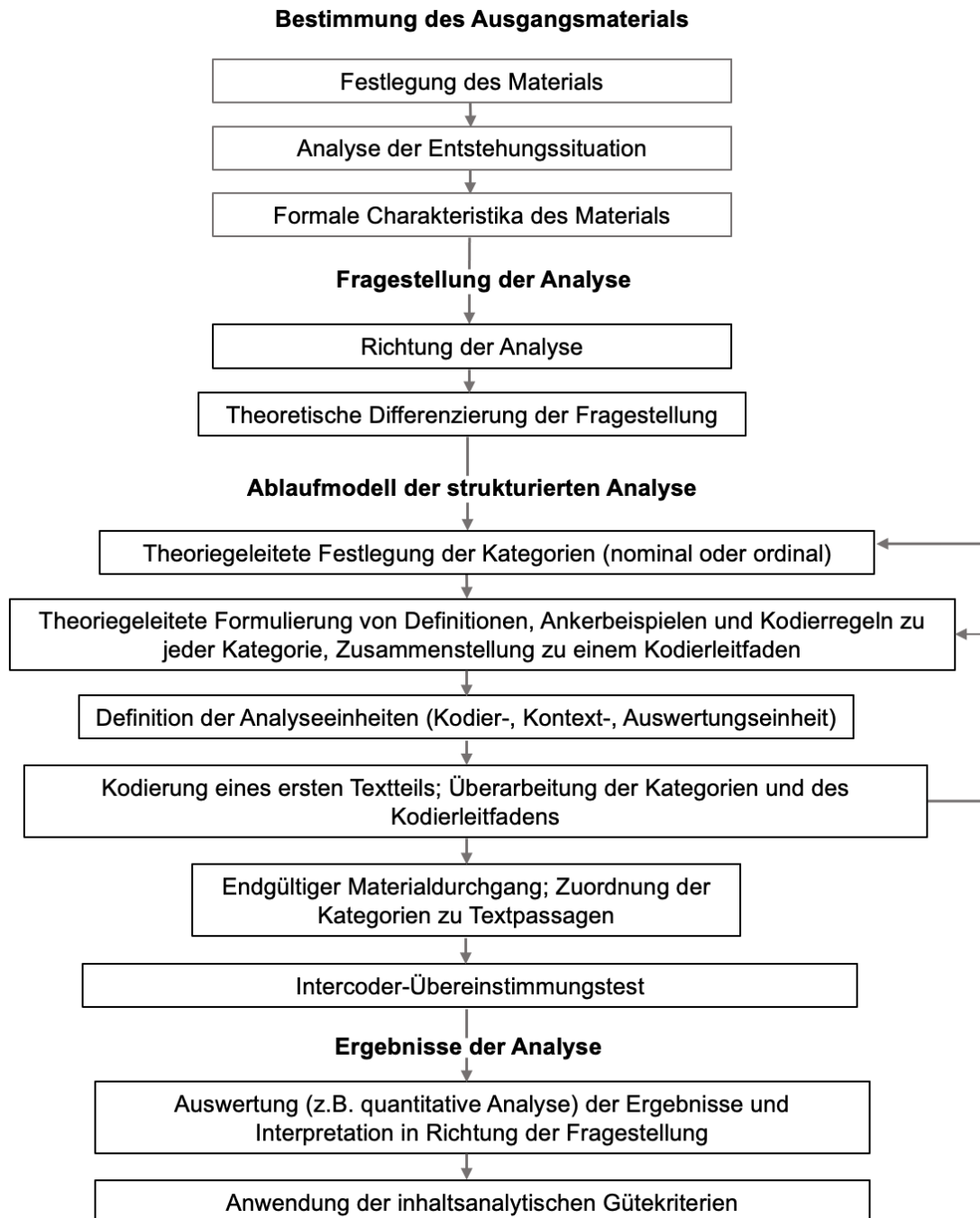


Abbildung 3: **Ablaufmodell der strukturierten qualitativen Inhaltsanalyse** in Anlehnung an Mayring 2022, S. 90ff.

3.2.2 Anwendung der qualitativen Inhaltsanalyse

Zur Beantwortung der Forschungsfrage, die sich mit der Darstellung der Generationen Y und Z im deutschen Arbeitsumfeld in gewählten Medien sowie den potenziellen Differenzen zwischen diesen Generationen auseinandersetzt, wurde eine empirische Untersuchung durchgeführt. Dabei kamen insgesamt 22 Zeitungsartikel in den Fokus, die mittels der Methode der strukturierten Inhaltsanalyse untersucht wurden. Der primäre Fokus dieser Analyse war es, zu ermitteln, inwieweit die öffentlichen Medien in ihrer Berichterstattung

über die Generation Y vor etwa einem Jahrzehnt Parallelen oder Unterschiede zu den aktuellen Darstellungen der Generation Z aufweisen. Diese methodische Herangehensweise zielt darauf ab, systematische Muster in der medialen Repräsentation beider Generationen zu identifizieren und zu verstehen, ob und inwiefern sich die mediale Darstellung im Laufe der Zeit verändert hat oder konstant geblieben ist.

3.2.2.1 Die Bestimmung des Ausgangsmaterials

Für die differenzierte Untersuchung der medialen Darstellung der Generationen Y und Z im deutschen Arbeitsumfeld wurden insgesamt 22 Zeitungsartikel einer eingehenden Analyse unterzogen, wobei 10 Artikel über die Generation Y und 12 Artikel über die Generation Z ausgewählt wurden. Eingangs wurde beabsichtigt, die gleiche Anzahl Artikel über die Generation Y mit Berichterstattung über die Generation Z zu vergleichen. Aufgrund mangelnder Berichterstattung der Boulevardpresse über die Generation Y wurde die Analyse auf 10 Artikel anstelle von 12 beschränkt. Die Auswahl der Artikel zur Generation Y konzentriert sich auf einen Erstellungszeitraum von 2013 bis 2017, eine Phase, die durch eine intensive Berichterstattung über diese Generation charakterisiert ist. Hingegen fokussiert sich die Auswahl der Artikel zur Generation Z auf aktuelle Publikationen, da diese Generation kürzlich in den Arbeitsmarkt eingetreten ist und somit gegenwärtig im Zentrum medialer Aufmerksamkeit steht. Um ein breites Spektrum der medialen Perspektiven abzudecken, werden Artikel von vier unterschiedlichen Zeitungsverlagen herangezogen: „Die BILD“ repräsentiert dabei das Segment der Boulevard Presse, während „Die ZEIT“ und „Der SPIEGEL“ als Leitmedien gelten. Zusätzlich wurde die „Personalwirtschaft“, eine Fachzeitschrift für Unternehmen, in die Auswahl mit einbezogen. Diese gezielte Auswahl diverser Verlage dient dem Zweck, mögliche Unterschiede in der Berichterstattung über die beiden Generationen zu identifizieren. Für die systematische Artikelauswahl wurden spezifische Suchkriterien erarbeitet. Diese thematisieren generationenspezifische Aspekte, insbesondere Werte und Einstellungen bezüglich der Arbeit. Als obligatorische Schlagwörter wurden „Generation Y“ beziehungsweise „Millennials“ oder „Generation Z“ festgelegt. Zusätzlich mussten mindestens drei der folgenden Schlagwörter im Text genannt werden: Arbeit, Job, Work-Life-Balance, flexible Arbeitszeiten, Flexibilität, Homeoffice, Privatleben, Hobbys, Leistungsbereitschaft, Sinn oder Karriere. Weiterführend wurde inhaltlich überprüft, ob die zuvor genannten Schlagwörter in Zusammenhang mit Aussagen und Erläuterungen stehen, die sich einer qualitativen Inhaltsanalyse unterziehen lassen. Darüber hinaus wurde bei der Auswahl der Artikel darauf geachtet, dass Meinungen der Generationen selbst, aber auch von Experten sowie Stimmen aus der Gesellschaft in die Analyse mit einbezogen wurden. Die Artikel wurden aus den Online-Archiven der jeweiligen Zeitungsverlage bezogen. In der Analyse wurde jeder Artikel vollumfänglich untersucht, dabei wurden Textpassagen, welche keine Relevanz für die zu untersuchende Forschungsfrage haben, für die weitere Untersuchung ausgeschlossen.

3.2.2.2 Die Fragestellung der Analyse

Basierend auf den zuvor ausgewählten Zeitungsartikeln sollte darauf abgezielt werden, tiefgreifende Einsichten in die Einstellungen der Generationen Y und Z zu spezifischen Themenfeldern zu gewinnen. Ein wesentlicher Fokus liegt dabei auf der Richtung der Analyse, welche insbesondere beleuchtet, welche generationenspezifischen Gemeinsamkeiten und

Unterschiede es gibt und wie der Kommunikator diese Einstellungen repräsentiert. Die theoriegeleitete Differenzierung der Fragestellung verfolgte das Ziel, an frühere Forschungsergebnisse anzuknüpfen, die im theoretischen Teil dieser Arbeit bereits aufgezeigt wurden. Diese Studien legten nahe, dass zwischen den Generationen Y und Z keine nennenswerten Unterschiede in Bezug auf ihre Einstellungen und Werte existieren. Durch die gewählte Analyserichtung soll diese Hypothese einer erneuten Überprüfung unterzogen werden. Die strukturierte Inhaltsanalyse der Zeitungsartikel bietet somit eine fundierte methodische Grundlage, um bestehende Annahmen zu überprüfen und möglicherweise neue Perspektiven auf die generationsspezifischen Einstellungen und deren mediale Repräsentation zu eröffnen.

3.2.2.3 Ablaufmodell der strukturierten Analyse

Im Rahmen des Ablaufmodells der strukturierten Inhaltsanalyse wurde ein systematischer Prozess zur Beantwortung der Forschungsfrage implementiert, der insbesondere bei der Entwicklung des Kategoriensystems Anwendung fand. Auf der Basis des theoretischen Hintergrundwissens und der zentralen Forschungsfrage wurden vorläufige Oberkategorien erarbeitet: Selbstverwirklichung beziehungsweise Sinnhaftigkeit im Job, Work-Life-Balance, Gebundenheit an den Arbeitgeber sowie das Gehalt. Für eine differenzierte Bewertung der in den Kategorien abgebildeten Meinungen wurden ordinale Unterkategorien erstellt. Abhängig von ihrer Relevanz für die Vertreter der jeweiligen Generationen wurde zwischen einer hohen Relevanz, mittleren Relevanz und geringen Relevanz abgestuft. Zusätzlich wurden zwei Unterkategorien für Artikel hinzugefügt, die unterschiedliche Meinungen aufführen oder die jeweilige Oberkategorie nicht thematisieren. Der nachfolgende Schritt umfasste die Zusammenstellung des Kodierleitfadens. Für jede Kategorie wurden Definitionen formuliert und anhand eines ersten Testdurchlaufs eindeutig zuordbare Textstellen, die sogenannten Ankerbeispiele, identifiziert und in den Kodierleitfaden integriert. Nicht eindeutig zuordbare Textstellen führten zur Entwicklung einer spezifischen Kodierregel für jede Kategorie, um eine klare Zuordnung zu ermöglichen. Im Folgenden ist zur Verdeutlichung ein Ausschnitt aus dem Kodierleitfaden dargestellt.

Oberkategorie B: Relevanz der Work-Life Balance			
Unterkategorien	Definitionen	Ankerbeispiele	Kodierregeln
B1: Hohe Relevanz	Der Ausgleich zwischen Arbeit und Freizeit hat für die Betroffenen eine hohe Priorität.	BILD Y1: „Im Mittelpunkt sollte nicht der Beruf stehen, sondern das Leben und damit auch die Freizeit“	Jede einheitliche Äußerung, die bestätigt, dass die Work-Life-Balance eine hohe oder höhere Bedeutung im Vergleich zu anderen Faktoren hat.

			Bei der Betrachtung von Umfragen stimmen mindestens 67 % für diesen Aspekt.
B2: Mittlere Relevanz	Der Ausgleich zwischen Arbeit und Freizeit ist den Betroffenen von Bedeutung. Andere Faktoren haben einen ähnlichen, oder höheren Stellenwert.	Die ZEIT Y3: „Durchgeführt wurde sie von der Unternehmensberatung Ernst & Young, das Handelsblatt hat sie veröffentlicht: 72 Prozent der Befragten nennen Entfaltungschancen als höchstes Kriterium für die Arbeitgeberwahl, 56 Prozent die Work-Life-Balance.“	Jede einheitliche Äußerung, die nicht eindeutig einer hohen Relevanz, geringen Relevanz oder divergierenden Meinung zuordbar ist. Bei der Betrachtung von Umfragen stimmen 34% - 66 % für diesen Aspekt.
B3: Geringe Relevanz	Die Betroffenen stellen Ihre Arbeit in den Mittelpunkt. Es gibt keine klare Grenze zwischen Arbeit und Privatleben.	Die ZEIT Y3: „Von morgens bis spät abends sitzen Arbeitnehmer an Rechnern und verfolgen – scheinbar grenzenlos motiviert – das Firmenziel.“	Jede einheitliche Äußerung, die bestätigt, dass die Work-Life-Balance als nebensächlich angesehen wird. Bei der Betrachtung von Umfragen werden Stimmen bis zu 33 % in die Unterkategorie geringe Relevanz eingeordnet.
B4: Der Zeitungsartikel enthält unterschiedliche Meinungen	Der Vergleich unterschiedlicher Umfragen oder die Befragung mehrerer Interviewpartner ergibt, dass unterschiedliche Meinungen vertreten werden.	SPIEGEL Y3: „Zehn Stunden täglich, manchmal um 19 Uhr nach Hause? Viele Menschen dürften sich eine gute Work-Life-Balance anders vorstellen. Benjamin Thomsen, 22, stört das nicht: "Ich ar-	Einordnung in diese Unterkategorie, sobald zwei unterschiedliche Meinungen in Bezug auf die Work-Life-Balance innerhalb eines Artikels gefunden werden.

		beite gern viel, solange es nicht langweilig ist."	
B5: Der Aspekt wird in dem Zeitungsartikel nicht thematisiert	Keine Auskunft über die Relevanz der Work-Life-Balance		Einordnung in diese Unterkategorie, wenn der Ausgleich zwischen Leben und Arbeit nicht thematisiert wird.

Tabelle 1: **Oberkategorie B des Kodierleitfadens**

Neben der Erstellung des Kodierleitfadens der deskriptiven Kategorien wurde das Kategoriensystem im Rahmen des Erstdurchlaufs durch weitere induktive Kategorien erweitert sofern neue relevante Aspekte in den Zeitungsartikeln identifiziert werden konnten. Das Kategoriensystem wurde infolgedessen um folgende Oberkategorien ergänzt: Relevanz eines flexiblen Arbeitsmodells, Karriereambitionen, Unsicherheiten beziehungsweise Zukunftsängste, Unterstützung oder Infragestellung des Generationenkonzeptes und die Darstellung der Generation. Neben weiteren Kategorien, die den Generationen in Bezug auf die Arbeit von Bedeutung sind, wurde so die Möglichkeit geschaffen zu untersuchen, ob die Verlage generationenspezifische Stereotypisierungen unterstützen oder infrage stellen und wie die Generationen in der Öffentlichkeit präsentiert werden.

Für die Auswertung der Zeitungsartikel wurden spezifische Analyseeinheiten definiert: Inhaltliche Absätze bildeten die Kodiereinheiten als kleinstmögliche Textbestandteile, während mehrere aufeinanderfolgende Absätze als Kontexteinheiten, also größtmögliche Textbestandteile, herangezogen wurden. Die Auswertungseinheiten wurden so festgelegt, dass ganze Zeitungsartikel nacheinander analysiert wurden. Nachdem die Kategorienzuordnung stabilisiert wurde und keine Abgrenzungsprobleme mehr auftraten, erfolgte die endgültige Zuordnung der Textpassagen aller Zeitungsartikel. Aufgrund der übersichtlichen Anzahl von Zeitungsartikeln und einer detaillierten inhaltlichen Betrachtung wurde eine manuelle Auswertung durchgeführt. Anhand dieser Auswertung konnte die Wichtigkeit einzelner Kategorien festgestellt, sowie die Aussagen ausgewertet werden. Dieses Vorgehen wird im Ergebnisteil dieser Arbeit näher erläutert.

Abschließend galt es noch zu überprüfen, ob die inhaltsanalytischen Gütekriterien Objektivität, Reliabilität sowie Validität eingehalten werden konnten. Das Kriterium der Objektivität wurde erfüllt, indem die Erstellung des Kategoriensystems und den Kodierregeln keine Möglichkeit für die Einbringung von subjektiven Einflüssen zu ließen. Zudem bewirkte die Auswahl verschiedener Verlage aus dem Sektor der Boulevardpresse, der Leitmedien sowie einer Fachzeitschrift ein breites Meinungsspektrum in der Analyse abzubilden und diese nicht in eine subjektiv geprägte Richtung zu lenken. Konsistente Kodierungsrichtlinien erfüllten das Kriterium der Reliabilität, indem eine eindeutige Zuordnung der Textstellen möglich wurde und bei wiederholter Durchführung zu denselben Ergebnissen führte. Die

Validität der Ergebnisse wurde sichergestellt, indem die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse systematisch angewendet wurde. Sie ermöglichte eine gezielte Auswahl der Zeitungsartikel sowie eine strukturierte Erstellung eines Kategoriensystems, um schlussendlich die Ergebnisse zu messen, die gemessen werden sollten.

4 Auswertung der Zeitungsartikel

Um Gemeinsamkeiten oder Unterschiede in den arbeitsbezogenen Wertvorstellungen der Generation Y und Z zu identifizieren, wurden 22 Zeitungsartikel unterschiedlicher Verlage anhand von neun Oberkategorien untersucht. Die Visualisierung der Ergebnisse mittels einer Heatmap ermöglicht eine bessere Übersicht der Positionierung der Zeitungsverlage zu den jeweiligen Themen, zeigt jedoch vor allem, ob sich die Meinungen zwischen der Generation Y und der Generation Z gleichen, ähneln oder unterscheiden. Die Ergebnisse der Oberkategorien (A bis I) ergeben sich aus der Frequenzanalyse (Anlage 3) der kodierten Zeitungsartikel, diese werden nachfolgend detailliert betrachtet und mit Belegen aus den Zeitungsartikeln begründet.

4.1 Relevanz der Sinnhaftigkeit im Job

Ein oft untersuchtes Objekt vieler Studien ist die Sinnhaftigkeit der auszuführenden Arbeit, im Folgenden unter der Oberkategorie A zusammengefasst, dessen Relevanz für Arbeitnehmer der Generationen Y und Z näher evaluiert werden sollte. Von den zehn Artikeln über die Generation Y stellten dabei fünf das Ausführen einer sinnhaften Tätigkeit mit einer hohen Relevanz dar, dies manifestiert sich durch Aussagen, in welchen geschildert wird, dass „eine sinnvolle Aufgabe zu haben (..) für sie das Wichtigste“ sei.⁵⁸ Vier Artikel beinhalteten diesen Aspekt nicht und in einem Artikel wurden diesbezüglich divergierende Meinungen geäußert. In Artikeln über die Generation Z, wurde in nur zwei der zwölf Zeitungsartikel eine hohe Relevanz der sinnhaften Tätigkeit geschildert. Eine mittlere Relevanz wurde in zwei Artikeln dargestellt, sie beschreiben die Sinnhaftigkeit nicht als die wichtigste Voraussetzung, sondern suchen „die perfekte Mischung aus Zeit, Geld und Sinn“.⁵⁹ Eine geringe Relevanz gegenüber der Sinnhaftigkeit der Arbeit wurde in zwei Artikeln über die Generation Z geäußert, denn „Sinn und Zweck des Jobs sind (...) eher nachrangig“.⁶⁰ In einem Artikel wurden unterschiedliche Meinungen präsentiert, so zitiert „Die ZEIT“ einen jungen Arbeitnehmer der zu einer Gruppe von Arbeitnehmenden gehört, die einen Beruf gewählt haben, der weder herausfordernd noch stressig sei und in dem sie weder viel Sinn sehen noch sich besonders anstrengen wollen. An anderer Stelle betonte der Autor, dass für einige Individuen die Bedeutung der Ausübung sinnvoller Tätigkeiten im Beruf von hoher Relevanz sei.⁶¹ Fünf der zwölf Artikel über die Generation Z befassten sich indes nicht mit der Sinnhaftigkeit im Job.

⁵⁸ Olbrisch, M. (2013). Der Spiegel Y1

⁵⁹ Löwisch, G. (2023). Die Zeit Z3

⁶⁰ Casper, E. (2023). Die Zeit Z1

⁶¹ Vgl. Czilwik, S. (2023). Die Zeit Z2

Weiterhin offenbarte der Vergleich zwischen den Berichterstattungen über die Generation Y mit denen der Generation Z, dass das Ausführen einer sinnhaften Tätigkeit für die Generation Y insgesamt eine höhere Relevanz hat, als dies bei der Generation Z der Fall ist. Die Betrachtung der Verlage zeigte, dass die „Personalwirtschaft“ die Sinnhaftigkeit im Job am geringsten thematisierte. Weiterhin ist zu erkennen, dass „Die ZEIT“ und „Der SPIEGEL“ in Bezug auf die Haltung der Generation Y zur Sinnhaftigkeit im Job eine einheitliche Meinung in Ihrer Berichterstattung repräsentierten, während dies bei der Generation Z nicht der Fall war.

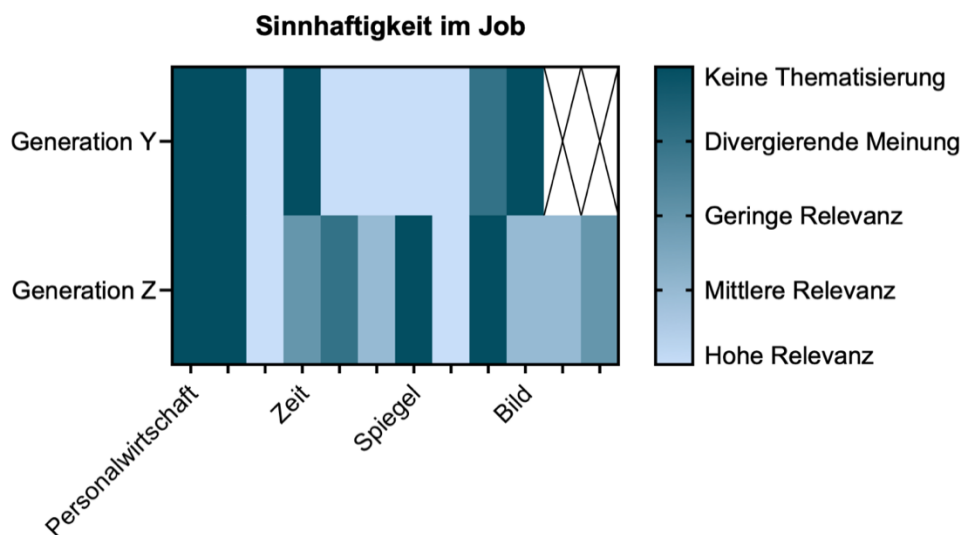


Abbildung 4: **Untersuchung der Sinnhaftigkeit im Job** (Oberkategorie A)

4.2 Relevanz der Work-Life-Balance

Ebenso wie die Sinnhaftigkeit des Jobs ist für viele Vertreter der Generation Y und Z die Work-Life-Balance ein wichtiges Charakteristikum, welches die Generationen definiert. Im Kontext dieser Kategorie zeichnete sich ein homogenes Bild ab, insbesondere bei der Generation Y, da in acht von zehn Artikeln dieser Generation die Work-Life-Balance als hoch oder mittel relevant eingestuft wurde. Die „Personalwirtschaft“ bezog sich auf eine Studie, die beschreibt, dass „für mehr als zwei Drittel der Arbeitnehmer (69 %) (...) eine gute Work-Life-Balance zu den entscheidenden Faktoren eines attraktiven Arbeitgebers“ gehöre.⁶² Ein weiterer Artikel über die Generation Y beleuchtete die Work-Life-Balance nicht, während ein anderer divergierende Meinungen aufzeigte, indem sowohl die hohe Relevanz einiger Arbeitnehmer als auch eine eher nachrangige Bedeutung dieser Kategorie aus verschiedenen Perspektiven betrachtet wurde.⁶³ Ähnlich verhielt es sich bei der Generation Z, bei der in neun von zwölf Artikeln eine mittlere bis hohe Relevanz der Work-Life-Balance festgestellt werden konnte. So stellt auch der Präsident des Bundesinstituts für Berufsbildung in einem Interview klar, dass die Work-Life-Balance für die Generation Z immer wichtiger werde.⁶⁴ Zwei Artikel zeigten unterschiedliche Meinungen auf, indem sie einerseits betonten, dass die Work-Life-Balance wichtig ist, andererseits jedoch auch Stimmen zu

⁶² O. V.: Bedürfnis nach Work-Life-Balance wächst (2016). Personalwirtschaft Y2

⁶³ Vgl. Töpfer, V. (2013). Der Spiegel Y3

⁶⁴ Vgl. Casper, E. (2023). Die Zeit Z1

Wort kamen, die sie eher als nachrangig einschätzten. Nur ein Artikel über die Generation Z thematisierte die Work-Life-Balance nicht.

Die Gegenüberstellung beider Generationen in Anbetracht der Work-Life-Balance ergab, dass diese Kategorie für beide Generationen eine mittlere bis hohe Relevanz einnimmt, es können folglich keine nennenswerten Unterschiede zwischen den Generationen festgestellt werden. Bemerkenswert ist, dass die Verlage „Der SPIEGEL“ und „BILD“ als einzige Verlage zeigten, dass es innerhalb der Generationen unterschiedliche Meinungen zu der Work-Life-Balance gibt. In den Berichterstattungen wurden vielfältige Meinungen aufgezeigt, dies verdeutlicht die Diversität der Betrachtung der Work-Life-Balance in verschiedenen Medien und den unterschiedlichen Meinungen der befragten Personen.

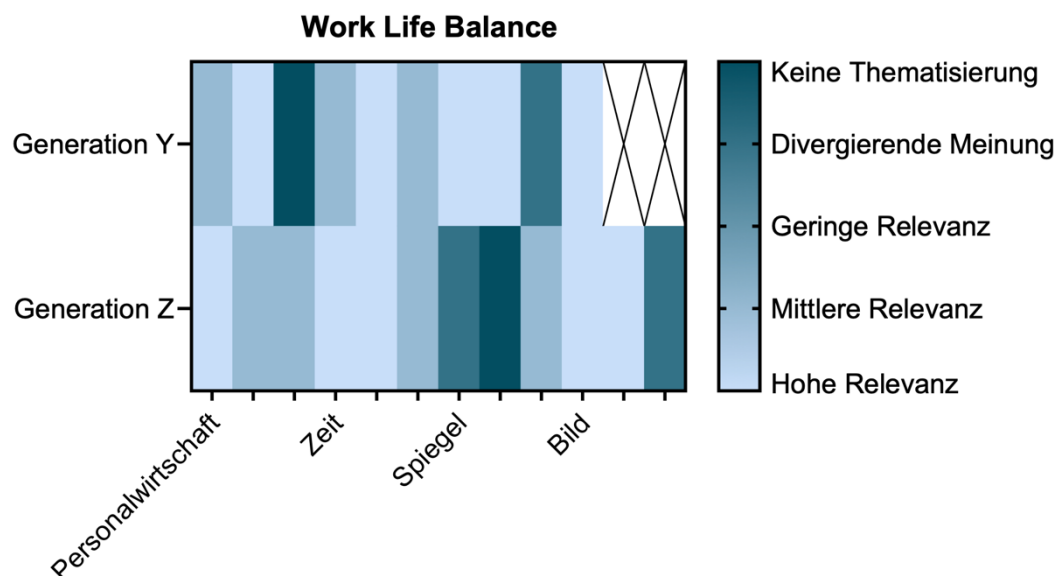


Abbildung 5: **Untersuchung der Work-Life-Balance** (Oberkategorie B)

4.3 Gebundenheit an den Arbeitgeber

Von ebenso großer Relevanz für einen Vergleich zwischen den Generationen Y und Z wie die Work-Life-Balance, ist die Gebundenheit an den Arbeitgeber. Da diese Oberkategorie in der Generationenforschung und Umfragen ein häufig betrachteter Aspekt ist, wurde dieser auch im Rahmen der Analyse der Zeitungsartikel mit in das Kategoriensystem aufgenommen. In Bezug auf die thematische Behandlung der Gebundenheit an den Arbeitgeber zeigte sich, dass diese im Vergleich zu anderen übergeordneten Kategorien am wenigsten Beachtung in der Berichterstattung fand. Innerhalb von Artikeln, welche sich auf die Generation Y fokussierten, wurde dieses Thema in sechs von zehn Artikeln gänzlich ausgespart, während in drei Artikeln die Relevanz als gering bis mittel eingeschätzt wurde. Ein Artikel reflektierte beispielsweise die Tendenz von Absolventen, einen vermeintlichen Traumjob abzulehnen, aus Sorge, dass andere Lebensbereiche wie Hobbys oder die Familie zu kurz kämen.⁶⁵ In der „Personalwirtschaft“ wurde eine durchschnittliche Relevanz der Gebundenheit beschrieben, indem sie darstellte, dass die Generation durchaus bereit ist,

⁶⁵ Vgl. Karschnik, R. (2013). Die Zeit Y3

sich stark für ihr Unternehmen einzusetzen sofern Anforderungen wie eine individuelle Förderung erfüllt werden.⁶⁶ Lediglich in einem Artikel wurden unterschiedliche Meinungen innerhalb der Generation Y zum Thema Arbeitgeberbindung dargelegt. Hierbei wurde einerseits betont, dass diese Generation nicht darauf abzielt, „bestehende Systeme zu stürzen, sondern bei Unzufriedenheit rasch weiterzieht“. Andererseits wurde hervorgehoben, dass „die meisten jüngeren Arbeitnehmer eher Probleme auf dem Arbeitsmarkt haben“.⁶⁷ Eine vergleichbare Relevanzbewertung ergab sich bei den Artikeln zur Generation Z. Sechs Artikel thematisierten die Bindung an den Arbeitgeber nicht, während in fünf Berichten dieser Kategorie eine geringe bis mittlere Bedeutung zugemessen wurde. „Die ZEIT“ beschrieb dabei einen Trend des "Quiet Quitting",⁶⁸ bei dem Arbeitnehmer sich still und ohne großen Konflikt innerlich verabschieden, wenn es nicht mehr passt. Lediglich in einem Artikel wurden unterschiedliche Meinungen innerhalb der Generation Z betrachtet.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Gebundenheit an den Arbeitgeber in den betrachteten Artikeln wenig thematisiert wurde und bei Erwähnung als eher gering bis durchschnittlich relevant eingestuft wurde. Diese Einschätzung scheint konsistent über die Generationen hinweg zu sein, während die unterschiedlichen Verlage unterschiedliche Gewichtungen in ihrer Berichterstattung vorgenommen haben. Ein eindeutiger Unterschied zwischen den Generationen konnte dementsprechend nicht festgestellt werden. Der Vergleich der Verlage zeigte ebenfalls, dass die „Personalwirtschaft“ die Relevanz für beide Generationen am höchsten eingeschätzt hat. Hingegen beschrieben „Die ZEIT“ und „Der SPIEGEL“ einheitlich eine geringe Bedeutung. Auffällig war, dass die „BILD“ als einziger Verlag überhaupt keine Stellung zu diesem Thema bezogen hat.

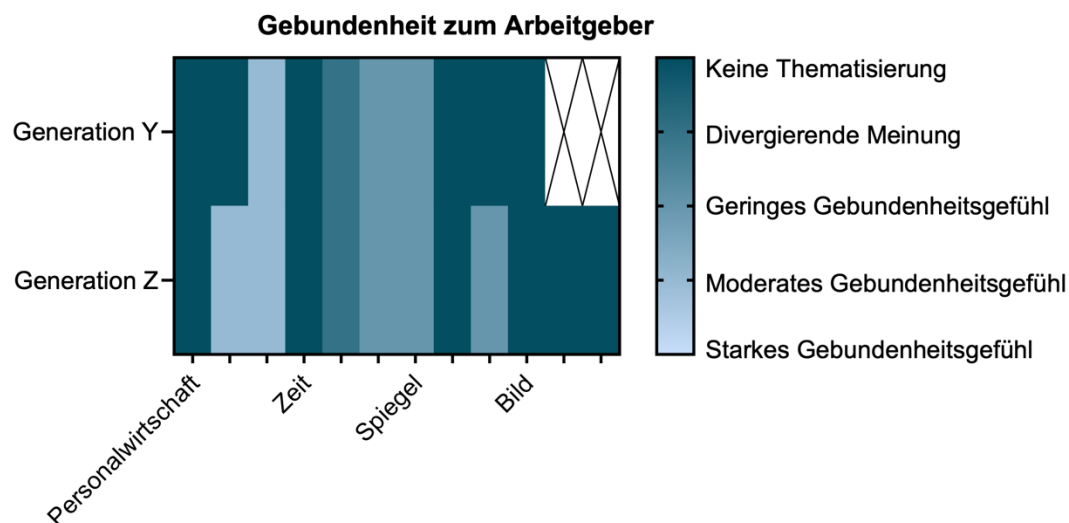


Abbildung 6: **Untersuchung der Gebundenheit an den Arbeitgeber** (Oberkategorie C)

4.4 Relevanz der Verdienstmöglichkeiten

Neben der Gebundenheit zum Arbeitgeber wurden häufig die Verdienstmöglichkeiten bei der Befragung von Generationen thematisiert. Die Oberkategorie D widmete sich daher der

⁶⁶ Vgl. O. V.: Mitarbeiter werden anspruchsvoller (2015). Personalwirtschaft Y3

⁶⁷ Heimann, K. (2013). Die Zeit Y2

⁶⁸ Löwisch, G. (2023). Die Zeit Z3

Untersuchung der Relevanz der Gehaltshöhe für die verschiedenen Generationen. Die Analyse zeigte, dass kein einheitlicher Konsens der Meinungen bezüglich der Gehaltsvorstellungen ersichtlich wurde. Lediglich ein Artikel ordnete der Generation Y eine hohe Gehaltsrelevanz zu, während drei von zehn Artikeln dieser Generation eine mittlere Bedeutung zugeschrieben haben. Ergebnisse einer Umfrage aus der „Personalwirtschaft“ verdeutlichten, dass 48 % der Berufstätigen bereit wären, für reduzierte Arbeitszeiten auf Gehalt zu verzichten, während 37 % zusätzliche Urlaubstage bevorzugen würden.⁶⁹ In drei weiteren Artikeln wurde für die Generation Y argumentiert, dass das Gehalt eine untergeordnete Rolle spiele, da Freizeit heutzutage höher gewichtet wird als finanzielle Entlohnung.⁷⁰ Im Kontext der Generation Z betonten sechs von zwölf Artikeln die hohe Relevanz des Gehalts für Mitglieder dieser Generation, wobei finanzielle Aspekte bei ihren beruflichen Prioritäten an erster Stelle stehen. Laut einer Umfrage aus der „BILD“ seien gute Verdienstmöglichkeiten mit 81 % am wichtigsten für die junge Generation.⁷¹ Zwei Artikel beschrieben eine durchschnittliche bis geringe Gehaltsrelevanz, so stellten Arbeitsmarktforscher fest, dass für die Generation Z andere Faktoren als Zeit und Geld eine größere Rolle einnehmen würden.⁷² Zu diesem Fazit kamen auch zwei weitere Artikel, allerdings stellten diese auch noch eine andere Sichtweise dar, denn Spaß und Sicherheit im Job sei den jungen Arbeitnehmern wichtiger, das „Einkommen liege bei den meisten lediglich im Mittelfeld“, an anderer Stelle werden hingegen Umfrageergebnisse beschrieben, nach denen die Generation Z (...) bei der Berufswahl vor allem aufs Geld schaue.⁷³

Die Gesamtbetrachtung instruiert, dass der Generation Z die Verdienstmöglichkeiten offenbar wichtiger erscheinen als der Generation Y. Der Generation Y wurde in fünf von zehn Artikeln tendenziell eher eine mittlere bis geringe Gehaltsbedeutung zugeschrieben, wohingegen der Generation Z in zwei Zeitungsartikeln eine mittlere bis geringe Relevanz nachgesagt wurde, jedoch sechs Artikel eine hohe Gewichtung thematisierten. Ein Blick auf die Verlage zeigte zudem Uneinigkeit in der Einschätzung der Gehaltsrelevanz, wobei „Die ZEIT“ die Gehaltsrelevanz insgesamt geringer einstuft als andere Medienquellen. Im Ganzen verdeutlicht die vorliegende Untersuchung Unterschiede der Gehaltsrelevanz zwischen der Generation Y und Z, die sich in der höheren Bedeutung des Verdienstes für die Generation Z äußern. Darüber hinaus lässt sich keine eindeutige Tendenz für die Generation Y feststellen, da die Zeitungsartikel die Relevanz unterschiedlich einstuften.

⁶⁹ Vgl. O. V.: Bedürfnis nach Work-Life-Balance wächst (2016). Personalwirtschaft Y2

⁷⁰ Vgl. O. V.: Karriere steht erst an zweiter Stelle (2017). Personalwirtschaft Y1, Casper, E. (2023). Die Zeit Y1, Klostermann, R. (2014). Bild Y1

⁷¹ Vgl. Mende, C. (2023). Bild Z1

⁷² Vgl. Löwisch, G. (2023). Die Zeit Z3

⁷³ Casper, E. (2023). Die Zeit Z1

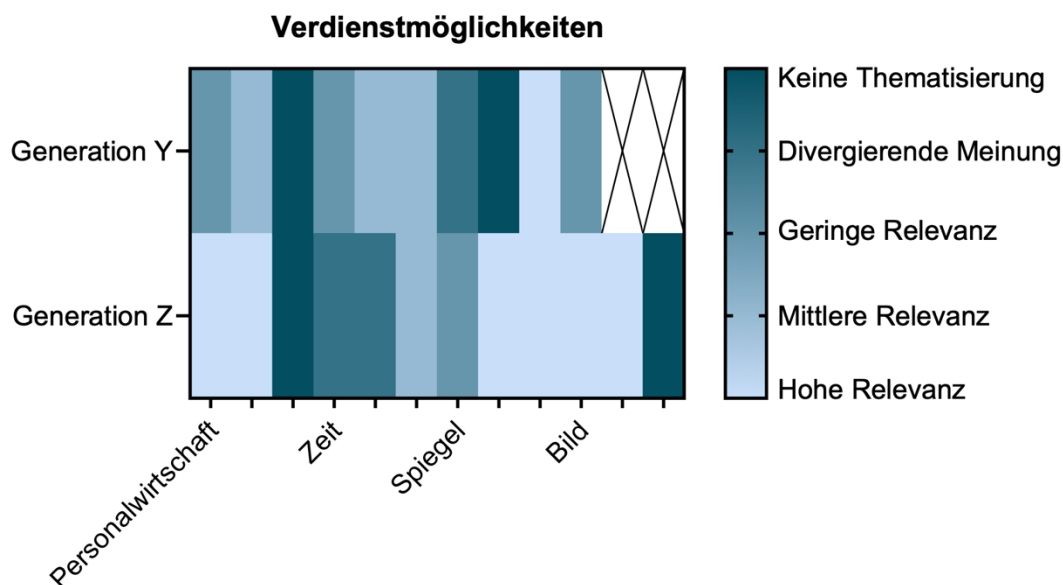


Abbildung 7: **Untersuchung der Relevanz der Verdienstmöglichkeiten** (Oberkategorie D)

4.5 Relevanz eines flexiblen Arbeitsmodells

Die Diskussion um flexible Arbeitsmodelle ist ein Thema, das für einen immer größer werdenden Anteil der Erwerbstätigen eine Grundanforderung darstellt. Dabei wird die Flexibilität am Arbeitsplatz, die sowohl die Arbeitszeit als auch den Ort der Beschäftigung umfasst, besonders als ein zentraler Aspekt für die jüngeren Generationen identifiziert. Diese Präferenz für Flexibilität spiegelt sich in der Erwartungshaltung der Generation Y wider, die nicht nur eine hohe Flexibilität von ihren Arbeitgebern fordert, sondern ebenso großen Wert auf individuelle Entwicklungsmöglichkeiten, Karrierepfade und die entsprechende Unterstützung legt.⁷⁴ So behandelten insgesamt fünf von zehn Artikeln eine hohe Relevanz der Flexibilität, die sich auch in der Möglichkeit der Vereinbarkeit von Familie und Beruf widerspiegelt hat.⁷⁵ Gleichzeitig offenbarten vier Artikel, dass der Aspekt der Flexibilität des Arbeitsmodells nicht in allen Berufsgruppen gleich hoch gewichtet zu sein scheint. Besonders in Handwerk, Pflege und Metallindustrie, wo die Arbeitsabläufe oft weniger flexibel gestaltet werden können, scheint die Relevanz der Flexibilität für junge Fachkräfte geringer zu sein was zeigt, dass die Umsetzbarkeit flexibler Arbeitsmodelle stark von der Art der Tätigkeit abhängt und in manchen Sektoren nur eingeschränkt möglich ist.⁷⁶ Für die Generation Z kristallisierte sich ein ähnliches Bild, jedoch thematisierten nur vier der zwölf betrachteten Artikel die Flexibilität am Arbeitsplatz. Die Relevanz der flexiblen Arbeitsgestaltung wurde dabei als mittel bis hoch eingestuft was aufzeigt, dass auch für die Generation Z die Flexibilität ein wichtiger Aspekt zu sein scheint, allerdings mit gewissen Unterschieden im Vergleich zur Generation Y, die tendenziell eine höhere Relevanz gegenüber dieser Oberkategorie äußert. Die Untersuchung der Verlagsperspektiven offenbarte weiterhin, dass die „Personalwirtschaft“ die Relevanz eines flexiblen Arbeitsmodells einheitlich als hoch eingestuft hat, diese Kategorie in Bezug auf die Generation Z allerdings seltener

⁷⁴ Vgl. O. V.: Mitarbeiter werden anspruchsvoller (2015). Personalwirtschaft Y3

⁷⁵ Vgl. Klostermann, R. (2014). Bild Y1

⁷⁶ Vgl. Heimann, K. (2013). Die Zeit Y2

betrachtete als bei der Generation Y. Andere Verlage zeigten, wenn überhaupt, eine variierende Darstellung der Relevanz, was die Diversität in der Wahrnehmung und Bewertung der Flexibilität in der Arbeitswelt unterstreicht.

Zusammenfassend konnte bezüglich der Relevanz eines flexiblen Arbeitsmodells gezeigt werden, dass die Analyse der ausgewählten Verlagsartikel ein vielschichtiges Bild der Bedeutung flexibler Arbeitsmodelle für die Generationen Y und Z zeichnet. Während die Flexibilität für beide Generationen als wichtig erachtet wurde, gab es Unterschiede in der Häufigkeit und Art der Thematisierung sowie in der Bewertung der Relevanz für die Generationen.

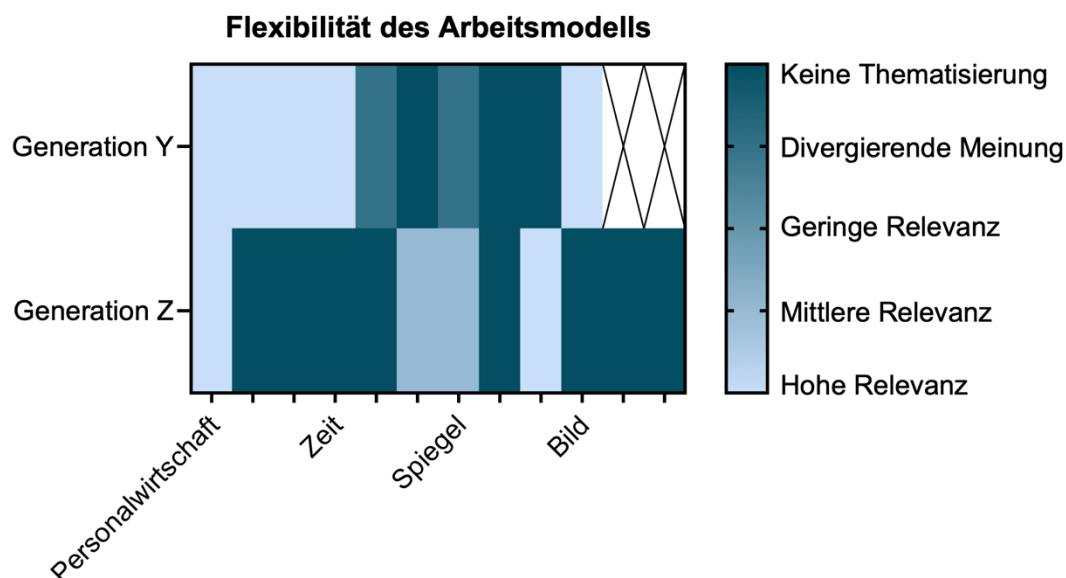


Abbildung 8: **Untersuchung der Relevanz eines flexiblen Arbeitsmodells** (Oberkategorie E)

4.6 Relevanz der Karriereambitionen

Nach der Untersuchung der Relevanz eines flexiblen Arbeitsmodells sollte im Rahmen der Untersuchung der folgenden Kategorie das Ziel verfolgt werden, die Überschneidungen sowie Differenzen der Karriereambitionen der Generationen Y und Z herauszufinden. Innerhalb der untersuchten Zeitungsverlage schrieben der Generation Y fünf Artikel eine durchschnittliche Bedeutung in Bezug auf ihre berufliche Entwicklung zu. Das Ergebnis aus einer Umfrage unter Absolventen zeigte, dass für 54 % der Befragten beruflicher Erfolg und Karriere an zweiter Stelle ihrer Prioritätenliste stehen.⁷⁷ Diese Erkenntnis unterstreicht die Bedeutung, die die Generation Y ihrer beruflichen Laufbahn beimisst, auch wenn sie nicht an erster Stelle steht. Weitere drei Artikel beschrieben eine geringe Bedeutung der Karriere für die Generation Y. Die Herausforderung für Arbeitgeber wurde dabei in der Frage manifestiert, wie auf eine Generation zu reagieren sei, die traditionelle Karriereplanung und Statussymbole weniger priorisiert und stattdessen bereits im Bewerbungsgespräch den Fokus auf Freizeit legen würde.⁷⁸ Ein Artikel stellte unterschiedliche Meinungen

⁷⁷ Vgl. O. V.: Karriere steht erst an zweiter Stelle (2017). Personalwirtschaft Y1

⁷⁸ Vgl. Töpfer, V. (2013). Der Spiegel Y3

dar und hob die Heterogenität innerhalb der Generation hervor, „daher wissen wir, dass es auch heute noch Leute gibt, für die Hochzeit, Eigenheim und Kinder ganz oben auf der Wunschliste stehen“ andererseits gäbe es auch „die Karrierestreber, die wie in einem Computerspiel stets das nächste Level erreichen und dabei möglichst viele Bonusmünzen sammeln wollen“.⁷⁹ Im Vergleich dazu thematisierten in Bezug zur Generation Z lediglich die Hälfte der analysierten Artikel explizit die Karriereambitionen. Die Artikel, in welchen die Karriereaspekte betrachtet wurden, wiesen der beruflichen Entwicklung eine mittlere respektive moderate Relevanz zu, denn „die Hälfte (52 %) der Befragten zwischen 16 und 28 Jahren wünscht sich vor allem eine solide berufliche Karriere“.⁸⁰ Einzelne Artikel identifizierten innerhalb der Generation Z sowohl Individuen mit geringem Engagement im Beruf als auch solche mit hohem „Commitment“, was ebenso eine heterogene Einstellung zur Arbeit in dieser Generation zeigt.⁸¹

Der direkte Vergleich der beiden Generationen zeigte entsprechend die Tendenz, dass die meisten Artikel, welche die berufliche Entwicklung thematisierten, eine mittlere Relevanz in Bezug auf berufliche Entwicklung für die Generationen Y und Z äußerten. Allerdings zeigten Artikel, welche die Generation Y thematisierten, zusätzlich Stimmen, die einer geringen Relevanz zugeordnet werden konnten, ein Aspekt, der bei der Generation Z nicht beobachtet wurde. Unter Betrachtung der Verlage konnte indes festgestellt werden, dass insbesondere die „BILD“ Zeitung als auch die „Personalwirtschaft“ sich zu diesem Thema nur selten äußerten.

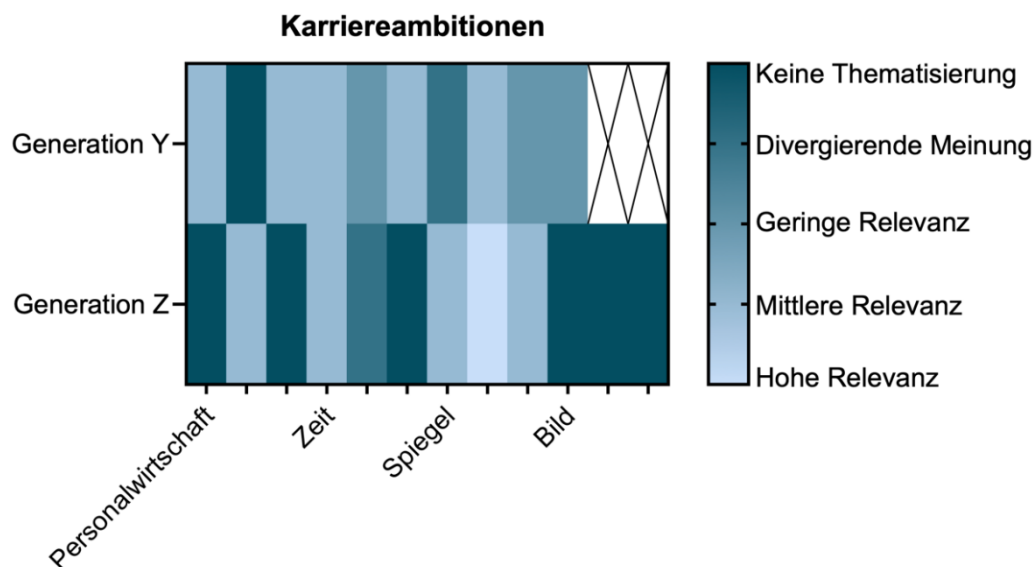


Abbildung 9: **Untersuchung der Karriereambitionen** (Oberkategorie F)

4.7 Ergebnisse der Zukunftsängste

Bei der Analyse, die unter der nächsten Kategorie geführt wurde, stand die Frage im Mittelpunkt, inwieweit die Generationen Y und Z mit Unsicherheiten bezüglich ihrer Zukunft

⁷⁹ Olbrisch, M. (2013). Der Spiegel Y1

⁸⁰ Frost, S. (2023). Personalwirtschaft Z2

⁸¹ Vgl. Czilwik, S. (2023). Die Zeit Z2

konfrontiert sind. Drei von zehn Artikeln zeigten, dass die Generation Y von Zukunftsängsten geprägt zu sein scheint. Diese Ängste wurden insbesondere durch globale Ereignisse wie die Terroranschläge vom 11. September, Umweltkatastrophen und die weltweite Finanzkrise verstärkt, welche die Generation Y "sehr sensibel und verletzlich" gemacht haben.⁸² Die Mehrheit der Artikel, sieben von zehn, ließ diesen Aspekt allerdings unberührt. Bei der Betrachtung der Generation Z wurde ein deutlicherer Fokus auf die Empfindung von Zukunftsängsten gelegt. Sieben der zwölf untersuchten Artikel thematisierten die Besorgnis dieser Generation über ihre Zukunft, während fünf Artikel diesen Aspekt nicht thematisiert haben. So scheinen steigende Lebenshaltungskosten, aber auch der Generationenvertrag dafür zu sorgen, dass es immer schwieriger werde, „sich ein eigenes Zuhause leisten zu können“, zudem stehe „die Rente auf tönernen Füßen“.⁸³ Auch der Generationenforscher Klaus Hurrelmann äußerte sich im „SPIEGEL“, dass die Generation Z mit diversen Krisen aufwuchs, die sich nun in ihren Ansichten und Einstellungen widerspiegeln.⁸⁴ In der Gesamtbetrachtung vermittelte keiner der 22 analysierten Artikel den Eindruck, dass eine der beiden Generationen mit Sicherheit in ihre Zukunft blickt. Ebenso zeigte der direkte Vergleich, dass Zukunftsängste innerhalb der Generation Z häufiger thematisiert werden als in der Generation Y. Dies wurde durch globale Herausforderungen wie die SARS-CoV Pandemie, die Energie- und Klimakrise, dem russischen Angriffskrieg, aber auch nationalen Herausforderungen wie der Absicherung der Rente und der aktuell steigenden Lebenshaltungskosten unterstrichen. All diese Ereignisse haben die Generation Z bereits in ihrer Jugend hinsichtlich ihres Sicherheitsgefühls geprägt. Die Analyse der Verlagsperspektiven offenbarte ebenso, dass sich insbesondere die „Personalwirtschaft“ konsistent zu den Unsicherheiten der Generation Z positionierte, während andere Verlage diesen Aspekt weniger häufig thematisierten. Diese Ergebnisse legen nahe, dass die Wahrnehmung von Zukunftsängsten und deren Auswirkungen auf die Generationen Y und Z, wenn sie denn thematisiert wurden, eindeutig durch die Medien bestätigt werden konnten.

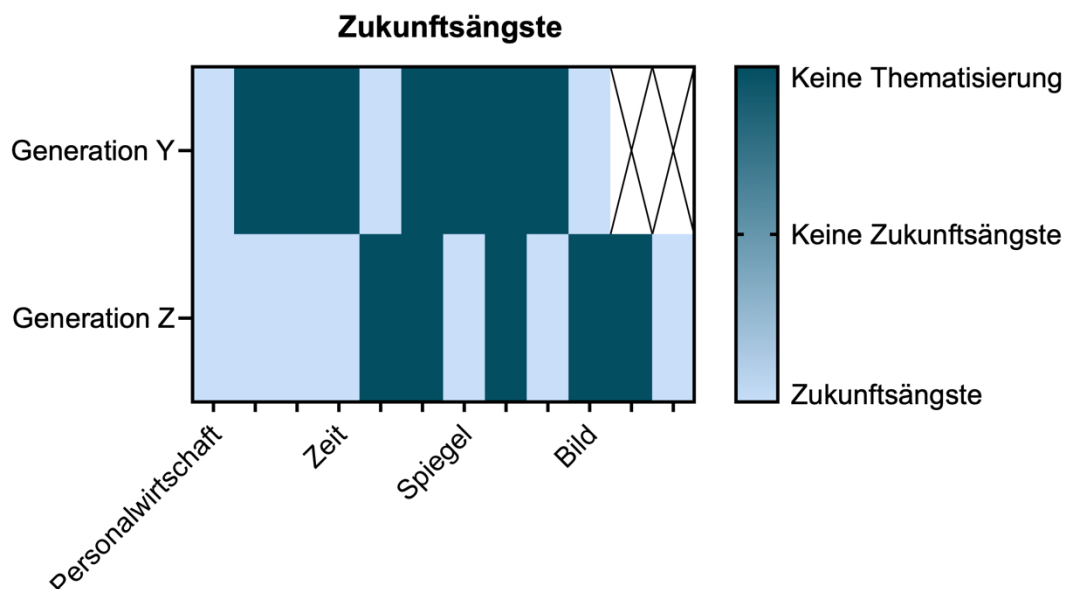


Abbildung 10: **Untersuchung der Zukunftsängste** (Oberkategorie G)

⁸² Klostermann, R. (2014). BILD Y1

⁸³ O. V.: Gen Z, die „Generation Jammerlappen“?: „Arsch hoch und ranklotzen“ (2023). BILD Z3

⁸⁴ Vgl. Hölter, K. et al. (2023). Der Spiegel Z3

4.8 Anerkennung der Kritik am Generationenkonzept

Die Debatte um die Gültigkeit und Nützlichkeit der Generationeneinteilung währt schon lange, doch in der medialen Landschaft nimmt die Diskussion eine besondere Dynamik an, welche im Folgenden näher evaluiert werden soll. Schon viele Jahre wird die Generationeneinteilung kritisiert, dennoch werden regelmäßig neue Generationen ins Leben gerufen und insbesondere in den Berichterstattungen thematisiert. Die Analyse unter der folgenden Kategorie zielte darauf ab, zu ergründen, inwieweit diese Berichterstattung die Kritik am Generationenkonzept reflektiert oder stattdessen Generationenunterschiede betont. Ein deutliches Bild ergab sich aus der Untersuchung: 16 der insgesamt 22 Artikel nahmen eine kritische Haltung gegenüber der Betrachtung von Generationenunterschieden ein, was auf eine umfassende Anerkennung der Kritik am Generationenkonzept hindeutet. Insbesondere bei Artikeln welche der Generation Y zugeordnet werden konnten zeigten sechs von insgesamt zehn Artikeln, eine kritische Auseinandersetzung über die Unschärfe von Generationengrenzen, da „man sich im Klaren sein (muss), dass Generationen von Natur aus unscharf sind, meist spiegeln sie Bedürfnisse einer kleinen, eher elitären Gruppe wider.“⁸⁵ Demgegenüber stützten sich Artikel, die Generationenunterschiede hervorhoben, auf Studien wie die Shell-Jugendstudie, um zu argumentieren, dass die nach 1980 Geborenen signifikant andere Wertvorstellungen als ihre Vorgängergenerationen aufweisen.⁸⁶ Die Analyse der Berichterstattung über die Generation Z zeigte, dass neun Artikel Generationenunterschiede ebenfalls als kritisch betrachteten. Es wurde argumentiert, dass die Generation Z weitaus heterogener sei, als es Umfrageergebnisse suggerieren würden, was die Zusammenfassung zu einer einheitlichen Gruppe erschweren würde.⁸⁷ Eine ähnliche Sichtweise wurde vom „SPIEGEL“ vertreten, welcher konstatierte, dass die Generation Z in vielen Aspekten nicht wesentlich anders als ältere Generationen eingestellt sei.⁸⁸ Im direkten Vergleich zur Generation Y konnte indes gezeigt werden, dass eine geringere Anzahl von Artikeln der Generation Z spezifische Unterschiede zuschrieb. Hierbei ist besonders hervorzuheben, dass zwei relevante Artikel aus der Fachzeitschrift „Personalwirtschaft“ stammten, welche die Bedeutung flexibler Arbeitszeitgestaltung für verschiedene Generationen thematisierten, ohne jedoch zu hinterfragen, ob diese Unterschiede ausschließlich auf der Generationszugehörigkeit beruhen. Die „BILD“ Zeitung hingegen unterstützte in einem Artikel explizit das Generationenkonzept durch die Darstellung eines Kommentars, der der Generation Z einen Mangel an von den Eltern übernommenem Verantwortungsbewusstsein attestierte und ihr eine Vorliebe für „Partys, Social Media und eine Life-Life-Balance ohne Work“ zuschrieb.⁸⁹ Diese Aussagen tragen zur bewussten Abgrenzung der Generation Z von vorangegangenen Generationen bei. Die Untersuchung der verschiedenen Verlage zeigte, dass insbesondere die „Personalwirtschaft“ die Infragestellung des Generationenkonzeptes in drei ihrer sechs Artikel nicht berücksichtigte und Generationenunterschiede insofern nicht kritisch beleuchtet. Die „BILD“ Zeitung und „Der SPIEGEL“ befürworteten in jeweils zwei Artikeln das Generationenkonzept, wohingegen die Zeitung „Die ZEIT“ die Oberkategorie konsistent kritisch betrachtet hat. Es konnte somit gezeigt werden, dass eine differenzierte mediale Auseinandersetzung mit dem Generationenkonzept,

⁸⁵ Karschnik, R. (2013). Die Zeit Y3

⁸⁶ Kruthaup, K. (2013). Der Spiegel Y2

⁸⁷ Vgl. Czilwik, S. (2023). Die Zeit Z2

⁸⁸ Vgl. Sutura, M. (2023). Der Spiegel Z2

⁸⁹ O. V.: Gen Z, die „Generation Jammerlappen“?: „Arsch hoch und ranklotzen“ (2023). BILD Z3

welche sowohl dessen Kritik als auch die Betonung von Generationenunterschieden umfasst, stattfindet.

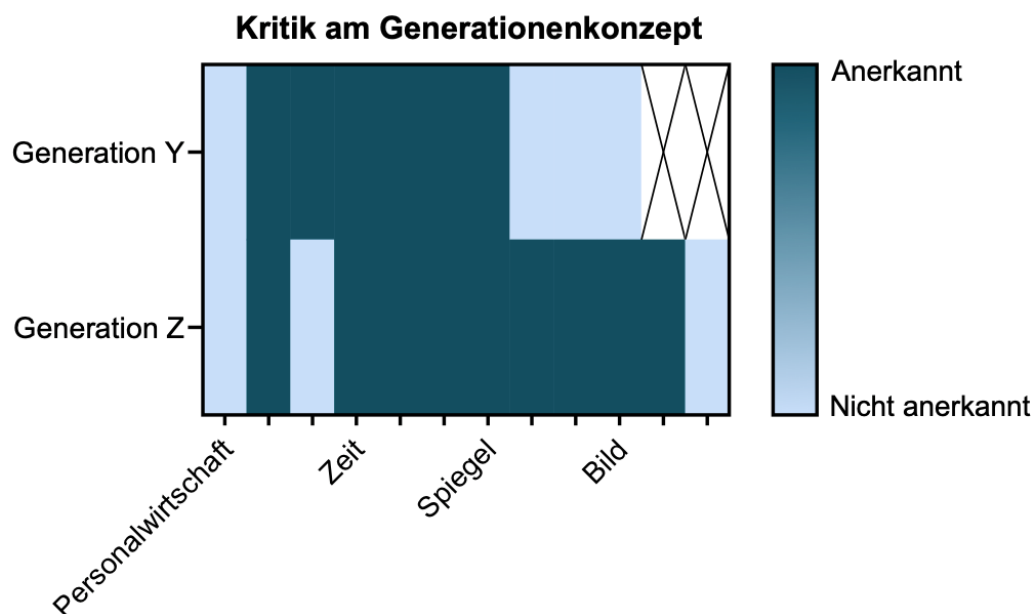


Abbildung 11: **Untersuchung der kritischen Betrachtung des Generationenkonzeptes** (Oberkategorie H)

4.9 Darstellung der Generationen

Die Wahrnehmung der Generationen Y und Z wird insbesondere durch die öffentliche Berichterstattung der Medien geprägt. Dementsprechend war es für die weitere Ausarbeitung von Interesse, die mediale Darstellung der Generationen zu analysieren. Dabei wurde ein vielfältiges Bild ersichtlich, das von neutralen über positive bis hin zu negativen Bewertungen reichte. In der Gesamtschau der 22 untersuchten Artikel zeigte sich, dass die Mehrzahl, indes 14 Artikel, eine neutrale Haltung gegenüber den besprochenen Generationen darstellten. Vier Artikel reflektierten eine kritische Sichtweise, während drei Artikel eine positive Perspektive auf die Generationen warfen. Auffallend war die Neigung der Berichterstattung über die Generation Y, welche öfter in einem neutralen oder sogar positiven Licht präsentiert wurde. Ein markantes Ankerbeispiel für eine positive Bewertung bot die "BILD" Zeitung mit ihrer Vorhersage, dass die Generation Y die Welt "heimlich von innen heraus" verändern wird, ein Narrativ, das von Revolutionen abweicht und stattdessen auf subtile Transformation setzt.⁹⁰ Ebenso konnten neutrale Sichtweisen gegenüber dem Generationenkonzept beobachtet werden, in denen die Generationen als hochmotiviert dargestellt werden, sofern ihre Wünsche Berücksichtigung finden.⁹¹ Dieser Haltung wurden ebenfalls Aussagen zugeordnet, welche die Verhaltensweisen der Generation Y als Antwort auf die instabilen Verhältnisse des Arbeitsmarktes deuten, folglich also auch Begründungen äußern.⁹² Bei der Generation Z zeichnete sich eine überwiegend neutrale Darstellung in sieben Artikeln ab, mit nur einer explizit positiven Erwähnung. Im Gegensatz hierzu standen

⁹⁰ Klostermann, R. (2014). BILD Y1

⁹¹ Vgl. O. V.: Mitarbeiter werden anspruchsvoller (2015). Personalwirtschaft Y3

⁹² Vgl. Heimann, K. (2013). Die Zeit Y2

vier Artikel, die eine negative Sicht vermittelten, wobei die „BILD“ Zeitung besonders herausstach mit ihrer Betonung des „Gejammers der Jugend“.⁹³ Auch die „Personalwirtschaft“ leistete einen Beitrag zur kritischen Sichtweise, indem sie den Generationen Y und Z eine geringere Konzentration auf die Arbeit bei gleichzeitiger Sinnsuche im Beruf zuschrieb, denn „mehr als alle Generationen vor ihnen suchen die nach 1995 geborenen Generationen Y und Z den Sinn im Job – sind aber gleichzeitig nicht mehr bereit, sich auf ihre Arbeit zu fokussieren“.⁹⁴ Die verlagsspezifische Analyse verdeutlichte, dass „Die ZEIT“ und „Der SPIEGEL“ als etablierte Medien eine vorwiegend neutrale Position einnahmen. Die „Personalwirtschaft“ folgte dieser Linie größtenteils, zeigte jedoch in zwei Fällen eine spezifische Haltung zur Generation Z. Besonders die „BILD“ Zeitung differenzierte sich durch eine negative Darstellung der Generation Z und eine positive der Generation Y, was sie deutlich von den anderen untersuchten Verlagen abhob.

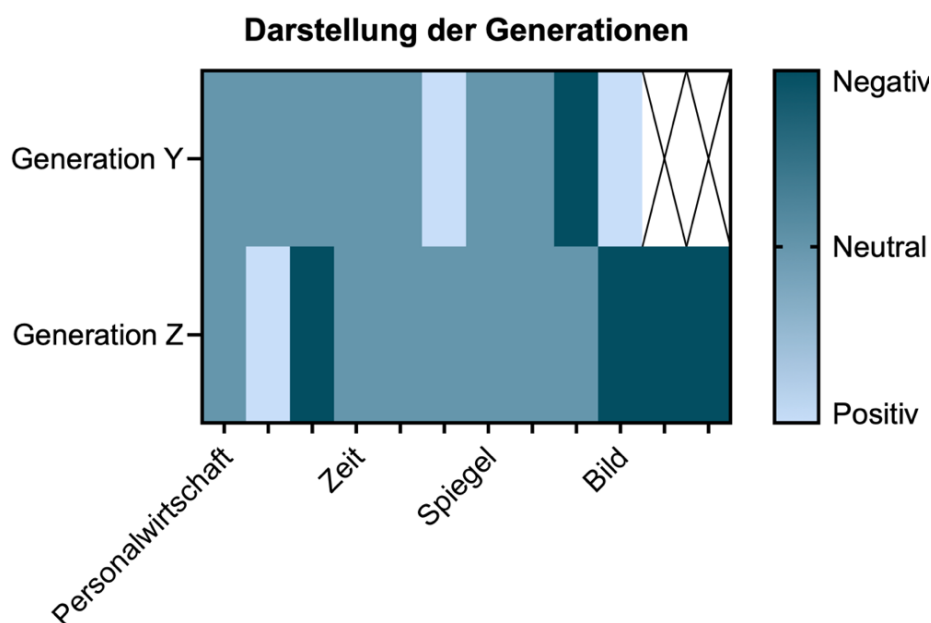


Abbildung 12: **Untersuchung der Darstellung der Berichterstattungen** (Oberkategorie I)

Zusammenfassend wurden in dieser Arbeit die Einstellungen der Generationen Y und Z gegenüber verschiedenen arbeitsbezogenen Merkmalen untersucht. Dabei konnte gezeigt werden, dass die Generation Y der Sinnhaftigkeit ihrer Arbeit eine deutlich höhere Bedeutung beimisst im Vergleich zur Generation Z, welche diesem Aspekt tendenziell eine mittlere bis geringe Wichtigkeit zuordnet. Bezüglich der Work-Life-Balance konnte dargestellt werden, dass beide Generationen diesem Merkmal eine hohe bis mittlere Relevanz beimessen, was auf eine generelle Wertschätzung dieses Aspekts hinweist. Die Verbundenheit mit dem Arbeitgeber wurde in der Studie am seltensten thematisiert. Wenn dieser Aspekt angesprochen wurde, dann bewerteten beide Generationen die Relevanz als mittel bis gering. Die Untersuchung zur Bedeutung der Verdienstmöglichkeiten zeigt, dass die Generation Z dem Gehalt eine höhere Wichtigkeit zuschreibt als die Generation Y, die dieses Merkmal überwiegend als mittel bis weniger wichtig einstuft. Hinsichtlich der Flexibilität im Job wurde festgestellt, dass dieser Aspekt für beide Generationen wichtig ist, jedoch bei der

⁹³ O. V.: Gen Z, die „Generation Jammerlappen“?: „Arsch hoch und ranklotzen“ (2023). BILD Z3

⁹⁴ Olesch, G. (2023). Personalwirtschaft Z3

Generation Z seltener explizit thematisiert wird. Ebenso konnten die Analysen in Anbetracht der Karrierepriorität zusammenfassend zeigen, dass der Generation Y eine tendenziell geringere Karriereambition zugeschrieben wird, während die Generation Z die berufliche Entwicklung als moderat bewertet.

Die Analyse verdeutlicht ebenso, dass die Generation Z in den Medien häufiger mit Zukunftsängsten konfrontiert wird als die Generation Y, geprägt von globalen Krisen und wirtschaftlichen Unsicherheiten. Die "Personalwirtschaft" hob sich dabei durch eine konstante Thematisierung dieser Ängste ab, im Gegensatz zu anderen Verlagen, die diesen Aspekt weniger fokussierten. Die Untersuchung zeigte zudem, dass die mediale Diskussion um das Generationenkonzept eine differenzierte Auseinandersetzung widerspiegelt, die sowohl kritische Perspektiven auf die Unschärfe von Generationengrenzen als auch die Betonung von Generationenunterschieden beinhaltet. Während 16 von 22 Artikeln eine kritische Haltung gegenüber der Betonung von Generationenunterschieden einnehmen, unterstützen andere Beiträge, insbesondere in Publikationen wie der "BILD" Zeitung und der „Personalwirtschaft“, das Konzept durch spezifische Zuschreibungen und Unterschiede zwischen den Generationen, was die komplexe Diskussion in der medialen Landschaft unterstreicht.

Zuletzt wurde die mediale Darstellung der Generationen untersucht, wobei gezeigt werden konnte, dass die Analyse der Berichte über die Generationen Y und Z indes in Mehrheit neutral berichtete, wobei die „BILD“ Zeitung die Generation Y positiv und die Generation Z kritisch hervorhob. Etablierte Medien wie „Die ZEIT“ und „Der SPIEGEL“ stellten die Generationen vorwiegend mit einer neutralen Haltung dar.

5 Diskussion

Als Ziel dieser Arbeit, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Generationen Y und Z im deutschen Arbeitsumfeld zu untersuchen, wurden insgesamt 22 Zeitungsartikel vier unterschiedlicher Verlage aus dem Bereich der Boulevard Presse, den Leitmedien, und einer Personal Fachzeitschrift einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring unterzogen. Zu Beginn dieser Untersuchung wurde, basierend auf neuesten Erkenntnissen der Generationenforschung, die Hypothese formuliert, dass es keine wesentlichen Unterschiede im Arbeitsumfeld zwischen den Generationen Y und Z gibt. Dies steht im Widerspruch zu dem Eindruck, der oft durch Medienberichte erweckt wird.

5.1 Unterschiede in der Sinnsuche

Um die Hypothese validieren oder entkräften zu können, wurde im Rahmen der Analyse zunächst die Relevanz der Sinnhaftigkeit der Arbeit für beide Generationen untersucht. Die Analyseergebnisse legten dabei nahe, dass die Generation Y der Sinnhaftigkeit ihrer Arbeit eine tendenziell höhere Bedeutung beimisst, während bei der Generation Z ein heterogenes Meinungsbild vorherrschte, welches jedoch insgesamt zu einer mittleren bis geringen Relevanz der Sinnhaftigkeit im Job tendierte. Dieser Befund legt nahe, dass die unterschiedlichen Betonungen von Sinnhaftigkeit im Arbeitsumfeld zwischen den Generationen Y und Z möglicherweise auf tiefere kulturelle und soziale Einflüsse zurückzuführen sein könnten. Während der Generation Z eine ausgewogenere und pragmatischere Work-Life-

Balance oder monetäre Aspekte nachgesagt werden, wird die Generation Y häufig als hinterfragende, sinnsuchende Generation „why“ betitelt,⁹⁵ was ebenso dafürsprechen könnte, weshalb die Sinnhaftigkeit im Job durch die Medien für die Generation Y höher gewichtet wurde als für die Generation Z. Es ist ebenfalls von Bedeutung hervorzuheben, dass die in verschiedenen Publikationen zur Generation Z dargestellte mittlere Relevanz der Sinnhaftigkeit, exemplarisch durch die Suche nach einer idealen Balance zwischen Zeit, Geld und Sinn, nicht nur die Bedeutung von Sinn unterstreicht, sondern auch andere Faktoren als gleichwertig erachtet.⁹⁶ So haben sich durch die Untersuchung augenscheinliche Unterschiede zwischen der Generation Y und Z ergeben, die womöglich kleiner sind als die Ergebnisse sie illustrieren. Nicht zu vernachlässigen ist ebenfalls, dass in insgesamt neun Artikeln die Sinnhaftigkeit im Job nicht thematisiert wurde und so die Interpretationsmöglichkeiten eingeschränkt wurden. Bei der Analyse der Meinungsvielfalt innerhalb der Publikationen der Zeit, des Spiegels und der „BILD“ zeigte sich eine ausgeprägte Heterogenität. Diese Beobachtung warf die Frage auf, ob die Reduktion von Generationen auf eine einheitliche Meinung zielführend ist oder ob die Anerkennung individueller Unterschiede vorzuziehen wäre. Andere Generationenforscher favorisieren in ähnlichen Studien die zweite Option, um der Entfremdung spezifischer Gruppen vorzubeugen und Stereotypisierung entgegenzuwirken.⁹⁷ Zusammenfassend lässt sich die aufgestellte Hypothese anhand dieser Kategorie nicht bestätigen, die aufgeführten Argumente zeigen jedoch auch, dass die gefundenen Unterschiede nicht grundsätzlich auf der Generationenzugehörigkeit beruhen müssen.

5.2 Generationsübergreifende Relevanz der Work-Life-Balance

Im Vergleich zu den Ergebnissen der Relevanz der Sinnhaftigkeit zeichnete sich bei der Untersuchung der Work-Life-Balance ein anderes Bild ab. Die Auswertung ergab, dass dieser Kategorie für beide Generationen eine hohe bis mittlere Bedeutung zukommt. Daraus folgt, dass prägnante Unterschiede zwischen den betrachteten Generationen nicht identifiziert werden konnten. Diese Erkenntnis beschränkte sich nicht ausschließlich auf die zwei fokussierten Generationen, da auch Befragte jenseits der 50 Jahre die hohe Bedeutung der Work-Life-Balance betonten.⁹⁸ Die Wertschätzung der Work-Life-Balance über verschiedene Altersgruppen hinweg unterstreicht deren zentrale Rolle in der heutigen Arbeitswelt. Diese Ergebnisse tragen zu einem wachsenden Konsens mit der bestehenden Literatur bei, welche bei einer Untersuchung der Relevanz der Work-Life-Balance bestätigen konnte, dass die Baby Boomer mit 73,3 %, die Generation Y mit 76,4 % und die Generation Z mit 75,3 % die Work-Life-Balance als Entscheidend einstufen und sich damit nicht auffällig voneinander unterscheiden.⁹⁹ Das Menschen in verschiedenen Altersklassen sich demgemäß äußern, spricht folglich nicht für generationenspezifische Unterschiede, sondern eher für eine Reaktion auf die Arbeitsmarktentwicklung, von welcher derzeit ein Großteil der Erwerbstätigen profitiert und folglich entsprechende Anforderungen an ihre Arbeitgeber stellt. In ihrer Berichterstattung zeigten sich die Verlage „Der SPIEGEL“ und die „BILD“ dadurch unterschiedlich, dass sie divergierende Meinungen präsentierten. Diese spiegelten

⁹⁵ Vgl. Maas, R. (2021). S.8

⁹⁶ Vgl. Löwisch, G. (2023). Die Zeit Z3

⁹⁷ Vgl. Parry, E. / Urwin, P. (2021). S.863

⁹⁸ Hölter, K. et al. (2023). Der Spiegel Z3

⁹⁹ Vgl. Parment, A. (2023). S.157

einerseits die Befürworter der Work-Life-Balance und andererseits die Gruppe der Workaholics wider.¹⁰⁰ Aus dieser Beobachtung lässt sich schlussfolgern, dass die anfängliche Hypothese bezüglich des Gleichgewichts zwischen Arbeit und Privatleben aufgrund der fehlenden Unterschiede als bestätigt angesehen werden kann. Die generelle Zunahme der Bedeutung der Work-Life-Balance in der Gesellschaft wird erkennbar, doch ist hervorzuheben, dass diese Wertschätzung nicht universell gilt und daher nicht für stereotype Annahmen missbraucht werden sollte.

5.3 Arbeitgeberbindung im Wandel

Als nächstes lag der Fokus dieser Arbeit auf der Untersuchung der Gebundenheit von Angehörigen der Generationen Y und Z an ihren Arbeitgeber. Die Untersuchung ergab hierbei, dass dieser Aspekt offenbar von untergeordneter Bedeutung zu sein scheint. Dies wurde dadurch ersichtlich, dass die Mehrheit der untersuchten Artikel entweder keine Erwähnung dieser Bindung vornahm oder lediglich eine durchschnittliche bis geringe Verbundenheit feststellten. Analog zur Work-Life-Balance könnte die geringe Bedeutung der Bindung zum Arbeitgeber auf Entwicklungen am Arbeitsmarkt zurückzuführen sein, die zunehmend Flexibilität und Wechselbereitschaft in den Vordergrund stellen.¹⁰¹ Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen zeigen demnach eine geringere Bereitschaft, unter nicht zufriedenstellenden Bedingungen in ihrer aktuellen Arbeitsstelle zu verbleiben. Stattdessen tendieren sie dazu, sich nach neuen Arbeitsmöglichkeiten umzusehen. Dieses Verhalten wird durch einen Überhang an Jobangeboten ermöglicht, der eine breitere Auswahl an Alternativen bietet. Die gestiegene Mobilität auf dem Arbeitsmarkt könnte somit eine veränderte Haltung gegenüber der Loyalität zum Arbeitgeber widerspiegeln, wobei individuelle Bedürfnisse und Arbeitszufriedenheit in den Vordergrund rücken. Bei Betrachtung der Verlage fiel auf, dass die "Personalwirtschaft" die Gebundenheit an den Arbeitgeber im Vergleich zu den anderen Verlagen am höchsten einstuft. Der Verlag betonte jedoch, dass junge Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen durchaus im Unternehmen gehalten werden können, sofern ihre spezifischen Anforderungen erfüllt werden würden.¹⁰² Die Erfüllung der Anforderungen führt zu mehr Zufriedenheit im Job, diese hat nachweislich einen direkten, positiven Effekt auf die Gebundenheit zum Arbeitgeber.¹⁰³ Zusammenfassend konnte die Hypothese anhand der Oberkategorie C, Gebundenheit zum Arbeitgeber, bestätigt werden, da die Generation Y und Z sich diesbezüglich gleichen. Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass viele Artikel diesen Aspekt nicht thematisiert haben und die Interpretationsmöglichkeiten somit eingeschränkt wurden.

5.4 Verdienstmöglichkeiten: Generationaler Unterschied oder Krisenreaktion

Bei der Untersuchung der Verdienstmöglichkeiten konnten deutliche Unterschiede zwischen den Generationen gefunden werden. Während die Entlohnung für Angehörige der Generation Z eine größere Bedeutung zukam, bildete sich bei der Generation Y ein heterogenes Meinungsbild ab. Die aktuellen Krisensituationen – Inflation, Krieg in Europa und

¹⁰⁰ Vgl. Töpfer, V. (2013). Der Spiegel Y3

¹⁰¹ Vgl. Eckhardt, F. et al. (2022). S.7 ff.

¹⁰² Vgl. O. V.: Mitarbeiter werden anspruchsvoller (2015). Personalwirtschaft Y3

¹⁰³ Vgl. Sulistiyowati, L.H. (2020). S.102

der Klimawandel – wurden als die größten Ängste der Generation Z identifiziert.¹⁰⁴ Diese Missstände werden täglich in den Nachrichten thematisiert und könnten ein Grund dafür sein, weshalb die Generation Z insbesondere in aktuellen Zeitungsartikeln eine höhere Relevanz der Entlohnung äußert. Betrachtet man hingegen die Ranstad Employer Brand Research Studie 2022, welche die Gründe der Attraktivität von Arbeitgebern untersucht, scheint das Gehalt mit 56 % für die Generation Z weniger wichtig zu sein als der Generation Y mit 66 %.¹⁰⁵ Dieses Ergebnis lässt vermuten, dass unterschiedliche Studien zu abweichenden Ergebnissen führen, da die Meinungen der Befragten Personen innerhalb der Generationen unterschiedliche Ansichten vertreten. Das die in dieser Ausarbeitung gefundenen Ergebnisse nicht zu denen anderer Studien passen, bekräftigt folglich weder die Hypothese das die Generationen Y und Z sich gleichen noch das generationenspezifische Unterschiede bestehen. Auch die festgestellte Meinungsvielfalt innerhalb der Artikel über die Generation Y bekräftigt diese Aussage.

5.5 Flexible Arbeitsmodelle generationsübergreifend wichtig

Die Analyse der Berichterstattung zum Thema Flexibilität in Arbeitsmodellen zeigte, dass in der Hälfte der untersuchten Artikel diese Thematisierung nicht vorgenommen wurde (11 von 22), was die Vielfalt an Interpretationsmöglichkeiten einschränkt. Diese Beobachtung könnte möglicherweise durch die spezifischen Merkmale bestimmter Berufsfelder bedingt gewesen sein. Speziell in Sektoren wie der Pflege und den Sozialberufen ist die Ausübung flexibler Arbeitsmodelle nur bedingt möglich, was eine geringere Thematisierung zur Folge gehabt haben könnte.

Ebenso zeigte die Analyse, dass in den Fällen, in denen Flexibilität in Arbeitsmodellen thematisiert wurde, insbesondere Angehörige der Generation Y der Anpassungsfähigkeit in der Arbeitsgestaltung eine größere Bedeutung beimäßen als Angehörige der Generation Z. Dennoch legten die Ergebnisse nahe, dass in Berufsfeldern, in denen flexible Arbeitsgestaltungen umsetzbar waren, beide Generationen die Flexibilität als hoch oder mittel relevant einstufen. Dieses Ergebnis wird auch von einer anderen Studie unterstützt, welche herausfand, dass die flexible Einteilung der Arbeitszeit für 85 % der Erwerbstätigen über Generationengrenzen hinweg, als äußerst wichtig erachtet wird.¹⁰⁶ Diese Beobachtungen deuten möglicherweise auf einen Wertewandel hin, der über Generationen hinweg die Erwartungen an die Arbeitswelt verändert. Entsprechend stützt die Untersuchung die Hypothese, dass es zwischen den Generationen keine deutlichen Unterschiede in der Wertschätzung von Flexibilität im Arbeitsleben gibt. Besonders hervorzuheben ist die begrenzte Auseinandersetzung mit diesem Thema innerhalb der Generation Z, was eine vertiefte Betrachtung in zukünftigen Studien notwendig macht.

5.6 Divergenz in den Karriereambitionen

Die Analyse der Karriereambitionen der Generationen Y und Z offenbarte, dass beide Gruppen den Karrieremöglichkeiten im Allgemeinen eine mittlere Bedeutung beimessen, wobei

¹⁰⁴ Vgl. Hurrelmann, K. (2023).

¹⁰⁵ Herbst, C. (2022).

¹⁰⁶ Vgl. Kirchherr, J. / Sperling-Magro, J. (2022). S. 17f.

innerhalb der Generation Y vereinzelt auch eine geringere Relevanz angeführt wurde. Diese Ergebnisse stehen jedoch im Kontrast zu Befunden aus der aktuellen Literatur, die den Karrieremöglichkeiten für die Generation Z einen deutlich höheren Stellenwert zuschreibt.¹⁰⁷ Die Diskrepanz zwischen verschiedenen Analyseergebnissen könnte auch hier auf die divergierenden Meinungen der befragten Personen zurückzuführen sein. Dies stützt die Beobachtung, dass sich innerhalb der Generationen Y und Z unterschiedliche Ansichten zur Bedeutung der Karriere finden lassen, was auf eine Heterogenität der Generationen hinweist. Die Untersuchung deutet darauf hin, dass nicht alle Angehörigen der Generationen Karriere als unwichtig oder nur moderat wichtig erachten. Die Befunde legen nahe, dass es eher zu einem generellen Wertewandel bei jungen Erwerbstätigen kommt, der mit der Generation Y begonnen hat und sich weiter fortsetzt. Dieser Wertewandel umfasst auch die Frage nach dem Sinn von Arbeit, insbesondere angesichts einer ungewissen Zukunft und finanziellen Sicherheit. Beide Generationen messen der Karriere zwar Bedeutung bei, jedoch nicht um jeden Preis.¹⁰⁸ Somit zeigen sich leichte Unterschiede zwischen den Generationen Y und Z in der Bewertung der Karriereambitionen, was die Hypothese fehlender Unterschiede zwischen den Generationen nur teilweise bestätigt. Vor allem die Feststellung, dass verschiedene Studien zu unterschiedlichen Ergebnissen kommen, unterstreicht die Kritik am Generationenkonzept, das von klar definierten, unterscheidenden Merkmalen ausgeht. Diese Erkenntnisse fordern eine differenziertere Betrachtung der Generationeneinteilung und der ihnen zugeschriebenen Werte und Einstellungen.

5.7 Generation Z von Zukunftsängsten geprägt

Ebenso im Fokus dieser Arbeit lag die Untersuchung der Zukunftsängste der Generation Y und Z, wobei ein nennenswerter Unterschied in der Ausprägung dieser Ängste zwischen den beiden Generationen festgestellt werden konnte. Es zeigte sich, dass Mitglieder der Generation Z häufiger und mit größerer Intensität Ängste bezüglich ihrer Zukunft äußerten (7 von 12), wobei sich diese Besorgnis vor allem auf jüngste und aktuelle Krisen zurückführen ließ, welche insbesondere finanzielle Unsicherheiten für die jüngere Generation mit sich brachten. Im Vordergrund dieser Kategorie stand nicht, die Zukunftsängste als eine unterscheidende Charaktereigenschaft zu untersuchen, sondern Gründe aufzuzeigen, die für die Positionierung der Generationen in Bezug auf die verschiedenen Kategorien ursächlich sind.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass diese Ängste einen Einfluss auf andere Lebensbereiche haben, wie beispielsweise die Karriereambitionen oder die Relevanz der Verdienstmöglichkeiten - Themen, die bereits in vorangegangenen Abschnitten der Arbeit behandelt wurden. Insgesamt konnte entsprechend gezeigt werden, dass die Generation Z, beeinflusst durch die aktuellen Krisen, deutlich besorgter in ihre Zukunft blickt als es bei der Generation Y der Fall zu sein scheint. Dieser Befund ist im Kontext des Generationenbegriffs relevant, der Generationen anhand von gemeinsamen prägenden historischen und gesellschaftlichen Erfahrungen definiert. Aus der Untersuchung lässt sich entsprechend schlussfolgern, dass die Generation Z sich in Bezug auf Zukunftsängste, die durch gegenwärtige Krisen verstärkt werden, prägnant von der Generation Y unterscheidet. Dies gibt insgesamt einen

¹⁰⁷ Vgl. Parment, A. (2023). S.164

¹⁰⁸ Vgl. Pietsch, D. (2024). S.4

klaren Beleg für die dynamische Natur von Generationenprägungen, die sich unter dem Einfluss wandelnder gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Bedingungen entwickeln.

5.8 Kritische Reflexion der Generationsgrenzen

In der nächsten Kategorie sollte untersucht werden, inwieweit Verlage die vorherrschende Kritik am Konzept der Generationeneinteilung anerkennen oder sich eher für eine Beibehaltung der traditionellen Sichtweise der Generationen aussprechen. Im Fokus der Untersuchung stand hierbei die Frage, wie die mediale Berichterstattung die Heterogenität innerhalb der Generationen sowie die Problematik einer klaren Abgrenzung zwischen diesen Generationen darstellte. Es konnte eindeutig gezeigt werden, dass eine Mehrheit der untersuchten Artikel die Kritik am Generationenkonzept, insbesondere hinsichtlich der Vielfalt innerhalb der Generationen sowie einer klaren Generationenabgrenzung, anerkannt haben (15 von 22). Damit lässt sich bestätigen, dass Studien, die das Generationenkonzept aufgrund fehlender Unterschiede angezweifelt haben,¹⁰⁹ von den Medien ebenso berücksichtigt wurden. Zudem konnte gezeigt werden, dass die „Personalwirtschaft“ eine Ausnahme bildete, indem sie das Konzept der Generationen durch eine verstärkte Betonung von Unterschieden öfter stützte als die anderen untersuchten Medien, was eine Diskrepanz innerhalb der medialen Generationendarstellung zeigte. Trotz dieser spezifischen Abweichung bestätigte ein Großteil der untersuchten Artikel die kritische Einstellung gegenüber einer generalisierenden Generationeneinteilung. Dabei leisteten die Verlage einen Beitrag zur Sensibilisierung ihrer Zielgruppe - es wurde ein Bewusstsein dafür geschaffen, dass die Zuweisung bestimmter Eigenschaften zu einzelnen Generationen problematisch sein könnte. Dies trägt dazu bei, bestimmte stereotypische Darstellungen, die sich über Jahre in der gesellschaftlichen Wahrnehmung etabliert haben, zu hinterfragen und letztlich aufzubrechen. Dadurch könnte langfristig ein Beitrag zur Entwicklung eines Konzeptes beitragen werden, welches Werte und Eigenschaften unabhängig vom Geburtsjahr anerkennt.

5.9 Die Generationendarstellung der Zeitungsverlage

Die Darstellung in der Berichterstattung der Generationen Y und Z spielt eine entscheidende Rolle bei der Prägung der öffentlichen Wahrnehmungen. Dabei ergab die Analyse von 22 Artikeln ein Spektrum von Darstellungen, welches von neutralen, positiven, bis hin zu negativen Beschreibungen reichte. Die überwiegende Mehrheit der Artikel (14 von 22) vertrat dabei eine neutrale Position gegenüber den untersuchten Generationen. Dies weist auf die Tendenz hin, dass die Generationen Y und Z überwiegend ohne ausgeprägte Vorurteile oder Voreingenommenheit präsentiert wurden. Die neutralen Perspektiven haben beide Generationen zudem als hochmotiviert charakterisiert, sofern ihre Bedürfnisse berücksichtigt werden würden.¹¹⁰ Die Darstellung ihrer Anforderung in Verbindung mit den Bedingungen des Arbeitsmarktes bietet darüber hinaus eine Erklärung für die Verhaltensweisen der Generationen, die über oftmals dargestellte Stereotypen hinausgeht.

Zwei weitere Artikel über die Generation Y haben durch Aussagen in welchen es heißt, sie würden die Welt „heimlich von innen heraus“ verändern, ein Bild vermittelt, dass diese

¹⁰⁹ Vgl. Schröder, M. (2018); Rudolph, C.W. et al. (2020); Wong, M. et al. (2008).

¹¹⁰ Vgl. O. V.: Mitarbeiter werden anspruchsvoller (2015). Personalwirtschaft Y3

Generation als Vorreiter der voranschreitenden Arbeitsmarktentwicklungen darstellte. Im Vergleich zur Generation Y wurde die Generation Z häufiger von einer negativen Beurteilung geprägt. Besonders auffällig war die negative Darstellung in drei Artikeln der „BILD“. Erstere bezieht sich dabei insbesondere auf Leserkommentare älterer Generationen, die das „Gejammer der Jugend“ hervorheben.¹¹¹ Damit folgt die „BILD“ Zeitung ihrem journalistischen Ansatz, reißerische und provokative Artikel zu veröffentlichen. Den Lesenden wurde dadurch ein negatives, durch Faulheit geprägtes narrativ der Generation Z vermittelt.

Insgesamt konnte die Untersuchung somit zeigen, dass die Generationen Y und Z vorwiegend über neutrale Darstellungsformen beschrieben wurden, wobei die Generation Z indes im Vergleich zur respektiven Generation Y negativer präsentiert wurde. Es ist hervorzuheben, dass dies Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Generationen durch die Gesellschaft haben kann. Insbesondere die „BILD“ Zeitung hat durch die negative Darstellung der Generation Z einen provokanten und dadurch im Gedächtnis bleibenden Teil dazu beigetragen. Die Unterschiede in der Darstellung zeigten dabei die Vielschichtigkeit der gesellschaftlichen Wahrnehmung dieser Generationen und ebenso die Notwendigkeit einer differenzierten Betrachtung, die über klischeehafte Zuschreibungen hinausgeht. Die Hypothese, dass es keine Differenzen zwischen den Generationen Y und Z in Bezug zur medialen Darstellung gibt, konnte folglich nicht bestätigt werden.

5.10 Gesamtbetrachtung der Gen Y und Z

Abschließend zeigt die vorliegende Studie auf, dass es einige Gemeinsamkeiten, aber auch Unterschiede zwischen den Generationen Y und Z gibt. Die festgestellten Unterschiede konnten nach einer detaillierten Betrachtung jedoch nicht eindeutig den Generationen zugeordnet werden. Vielmehr haben diese für eine generelle Vielfalt von Meinungen über die Generationsgrenzen hinweg gedeutet. Die Hypothese, dass die Verlage bei ihrer damaligen Berichterstattung die gleichen Attribute für die Generation Y, wie auch für die aktuelle Berichterstattung für die Generation Z verwendet haben, konnte somit nur teilweise bestätigt werden.

Bei der Work-Life-Balance und der Gebundenheit an den Arbeitgeber haben die Ansichten der Generation Y und Z Übereinstimmungen ergeben. Auch die Flexibilität des Arbeitsmodells scheint für beide Generationen ein wichtiges Anliegen zu sein. Im Gegensatz dazu sind bei der Relevanz der Sinnhaftigkeit im Job, der Verdienstmöglichkeiten und der Karriereambitionen Unterschiede ersichtlich geworden. Die genauere Betrachtung instruierte, dass insbesondere die Meinungsvielfalt innerhalb der Generationen, aber auch der Vergleich mit anderen Studien zu der Schlussfolgerung geführt hat, dass die Heterogenität an Ergebnissen nicht für eine einheitliche, generationenspezifische Zuordnung von Werten und Einstellungen spricht. Damit wird die Fragestellung der Sinnhaftigkeit einer kategorischen Zuordnung zu einer Generation betont.

¹¹¹ O. V.: Gen Z, die „Generation Jammerlappen“?: „Arsch hoch und ranklotzen“ (2023). BILD Z3

Weiterhin ist hervorzuheben, dass die Ansichten der Generationen Y und Z häufig auf einen generellen Wertewandel zurückzuführen sind, welcher auf der Entwicklung am Arbeitsmarkt und der stärkeren Verhandlungsposition der Arbeitnehmer beruht. Finanzielle Zukunftsängste, die sich besonders für die Generation Z aufgrund aktueller Krisensituationen ergeben, haben zudem Einfluss auf die Relevanz der anderen untersuchten Kategorien.

Ein Großteil der analysierten Artikel erkennt die Kritik am Generationenkonzept an, für die Zukunft ist die Fortführung von besonderer Relevanz, um die Stereotypisierung der Generationen nicht weiter zu fördern. Diesbezüglich ist eine neutrale Stellungnahme der Verlage ein wichtiges sowie zielführendes Instrument, da die Untersuchung gezeigt hat, dass die negative Darstellung von Generationen die Stereotypisierung ebenfalls fördert. Hervorzuheben ist dabei die „BILD“ Zeitung, die sich mit ihrer negativen Haltung gegenüber der Generation Z von den anderen Verlagen unterscheidet.

Trotz der nur teilweise bestätigten Hypothese fehlender Unterschiede zwischen den Generationen Y und Z lässt sich ein deutliches Ergebnis festhalten. Da die festgestellten Unterschiede nicht eindeutig den Generationen zugeschrieben werden konnten und verschiedene Gründe aufgeführt wurden, die dagegensprechen, kritisiert auch diese Arbeit das Generationenkonzept und stellt die Sinnhaftigkeit der Fortführung dieser Einordnung in Frage.

5.11 Limitationen

Aufgrund der Tatsache, dass die hier vorliegende Bachelorarbeit in ihrem Umfang begrenzt ist, ergeben sich Limitationen, welche bei der Gültigkeit und Interpretation der Ergebnisse eine wichtige Rolle spielen und daher wichtig zu betonen sind.

Eine Einschränkung ergibt sich aus der begrenzten Anzahl von Zeitungsartikeln sowie der fehlenden Thematisierung einzelner Kategorien in einem Teil der Berichterstattungen. Die Erweiterung durch zusätzliche Verlage und einer größeren Auswahl von Artikeln würde die Datenbasis erhöhen und somit weitere Ergebnisse präsentieren. Darüber hinaus ist es von Bedeutung zu berücksichtigen, dass sich die beschriebenen Meinungen in den Zeitungsartikeln häufig auf Umfragewerte mit einer begrenzten Anzahl von Befragten oder aber persönlichen Erfahrungswerten beziehen. Folglich handelt es sich nur um einen kleinen, nicht repräsentativen Ausschnitt der Grundgesamtheit einer jeweiligen Generation, welche womöglich in ihrer gänzlichen Vielfalt weitaus heterogener ist und nicht auf eine Meinung reduziert werden kann.

In Bezug auf die gewählte Methodik ist es wichtig zu erwähnen, dass durch das regelgeleitete, systematische Vorgehen gemäß der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring der Interpretationsspielraum weitestgehend vermieden werden konnte. Dennoch handelt es sich um eine qualitative Textanalyse, bei welcher sich subjektive Einflüsse nicht vollumfänglich vermeiden lassen.

Abschließend ist es wichtig zu beachten, dass die im Verlauf dieser Arbeit bereits beschriebene Kritik, welche die eindeutige Generationenzugehörigkeit ohne Alters- oder Periodeneffekte vieler Studien bemängelt, auch auf die vorliegende Untersuchung zu beziehen ist. Zwar konnte der Alterseffekt durch die Auswahl des Zeitfensters der Veröffentlichungen

ausgeblendet werden, jedoch war es anhand der untersuchten Zeitungsartikel nicht möglich herauszufinden, inwiefern der Periodeneffekt ursächlich für die festgestellten Unterschiede ist oder ob sich diese aus der Generationenzugehörigkeit ergeben.

6 Fazit und Ausblick

Die vorliegende Studie ging der Frage nach, inwiefern sich die arbeitsbezogenen Wertvorstellungen der Generationen Y und Z gleichen oder unterscheiden. Zu diesem Zweck wurde ein grundlegendes Verständnis des Generationenkonzeptes vermittelt, sowie Gründe aufgeführt, die für den Hype um die Generationen verantwortlich sind. Für die Beantwortung der Forschungsfrage wurde eine qualitative Untersuchung nach Mayring der medialen Berichterstattung über die Generationen Y und Z durchgeführt.

Mit dieser Absicht wurden neun Kategorien ausgearbeitet, die unterschiedliche Anforderungen an die Arbeitswelt thematisierten, als auch die Darstellung der Generationen durch die Medien untersuchten. Die Ergebnisse der Untersuchung haben gezeigt, dass die Ansichten bezüglich der Work-Life-Balance, der Gebundenheit an den Arbeitgeber sowie der Flexibilität des Arbeitsmodells für beide Generationen einen ähnlichen Stellenwert einnehmen. Unterschiede wurden hingegen bei der Sinnfrage der Arbeit, der Relevanz des Verdienstes als auch den Karriereambitionen festgestellt. Dabei führte die nähere Betrachtung der Unterschiede sowie der Vergleich mit anderen Studien nicht zu einer einheitlichen Schlussfolgerung, sondern hob die Heterogenität an Meinungen der jungen Generationen hervor. Weiterhin konnte festgestellt werden, dass die Werte und Einstellungen der Generation Y als auch Z auf die Arbeitsmarktentwicklung zurückzuführen sind und demgemäß auch nicht für eine generationenspezifische Zuordnung sprechen. Auch die verlagsspezifische Betrachtung hat ergeben, dass die „Personalwirtschaft“, „Die ZEIT“, „Der SPIEGEL“ und die „BILD“ sich häufig nicht einheitlich positioniert haben. Folglich befürwortet auch diese Sichtweise keine eindeutige Zuordnung von Werten zu den Generationen. Bis auf die „BILD“ Zeitung, haben die Verlage die Generationen insgesamt in einer neutralen Sichtweise beschrieben, die negative Beschreibung der Generation Z durch die „BILD“ hat jedoch insbesondere gezeigt, dass sie die Stereotypisierung bestärkt.

Die Untersuchung der Hypothese, dass keine Unterschiede zwischen den Generationen Y und Z existieren, führte resümierend zu teilweise bestätigenden Ergebnissen. Dies unterstützt die bereits vorhandene Kritik am Konzept der Generationen, welche ebenso in vielen Zeitungsartikeln thematisiert wurde. Aber auch festgestellte Unterschiede, welche nicht eindeutig auf die Generationen zurückzuführen waren, führten zu der Schlussfolgerung, dass eine generationenspezifische Ausrichtung von Unternehmensaktivitäten zwischen den Generationen nicht effektiv zu sein scheint. Stattdessen könnte eine Orientierung an generationsübergreifenden Lösungen als zielführender Ansatz dienen. Dabei hat die tiefgreifende Auseinandersetzung mit dem Generationenkonzept eine Reihe von Möglichkeiten aufgezeigt, die zukünftig einen Mehrwert, aber vor allem einen einheitlichen Konsens in Bezug auf generationale Unterschiede mit sich bringen könnten.

Abgeleitet aus der Kritik am Generationenkonzept bedarf es entsprechend neue Ansätze, um aktuelle als auch zukünftige Generationen zu untersuchen. Derzeit gibt es zwei Standpunkte in der Generationenforschung, welche sich gegenüberstehen: Die eine Fraktion

rechtfertigt generationale Unterschiede aufgrund historisch prägender Ereignisse, die andere Seite kann keine Unterschiede zwischen den Generationen feststellen, welche eindeutig auf die Generationenzugehörigkeit zurückzuführen sind. Insbesondere Methoden, die sogenannte APC-Effekte, also Alters-, Perioden-, sowie Kohorteneffekte separat identifizieren können, ergeben eine Chance für die Forschung, welche zu einer Erhöhung der Kohärenz der Meinung von Generationenforschern führen könnte.

Eine weiterführende Idee dieses neuen Ansatzes könnte sich aus einer vielschichtigen, nuancierten Betrachtung der Generationen ergeben. Solch eine Herangehensweise würde in Zukunft ermöglichen, die Heterogenität der Individuen anzuerkennen und einer Stereotypisierung entgegenzuwirken. Dieser neue methodische Ansatz würde zudem einen besonderen Vorteil für die Praxis bieten: Indem Personal ein besseres Verständnis für die vielfältigen Dimensionen der unterschiedlichen Generationenmerkmale erlernen und mittels eines flexibleren Ansatzes generationsübergreifende Lösungen anwenden, könnte die Integration aller Mitarbeiter gefördert werden, ohne bestimmte Gruppen auszugrenzen.

Neben dem Bedarf dieser neuen Forschungsansätze, ergibt sich ein genereller Bedarf von weiteren Studien, welche die Generationen gegenüberstellend betrachten und so die Interpretationsmöglichkeiten erweitern könnten. Insbesondere für die junge Generation Z ist die derzeitige Studienlage noch sehr begrenzt, folglich ergibt sich schwerpunktmäßig für die jungen Generationen weiterer Forschungsbedarf.

Literaturverzeichnis

- Baur, N. / Blasius, J. (2022): Handbuch Methoden der Empirischen Sozialforschung. Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden.
- Biemann, T. / Weckmüller, H. (2013): Generation Y: Viel Lärm um fast nichts. <http://zeitschriften.haufe.de/ePaper/personal-quarterly/2013/6FD0C617/files/assets/seo/page46.html>. 1. Februar 2024.
- Bruch, H. et al. (2010): Generationen erfolgreich führen. Gabler, Wiesbaden.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz: Fachkräfte für Deutschland. <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Dossier/fachkraeftesicherung.html>. 31. Jänner 2024.
- Casper, E. (2023): Job: Generation Z schaut bei Berufswahl vor allem aufs Geld. In: Die Zeit 05.11.2023. <https://www.zeit.de/arbeit/2023-11/umfrage-berufswahl-generation-z-geld-wichtig>. 11. Jänner 2024.
- Coupland, D. (1991): Generation X. St. Martin's Griffincz.
- Czilwik, S. (2023): Berufswahl: Wichtig ist die Work-Longeweile-Balance. In: Die Zeit 15.08.2023. <https://www.zeit.de/campus/2023-08/berufswahl-berufseinstieg-langweiliger-job-stress>. 18. Jänner 2024.
- Eberhardt, D. (2021): Generationen zusammen führen: Mit Generation X, Y, Z und Babyboomern die Arbeitswelt gestalten. 3. Auflage, Haufe, Freiburg.
- Eckhardt, F. et al. (2022): The Silent Resignation: Warum die große Wechselwelle kommt. Stepstone, Düsseldorf.
- Frost, S. (2023): Generation Z hat Bock auf Arbeit – findet aber keinen Einstieg. In: Personalwirtschaft 23.05.2023. <https://www.personalwirtschaft.de/news/recruiting/generation-z-hat-bock-auf-arbeit-findet-aber-keinen-einstieg-156969/>. 18. Jänner 2024.
- Heimann, K. (2013): Berufsanfänger: Die superflexible junge Generation ist ein Mythos. In: Die Zeit 20.09.2013. <https://www.zeit.de/karriere/beruf/2013-09/mythos-generation-y>. 18. Jänner 2024.
- Herbst, C. (2022): Was die Gen Z vom Job erwartet. <https://www.randstad.de/ueber-randstad/presse/personalmanagement/gehalt-verliert-relevanz-was-gen-z-vom-job-erwartet/>. 13. Februar 2024.
- Herrmann, L. et al. (2023): Gen Z versus Boomer: Warum „Sensibelchen“ eigentlich kein Schimpfwort ist. 27.11.2023. <https://www.sueddeutsche.de/projekte/artikel/muenchen/generation-z-boomer-generationenkonflikt-sensibel-verweicht-e855614/?reduced=true>. 9. Februar 2024.
- Hesse, G. / Mattmüller, R. (Hg) (2019): Perspektivwechsel im Employer Branding: neue Ansätze für die Generationen Y und Z. 2., aktualisiert und erweiterte Auflage. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden [Heidelberg]. DOI: 10.1007/978-3-658-26208-2.
- Hölter, K. et al. (2023): Der neue Arbeitskampf. In: Der Spiegel 03.12.2023. <https://www.spiegel.de/start/work-life-balance-warum-die-generation-z-anders-arbeiten-will-und-damit-jetzt-alle-ansteckt-a-2b4d84c1-f53f-4fca-ab51-6f4c1c8bbd39>. 2. Februar 2024.
- Hurrelmann, K. (2018): Generation Z: Nicht ohne meine Eltern! In: Die Zeit 26.11.2018.

<https://www.zeit.de/2018/48/generation-z-berufsleben-karriere-gesellschaft-zukunft>.
17. Jänner 2024.

Hurrelmann, K. (2023): Sechste Trendstudie Jugend in Deutschland: Aktuelle Krisen belasten Jüngere stärker als Ältere. Hertie School. <https://www.hertie-school.org/de/news/detail/content/sixth-youth-in-germany-trend-study-current-crises-affect-younger-people-more-than-older-but-there-is-no-generation-conflict>. 12. Februar 2024.

Hurrelmann, K. / Albrecht, E. (2014): Die heimlichen Revolutionäre. Beltz, Weinheim.

Kalleberg, A.L. / Marsden, P.V. (2019): Work Values in the United States: Age, Period, and Generational Differences. In: The Annals of the American Academy of Political and Social Science 682(1), 43–59.

Karschnik, R. (2013): Generation Y: Es menschtelt in der Arbeitswelt. In: Die Zeit 08.08.2013. <https://www.zeit.de/studium/hochschule/2013-08/generation-y-arbeitswelt>. 18. Jänner 2024.

Kirchherr, J. / Sperling-Magro, J. (2022): Neue Karriere und vielfältige Führung. Initiative Chef-sache.

Klaffke, M. (2014): Generationen-Management: Konzepte, Instrumente, Good-Practice-Ansätze. Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden.

Klingholz, R. (2016): Deutschlands demografische Herausforderungen: Wie sich unser Land langsam aber sicher wandelt. Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung, Berlin.

Klostermann, R. (2014): So tickt die Generation Smartphone. 29.09.2014. <https://www.bild.de/bild-plus/lifestyle/2014/jugendlicher/so-tickt-die-generation-y-37892416.bild.html?ticket=ST-A-3463214-KddITJBscxgP97qF3efZ-sso-signin-server>. 18. Jänner 2024.

Kruthaup, K. (2013): Teilzeit für Berufsanfänger: Donnerstags gehör ich mir! 01.11.2013. <https://www.spiegel.de/karriere/als-berufsanfaenger-in-teilzeit-arbeiten-a-931269.html>. 18. Jänner 2024.

Lippold, D. (2020): Digital (mit)denken - analog lenken: Eine Roadmap durch die Digitale Transformation. De Gruyter Oldenbourg.

Löwisch, G. (2023): Generation Z: „Da kommt schnell Neid auf“. In: Die Zeit 30.06.2023. <https://www.zeit.de/2023/28/generation-z-arbeit-einstellung-ansprueche>. 18. Jänner 2024.

Maas, R. (2021): Neueste Generationenforschung in ökonomischer Perspektive.

Maas, R. (2023): Generation Z für Personalmanagement und Führung. Carl Hanser Verlag, München.

Mannheim, K. (1928): Das Problem der Generationen. In: KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 69(S1), 81–119.

Mayring, P. (2022): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. 13. Auflage, Beltz, Weinheim Basel.

Mende, C. (2023): Gen Z: Für sie ist die Kohle das Wichtigste am Job. In: Bild 05.11.2023. <https://www.bild.de/ratgeber/2023/ratgeber/gen-z-fuer-sie-ist-die-kohle-das-wichtigste-am-job-85982664.bild.html>. 18. Jänner 2024.

- O. V. (2015): Mitarbeiter werden anspruchsvoller. In: Personalwirtschaft 13.03.2015. <https://www.personalwirtschaft.de/news/hr-organisation/mitarbeiter-werden-anspruchsvoller-107134/>. 18. Jänner 2024.
- O. V. (2016): Bedürfnis nach Work-Life-Balance wächst. In: Personalwirtschaft 29.03.2016. <https://www.personalwirtschaft.de/news/hr-organisation/beduerfnis-nach-work-life-balance-waechst-105865/>. 18. Jänner 2024.
- O. V. (2017): Karriere steht erst an zweiter Stelle. In: Personalwirtschaft 11.05.2017. <https://www.personalwirtschaft.de/news/hr-organisation/karriere-steht-erst-an-zweiter-stelle-104386/>. 18. Jänner 2024.
- O. V. (2023): Gen Z, die „Generation Jammerlappen“?: „Arsch hoch und ranklotzen“. In: Bild 04.11.2023. <https://www.bild.de/ratgeber/2023/ratgeber/gen-z-die-generation-jammerlappen-arsch-hoch-und-ranklotzen-85975688.bild.html>. 18. Jänner 2024.
- Olbrisch, M. (2013): Der Spiegel Y1. In: Der Spiegel 12.12.2013. <https://www.spiegel.de/karriere/generation-y-und-die-arbeitswelt-die-andersmacher-a-931225.html>. 18. Jänner 2024.
- Olesch, G. (2023): Kritische Betrachtung des Wertewandels. In: Personalwirtschaft 08.05.2023. <https://www.personalwirtschaft.de/news/hr-organisation/kritische-betrachtung-des-wertewandels-156018/>. 18. Jänner 2024.
- Parment, A. (2013): Die Generation Y: Mitarbeiter der Zukunft motivieren, integrieren, führen. Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Parment, A. (2023): Die Generation Z: Die Hoffnungsträgergeneration in der neuen Arbeitswelt. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Parry, E. / Urwin, P. (2021): Generational categories: A broken basis for human resource management research and practice. In: Human Resource Management Journal 31(4), 857–869.
- Pfeil, S. (2017): Werteorientierung und Arbeitgeberwahl im Wandel der Generationen: Eine empirisch fundierte Analyse unter besonderer Berücksichtigung der Generation Y. Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden.
- Pietsch, D. (2024): Die kapitalismuskritische Gesellschaft: Warum ein erfolgreiches Wirtschaftsmodell infrage gestellt wird. Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden.
- Rudolph, C.W. et al. (2020): Generations and Generational differences. In: Journal of Business & Psychology.
- Schröder, M. (2018): Der Generationenmythos. In: KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 70(3), 469–494.
- Schulenburg, N. (2016): Führung einer neuen Generation. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Statistisches Bundesamt (2023): Studierende insgesamt und Studierende Deutsche nach Geschlecht. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Hochschulen/Tabellen/Irbil01.html>. 10. Februar 2024.
- Statistisches Bundesamt: Zusammengefasste Geburtenziffern nach Kalenderjahren. Statistisches Bundesamt. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Geburten/Tabellen/geburtenziffer.html>. 31. Jänner 2024.
- Stolz, M. (2005): Generation Praktikum. In: Die Zeit 31.03.2005.

https://www.zeit.de/2005/14/Titel_2fPraktikant_14. 13. Jänner 2024.

Sulistiyowati, L.H. (2020): The Effect of Job Satisfaction to Organization Commitment, with the Development of a Career as Variable Intervening. Atlantis Press, Cirebon, Indonesia.

Sutera, M. (2023): Wie sich Berufsanfänger das Arbeitsleben wünschen. In: Der Spiegel 08.09.2023. <https://www.spiegel.de/start/berufswuensche-der-generation-z-lieber-ein-hohes-gehalt-als-einen-arbeitgeber-der-gutes-tut-a-8d7fdbee-bb91-4720-a789-81c30492c292>. 18. Jänner 2024.

Töpfer, V. (2013): Keine Angst, wir sind noch angepasster als ihr. In: Der Spiegel 14.08.2013. <https://www.spiegel.de/karriere/unternehmensberater-ueben-den-umgang-mit-der-generation-y-a-915368.html>. 18. Jänner 2024.

Von Sass, B. (2023): Generation Z wie ZU faul? In: bild.de 04.11.2023. <https://www.bild.de/ratgeber/2023/ratgeber/generation-z-sind-das-lauter-jammerlappen-85959696.bild.html>. 18. Jänner 2024.

Wolf, G. (2020): Mitarbeiterbindung. Haufe-Lexware GmbH & Co. KG.

Wong, M. et al. (2008): Generational differences in personality and motivation: Do they exist and what are the implications for the workplace? In: Journal of Managerial Psychology 23(8), 878–890.

Würminghausen, P.: Generation Hafermilch. In: Süddeutsche.de. <https://www.sueddeutsche.de/projekte/artikel/wirtschaft/wie-die-generation-hafermilch-die-lebensmittelindustrie-veraendert-e595145/>. 14. Jänner 2024.

Anhang

- Anlage 1 Kodierleitfaden
- Anlage 2 Kodierte Segmente
- Anlage 3 Frequenzanalyse

Anlage 1: Kodierleitfaden

Oberkategorie A: Relevanz der Sinnhaftigkeit im Job			
Unterkategorie	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregel
A1: Hohe Relevanz	Eine erfüllende und sinnstiftende Arbeit wird als unerlässlich empfunden.	Personalwirtschaft Y1: „Der auch Millennials genannten Altersgruppe ist außerdem die Sinnfrage ihrer Arbeit wichtiger; sie legt Wert auf ein starkes gesellschaftliches Engagement der Arbeitgeber.“	Jede einheitliche Äußerung, die bestätigt, dass die Sinnhaftigkeit im Job eine hohe oder höhere Bedeutung im Vergleich zu anderen Faktoren hat. Bei der Betrachtung von Umfragen stimmen mindestens 67 % für diesen Aspekt.
A2: Mittlere Relevanz	Das Ausführen sinnstiftender Tätigkeiten hat eine durchschnittliche Bedeutung.	Die ZEIT Z3: „Es zählt das Gesamtpaket, das individuell geschnürt wird. Die Generation Z sucht die perfekte Mischung aus Zeit, Geld und Sinn.“	Jede einheitliche Äußerung, die nicht eindeutig einer hohen Relevanz, geringen Relevanz oder divergierenden Meinung zuordbar ist. Bei der Betrachtung von Umfragen stimmen 34 %-66 % für diesen Aspekt.
A3: Geringe Relevanz	Die Sinnhaftigkeit der Arbeit wird als weniger wichtig erachtet, andere Faktoren spielen eine größere Rolle.	Die ZEIT Z1: „Sinn und Zweck des Jobs sind der Umfrage zufolge eher nachrangig“	Jede einheitliche Äußerung, die bestätigt, dass das Ausführen einer sinnhaften Tätigkeit als nebensächlich oder nachrangig angesehen wird. Bei der Betrachtung von Umfragen werden Stimmen bis 33 % hinsichtlich dieser Kategorie in die Unterkategorie geringe Relevanz zugeordnet.

A4: Divergierende Meinung	Der Vergleich unterschiedlicher Umfragen oder die Befragung mehrerer Interviewpartner ergibt, dass unterschiedliche Meinungen vertreten werden.	Die ZEIT Z2: „Sebastian gehört zu einer Gruppe von Arbeitnehmer: innen, die einen Beruf gewählt haben, der sie weder herausfordert noch stresst. In dem sie weder sehen noch sich ¹¹² besonders anstrengen wollen.“; Textpassage an anderer Stelle: „Eine aktuelle Umfrage belegt: Junge Menschen wollen hart arbeiten, sofern die Bezahlung stimmt. Ihnen ist es wichtig etwas zu tun, was sie als sinnvoll erachten, aber auch, dass ihre Arbeits- und Freizeit gut ausbalanciert sind.“	Einordnung in diese Unterkategorie, sobald zwei unterschiedliche Meinungen in Bezug auf die Sinnhaftigkeit im Job innerhalb eines Artikels gefunden werden.
A5: Keine Thematisierung	Keine Auskunft über die Relevanz der Sinnhaftigkeit der Arbeit.		Einordnung in diese Unterkategorie, wenn die Relevanz der Sinnhaftigkeit der Arbeit nicht thematisiert wird.

Oberkategorie B: Relevanz der Work-Life Balance			
Unterkategorien	Definitionen	Ankerbeispiele	Kodierregeln
B1: Hohe Relevanz	Der Ausgleich zwischen Arbeit und Freizeit hat für die Betroffenen eine hohe Priorität.	BILD Y1: „Im Mittelpunkt sollte nicht der Beruf stehen, sondern das Leben und damit auch die Freizeit.“	Jede einheitliche Äußerung, die bestätigt, dass die Work-Life-Balance eine hohe oder höhere Bedeutung im Vergleich zu anderen Faktoren hat.

			Bei der Betrachtung von Umfragen stimmen mindestens 67 % für diesen Aspekt.
B2: Mittlere Relevanz	Der Ausgleich zwischen Arbeit und Freizeit ist den Betroffenen von Bedeutung. Andere Faktoren haben einen ähnlichen, oder höheren Stellenwert.	Die ZEIT Y3: „Durchgeführt wurde sie von der Unternehmensberatung Ernst & Young, das Handelsblatt hat sie veröffentlicht: 72 Prozent der Befragten nennen Entfaltungschancen als höchstes Kriterium für die Arbeitgeberwahl, 56 Prozent die Work-Life-Balance.“	Jede einheitliche Äußerung, die nicht eindeutig einer hohen Relevanz, geringen Relevanz oder divergierenden Meinung zuordbar ist. Bei der Betrachtung von Umfragen stimmen 34 %-66 % für diesen Aspekt.
B3: Geringe Relevanz	Die Betroffenen stellen Ihre Arbeit in den Mittelpunkt. Es gibt keine klare Grenze zwischen Arbeit und Privatleben.	Die ZEIT Y3: „Von morgens bis spät abends sitzen Arbeitnehmer an Rechnern und verfolgen – scheinbar grenzenlos motiviert – das Firmenziel.“	Jede einheitliche Äußerung, die bestätigt, dass die Work-Life-Balance als nebensächlich angesehen wird. Bei der Betrachtung von Umfragen werden Stimmen bis zu 33 % in die Unterkategorie geringe Relevanz eingeordnet.
B4: Divergierende Meinung	Der Vergleich unterschiedlicher Umfragen oder die Befragung mehrerer Interviewpartner ergibt, dass unterschiedliche Meinungen vertreten werden.	SPIEGEL Y3: „Zehn Stunden täglich, manchmal um 19 Uhr nach Hause? Viele Menschen dürften sich eine gute Work-Life-Balance anders vorstellen. Benjamin Thomsen, 22, stört das nicht: "Ich arbeite gern viel, solange es nicht langweilig ist.“	Einordnung in diese Unterkategorie, sobald zwei unterschiedliche Meinungen in Bezug auf die Work-Life-Balance innerhalb eines Artikels gefunden werden.
B5: Keine Thematisierung	Keine Auskunft über die Relevanz der Work-Life-Balance.		Einordnung in diese Unterkategorie, wenn der Ausgleich zwischen Leben und

			Arbeit nicht thematisiert wird.
--	--	--	---------------------------------

Kategorie C: Gebundenheit an den Arbeitgeber			
Unterkategorie	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregel
C1: Starkes Gebundenheitsgefühl	Die Betroffenen empfinden eine hohe Gebundenheit zu Ihrem Arbeitgeber. Auch wenn sie mit einigen Faktoren unzufrieden sind, ist die Wahrscheinlichkeit den Arbeitgeber zu wechseln, sehr gering.		Jede einheitliche Äußerung, aus der hervorgeht, dass die Betroffenen Ihren Arbeitgeber nicht wechseln würden. Bei der Betrachtung von Umfragen stimmen mindestens 67 % für diesen Aspekt.
C2: Moderates Gebundenheitsgefühl	Die Betroffenen empfinden eine solide Loyalität zu Ihrem Arbeitgeber. Trotzdem wären Sie bereit Ihren Arbeitgeber zu wechseln.	Personalwirtschaft Y3: „Die Generation Y erwartet von ihrem Arbeitgeber außerdem eine hohe Flexibilität und legt großen Wert auf individuelle Entwicklung und Karrierepfade und entsprechende Förderung. Bietet dies ein Unternehmen, sind junge Mitarbeiter bereit, sich stark für ihre Firma einzusetzen“	Jede einheitliche Äußerung, aus der hervorgeht, dass Anstrengungen zur Verbesserung der Arbeitssituation nicht zielführend waren und man sich schlussendlich für die Kündigung entschieden hat. Bei der Betrachtung von Umfragen stimmen 34 %-66 % für diesen Aspekt.
C3: Geringes Gebundenheitsgefühl	Die Betroffenen haben ein geringes Bindungsgefühl zu Ihrem Arbeitgeber. Sind Sie mit bestimmten Faktoren unzufrieden, suchen sie sich einen neuen Arbeitgeber, anstatt die Probleme versuchen zu lösen.	Die ZEIT Y3: „Unternehmen werden also mit Absolventen konfrontiert sein, die einen vermeintlichen Traumjob ablehnen, aus Angst, nicht mehr genug Zeit für ihr Hobby oder ihren Partner zu haben.“	Jede einheitliche Äußerung, die bestätigt, dass die Gebundenheit zum Arbeitgeber so gering ist, dass Sie für einen Arbeitgeberwechsel entschieden haben oder es tun würden. Bei der Betrachtung von Um-

			fragen werden Stimmen bis 33 % hinsichtlich dieser Kategorie in die Unterkategorie geringe Relevanz zugeordnet.
C4: Divergierende Meinung	Der Vergleich unterschiedlicher Umfragen oder die Befragung mehrerer Interviewpartner ergibt, dass unterschiedliche Meinungen vertreten werden.	Die ZEIT Y2: „Der Trend gehe sehr wohl zu "kürzeren Gastspielen" im Unternehmen. Gleichzeitig sagen viele Jüngere, dass Sicherheit für sie einen hohen Wert darstellt. „Die junge Generation möchte gerne loyal zu ihren Arbeitgebern sein, findet aber häufig noch nicht die richtigen Rahmenbedingungen vor.“ Sie versuche nicht, bestehende Systeme über den Haufen zu werden. Wenn es nicht passt, ziehen die jüngeren recht schnell weiter“, so Rose.“	Einordnung in diese Unterkategorie, sobald zwei unterschiedliche Meinungen in Bezug auf das Gebundenheitsgefühl zum Arbeitgeber innerhalb eines Artikels gefunden werden.
C5: Keine Thematisierung	Keine Auskunft über Gebundenheit zum Arbeitgeber.		Einordnung in diese Unterkategorie, wenn die Gebundenheit zum Arbeitgeber nicht thematisiert wird.

Kategorie D: Relevanz der Verdienstmöglichkeiten			
Unterkategorie	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregel

D1: Hohe Relevanz	Ein hoher Verdienst hat für die Betroffenen die höchste Priorität.	Die ZEIT Z1: „Junge Menschen achten bei der Berufs- und Ausbildungswahl vor allem auf eine gute Bezahlung.“	Jede einheitliche Äußerung, die bestätigt, dass das Gehalt die höchste Bedeutung im Vergleich zu anderen Faktoren hat. Bei der Betrachtung von Umfragen stimmen mindestens 67 % für diesen Aspekt.
D2: Mittlere Relevanz	Das Gehalt hat für die Betroffenen eine durchschnittliche Bedeutung. Andere Faktoren haben eine gleich hohe Bedeutung.	SPIEGEL Y1: „Franziska Roscher hatte eine ganz spezielle Forderung an ihren zukünftigen Arbeitgeber, als sie im vorigen Sommer ihr Politikstudium abschloss. (...) "Ich habe mir ein Leben aufgebaut", sagt die 27-Jährige. "Das wollte ich nicht wegschmeißen." Mumbai, da wollte sie bleiben, unbedingt. "Dafür war ich bereit, anderswo Abstriche zu machen, beim Gehalt zum Beispiel."	Jede einheitliche Äußerung, die nicht eindeutig einer hohen Relevanz, einer geringen Relevanz oder einer divergierenden Meinung zugeordnet werden kann. Bei der Betrachtung von Umfragen stimmen 34 %-66 % für diesen Aspekt.
D3: Geringe Relevanz	Ein hoher Verdienst wird als weniger wichtig erachtet, andere Faktoren spielen eine größere Rolle.	BILD Y1: „Geld ist nicht das Wichtigste in meinem Leben, ich möchte lieber glücklich als reich sein. Allerdings würde ich gerne so viel verdienen, dass ich damit gut auskommen und nicht jeden Cent umdrehen muss.“	Jede einheitliche Äußerung, aus der hervorgeht, dass das Gehalt nur als Mittel zum Zweck oder als nachrangig angesehen wird. Bei der Betrachtung von Umfragen werden Stimmen bis 33 % hinsichtlich dieser Kategorie in die Unterkategorie geringe Relevanz zugeordnet.

D4: Divergierende Meinung	Der Vergleich unterschiedlicher Umfragen oder die Befragung mehrerer Interviewpartner ergibt, dass unterschiedliche Meinungen vertreten werden.	SPIEGEL Y1: „Von der Flexibilität eines Start-ups sind die Berater Lichtjahre entfernt Und ziehen daher eine ganz bestimmte Bewerberklientel an, die verbliebenen Karrierebewussten, für die Gehalt und Status so wichtig sind, dass sie dafür privat zurückstecken.“ Textpassage an anderer Stelle: „Arbeitswochen mit 60 und mehr Stunden und das ständige Reisen sind unbeliebt geworden. Da ändert auch ein fürstliches Gehalt nicht viel.“	Einordnung in diese Unterkategorie, sobald zwei unterschiedliche Meinungen in Bezug auf das Gebundenheitsgefühl zum Arbeitgeber innerhalb eines Artikels gefunden werden.
D5: Keine Thematisierung	Keine Auskunft über die Relevanz der Verdienstmöglichkeiten.		Einordnung in diese Unterkategorie, wenn die Verdienstmöglichkeiten nicht thematisiert werden.

Kategorie E: Relevanz eines flexiblen Arbeitsmodells			
Unterkategorie	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregel
E1: Hohe Relevanz	Ein flexibles Arbeitszeitmodell mit Möglichkeiten zum Home-Office ist den Betroffenen sehr wichtig.	Personalwirtschaft Y3: „Die Generation Y erwartet von ihrem Arbeitgeber außerdem eine hohe Flexibilität und legt großen Wert auf individuelle Entwicklung und Karrierepfade und entsprechende Förderung.“	Jede einheitliche Äußerung, die bestätigt, dass Flexibilität im Job von höchster Bedeutung ist. Bei der Betrachtung von Umfragen stimmen mindestens 67 % für diesen Aspekt.

<p>E2: Mittlere Relevanz</p>	<p>Die Flexibilität im Job hat für die Betroffenen eine durchschnittliche Bedeutung.</p>		<p>Jede einheitliche Äußerung, die nicht der Kategorie hohe Relevanz, geringe Relevanz, oder divergierender Meinung zugeordnet werden kann. Bei der Betrachtung von Umfragen stimmen 34 %-66 % für diesen Aspekt.</p>
<p>E3: Geringe Relevanz</p>	<p>Ein flexibles Arbeitszeitmodell ist von geringer Bedeutung.</p>		<p>Jede einheitliche Äußerung, aus welcher hervorgeht, dass ein flexibles Arbeitsmodell nicht von Relevanz ist oder in diesem Beruf nicht umsetzbar ist. Bei der Betrachtung von Umfragen werden Stimmen bis 33 % hinsichtlich dieser Kategorie in die Unterkategorie geringe Relevanz zugeordnet.</p>
<p>E4: Divergierende Meinung</p>	<p>Der Vergleich unterschiedlicher Umfragen oder die Befragung mehrerer Interviewpartner ergibt, dass unterschiedliche Meinungen vertreten werden.</p>	<p>SPIEGEL Y1: „Die Firma ist mir sehr entgegengekommen, das hat mich motiviert“, sagt Franziska. „Ich weiß, dass nicht jedes Unternehmen so flexibel gewesen wäre, auf meinen Sonderwunsch einzugehen.“ Textpassage an anderer Stelle: „Von der Flexibilität eines Startups sind die Berater Lichtjahre entfernt. Und ziehen daher eine ganz be-</p>	<p>Einordnung in diese Unterkategorie, sobald zwei unterschiedliche Meinungen in Bezug auf die Flexibilität im Job innerhalb eines Artikels gefunden werden.</p>

		stimmte Bewerberklientel an, die verbliebenen Karrierebewussten, für die Gehalt und Status so wichtig sind, dass sie dafür privat zurückstecken."	
E5: Keine Thematisierung	Keine Auskunft über die Relevanz der Flexibilität im Job.		Einordnung in diese Unterkategorie, wenn die Flexibilität im Job nicht thematisiert wird.

Kategorie F: Karriereambitionen und berufliche Entwicklung			
Unterkategorie	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregel
F1: Hohe Relevanz	Eine ambitionierte Karriere wird von den Betroffenen als sehr wichtig eingestuft	Die ZEIT Y3: „Ein Leben für die Karriere und den Status.“	Jede einheitliche Äußerung, die bestätigt, dass die Karriere von höchster Bedeutung ist. Bei der Betrachtung von Umfragen stimmen mindestens 67 % für diesen Aspekt.
F2: Mittlere Relevanz	Karrieremöglichkeiten werden als wichtig eingestuft, allerdings sind die Betroffenen nicht bereit, die Karriere über andere Faktoren zu stellen.	Die ZEIT Y3: „Nur 35 Prozent sind Karriereoptionen besonders wichtig.“ „Der Studie zufolge wollen diese Berufseinsteiger Entfaltung statt Fremdbestimmung, sie wollen Balance statt Burnout und lieber Freunde und Familie statt eines hochbezahlten Chefpostens.“	Jede einheitliche Äußerung, die nicht der Kategorie hohe Relevanz, geringe Relevanz, oder divergierender Meinung zugeordnet werden kann. Bei der Betrachtung von Umfragen stimmen 34 %-66 % für diesen Aspekt.

F3: Geringe Relevanz	Die Karrieremöglichkeiten werden als weniger wichtig erachtet, andere Faktoren haben eine viel höhere Bedeutung.	SPIEGEL Y1: „Nina ist unfassbar überqualifiziert für diesen Job. Sie hat Biologie studiert, ihren Master in der Tasche (...).“Ich konnte das nicht. Das war nicht meins.“ Stattdessen heuerte sie bei einer Freundin an, die in Köln das Miss Pöpki aufgemacht hatte - und eine Konditorin und Kellnerin suchte. "Ich freue mich morgens auf die Arbeit", sagt Nina, die auch früher schon mit Leidenschaft Torten buk. "In der Forschung wäre ich nicht glücklich geworden.""	Jede einheitliche Äußerung, die bestätigt, dass die Karrieremöglichkeiten als nebensächlich angesehen werden. Bei der Betrachtung von Umfragen werden Stimmen bis 33 % hinsichtlich dieser Kategorie in die Unterkategorie geringe Relevanz zugeordnet.
F4: Divergierende Meinung	Der Vergleich unterschiedlicher Umfragen oder die Befragung mehrerer Interviewpartner ergibt, dass unterschiedliche Meinungen vertreten werden.	SPIEGEL Y1: " Daher wissen wir, dass es auch heute noch Leute gibt, für die Hochzeit, Eigenheim und Kinder ganz oben auf der Wunschliste stehen - weit vor dem Job. Und es gibt die Karrierestreber, die wie in einem Computerspiel stets das nächste Level erreichen und dabei möglichst viele goldene Bonusmünzen sammeln wollen: Yeah, du hast es geschafft! Weiter so!"	Einordnung in diese Unterkategorie, sobald zwei unterschiedliche Meinungen in Bezug auf das Gebundenheitsgefühl zum Arbeitgeber innerhalb eines Artikels gefunden werden.
F5: Keine Thematisierung	Keine Auskunft über die Relevanz der Karriere.		Einordnung in diese Unterkategorie, wenn die Karriere

			nicht thematisiert wird.
--	--	--	--------------------------

Kategorie G: Zukunftsängste der Generation			
Unterkategorie	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregel
G1: Die Generation blickt unsicher in Ihre Zukunft	Die Altersgruppe schätzt ihre Zukunft aufgrund von Krisen und Herausforderungen als unsicher ein.	BILD Y1: Prof. Klaus Hurrelmann zu BILD: „Die Generation Y ist in Zeiten großer Unsicherheiten aufgewachsen: die Terroranschläge vom 11. September, die Umweltkatastrophen, die weltweite Finanzkrise, Fukushima. Das hat sie sehr sensibel und verletzlich gemacht.“	Einordnung in diese Unterkategorie, wenn aus dem Zeitungsartikel hervorgeht, dass die Generation Zukunftsängste hat oder Sicherheit im Job wichtig für die Betroffenen ist.
G2: Die Generation blickt sicher in Ihre Zukunft	Die Altersgruppe schätzt ihre Zukunft mit Blick auf Krisen oder Herausforderungen als sicher ein.		Einordnung in diese Unterkategorie, wenn aus dem Zeitungsartikel hervorgeht, dass die Generation Zukunftsängste hat oder Sicherheit im Job nicht als Risiko für die Betroffenen angesehen wird.
G3: Der Aspekt wird in dem Zeitungsartikel nicht thematisiert	Keine Auskunft über die Sicht der Generation bezüglich Zukunftsängste		Einordnung in diese Unterkategorie, wenn Zukunftsängste oder das Gefühl von Sicherheit nicht thematisiert werden.

Kategorie H: Infragestellung der Sinnhaftigkeit des Generationenkonzeptes			
Unterkategorie	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregel

H1: Generationenkonzept wird unterstützt	Generationenunterschiede werden anerkannt und das Generationenkonzept somit unterstützt.		
H2: Generationenunterschiede werden kritisch betrachtet	Die kritische Betrachtung des Generationenkonzepts beinhaltet die in Fragestellung der Stereotypisierung aufgrund ihres Alters und die Betrachtung von Unterschieden beziehungsweise Gemeinsamkeiten von Generationen.	SPIEGEL Y1: „Wissenschaftlich gesehen sind solche Etiketten ohnehin Blödsinn.“ In den Sozialwissenschaften ist es hochumstritten, ob das Generationenkonzept etwas taugt“, sagt David Bebnowski vom Göttinger Institut für Demokratieforschung.“	Einordnung in diese Unterkategorie, wenn die Heterogenität der betrachteten Gruppe betrachtet wird.

Kategorie I: Darstellung der Generation			
Unterkategorie	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregel
I1: Positiv	Ein positives Bild der Generation entsteht, wenn der Autor viele positive Attribute in Zusammenhang mit der Generation formuliert.	Die ZEIT Y3: „Die Generation Y sollte diese unmenschliche Arbeitsmoral hinterfragen und ändern. Kein Arbeitnehmer darf sich davon abbringen lassen, seine menschlichen Bedürfnisse wie Selbstbestimmung und Freiheit einzufordern. Noch mag die 30-Stunden-Woche voller sinnvoller Tätigkeiten ein Traum sein. Die sogenannte Generation Y hat das Potenzial, sie	Einordnung in diese Unterkategorie, wenn durch das Lesen des Artikels ein positives Bild über die Generation entsteht. Der Autor hat keine neutrale Haltung und setzt sich proaktiv für die Generation ein.

		Realität werden zu lassen.“	
I2: Neutral	Ein neutrales Bild der Generation entsteht, wenn die Generation weder mit positiven, als auch negativen Aspekten umschrieben wird.	Die ZEIT Z3: „ZEIT Sinn: Die Generation Z ist mit dem Smartphone aufgewachsen. Welche Rolle spielt das? Rinne: Die Kommunikation läuft anders. Schneller und knapper. Textdokumente müssen kürzer und fokussierter sein. Die Aufmerksamkeitsspanne reduziert sich vielleicht auch. Ich will das gar nicht bewerten. Das ist einfach ein Trend.“	Einordnung in diese Unterkategorie, wenn der Autor eine neutrale Perspektive einnimmt, sachlich die Meinung anderer beschreibt oder Studienergebnisse betrachtet. Insgesamt werden unterschiedliche Perspektiven betrachtet, um ein ganzheitliches Bild zu präsentieren.
I3: Negativ	Ein negatives Bild der Generation entsteht, wenn der Autor viele negative Attribute in Zusammenhang mit der Generation formuliert.	BILD Z1: „Laut jammernd beschwerten sich junge Leute über ihr anstrengendes Leben. Viel zu mühsam ist die Arbeit, zu wenig Freizeit und viel zu wenig Geld. Auf der anderen Seite suchen Unternehmen händeringend Nachwuchs und Fachkräfte.“	Einordnung in diese Unterkategorie, wenn durch das Lesen des Artikels ein negatives Bild über die Generation entsteht.

Anlage 2: Kodierte Segmente

Material:	Personalwirtschaft Y1: Karriere steht erst an zweiter Stelle vom 11.05.2017
Zuordnung:	Textbeleg:

A5	
B2	„Work Life Balance für 60 Prozent der Absolventen besonders relevant“; „Gefragt danach, worauf sie bei der Arbeitgeberwahl am meisten Wert legen, nannten jeweils rund 60 Prozent drei Kriterien: eine kollegiale Arbeitsatmosphäre, eine gute Work Life Balance sowie attraktive Karrieremöglichkeiten.“
C5	
D3	„Und nur drei Prozent wollen das Leben richtig genießen und wünschen sich vor allem Zeit und Geld für Genuss und Konsum.“
E1	„Nach Ansicht von Walter Jochmann, Geschäftsführer des Kienbaum Instituts, müssen Unternehmen radikal umdenken, wie sie ihre Arbeitsbedingungen gestalten, zum Beispiel mit flexiblen Arbeitsformen im Hinblick auf Arbeitszeit und Arbeitsort, um dem Wunsch der Generation Y nach Work Life Balance zu entsprechen.“
F2	„Für 81 Prozent der Absolventen hierzulande stehen Familie und Freunde an erster Stelle – das ist ein Zuwachs von mehr als zehn Prozent gegenüber dem Jahr 2015. Erfolg und Karriere folgen mit 54 Prozent auf dem zweiten Platz.“
G1	„Auch bei der Größe des Unternehmens, in dem sie arbeiten wollen, sind die Vertreter der Generation Y wenig experimentierfreudig und setzen eher auf Bewährtes und Sicherheit: Ein Drittel von ihnen bevorzugt einen Konzern als Arbeitgeber. 22 Prozent möchten bei einem Mittelständler oder einem inhabergeführten Unternehmen arbeiten. Nur sechs Prozent der Absolventen können sich vorstellen, ihren ersten Job in einem Startup anzutreten.“
H1	DIE AKTUELLE ABSOLVENTENGENERATION SCHEINT DIE VORZÜGE VON NEW WORK MITNEHMEN ZU WOLLEN, EIN JOB MIT VIEL EIGENVERANTWORTUNG UND FREIRAUM IST IHNEN ABER DANN DOCH NICHT GANZ GEHEUER. DER HAKEN: DAS EINE FUNKTIONIERT OHNE DAS ANDERE NICHT, kommentiert Stefan Diestel, Akademischer Leiter des Kienbaum Instituts und Psychologie-Professor an der International School of Management, die Befragungsergebnisse.“
I2	„Für 81 Prozent der Absolventen hierzulande stehen Familie und Freunde an erster Stelle – das ist ein Zuwachs von mehr als zehn Prozent gegenüber dem Jahr 2015.“

Material:	Personalwirtschaft Y2: Bedürfnis nach Work-Life-Balance wächst, vom 29.03.2016
Zuordnung:	Textbeleg:
A5	

B1	„Die Work-Life-Balance wird für deutsche Arbeitnehmer immer wichtiger. Die Berufstätigen wollen das Verhältnis zwischen Berufs- und Privatleben zunehmend selbst bestimmen und aktiv gestalten, wie eine aktuelle Studie zeigt.“; „Für mehr als zwei Drittel der Arbeitnehmer (69 Prozent) gehört eine gute Work-Life-Balance zu den entscheidenden Faktoren eines attraktiven Arbeitgebers.“
C5	
D2	„Knapp die Hälfte der Berufstätigen (48 Prozent) wäre bereit, für reduzierte Arbeitszeiten auf mehr Gehalt zu verzichten und mehr als ein Drittel (37 Prozent) hätte gerne zusätzliche Urlaubstage.“
E1	„So erwarten Angestellte heute weit mehr als nur flexible Arbeitszeiten und die Möglichkeit zur Telearbeit. 48 Prozent unterstützen Begrenzungen beziehungsweise Regeln des Arbeitgebers für das Arbeiten außerhalb der üblichen Arbeitszeit, so dass die Arbeit nicht in das Privatleben übergreift.“
F5	
G3	
H2	„Kelly nennt diese neue Arbeitsphilosophie der Arbeitnehmer in Deutschland „Work-Life-Design“. Von den Männern vertreten 64 Prozent diese Geisteshaltung, von den Frauen 71 Prozent. Die Vertreter der Generation Y, die 1980 bis 1999 Geborenen, teilen zu 68 Prozent diese Einstellung, die der Vorgängergeneration X zu 70 Prozent.“
I2	„Kelly nennt diese neue Arbeitsphilosophie der Arbeitnehmer in Deutschland „Work-Life-Design“. Von den Männern vertreten 64 Prozent diese Geisteshaltung, von den Frauen 71 Prozent. Die Vertreter der Generation Y, die 1980 bis 1999 Geborenen, teilen zu 68 Prozent diese Einstellung, die der Vorgängergeneration X zu 70 Prozent.“

Material:	Personalwirtschaft Y3: Mitarbeiter werden anspruchsvoll vom 13.03.2015
Zuordnung:	Textbeleg:
A1	„Der auch Millennials genannten Altersgruppe ist außerdem die Sinnfrage ihrer Arbeit wichtiger; sie legt Wert auf ein starkes gesellschaftliches Engagement der Arbeitgeber.“
B5	
C2	„Die Generation Y erwartet von ihrem Arbeitgeber außerdem eine hohe Flexibilität und legt großen Wert auf individuelle Entwicklung

	und Karrierepfade und entsprechende Förderung. Bietet dies ein Unternehmen, sind junge Mitarbeiter bereit, sich stark für ihre Firma einzusetzen und hohe Leistung zu erbringen.“
D5	
E1	„Die Generation Y erwartet von ihrem Arbeitgeber außerdem eine hohe Flexibilität und legt großen Wert auf individuelle Entwicklung und Karrierepfade und entsprechende Förderung.“
F2	„Die Generation Y erwartet von ihrem Arbeitgeber außerdem eine hohe Flexibilität und legt großen Wert auf individuelle Entwicklung und Karrierepfade und entsprechende Förderung.“
G3	
H2	„Bietet dies ein Unternehmen, sind junge Mitarbeiter bereit, sich stark für ihre Firma einzusetzen und hohe Leistung zu erbringen.“
I2	„Der auch Millennials genannten Altersgruppe ist außerdem die Sinnfrage ihrer Arbeit wichtiger; sie legt Wert auf ein starkes gesellschaftliches Engagement der Arbeitgeber.“

Material:	Personalwirtschaft Z1: Klassische Benefits für alle Generationen am wichtigsten vom 21.08.2023
Zuordnung:	Textbeleg:
A5	
B1	„So sprechen sich 85 Prozent der Generation Z und 83 Prozent der Generation Y für eine Vier-Tage-Woche aus. Bei den Boomern sind es dahingegen 70 Prozent. Dass sie im Homeoffice arbeiten können, ist rund 75 Prozent der Generation Z und Y wichtig, während nur 50 Prozent der Boomer darauf Wert legen.“
C5	
D1	„Demnach ist für 93 Prozent aller Befragten über alle Altersgruppen hinweg eine attraktive Gesamtvergütung der entscheidende Faktor für die Arbeitgeberattraktivität.“
E1	„Allerdings schenken verschiedene Generationen ihr einen unterschiedlichen Stellenwert. Die Generation Z (16 bis 26 Jahre) und die Generation Y (27 bis 42 Jahre) wünschen sich weitaus häufiger, ihre Arbeitszeit flexibel einzuteilen, als die Generation X (43 bis 58 Jahre) und die Boomer (59 bis 67 Jahre).“ „Eine flexible Arbeitszeitgestaltung ist mir wichtig: Generation Z: 86%“
F5	
G1	„Die Vergütung und ein sicherer Arbeitsplatz sind nach wie vor die wichtigsten Benefits für Mitarbeitende.“

H1	„Abseits der klassischen Benefits sprechen sich 83 Prozent für eine flexible Arbeitszeitgestaltung aus. Allerdings schenken verschiedene Generationen ihr einen unterschiedlichen Stellenwert. Die Generation Z (16 bis 26 Jahre) und die Generation Y (27 bis 42 Jahre) wünschen sich weitaus häufiger, ihre Arbeitszeit flexibel einzuteilen, als die Generation X (43 bis 58 Jahre) und die Boomer (59 bis 67 Jahre).“
I2	„Demnach ist für 93 Prozent aller Befragten über alle Altersgruppen hinweg eine attraktive Gesamtvergütung der entscheidende Faktor für die Arbeitgeberattraktivität.“

Material:	Personalwirtschaft Z2: Generation Z hat Bock auf Arbeit - findet aber keinen Einstieg vom 23.05.2023
Zuordnung:	Textbeleg:
A5	
B2	„Damit rangiert die Frage nach dem Gehalt weit vor weicheren Faktoren wie einer guten Work-Life-Balance (35 Prozent) oder einem guten Verhältnis zum Team (31 Prozent).“
C2	„57 Prozent können sich sogar vorstellen, länger (über zehn Jahre) beim gleichen Arbeitgeber zu bleiben – sofern sie das Gefühl haben, den richtigen für sich gefunden zu haben.“
D1	„Entsprechend ist der Gehaltsaspekt für viele junge Menschen der wichtigste Faktor bei der Jobwahl: 83 Prozent sind bereit, hart zu arbeiten, wenn die Bezahlung stimmt.“
E5	
F2	„Die Gen Z hat „Bock auf Arbeit“ – 64 Prozent der Befragten gaben an, schnell Karriere machen zu wollen.“; „Eine aktuelle Umfrage von LinkedIn zeichnet ein anderes Bild: Mehr als die Hälfte (52 Prozent) der Befragten zwischen 16 und 28 Jahren wünscht sich vor allem eine solide berufliche Karriere.“
G1	„Pandemie, gesellschaftliche Brüche, die Energie- und Klimakrise: Die Gen Z ist in unsicheren Zeiten erwachsen geworden. Mehr als ein Viertel der Befragten (27 Prozent) gibt an, aufgrund der anhaltenden Krisen beim Eintritt in die Arbeitswelt mental überfordert zu sein. Jeder Fünfte (20 Prozent) fühlt sich sogar hoffnungslos. Auch finanzielle Sorgen treiben die junge Generation laut Studie stark um. Die Folge: „Vor dem Hintergrund der aktuell wirtschaftlich schwierigen Situation wünscht sich die Gen Z beim Start ins Berufsleben vor allem eines: Stabilität“, erklärt Barbara Wittmann, Country Managerin LinkedIn DACH.“

H2	„Der Mythos, die Gen Z habe keine Lust auf Arbeit, stelle ihr Privatleben stets an vorderste Stelle und habe trotzdem sehr hohe – bis überzogene – Erwartungen an Gehalt und Karrieresprünge, hält sich hartnäckig. Eine aktuelle Umfrage von LinkedIn zeichnet ein anderes Bild: Mehr als die Hälfte (52 Prozent) der Befragten zwischen 16 und 28 Jahren wünscht sich vor allem eine solide berufliche Karriere. 57 Prozent können sich sogar vorstellen, länger (über zehn Jahre) beim gleichen Arbeitgeber zu bleiben – sofern sie das Gefühl haben, den richtigen für sich gefunden zu haben.“
I1	„Die Ansprüche der Gen Z an ihren Job sind also tatsächlich hoch. Im Gegenzug sind 52 Prozent allerdings auch bereit, bei der Arbeit eine Extrameile zu gehen – beispielsweise in Form von Überstunden, Erreichbarkeit nach Feierabend oder eines Umzugs für den Arbeitgeber.“

Material:	Personalwirtschaft Z3: Kritische Betrachtung des Wertewandels vom 08.05.2023
Zuordnung:	Textbeleg:
A1	„Sie konzentrieren sich auf ihre persönlichen Ziele und ihre Selbstverwirklichung.“
B2	„Sie wollen beispielsweise weniger Tage in der Woche arbeiten und mehr Urlaub machen. In vielen Vorstellungsgesprächen fragen die Kandidatinnen und Kandidaten bereits zu Beginn, ob sie vier Tage pro Woche arbeiten können und zwei Monate Urlaub pro Jahr erhalten. Wenn ihnen die Geschäftsführer dann mitteilen, dass die Tätigkeit das nicht vollumfänglich erlaubt, haben die Bewerbenden oft kein Interesse daran, das Gespräch fortzuführen. Die Einstellung zur Arbeit ist: Hier ist die Arbeit, da mein Leben.“
C2	„Das bestätigt auch die neue Workmonitor-Studie von Randstad mit mehr als 35.000 befragten Arbeitnehmenden: 56 Prozent der Gen Z und 55 Prozent der Gen Y würden ihren Job kündigen, wenn er sie daran hindern würde, das Leben zu genießen.“
D5	
E5	
F5	
G1	„Die Generation Y wurde zwischen 1980 und 1994 geboren. Ihre Mitglieder erlebten den Terroranschlag 9/11 und eine hohe Jugendarbeitslosigkeit. Zudem ist die Gen Y von Unsicherheit geprägt.“
H1	"Wir sollten mehr Energie darauf verwenden, den Wert von Arbeit in einem neuen Glanz erleuchten zu lassen, damit auch die folgenden Generationen in einem sicheren Wohlfahrtsstaat leben können."

I3	<p>„In dieser Rolle merke ich auch, wie sich die Einstellung der Jüngeren zur Arbeit ändert. Sie wollen beispielsweise weniger Tage in der Woche arbeiten und mehr Urlaub machen. In vielen Vorstellungsgesprächen fragen die Kandidatinnen und Kandidaten bereits zu Beginn, ob sie vier Tage pro Woche arbeiten können und zwei Monate Urlaub pro Jahr erhalten. Wenn ihnen die Geschäftsführer dann mitteilen, dass die Tätigkeit das nicht vollumfänglich erlaubt, haben die Bewerbenden oft kein Interesse daran, das Gespräch fortzuführen.“;</p> <p>„Mehr als alle Generationen vor ihnen suchen die nach 1995 geborenen Generationen Y und Z den Sinn im Job – sind aber gleichzeitig nicht mehr bereit, sich auf ihre Arbeit zu fokussieren.“</p>
----	--

Material:	Die ZEIT Y1: Die sind auch mal weg vom 03.04.2014
Zuordnung:	Textbeleg:
A5	
B2	„Schlipf hat studiert, sie will arbeiten und erfolgreich sein - aber eben nicht nur. Die Familie ist ihr genauso wichtig.“
C5	
D3	„Freizeit ist heute mehr wert als Geld“, sagt die Wissenschaftlerin Jutta Rump.“
E1	„Auszeit, Gleitzeit, Home-Office: Junge Arbeitnehmer fordern viel Flexibilität.“; „An zwei Tagen in der Woche geht sie früher nach Hause. „Ich brauche Freiheiten, anders geht es nicht“, sagt sie.“; „Wahlarbeitszeit, Sabbatical, Gleitzeit, Elternzeit, Home-Office – ihr Wunsch nach größtmöglicher Flexibilität beißt sich mit den alten Arbeitsstrukturen. Die Unternehmen müssen damit umgehen. Einige kämpfen noch damit.“; „Urlaubstage muss man nicht beim Chef einreichen, sondern mit dem jeweiligen Team absprechen. Genauso läuft es mit dem Home-Office und der Frage, wann man morgens im Büro erscheint. Ein Ideal-Arbeitgeber für Ypsiloner.“
F2	„Schlipf hat studiert, sie will arbeiten und erfolgreich sein - aber eben nicht nur. Die Familie ist ihr genauso wichtig.“
G3	
H2	„Rump glaubt übrigens nicht, dass nur die Generation Y am Wandel der Arbeitsbedingungen schuld ist. "Als Katalysator beschleunigt sie einen Prozess – den es ohne sie aber auch gegeben hätte", sagt sie. Und, kurz bevor die Verbindung abbricht: "Seien wir mal ehrlich: So hätte es doch schon immer sein sollen!"
I2	„Schlipf hat studiert, sie will arbeiten und erfolgreich sein – aber eben nicht nur. Die Familie ist ihr genauso wichtig. Darauf müsse sich ihr Arbeitgeber einstellen, findet sie. Schlipf ist eine typische

	Vertreterin der Generation, die Soziologen als Generation Y bezeichnen, weil sie die Prioritäten ihrer Vorgänger infrage stellt. Und damit ihren Arbeitgeber vor eine große Herausforderung."
--	---

Material:	Die ZEIT Y2: Die superflexible junge Generation ist ein Mythos vom 20.09.2013
Zuordnung:	Textbeleg:
A1	„Arbeit soll den Einsteigern demnach vor allem Spaß machen und sinnvoll sein."
B1	„Mit traditionellen Werten geht es weiter. In der Studentenforschung von Ernst & Young gibt die Mehrheit mit 74 Prozent an, dass Familie und Freunde im Leben höchste Priorität haben."
C4	„Der Trend gehe sehr wohl zu "kürzeren Gastspielen" im Unternehmen....Die junge Generation möchte gerne loyal zu ihren Arbeitgebern sein, findet aber häufig noch nicht die richtigen Rahmenbedingungen vor." Sie versuche nicht, bestehende Systeme über den Haufen zu werfen. Wenn es nicht passt, ziehen die jüngeren recht schnell weiter", so Rose.;" „Für eine kleine Gruppe von jungen Akademikern mag das ja stimmen. Die meisten jüngeren Arbeitnehmer haben aber eher Probleme auf dem Arbeitsmarkt."
D2	„Wenn Mitarbeiter das Unternehmen verlassen, dann wechseln sie auch nicht in Unternehmen mit völlig anderen Arbeitsbedingungen - höchstens zu Firmen, die etwas mehr Geld zahlen können. Aber, fügt der Handwerksmeister hinzu, "das war schon immer so"."
E4	„Einen festen Arbeitsplatz mit fixem Schreibtisch und festen Arbeitszeiten sei den Jungen nicht so wichtig wie Flexibilität"; „Der Wunsch nach Flexibilität bei Arbeitszeit und Beschäftigungsort sei, ausgeprägt, auch wollten die unter 35-jährigen Führung auf Augenhöhe"; „Mitsprache auf Augenhöhe, mehr Flexibilität, keine festen Arbeitszeit - der Arbeitsalltag von jungen Fachkräften im Handwerk, in der Pflege aber auch in der Metallindustrie sieht anders aus. Und die Wünsche der Jungen offenbar auch.;" „Forderungen nach mehr Flexibilität habe er vom Nachwuchs noch nie gehört. Als Arbeitgeber könnte er sie auch nicht erfüllen."
F3	„Die Jungen sind weniger bereit, Einschränkungen des Privatlebens für eine berufliche Karriere zu akzeptieren", sagt er."
G1	„Die meisten jüngeren Arbeitnehmer haben aber eher Probleme auf dem Arbeitsmarkt. Die HIS-Studie zu den Berufschancen von Hochschulabsolventen zeigt, wie schwer es nach wie vor für junge Akademiker ist, beruflich sofort durchzustarten. Nur einem Drittel ge-

	lingt nahtlos der Übergang vom Studium in eine unbefristete Vollzeitanstellung."; „Für Hurrelmann ist das Verhalten der Generation Y nur die Reaktion darauf, auf dem Arbeitsmarkt einem ständigen Risiko ausgesetzt zu sein. "Aufgewachsen in unsicheren Zeiten erleben sie nicht mehr den traditionellen, in feste Abschnitte eingeteilten, standardisierten Lebenslauf.""
H2	„Arbeit soll Spaß machen. Feste Jobs und fixe Arbeitszeiten sind unwichtig-stimmt nicht, stellen Studien fest. Die Werteorientierung der Jungen bleibt traditionell."; „Damit unterscheiden sich die Jungen an diesem Punkt nicht von den Alten."; „Und tatsächlich haben sich die Bewerber verändert, bestätigt der Handwerksmeister. "Das Wort Ventil können sie nicht richtig schreiben. Aber der Umgang mit Computer, Internet und Smartphone ist für sie kein Problem."
I2	„Für Hurrelmann ist das Verhalten der Generation Y nur die Reaktion darauf, auf dem Arbeitsmarkt einem ständigen Risiko ausgesetzt zu sein. "Aufgewachsen in unsicheren Zeiten erleben sie nicht mehr den traditionellen, in feste Abschnitte eingeteilten, standardisierten Lebenslauf."

Material:	Die ZEIT Y3: Es menschtelt in der Arbeitswelt vom 08.08.2013
Zuordnung:	Textbeleg:
A1	„Die Generation Y fordert Selbstbestimmung und Sinn bei der Arbeit."; „Durchgeführt wurde sie von der Unternehmensberatung Ernst & Young, das Handelsblatt hat sie veröffentlicht: 72 Prozent der Befragten nennen Entfaltungschancen als höchstes Kriterium für die Arbeitgeberwahl"; „Der Studie zufolge wollen diese Berufseinsteiger Entfaltung statt Fremdbestimmung, sie wollen Balance statt Burnout und lieber Freunde und Familie statt eines hochbezahlten Chefpostens."
B2	„Durchgeführt wurde sie von der Unternehmensberatung Ernst & Young, das Handelsblatt hat sie veröffentlicht: 72 Prozent der Befragten nennen Entfaltungschancen als höchstes Kriterium für die Arbeitgeberwahl, 56 Prozent die Work-Life-Balance."; „Der Studie zufolge wollen diese Berufseinsteiger Entfaltung statt Fremdbestimmung, sie wollen Balance statt Burnout und lieber Freunde und Familie statt eines hochbezahlten Chefpostens."
C3	„Unternehmen werden also mit Absolventen konfrontiert sein, die einen vermeintlichen Traumjob ablehnen, aus Angst, nicht mehr genug Zeit für ihr Hobby oder ihren Partner zu haben."

D2	„Nur 35 Prozent sind Karriereoptionen besonders wichtig.“; „Der Studie zufolge wollen diese Berufseinsteiger Entfaltung statt Fremdbestimmung, sie wollen Balance statt Burnout und lieber Freunde und Familie statt eines hochbezahlten Chefpostens.“
E5	
F2	„Nur 35 Prozent sind Karriereoptionen besonders wichtig.“; „Der Studie zufolge wollen diese Berufseinsteiger Entfaltung statt Fremdbestimmung, sie wollen Balance statt Burnout und lieber Freunde und Familie statt eines hochbezahlten Chefpostens.“
G3	
H2	„Man muss sich im Klaren sein, dass Generationsbegriffe von Natur aus unscharf sind, meist spiegeln sie Bedürfnisse einer kleinen, eher elitären Gruppe wider. Die Eigenschaften, die der Generation Y zugeschrieben werden, treffen am ehesten auf High Potentials zu, um die sich Unternehmen reißen.“
I1	„Die Generation Y sollte diese unmenschliche Arbeitsmoral hinterfragen und ändern. Kein Arbeitnehmer darf sich davon abbringen lassen, seine menschlichen Bedürfnisse wie Selbstbestimmung und Freiheit einzufordern. Noch mag die 30-Stunden-Woche voller sinnvoller Tätigkeiten ein Traum sein. Die sogenannte Generation Y hat das Potenzial, sie Realität werden zu lassen.“

Material:	Die ZEIT Z1: Generation Z schaut bei Berufswahl vor allem aufs Geld vom 05.11.2023
Zuordnung:	Textbeleg:
A3	„Sinn und Zweck des Jobs sind der Umfrage eher nachrangig.“
B1	„Auf Platz zwei liegt eine gute Work-Life-Balance, die 74 Prozent der Befragten sehr wichtig oder wichtig ist.“; „Immer wichtiger werde für die Generation Z zum Beispiel die Work-Life-Balance, sagte der Präsident des Bundesinstituts für Berufsbildung, Friedrich Hubert Esser.“
C5	
D4	„Generation Z schaut bei der Berufswahl vor allem aufs Geld“; „Für junge Menschen ist die Bezahlung bei der Berufs- und Ausbildungswahl laut einer Umfrage am wichtigsten. Sinn und Zweck des Jobs seien eher zweitrangig.“; „Ein hohes Einkommen liege bei den meisten lediglich im Mittelfeld.“; „Junge Menschen achten bei der Berufs- und Ausbildungswahl vor allem auf eine gute Bezahlung.“; „Silke Anger, Leiterin des Forschungsbereichs Bildung, Qualifizierung und Erwerbsverläufe am Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB), hat die Generation Z anders kennengelernt. "Am wichtigsten

	ist jungen Menschen der Spaß an der Tätigkeit. Auf Platz zwei steht Sicherheit", sagt sie. Ein hohes Einkommen liege bei den meisten lediglich im Mittelfeld."
E5	
F2	„Sinn und Zweck des Jobs sind der Umfrage zufolge eher nachrangig. Lediglich für rund die Hälfte der Befragten sind sie essenziell. Das gilt auch für das positive Image des Berufs und die Möglichkeit, Führungsverantwortung zu übernehmen."
G1	"Am wichtigsten ist jungen Menschen der Spaß an der Tätigkeit. Auf Platz zwei steht Sicherheit", sagt sie."
H2	„Sinn und Zweck des Jobs sind der Umfrage zufolge eher nachrangig. Lediglich für rund die Hälfte der Befragten sind sie essenziell. Das gilt auch für das positive Image des Berufs und die Möglichkeit, Führungsverantwortung zu übernehmen. Auf dem letzten Platz landet die Möglichkeit zur Gründung oder Selbstständigkeit, für nur 40 Prozent der jungen Menschen ist dies ausschlaggebend."; „Der Präsident des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB), Friedrich Hubert Esser, blickt ähnlich auf die Generation: "Für junge Menschen ist erst einmal die berufliche Perspektive wichtig." Der ideale Job müsse krisenfest und zukunftsorientiert sein."; „Silke Anger, Leiterin des Forschungsbereichs Bildung, Qualifizierung und Erwerbsverläufe am Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB), hat die Generation Z anders kennengelernt. "Am wichtigsten ist jungen Menschen der Spaß an der Tätigkeit. Auf Platz zwei steht Sicherheit", sagt sie."
I2	„Sinn und Zweck des Jobs sind der Umfrage zufolge eher nachrangig. Lediglich für rund die Hälfte der Befragten sind sie essenziell. Das gilt auch für das positive Image des Berufs und die Möglichkeit, Führungsverantwortung zu übernehmen. Auf dem letzten Platz landet die Möglichkeit zur Gründung oder Selbstständigkeit, für nur 40 Prozent der jungen Menschen ist dies ausschlaggebend."; „Der Präsident des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB), Friedrich Hubert Esser, blickt ähnlich auf die Generation: "Für junge Menschen ist erst einmal die berufliche Perspektive wichtig." Der ideale Job müsse krisenfest und zukunftsorientiert sein." „Silke Anger, Leiterin des Forschungsbereichs Bildung, Qualifizierung und Erwerbsverläufe am Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB), hat die Generation Z anders kennengelernt. "Am wichtigsten ist jungen Menschen der Spaß an der Tätigkeit. Auf Platz zwei steht Sicherheit", sagt sie."

Material:	Die ZEIT Z2: Wichtig ist die Work-Langeweile-Balance vom 15.08.2023
Zuordnung:	Textbeleg:

A4	<p>„Sebastian gehört zu einer Gruppe von Arbeitnehmer: innen, die einen Beruf gewählt haben, der sie weder herausfordert noch stresst. In dem sie weder viel Sinn sehen noch sich besonders anstrengen wollen.“; „Sie gelten als eine Gruppe, die nach Selbstverwirklichung im Beruf strebt.“; „Eine aktuelle Umfrage belegt: Junge Menschen wollen hart arbeiten, sofern die Bezahlung stimmt. Ihnen ist es wichtig, etwas zu tun, was sie als sinnvoll erachten, aber auch, dass ihre Arbeits- und Freizeit gut ausbalanciert sind.“; „Trotzdem müssten in vielen Berufen routinierte Aufgaben abgearbeitet werden, die keine oder nur sehr wenig Gestaltungsmöglichkeiten böten, sagt er. "Es gibt durchaus viele Arbeitnehmende, die diese Berufe vorziehen." Zacher sagt auch, es gebe einen nicht geringen Anteil an Menschen, die keine Tätigkeit anstreben, mit der sie ihre Persönlichkeit weiterentwickeln wollen."</p>
B1	<p>„Wichtig ist die Work-Langeweile-Balance“; „Ihnen ist es wichtig, etwas zu tun, was sie als sinnvoll erachten, aber auch, dass ihre Arbeits- und Freizeit gut ausbalanciert sind.“; „Was ist mit solchen Leuten wie Sebastian, denen bei der Work-Life-Balance vor allem das Life wichtig ist?“</p>
C4	<p>„Erstere sind so, wie man sich die Millennials vorstellt: Sie wechseln häufig die Arbeitgeber und streben nach persönlichem Wachstum im Job. Die Traditionalisten hingegen binden sich an ein Unternehmen, in dem sie Karriere machen.“; „Wachstum oder Karriere – was ist mit denen, die weder noch wollen? "Wahrscheinlich finden sich in beiden Gruppen Arbeitnehmende, die nur wenig Engagement in ihrem Job zeigen", sagt Andresen. "Doch als eigenständige Gruppe kristallisiert sie sich nach unseren Daten nicht heraus. Sowohl die Millennials als auch die Generation Z sind in ihrem Job committet."</p>
D4	<p>„Sebastian gehört zu einer Gruppe von Arbeitnehmer:innen, die einen Beruf gewählt haben, der sie weder herausfordert noch stresst. In dem sie weder viel Sinn sehen noch sich besonders anstrengen wollen. Einen Job, der ihnen aber trotzdem die Miete, Urlaube und Hobbys finanziert. Das passt eigentlich nicht zum Ruf von jungen Menschen. Sie gelten als eine Gruppe, die nach Selbstverwirklichung im Beruf strebt. Die in einer Firma arbeiten wollen, mit flachen Hierarchien und einer wertschätzenden Unternehmenskultur. Eine aktuelle Umfrage belegt: Junge Menschen wollen hart arbeiten, sofern die Bezahlung stimmt."</p>
E5	
F4	<p>„Kein Stress, keine Karriere und bloß keine Überstunden.“; „Sie beschäftigt sich seit 15 Jahren mit Karrieren und sagt, die Gruppe der Millennials und der Generation Z sei viel heterogener, als die meisten Umfragen glauben lassen. Zusammen mit einer Gruppe von Wissenschaftler:innen aus der ganzen Welt befragt sie seit 2013 regelmäßig Arbeitnehmende zu deren unterschiedlichen Karrieren. Blickt sie in ihre Daten, stellt sie fest: Die Gruppe der Millennials spaltet</p>

	sich in zwei Gruppen, in die der Unabhängigen und die der Traditionalisten. Erstere sind so, wie man sich die Millennials vorstellt: Sie wechseln häufig die Arbeitgeber und streben nach persönlichem Wachstum im Job. Die Traditionalisten hingegen binden sich an ein Unternehmen, in dem sie Karriere machen. Wachstum oder Karriere – was ist mit denen, die weder noch wollen? "Wahrscheinlich finden sich in beiden Gruppen Arbeitnehmende, die nur wenig Engagement in ihrem Job zeigen", sagt Andresen. "Doch als eigenständige Gruppe kristallisiert sie sich nach unseren Daten nicht heraus. Sowohl die Millennials als auch die Generation Z sind in ihrem Job committed.""
G3	
H2	„Das passt eigentlich nicht zum Ruf von jungen Menschen.“; „Sie beschäftigt sich seit 15 Jahren mit Karrieren und sagt, die Gruppe der Millennials und der Generation Z sei viel heterogener, als die meisten Umfragen glauben lassen.“; „Doch als eigenständige Gruppe kristallisiert sie sich nach unseren Daten nicht heraus.“
I2	„Sebastian gehört zu einer Gruppe von Arbeitnehmer:innen, die einen Beruf gewählt haben, der sie weder herausfordert noch stresst. In dem sie weder viel Sinn sehen noch sich besonders anstrengen wollen. Einen Job, der ihnen aber trotzdem die Miete, Urlaube und Hobbys finanziert. Das passt eigentlich nicht zum Ruf von jungen Menschen. Sie gelten als eine Gruppe, die nach Selbstverwirklichung im Beruf strebt. Die in einer Firma arbeiten wollen, mit flachen Hierarchien und einer wertschätzenden Unternehmenskultur. Eine aktuelle Umfrage belegt: Junge Menschen wollen hart arbeiten, sofern die Bezahlung stimmt. Ihnen ist es wichtig, etwas zu tun, was sie als sinnvoll erachten, aber auch, dass ihre Arbeits- und Freizeit gut ausbalanciert sind.“

Material:	Die ZEIT Z3: Da kommt schnell Neid auf vom 30.06.2023
Zuordnung:	Textbeleg:
A2	„Die Generation Z suche die perfekte Mischung aus Zeit, Geld und Sinn, sagt der Arbeitsmarktforscher Ulf Rinne.“; „Es zählt das Gesamtpaket, das individuell geschnürt wird. Die Generation Z sucht die perfekte Mischung aus Zeit, Geld und Sinn. Wozu ist meine Tätigkeit gut?“; „Den Sinn ihrer Arbeit möchten viele in der Generation Z klarer erkennen, als das früher der Fall war.“
B2	„Die Generation suche die perfekte Mischung aus Zeit, Geld und Sinn, sagt der Arbeitsmarktforscher Ulf Rinne.“; „Was wir aber feststellen: Die Generation Z möchte tendenziell gern weniger lange arbeiten, insbesondere bis zum Alter von Ende zwanzig. Das entspricht übrigens einem langanhaltenden Trend in Deutschland: Die Arbeitszeit nimmt ab.“; „ZEIT Sinn: Überstunden schrubben, schnell

	einspringen, am Wochenende erreichbar sein: Können das die Unternehmen bei der Generation Z vergessen? Rinne: Auf jeden Fall folgt aus der stärkeren Verhandlungsposition ein selbstbewussteres Auftreten im Job."
C3	„Und es gibt einen Trend zum Quiet Quitting: Wenn es nicht mehr passt, verabschiedet sich der Arbeitnehmer oder die Arbeitnehmerin innerlich still und ohne großen Konflikt.“; „ZEIT Sinn: Wird es stressig, sagt man lieber leise Servus? Rinne: Das hat nichts mit Dienst nach Vorschrift zu tun. Eher mit der Haltung: Ich lasse mich nicht ausbeuten. Die Generation Z zieht selbstbewusst Grenzen gegenüber dem Arbeitgeber. Das muss gar nicht von Groll getrieben sein, sondern kann ganz nüchtern ablaufen. Viele gehen die Extrameile einfach nicht mehr, wenn das nicht durch einen anderen Punkt im Gesamtpaket kompensiert wird.“; „ZEIT Sinn: Die Wirtin eines Berliner Cafés hat mir erzählt: "Bin ich zu kritisch zu einer Kellnerin, bekomme ich gleich die Kündigung." Ist das typisch? Rinne: Es ist zumindest Ausdruck des Bewerbermarktes. Die Arbeitgeber müssen eine gute Feedbackkultur entwickeln. Kritikfähigkeit ist aber eine Kompetenz, die beide Seiten haben müssen."
D2	„Die Generation Z suche die perfekte Mischung aus Zeit, Geld und Sinn, sagt der Arbeitsmarktforscher Ulf Rinne.“; „Es zählt das Gesamtpaket, das individuell geschnürt wird. Die Generation Z sucht die perfekte Mischung aus Zeit, Geld und Sinn.“; „Wozu ist meine Tätigkeit gut? Passt das Gehalt? Kann ich ortsflexibel und zeitflexibel arbeiten? Auf die Unternehmenskultur wird auch geschaut: Diversität, Transparenz, Nachhaltigkeit sind da Themen. Manche wünschen sich flache Hierarchien. Oder sie fragen: Wie ist die Wertschätzung für meine Arbeit?"; „ZEIT Sinn: Wofür lebt die Generation Z? Rinne: Das kann ich pauschal nicht sagen. Für uns Arbeitsmarktforscher spielen Präferenzen eine Rolle, wir schauen vor allem auf Zeit und Geld. Inzwischen wissen wir allerdings: Da spielen andere Faktoren eine größere Rolle als früher."
E2	„ZEIT Sinn: Sie suchen Aufgaben, die stark auf ihre Qualifikation zugeschnitten sind? Rinne: Es zählt das Gesamtpaket, das individuell geschnürt wird. Die Generation Z sucht die perfekte Mischung aus Zeit, Geld und Sinn. Wozu ist meine Tätigkeit gut? Passt das Gehalt? Kann ich ortsflexibel und zeitflexibel arbeiten? Auf die Unternehmenskultur wird auch geschaut: Diversität, Transparenz, Nachhaltigkeit sind da Themen."
F5	
G3	
H2	„Es gibt aber eine große Heterogenität der Wünsche und Ziele. Unternehmen müssen maßgeschneiderte Angebote machen und diese dann mit den betrieblichen Anforderungen in Einklang bringen.“; „Rinne: Individuelle Lösungen bergen Konfliktpotenzial. Da kommt

	schnell Neid auf. Das ist eine riesige Herausforderung fürs Personalmanagement. Es muss die Bedürfnisse unter einen Hut bringen, muss alle im Blick haben, sauber kommunizieren. Das macht sich aber nicht nur in einer Generation fest.“; „Bewerberinnen und Bewerber werden stärker, das gilt nicht nur für die Generation Z.“
I2	„ZEIT Sinn: Die Generation Z ist mit dem Smartphone aufgewachsen. Welche Rolle spielt das? Rinne: Die Kommunikation läuft anders. Schneller und knapper. Textdokumente müssen kürzer und fokussierter sein. Die Aufmerksamkeitsspanne reduziert sich vielleicht auch. Ich will das gar nicht bewerten. Das ist einfach ein Trend.“

Material:	Der SPIEGEL Y1: Die Andersmacher vom 12.12.2013
Zuordnung:	Textbeleg:
A1	„Glück und Sinnsuche im Job“; "Eine sinnvolle Aufgabe zu haben ist für sie das Wichtigste", sagt Jutta Rump, Leiterin des Instituts für Beschäftigung und Employability in Ludwigshafen.“; „Sinnvolle Arbeit, sich wohl fühlen mit dem, was man tut, das steht auch für Nina Ebert an oberster Stelle.“
B1	„Die Balance zwischen Beruf und Privatleben sei extrem wichtig geworden, sagt Rump. Immer mehr junge Menschen fragten ihre Arbeitgeber nach Auszeiten, Vier-Tage-Woche, oder sie möchten von zu Hause aus arbeiten.“; „Work-Life-Balance-Erwartungen lassen sich nur erfüllen, wenn sie mit den Anforderungen der Kunden vereinbar sind.“ Und dazu gehöre in der Regel, vier Tage pro Woche vor Ort zu sein, mindestens drei Nächte nicht zu Hause zu schlafen. Extrem unattraktiv für die neuen Andersmacher.“
C3	„Sie nehmen nur Stellen an, die zu ihrer Lebenssituation passen“, sagt Rump.“; „Durchbeißen oder hinschmeißen? Vor dieser Entscheidung stand Stefan Lang vor eineinhalb Jahren.“...Es war ein Freitag, der sein Leben umschmeißen sollte. Stefan kehrte von einer zweiwöchigen Schulung zurück. "Ich habe mich so auf Milan gefreut!", erinnert er sich. Milan freute sich weniger. Sein Gesicht: ein großes Fragezeichen. Papa Stefan war in den 14 Tagen zum Fremdling geworden. "Da wusste ich, ich muss etwas ändern.“; „Ich dachte mir: jetzt oder nie.“ Malte bewältigte die Prüfungen - und stand vor einer schweren Entscheidung. "Ich fand Airbus ja immer noch toll", sagt er. Dort hatte er eine Stelle als Prozess- und Terminplaner. Malte wählte das Fliegen, obwohl manche Freunde ihn für verrückt erklärten. "Klingt ja auch bekloppt", sagt Malte, "Job cool, Chef cool, Kollegen cool, Firma cool, Geld cool - und ich schmeiß alles hin und haue ab.“

D4	<p>"Ich habe mir ein Leben aufgebaut", sagt die 27-Jährige. "Das wollte ich nicht wegschmeißen." Mumbai, da wollte sie bleiben, unbedingt. "Dafür war ich bereit, anderswo Abstriche zu machen, beim Gehalt zum Beispiel."</p> <p>„Unternehmensberatungen und Wirtschaftsprüfer. Arbeitswochen mit 60 und mehr Stunden und das ständige Reisen sind unbeliebt geworden. Da ändert auch ein fürstliches Gehalt nicht viel." „Immer die nächste Stufe - und damit auch immer mehr Geld. "Es wäre gelogen, wenn ich sagen würde, das hätte mich nicht interessiert." ...„Sein Blick änderte sich, als Sohn Milan geboren wurde. Auf einmal empfand er Überstunden als nervig, abends im Hotel in der fremden Stadt vermisste er seine Familie."..."Dafür bringe ich die Kinder morgens in die Kita und kann freitags oft nach dem Mittagessen gehen." Finanziell: ein Rückschritt. "Aber das macht nichts", sagt Stefan. „Malte wählte das Fliegen, obwohl manche Freunde ihn für verrückt erklärten. "Klingt ja auch bekloppt", sagt Malte, "Job cool, Chef cool, Kollegen cool, Firma cool, Geld cool - und ich schmeiß alles hin und haue ab." Geld verdienen Flugschüler nicht. Im Gegenteil, die zweijährige Ausbildung kostet. Der Eigenanteil liegt bei etwa 60.000 Euro, den Malte in Raten abstottern muss, sobald er einen Job hat." „Von der Flexibilität eines Start-up sind die Berater Lichtjahre entfernt Und ziehen daher eine ganz bestimmte Bewerberklientel an, die verbliebenen Karrierebewussten, für die Gehalt und Status so wichtig sind, dass sie dafür privat zurückstecken."</p>
E4	<p>"Die Firma ist mir sehr entgegengekommen, das hat mich motiviert", sagt Franziska. "Ich weiß, dass nicht jedes Unternehmen so flexibel gewesen wäre, auf meinen Sonderwunsch einzugehen."; „Von der Flexibilität eines Start-up sind die Berater Lichtjahre entfernt. Und ziehen daher eine ganz bestimmte Bewerberklientel an, die verbliebenen Karrierebewussten, für die Gehalt und Status so wichtig sind, dass sie dafür privat zurückstecken. "</p>
F4	<p>„Nina ist unfassbar überqualifiziert für diesen Job. Sie hat Biologie studiert, ihren Master in der Tasche und müsste eigentlich, wenn alles so gelaufen wäre, wie Eltern oder Karriereberater das gern hätten, gerade an ihrer Doktorarbeit sitzen. Aber Nina hat sich anders entschieden. Vorletzten Sommer verabschiedete sie sich von Bienen, Genforschung und allem anderen, was die Biologie ihr noch bieten könnte."</p> <p>„Typisch", sagen an dieser Stelle Soziologen, Personalchefs, Psychologen. Sie haben sich längst ein Bild von Menschen wie Nina gemacht, von diesen jungen Leuten, die derzeit auf dem Arbeitsmarkt ihr Glück suchen."; „Daher wissen wir, dass es auch heute noch Leute gibt, für die Hochzeit, Eigenheim und Kinder ganz oben auf der Wunschliste stehen - weit vor dem Job. Und es gibt die Karrierestreber, die wie in einem Computerspiel stets das nächste Level erreichen und dabei möglichst viele goldene Bonusmünzen sammeln wollen: Yeah, du hast es geschafft! Weiter so! Letztere allerdings</p>

	werden weniger,,; "Junge Leute wollen durchaus etwas erreichen", sagt Jutta Rump, "aber nicht mehr zu jedem Preis."
G3	
H2	„Zu einer "Generation Irgendwas" gehören, das will natürlich niemand. Klingt nach: Schublade auf, Leute rein, Schublade zu. Wissenschaftlich gesehen sind solche Etiketten ohnehin Blödsinn. "In den Sozialwissenschaften ist es hochumstritten, ob das Generationenkonzept etwas taugt", sagt David Bebnowski vom Göttinger Institut für Demokratieforschung. Schon bei den Achtundsechzigern - der Mutter aller Generationen - sei nur ein kleiner Teil auf die Straße gegangen und habe protestiert. "Aber es waren die markantesten Vertreter ihrer Altersklasse: gebildete Leute, die viele Flugblätter, Reden und Schriften hinterlassen haben. Deshalb hat man sie sich gemerkt", sagt Bebnowski."
I2	"Eine sinnvolle Aufgabe zu haben ist für sie das Wichtigste", sagt Jutta Rump, Leiterin des Instituts für Beschäftigung und Employability in Ludwigshafen."; „Franziska Roscher hatte eine ganz spezielle Forderung an ihren zukünftigen Arbeitgeber, als sie im vorigen Sommer ihr Politikstudium abschloss. Die gebürtige Saarländerin wohnte seit zwei Jahren im indischen Mumbai."

Material:	Der SPIEGEL Y2: Donnerstags gehör ich mir! vom 01.11.2013
Zuordnung:	Textbeleg:
A1	„So ist die Generation Y zwar bereit, im Job viel zu leisten. Doch sie stellt auch hohe Anforderungen an ihren Beruf. Er soll Spaß machen, Entwicklungsperspektiven bieten und sinnvoll sein."
B1	„Karriere machen um jeden Preis? Nee, danke. Stattdessen wünscht sich ein junger Arzt, auch beim Berufseinstieg noch Zeit fürs Leben zu haben.“; „Junge, ungebundene Arbeitnehmer, die wegen einer besseren Work-Life-Balance ihre Arbeitszeit reduzieren wollen - das klingt ungewöhnlich. Doch Errens Wunsch werden in Zukunft immer mehr junge Berufstätige äußern, glaubt Jutta Rump.“; „Gleichzeitig legen viele Wert darauf, ein Leben außerhalb der Arbeit zu haben."
C5	
D5	
E5	
F2	„Karriere machen um jeden Preis? Nee, danke. Stattdessen wünscht sich ein junger Arzt, auch beim Berufseinstieg noch Zeit fürs Leben zu haben.“; „Für die Karriere auf eine Partnerschaft oder Familie zu verzichten, kommt für die meisten nicht in Frage.“; „So ist die Generation Y zwar bereit, im Job viel zu leisten. Doch sie stellt auch

	hohe Anforderungen an ihren Beruf. Er soll Spaß machen, Entwicklungsperspektiven bieten und sinnvoll sein."
G3	
H1	„Die nach 1980 Geborenen haben ganz andere Wertvorstellungen als frühere Generationen.“
I2	„Junge, ungebundene Arbeitnehmer, die wegen einer besseren Work-Life-Balance ihre Arbeitszeit reduzieren wollen - das klingt ungewöhnlich. Doch Errens Wunsch werden in Zukunft immer mehr junge Berufstätige äußern, glaubt Jutta Rump. Die Professorin leitet das Institut für Beschäftigung und Employability der Fachhochschule Ludwigshafen und forscht zu Trends in der Arbeitswelt. Die Entwicklung sei typisch für die Generation Y, die nun in die Unternehmen drängt, sagt sie.“

Material:	Der SPIEGEL Y3: Keine Angst, wir sind noch angepasster als ihr vom 14.08.2013
Zuordnung:	Textbeleg:
A4	„Sinnsucher, freizeitorientiert, selbstbewusst bis überheblich - solchen Nachwuchs zu zähmen, wollen Berater an einer Privathochschule lernen.“ „Das wissen sie, stellen allerhand Sinnfragen und entsprechende Forderungen - mehr Geld und Spaß für weniger Arbeit.“; „Doch Sinnfragen sind bei den vier Jungjuroren nicht gefragt. Wäre das wirklich die Generation Y, könnten sich Arbeitgeber freuen. Diese Jungs sind die unkompliziertesten Mitarbeiter aller Zeiten: Gib mir viel Geld, und ich mache alles, was du willst.“
B4	„Arbeitgeber fremdeln mit der "Generation Y". Sinnsucher, freizeitorientiert, selbstbewusst bis überheblich - solchen Nachwuchs zu zähmen, wollen Berater an einer Privathochschule lernen.“ „Wie sollen sie reagieren, wenn der Nachwuchs sich kaum für klassische Karriereplanung und Statussymbole interessiert, dafür schon im Bewerbungsgespräch frech nach Freizeit fragt?"; „Er will genug Zeit für Hobbys haben und legt wenig Wert auf sein Äußeres.“; „Wie sieht es denn mit der Work-Life-Balance aus? Ich habe Angst, dass mein Social Life leidet.“; „Zehn Stunden täglich, manchmal um 19 Uhr nach Hause? Viele Menschen dürften sich eine gute Work-Life-Balance anders vorstellen. Benjamin Thomsen, 22, stört das nicht: "Ich arbeite gern viel, solange es nicht langweilig ist.“
C5	
D1	„Das wissen sie, stellen allerhand Sinnfragen und entsprechende Forderungen - mehr Geld und Spaß für weniger Arbeit.“; „Wäre das wirklich die Generation Y, könnten sich Arbeitgeber freuen. Diese

	Jungs sind die unkompliziertesten Mitarbeiter aller Zeiten: Gib mir viel Geld, und ich mache alles, was du willst."
E5	
F3	„Wie sollen sie reagieren, wenn der Nachwuchs sich kaum für klassische Karriereplanung und Statussymbole interessiert, dafür schon im Bewerbungsgespräch frech nach Freizeit fragt?“
G3	
H1	„Die Jahrgänge ab 1980 waren geburtenschwach, als Mitarbeiter sind die "Ypsiloner" begehrt. Das wissen sie, stellen allerhand Sinnfragen und entsprechende Forderungen - mehr Geld und Spaß für weniger Arbeit.“
I2	„Für die Rollenspiele haben sie daher einen Ypsiloner-Prototypen entworfen: Er hat gute Fachkenntnisse, überschätzt sich aber oft. Er möchte lieber an der Gesamtstrategie feilen, als sich um Details wie Rechtschreibfehler zu kümmern ("So was kann man ja outsourcen, das machen Leute in Indien viel schneller"). Er will genug Zeit für Hobbys haben und legt wenig Wert auf sein Äußeres.“; „Doch Sinnfragen sind bei den vier Jungjuroren nicht gefragt. Wäre das wirklich die Generation Y, könnten sich Arbeitgeber freuen.“

Material:	Der SPIEGEL Z1: Meine Eltern haben gesagt: Du musst lernen, auch mal loszulassen vom 11.11.2023
Zuordnung:	Textbeleg:
A5	
B4	„Ich habe bei meiner Anstellung überhaupt nicht über die Work-Life-Balance nachgedacht, bin einfach ins kalte Wasser gesprungen. Wenn man etwas tut, das einen erfüllt, kann das den zeitlichen Aufwand wieder wettmachen.“; „Viele verzichten lieber auf etwas Wohlstand, um ihre Work-Life-Balance zu verbessern.“
C3	„Yousri: Als ich in der Gastronomie gearbeitet habe, wurde sehr oft sehr lange gearbeitet. Aber es kam weder vom Chef noch von den Gästen irgendeine Art von Wertschätzung dafür, weder verbal noch finanziell. Da habe ich mir gesagt: Nein, diese Arbeit für längere Zeit – auf keinen Fall!“
D3	„Viele verzichten lieber auf etwas Wohlstand, um ihre Work-Life-Balance zu verbessern.“
E2	„Ich finde die freie Arbeitseinteilung gut. Mir gefällt es, selbstständig und eigenverantwortlich zu arbeiten.“

F2	"Gabi: Da hat sich echt etwas verändert. Das war unvorstellbar, Familie und Führungsjob. Aber ihr kriegt heute viel später Kinder. Ich finde es grandios, wenn ich meine Tochter sehe. Mit zwei Kindern arbeitet sie Vollzeit. Ihr Mann auch. Und trotzdem haben sie aus meiner Sicht eine gute Work-Life-Balance. Es funktioniert." ; „Yousri: Ich sehe es ganz genauso. Ich kann mir vorstellen, irgendwann Partner in einer Kanzlei zu werden und als Chef mehr Gestaltungsfreiheit zu haben."
G1	„Bei meinen Studierenden jetzt ist es ganz anders. Da geht es nur darum, wie es weitergeht. Alles ist unsicher. Längst nicht so optimistisch.“
H2	Der SPIEGEL: Was halten Sie von der Feststellung, dass Babyboomer für hartes Arbeiten und Überstunden stehen, den Generationen Millennials und Z hingegen die Work-Life-Balance wichtiger als die Karriere? "Ich glaube, dass sich das nicht vor allem nach Generationen unterscheidet. Vielmehr haben sich die Gesellschaft und die Arbeit weiterentwickelt. Vielleicht war das Thema bei den Babyboomern nicht so wie heute formuliert. Aber die Frage Arbeit oder Arbeitszeitverkürzung ist doch nicht neu."
I2	„Bei den Boomern hat sich alles um die Arbeit gedreht, bei der Generation Z geht es vor allem um Freizeit – so das Klischee. Oder doch nicht? Vier Menschen sagen, was ihnen wirklich wichtig ist.“

Material:	Der SPIEGEL Z2: Wie sich Berufsanfänger das Arbeitsleben wünschen vom 08.09.2023
Zuordnung:	Textbeleg:
A1	„Es geht der Gen Z mehrheitlich nicht darum, bei der Arbeit die Welt zu retten, sondern um Selbstverwirklichung.“
B5	
C5	
D1	„Zum Vergleich: »Gute Arbeitsmarktchancen in dem gelernten Beruf« finden 92,1 Prozent wichtig, ein hohes Gehalt nach der Ausbildung 82,8 Prozent.“
E5	
F1	“Für 68,8 Prozent hat persönliche oder fachliche Weiterbildung die größte Priorität.“
G3	

H2	„Eine Umfrage, die dem SPIEGEL vorab vorliegt, zeichnet ein anderes Bild. Offenbar tickt die sogenannte Gen Z in vielerlei Hinsicht gar nicht so anders als die älteren Generationen.“
I2	„Eine Umfrage, die dem SPIEGEL vorab vorliegt, zeichnet ein anderes Bild. Offenbar tickt die sogenannte Gen Z in vielerlei Hinsicht gar nicht so anders als die älteren Generationen.“

Material:	Der SPIEGEL Z3: Der neue Arbeitskampf vom 26.05.2023
Zuordnung:	Textbeleg:
A5	
B2	„Kann ich trotz Vollzeitjob noch irgend- wie ich sein? Lässt der Beruf genug Raum für Freizeit? „Für die Generation meiner Eltern war ihr Job ihr Leben“, sagt Buck. „Wir haben jetzt das Privileg, dass wir mehr sein können als unsere Arbeit.““; „Die erwartet, dass sich der Job an ihr Leben anpasst. Und nicht etwa umgekehrt. Fragt man sie nach ihren Prioritäten im Berufsleben, rangiert die Work-Life-Balance bei der Generation Z weit oben, direkt nach dem Gehalt.“
C3	„58 Prozent der dort befragten 18- bis 24-Jährigen sagten, sie würden einen Job kündigen, wenn er sie daran hindere, ihr Leben zu genießen. Und sie belassen es nicht bei Worten: 38 Prozent gaben an, aus diesem Grund schon einmal eine Stelle geschmissen zu haben.“
D1	„Fragt man sie nach ihren Prioritäten im Berufsleben, rangiert die Work-Life-Balance bei der Generation Z weit oben, direkt nach dem Gehalt.“
E1	„Jonathan Steinbach, Recruitingchef bei Bucks Arbeitgeber McKinsey, berichtet, dass Bewerberinnen und Bewerber jetzt häufiger nach flexiblen Arbeitszeiten fragen würden, nach Teilzeitmodellen und danach, an welchen Themen sie überhaupt arbeiten würden.“; „Nach dem Praktikum blieb er als studentischer Juniorberater, weil ihm die Arbeit Spaß machte – und weil er flexibel arbeiten kann, zeitlich, vor allem aber räumlich. „Ich würde niemals zu einem Arbeitgeber gehen, der mir kein Homeoffice ermöglicht“, sagt Heckhoff.“
F2	„In einer Befragung des Instituts für Demoskopie Allensbach stufte sich knapp ein Drittel der 14- bis 26-Jährigen als Workaholic ein, als Person also, die voll in ihrem Beruf oder in ihrer Ausbildung aufgeht und hart dafür arbeitet – etwas weniger als in den älteren Generationen zwar, aber immerhin.“

G1	„Der Jugendforscher Klaus Hurrelmann formuliert es so: „Die Erwerbsarbeit hat für die Generation Z nicht mehr denselben Stellenwert wie für die über 55jährigen Baby boomer.“ Er sieht darin auch eine Reaktion auf die Krisen, mit denen diese Generation aufgewachsen ist, eine Reaktion auf den russischen Angriffskrieg auf die Ukraine, den Klimawandel, den Kontrollverlust während der Coronapandemie. Das Privatleben er scheine vielen als das Einzige, was sie noch selbst in der Hand hätten. Was also liegt näher, als den Fokus darauf zu legen, das persönliche Wohlbefinden in den Mittelpunkt zu stellen?“
H2	„Denn es sind nicht nur die Jungen, die andere Arbeitsmodelle einfordern. „Weniger Arbeit, mehr Leben“, dieser lässige Slogan ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen, und vielleicht ist das die erstaunlichste Erkenntnis. Die Selbstverständlichkeiten der alten Arbeits- und Karrierewelt lösen sich auf. Ganz unabhängig vom Alter.“; „Menschen als Einheit zu betrachten, nur weil sie in einer Altersgruppe sind, das hat schon immer schlecht funktioniert. So ähnlich ist das mit Menschen, die in Umfragen ankreuzen, dass ihnen die Work-Life-Balance wichtig ist. Der Begriff, der jetzt Konjunktur hat, bedeutet erst einmal nur, dass neben der Arbeit Zeit für Privatleben bleibt, für Familie, Freunde, Hobbys. Was genau sich die Jungen wünschen, wie sie das richtige Maß definieren, da gibt es sehr unterschiedliche Vorstellungen.“
I2	„Die Generation Z steigt ins Berufsleben ein – und stellt erst mal Bedingungen: Viertagewoche, Sabbatical, Homeoffice, keine Überstunden. Unerhört? Keineswegs. Denn auch die Älteren finden Geschmack an diesen Ideen.“

Material:	BILD Y1: So tickt die Generation Smartphone vom 29.09.2014
Zuordnung:	Textbeleg:
A5	
B1	„Freizeit spielt eine wichtige Rolle, Überstunden sind unbeliebt. Zwischen Arbeit und Privatleben werden scharfe Grenzen gezogen. Die Generation Y fährt mit einer eingebauten Burnout-Sperre durchs Leben – sie hat von den negativen Erfahrungen der Eltern gelernt.“; „Ich will nicht leben, um zu arbeiten, sondern arbeiten, um zu leben. Im Mittelpunkt sollte nicht der Beruf stehen, sondern das Leben und damit auch die Freizeit.“; „Ich lege viel Wert auf die Freizeit, möchte immer genug Zeit für meine Hobbys haben – Violine und Gitarre spielen. Überstunden möchte ich eher nicht machen.“; „Meine Freizeit ist mir sehr wichtig, deshalb würde ich nur begrenzt Überstunden machen.“

C5	
D3	„Geld ist nicht das Wichtigste in meinem Leben, ich möchte lieber glücklich als reich sein. Allerdings würde ich gerne so viel verdienen, dass ich damit gut auskommen und nicht jeden Cent umdrehen muss.“
E1	„Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf steht an erster Stelle.“
F3	
G1	„Prof. Klaus Hurrelmann zu BILD: „Die Generation Y ist in Zeiten großer Unsicherheiten aufgewachsen: die Terroranschläge vom 11. September, die Umweltkatastrophen, die weltweite Finanzkrise, Fukushima. Das hat sie sehr sensibel und verletzlich gemacht.““
H1	„LIEBE und BEZIEHUNG ► Die Generation Y etabliert ein neues Beziehungsbild: Eine mögliche Trennung ist von vornherein einkalkuliert („Nichts ist für ewig“) – eine Folge der vielen Scheidungen bei den Eltern.“; „Die Generation Y fährt mit einer eingebauten Burnout-Sperre durchs Leben – sie hat von den negativen Erfahrungen der Eltern gelernt.“
I1	„Aber diese Generation wird die Welt radikal verändern – nicht mit großen Revolutionen, nicht mit Straßenkämpfen, sondern heimlich von innen heraus!“

Material:	BILD Z1: Gen Z: Für sie ist Kohle das wichtigste am Job vom 05.11.2023
Zuordnung:	Textbeleg:
A2	„Trotz aller Klischees ist für rund die Hälfte der Befragten ein gesellschaftlicher Sinn und Zweck ihres Berufs nur bedingt wichtig.“
B1	„Eine aktuelle Umfrage von Wirtschaftsunioren Deutschland (WJD) gibt Aufschluss. Für 81 Prozent der Befragten im Alter von 15 bis 25 Jahren sind gute Verdienstmöglichkeiten am wichtigsten. Dicht dahinter folgt die Work-Life-Balance, die für 74 Prozent sehr wichtig oder wichtig ist.“
C5	
D1	„Gen Z will viel Geld und dennoch einfach leben“ "Eine aktuelle Umfrage von Wirtschaftsunioren Deutschland (WJD) gibt Aufschluss. Für 81 Prozent der Befragten im Alter von 15 bis 25 Jahren sind gute Verdienstmöglichkeiten am wichtigsten. Dicht dahinter folgt die Work-Life-Balance, die für 74 Prozent sehr wichtig oder wichtig ist.“
E5	

F5	
G3	
H2	„Trotz aller Klischees ist für rund die Hälfte der Befragten ein gesellschaftlicher Sinn und Zweck ihres Berufs nur bedingt wichtig. Das Gleiche gilt für das positive Image des Berufs und die Möglichkeit, Führungsverantwortung zu übernehmen.“
I3	„Laut jammernd beschwerten sich junge Leute über ihr anstrengendes Leben. Viel zu mühsam ist die Arbeit, zu wenig Freizeit und viel zu wenig Geld. Auf der anderen Seite suchen Unternehmen händeringend Nachwuchs und Fachkräfte. Sind die Ansprüche der Generation Z zu hoch?"; „Die jungen Leute von heute und ihre Eltern träumen von Bürojobs, während handwerkliche Arbeitgeber verzweifelt nach Fachkräften suchen!"; „Unser Handwerk – oft falsch mit veralteten Klischees bedacht – hat sich tatsächlich gewandelt und spielt jetzt wichtige, teilweise sogar digitale Rollen. Aber das scheint viele junge Menschen nicht zu beeindrucken.“

Material:	BILD Z2: Generation Z wie ZU faul? vom 04.11.2023
Zuordnung:	Textbeleg:
A5	
B1	„Ich weiß nicht, wie man so überleben soll.“ Am Wochenende hat sie nicht frei, da müsse sie Haushalt und Einkäufe machen. „Auf mich warten dann irgendwelche Freunde, die mich auch mal wiedersehen wollen, für die ich eigentlich keine Energie mehr habe“, stellt sie schluchzend fest.“; „Brielle Asero (Briellebelly123) ist genauso verzweifelt wie Dana Rosa: „Ich habe keine Zeit, irgendetwas zu tun und bin so gestresst.“ Die Kernaussage ihres mehrminütigen Videos: Eine Work-Life-Balance funktioniert nicht, „der Zeitplan von neun bis fünf ist einfach verrückt“, Die Marketing-Absolventin hat vor Kurzem ihren ersten Job seit dem Studienabschluss angetreten. Sie pendelt, steigt morgens um 7.30 Uhr in den Zug und ist abends um 18.15 zu Hause. „Wie soll man da Freunde haben?“ Sie habe auch keine Energie, ihr Abendessen zu kochen und keine Zeit zu trainieren.“
C5	
D1	„Unter Tränen fragt sich Dana Rosa (Ich bin so fertig #Kapitalismus), warum sie studiert hat, wenn sie jetzt „nur 36 000 Euro“ verdienen soll – und „nur 30 Urlaubstage“ hätte!“
E5	
F5	

G3	
H2	<p>„Für den Generationenforscher Rüdiger Maas („Generation lebensunfähig“, Yes Verlag) spiegeln die TikTokerinnen nur einen Teil der GenZ wider. „Einen sehr kleinen, und den gab es früher auch. Aber außerhalb von Talkshows schenkte ihm niemand Beachtung.“ Das sei durch Influencer heute anders. Maas gegenüber BILD: „Die Generation Z hat für diese Art von Videos ein viel höheres Verständnis als die älteren Generationen. Dennoch werden solche Menschen wie Dana Rosa oder Brielle auch bei der GenZ die Ausnahme sein.“ Maas gegenüber BILD: „Die Generation Z hat für diese Art von Videos ein viel höheres Verständnis als die älteren Generationen. Dennoch werden solche Menschen wie Dana Rosa oder Brielle auch bei der GenZ die Ausnahme sein.“</p>
I3	<p>„User Andreas Baulig meint: „Das zeigt alles, was in dieser Generation schief läuft.“ Und User Jorge stellt fest, dass ältere Leute diese Einstellung nicht nachvollziehen können. Sie selbst hätten schließlich häufig noch 50 Stunden gearbeitet.“ „Nutzer DASMAYO empfiehlt, die Ansprüche herunterzuschrauben. „36 000 Euro, was erwartest du? Kommst gerade aus dem Studium!““</p>

Material:	BILD Z3: Gen Z, die "Generation Jammerlappen"? vom 04.11.2023
Zuordnung:	Textbeleg:
A3	<p>„Ich glaube, dass die Jugend teils einfach keine Träume mehr hat - Arbeit als unnötiges Laster sieht, aber nicht mehr als BERUFung.“</p>
B4	<p>„Generation Z hat leider von ihren Eltern dieses Verantwortungsbeusstsein nicht mehr mitbekommen. Da zählen Partys, Social-Media, Life-Life-Balance ohne work viel mehr.“; „Hier zwei Beispiele, die das Jammerlappen-Vorurteil klar widerlegen: Mein Sohn Lukas, Baujahr 2000, hat nach seiner Ausbildung zum Kaufmann für Digitalmanagement ein internes Studium von seinem Arbeitgeber angeboten bekommen. Das heißt, dass er vier Tage in der Woche voll arbeitet und zwei Tage studiert. Damit hat er eine 6-Tage-Arbeitswoche, wo auch gerade am Samstag Hobbys oder Freundeskreis zurückstehen müssen. Er hat diesen Weg für sich gewählt, und ich zolle ihm hierfür großen Respekt. Ebenso seine Freundin Louise. Nach ihrer Ausbildung zur Finanzwirtin packte sie ein duales Studium drauf. Sie wohnt in Süd-Hessen, die Hochschule befindet sich in Nord-Hessen. Aufgrund der langen Fahrt oder vor Klausuren bleibt sie oftmals am Wochenende am Studienort in einer Studentenbude vor Ort. Auch dieser selbst gewählte Weg bedeutet letztlich</p>

	über zwei Jahre über Wochen Verzicht auf Freund, Familie und soziale Kontakte, den so nicht jede/r gehen würde. Beide jungen Leute meistern ihr Leben eigenständig und wirklich vorbildlich. Jammerlappen sind beide nicht!"; „Irgendwie kann ich die Generation verstehen, auch wenn ich selber tatsächlich bis jetzt Vollzeit berufstätig bin. Ich finde es allerdings nicht mehr angemessen im Jahre 2023 ohne Work-Life-Balance."; „Natürlich gibt es auch diejenigen, die sich Mühe geben, aber dennoch daran scheitern, eine Lebensbalance zu schaffen, aber daran muss man halt arbeiten. Wenn man eine neue Gucci-Tasche haben möchte, dann muss man dafür auch einstecken können und die Freizeit dafür sausen lassen.“
C5	
D5	
E5	
F5	
G1	„Trotz einer soliden Ausbildung sei es durch ein Studium oder eine Lehre im Handwerk oder sozialen Bereich, wird es für viele von uns immer schwieriger, sich ein eigenes Zuhause leisten zu können. Die Rente steht auf tönernen Füßen, und das liegt nicht zuletzt an den miesen Löhnen.“
H1	„Generation Z hat leider von ihren Eltern dieses Verantwortungsbeusstsein nicht mehr mitbekommen. Da zählen Partys, Social-Media, Life-Life-Balance ohne Work viel mehr. Würde diese Generation mal 23 h am Tag auf das Smartphone und Social-Media verzichten, würden sie auch wieder etwas geschafft bekommen.“
I3	„Generation Z hat leider von ihren Eltern dieses Verantwortungsbeusstsein nicht mehr mitbekommen. Da zählen Partys, Social-Media, Life-Life-Balance ohne Work viel mehr. Würde diese Generation mal 23 h am Tag auf das Smartphone und Social-Media verzichten, würden sie auch wieder etwas geschafft bekommen.“; „Die Kritik, die einige Mitglieder der Generation Z äußern, kann ich zum Teil nachvollziehen – und dabei rede ich nicht nur von Jammerlappen.“ „Ich bekomme beinahe täglich Schnappatmung, wenn ich das Gejammer der ‚Jugend‘ höre.“

Anlage 3: Frequenzanalyse

Verlag	Oberkategorie A: Relevanz der Sinnhaftigkeit im Job				
	A1	A2	A3	A4	A5
Personalwirtschaft Y	1	0	0	0	2
ZEIT Y	2	0	0	0	1
SPIEGEL Y	2	0	1	0	0
BILD Y	0	0	0	0	1

Personalwirtschaft Z	1	0	0	0	2
ZEIT Z	1	0	1	1	0
SPIEGEL Z	1	0	0	0	2
BILD Z	0	2	1	0	0

Verlag	Oberkategorie B: Relevanz der Work-Life-Balance				
	B1	B2	B3	B4	B5
Personalwirtschaft Y	1	1	0	0	1
ZEIT Y	1	2	0	0	0
SPIEGEL Y	2	1	0	0	0
BILD Y	1	0	0	0	0
Personalwirtschaft Z	1	2	0	0	0
ZEIT Z	2	1	0	0	0
SPIEGEL Z	0	1	0	1	1
BILD Z	2	0	0	1	0

Verlag	Kategorie C: Gebundenheit an den Arbeitgeber				
	C1	C2	C3	C4	C5
Personalwirtschaft Y	0	1	0	0	2
ZEIT Y	0	0	1	1	1
SPIEGEL Y	0	0	1	0	2
BILD Y	0	0	0	0	1
Personalwirtschaft Z	0	2	0	0	1
ZEIT Z	0	0	1	1	1
SPIEGEL Z	0	0	2	0	1
BILD Z	0	0	0	0	3

Verlag	Kategorie D: Relevanz der Verdienstmöglichkeiten				
	D1	D2	D3	D4	D5
Personalwirtschaft Y	0	1	1	0	1
ZEIT Y	0	2	1	0	0
SPIEGEL Y	1	0	0	1	1
BILD Y	0	0	1	0	0
Personalwirtschaft Z	2	0	0	0	1
ZEIT Z	0	1	0	2	0
SPIEGEL Z	2	0	1	0	0
BILD Z	2	0	0	0	1

Verlag	Kategorie E: Relevanz eines flexiblen Arbeitsmodells				
	E1	E2	E3	E4	E5
Personalwirtschaft Y	3	0	0	0	0
ZEIT Y	1	0	0	1	1
SPIEGEL Y	0	0	0	1	2
BILD Y	1	0	0	0	0
Personalwirtschaft Z	1	0	0	0	2
ZEIT Z	0	1	0	0	2
SPIEGEL Z	1	1	0	0	1
BILD Z	0	0	0	0	3

Verlag	Kategorie F: Karriereambitionen und berufliche Entwicklung				
	F1	F2	F3	F4	F5
Personalwirtschaft Y	0	2	0	0	1
ZEIT Y	0	2	1	0	0
SPIEGEL Y	0	1	1	1	0
BILD Y	0	0	1	0	0
Personalwirtschaft Z	0	1	0	0	2
ZEIT Z	0	1	0	1	1
SPIEGEL Z	1	2	0	0	0
BILD Z	0	0	0	0	3

Verlag	Kategorie G: Zukunftsängste der Generation		
	G1	G2	G3
Personalwirtschaft Y	1	0	2
ZEIT Y	1	0	2
SPIEGEL Y	0	0	3
BILD Y	1	0	0
Personalwirtschaft Z	3	0	0
ZEIT Z	1	0	2
SPIEGEL Z	2	0	1
BILD Z	1	0	2

Verlag	Kategorie H: Infragestellung der Sinnhaftigkeit des Generationenkonzeptes	
	H1	H2
Personalwirtschaft Y	1	2
ZEIT Y	0	3
SPIEGEL Y	2	1
BILD Y	1	0
Personalwirtschaft Z	2	1

ZEIT Z	0	3
SPIEGEL Z	0	3
BILD Z	1	2

Verlag	Kategorie I: Darstellung der Generation		
	I1	I2	I3
Personalwirtschaft Y	0	3	0
ZEIT Y	1	2	0
SPIEGEL Y	0	2	1
BILD Y	1	0	0
Personalwirtschaft Z	1	1	1
ZEIT Z	0	3	0
SPIEGEL Z	0	3	0
BILD Z	0	0	3

Die virtuelle Mitgliederversammlung beim eingetragenen Verein – ein Modell für die Zukunft?

Bachelorarbeit

an der

FH Aachen

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Wirtschaftsrecht mit Praxissemester (LL.B.)

Erstprüferin: Prof. Dr. jur. habil. Kathrin Kroll-Ludwigs

Eingereicht am: 25.03.2024

vorgelegt von

Abdullah Andug

aus Köln

Abstract

Die während der Corona-Pandemie geltenden Sonderregelungen des COVMG ermöglichten Vereinen ihre Mitgliederversammlungen – auch ohne Änderung der Vereinssatzung – virtuell abzuhalten. Als dauerhafte Nachfolgerung zum COVMG trat am 21.3.2023 das Gesetz zur Ermöglichung hybrider und virtueller Mitgliederversammlungen im Vereinsrecht in Kraft. Ein solcher Schritt Richtung Digitalisierung und Modernisierung kann für Vereine allerdings auch mit einer Reihe von Unklarheiten und Risiken rechtlicher Natur verbunden sein. Die Vielseitigkeit der Vereine erschwert es, die Frage der Praktikabilität eines virtuellen Formats pauschal zu beantworten.

Ziel dieser Arbeit ist es, die Besonderheiten, die sich bei Abhaltung einer virtuellen Mitgliederversammlung ergeben herauszuarbeiten und zu analysieren. Gleichwohl soll dargestellt werden, bei welchen Vereinen sich die infrage kommenden virtuellen Formate eignen und bei welchen nicht. Daraus soll die zentrale Frage dieser Arbeit – nämlich ob es sich bei der virtuellen Mitgliederversammlung um ein Modell für die Zukunft handelt – beantwortet werden.

Die vorliegende Arbeit basiert auf einer umfassenden Recherche einschlägiger Fachliteratur, Fachzeitschriften sowie Rechtsprechung. Zudem wurde ein persönliches Interview zum Thema geführt.

Es wird zunächst ein allgemeiner Überblick zur Rechtsform des Vereins und zur Mitgliederversammlung verschafft. Anschließend wird der Weg zur virtuellen Mitgliederversammlung historisch dargestellt. Nach Ausführung der Besonderheiten und der Gegenüberstellung der Vor- und Nachteile einer virtuellen Mitgliederversammlung wird verdeutlicht, dass aufgrund der Neuheit der Regelung noch einige Unklarheiten bestehen. Gleichwohl kann die Erkenntnis gewonnen werden, dass mit künftigen Entscheidungen der Rechtsprechung und der Anpassung auf die individuellen Bedürfnisse des Vereins die virtuelle Mitgliederversammlung zweifelsohne ein *Modell für die Zukunft* ist.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	III
A. Einleitung	1
I. Themenwahl und Problemstellung	1
II. Zielsetzung der Arbeit	1
III. Aufbau der Arbeit	1
B. Die Mitgliederversammlung als oberstes Organ der Willensbildung	2
I. Die Rechtsform des Vereins	2
1. Wesen und Zweck eines Vereins	2
2. Abgrenzung wirtschaftlicher und nichtwirtschaftlicher Verein	3
a) Das Nebenzweckprivileg	3
b) Ausgliederung der wirtschaftlichen Tätigkeit	4
II. Gesetzlich vorgesehene Organe eines Vereins	4
1. Vorstand, § 26 BGB	5
a) Stellung	5
b) Vertretungsmacht	5
c) Verhältnis zu Vereinsmitgliedern	6
2. Mitgliederversammlung, § 32 BGB	6
a) Stellung und Bedeutung für den Verein.....	6
b) Zuständigkeiten.....	6
III. Ablauf einer Mitgliederversammlung.....	7
1. Einberufung, § 36 BGB	7
a) Zuständigkeit	8
b) Form	8
c) Frist	9
2. Tagesordnung	9
3. Versammlungsleitung.....	10
a) Befugte Personen.....	10
b) Aufgaben	10
4. Beschlussfassung, § 32 Abs. 1 BGB.....	11
a) Beschlussfähigkeit.....	11
b) Abstimmungsform.....	11

c) Beschlussmehrheit	12
5. Fehlerhafte Beschlüsse	12
a) Beschlussmängelarten	12
aa) Formelle Beschlussmängel.....	12
bb) Materielle Beschlussmängel	13
b) Behandlung fehlerhafter Beschlüsse	13
aa) Nichtigkeit und „eingeschränkte“ Nichtigkeit	13
bb) Prozessuale Reaktionsmöglichkeit	13
6. Beurkundung von Beschlüssen	13
IV. Die Rechte der Mitglieder in der Mitgliederversammlung	14
1. Teilnahmerecht.....	14
2. Auskunftsrecht	15
3. Stimmrecht.....	15
4. Antragsrecht	16
5. Rede- und Fragerecht.....	17
V. Zwischenfazit	17
C. Der Weg zur virtuellen Mitgliederversammlung	17
I. Aufnahme des virtuellen Formats in die Satzung	18
1. Erste obergerichtliche Entscheidung	18
2. Anforderungen an die Satzungsregelung	18
II. Die Corona-Pandemie als Wendepunkt	19
1. Sonderregelungen des COVMG	20
2. Unterschiede zum Aktienrecht	21
III. Gesetz zur Ermöglichung hybrider und virtueller Mitgliederversammlungen im Vereinsrecht.....	21
1. Vergleich § 5 Abs. 2 Nr. 1 COVMG und § 32 BGB Abs. 2 BGB	22
2. Hybride Mitgliederversammlung und Einberufungsermessen, § 32 Abs. 2 S. 1 BGB	23
3. Rein virtuelle Mitgliederversammlung und Einberufungsermessen, § 32 Abs. 2 S. 2 BGB.....	23
4. Elektronische Kommunikationsmittel	24
5. Angabe der Art der Rechteaübung, § 32 Abs. 2 S. 3 BGB.....	25
6. Entsprechende Anwendung auf die Vorstandssitzung, § 28 BGB.....	25

7.	Disponibilität des § 32 Abs. 2 BGB	25
IV.	Zwischenfazit	25
D.	Die virtuelle Mitgliederversammlung – ein Modell für die Zukunft?	26
I.	Besonderheiten einer virtuellen Mitgliederversammlung	26
1.	Vorbereitung	26
2.	Einberufung und Einladung der Mitglieder	26
a)	Mitteilung der Versammlungsmodalitäten	27
b)	Zugangsdaten	27
3.	Identifikation der Mitglieder	28
4.	Versammlungsleitung in der virtuellen Mitgliederversammlung	28
5.	Beschlussfassung und Wahlen im virtuellen Format	29
a)	Digitale Stimmabgabe	29
b)	Reaktion auf technischen Störungen	30
aa)	Beschlussmängelausschluss nach aktienrechtlichen Grundsätzen 30	
bb)	Beispiel Profi-Fußballvereine	31
c)	Vertretung	31
6.	Rechteausübung der Mitglieder im virtuellen Format	32
a)	Nur Teilnahmerecht oder Erstreckung auf sämtliche Mitgliederrechte? .32	
aa)	Unterschiedliche Auffassungen in der Literatur	32
bb)	Gesetzeswortlaut des § 32 Abs. 2 BGB und Heranziehung des § 118 Abs. 1 S. 2 AktG	32
cc)	Gesetzentwurf des Bundesrats und Beschlussempfehlung des Rechteausschusses	33
dd)	Praktikabilität und Lösungsansatz	33
b)	Interaktion bei der Abhaltung rein virtueller Mitgliederversammlungen	34
7.	Dokumentation der virtuellen Mitgliederversammlung	35
a)	Teilnehmerliste	35
b)	Protokollführung in einer virtuellen Mitgliederversammlung	36
c)	Einschaltung eines Notars bei virtuellen Mitgliederversammlungen	36
8.	Virtuelle Umwandlungsbeschlüsse	37
a)	Entscheidungsgang bei der Genossenschaft	37
b)	Zulässigkeit für Vereine	38

II. Vor- und Nachteile einer virtuellen Mitgliederversammlung	38
1. Mitgliedersicht	38
a) Vorteile	38
b) Nachteile	39
2. Vereinssicht	40
a) Vorteile	40
b) Nachteile	40
E. Fazit	41
Literaturverzeichnis	43

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
AG	Aktiengesellschaft / bei Urteilen = Amtsgericht
AktG	Aktiengesetz
Art.	Artikel
Aufl.	Auflage
BayOBLG	Bayerisches Oberstes Landesgericht
BeckNotar-HdB	Beck'sches Notar-Handbuch
BeckOK BGB	Beck'scher Online-Kommentar Bürgerliches Gesetzbuch
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BGBI	Bundesgesetzblatt
BGH	Bundesgerichtshof
BMJV	Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz
BVB	Ballspielverein Borussia 09
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
BT-Drs.	Drucksache des deutschen Bundestages
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
COVMG	Gesetz über Maßnahmen im Gesellschafts-, Genossenschafts-, Vereins-, Stiftungs- und Wohnungseigentumsrecht zur Bekämpfung der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie
DNotI	Deutsches Notarinstitut
DNotZ	Deutsche Notar-Zeitschrift (Zeitschrift)
DSGVO	Datenschutz-Grundverordnung
DStR	Deutsches Steuerrecht (Zeitschrift)
e.V.	eingetragener Verein
ErfK	Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht
ff.	fortfolgende
FC	Fußball-Club
Fn.	Fußnote
Gemeinnützigkeits-HdB	Handbuch der Gemeinnützigkeit

GesR	Gesellschaftsrecht
GesRGenRCOVMVV	Verordnung zur Verlängerung von Maßnahmen im Gesellschafts-, Genossenschafts-, Vereins- und Stiftungsrecht zur Bekämpfung der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie
GG	Grundgesetz
GmbH & Co. KGaA	Gesellschaft mit beschränkter Haftung & Compagnie Kommanditgesellschaft auf Aktien
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GmbHG	GmbH-Gesetz
GWR	Gesellschafts- und Wirtschaftsrecht (Zeitschrift)
h.M.	herrschende Meinung
HdB.	Handbuch
HK	Handkommentar
Hrsg.	Herausgeber
HV	Hauptversammlung
HVs	Hauptversammlungen
i.d.R.	in der Regel
i.S.d.	im Sinne des / im Sinne der
i.V.m.	in Verbindung mit
KG	Kammergericht
lit.	litera
MittBayNott	Mitteilung des Bayerischen Notarvereins (Zeitschrift)
MMR	Multimedia und Recht – Zeitschrift für IT-Recht und Recht der Digitalisierung (Zeitschrift)
MükoAktG	Münchener Kommentar zum Aktiengesetz
MüKoBGB	Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch
MV	Mitgliederversammlung
MVs	Mitgliederversammlungen
NaStraG	Gesetz zur Namensaktie und zur Erleichterung der Stimmrechtsausübung
NJW	Neue juristische Wochenschrift (Zeitschrift)
NJW-RR	Neue Juristische Wochenschrift Rechtsprechungs-Report Zivilrecht (Zeitschrift)
npOR	Zeitschrift für das Recht der Non Profit Organisationen (Zeitschrift)

NZG	Neue Zeitschrift für Gesellschaftsrecht (Zeitschrift)
OLG	Oberlandesgericht
OLGZ	Entscheidungen der Oberlandesgerichte in Zivilsachen (Zeitschrift)
RD <i>i</i>	Recht Digital (Zeitschrift)
Rn.	Randnummer
S.	Seite/bei Gesetzesangaben = Satz
SpuRt	Zeitschrift für Sport und Recht
sog.	sogenannte
u.a.	unter anderem
UmwG	Umwandlungsgesetz
URL	<i>Uniform Resource Locator</i>
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel
ZPO	Zivilprozessordnung
ZS	Zivilsenat

A. Einleitung

I. Themenwahl und Problemstellung

„Meist ist die Angst vor der Gefahr größer als die Gefahr selbst.“¹ In Bezug auf die virtuelle Mitgliederversammlung² (im Folgenden: MV) dürften viele Vereine in der Praxis in den letzten Jahren dieser Aussage zustimmen.³ Spätestens seit den Auswirkungen der Corona-Pandemie und den damit einhergehenden Schutzmaßnahmen dürften fast alle Vereine aus der breiten und vielseitigen Vereinslandschaft ihre Erfahrungen mit einer MV, die in einem virtuellen Format stattfindet, gemacht haben.⁴ Um die Handlungsfähigkeit und die Willensbildung von Vereinen auch unter pandemischer Bedingungen zu gewährleisten, schuf der Gesetzgeber Sonderregelungen, die die Abhaltung virtueller MVs ermöglichte, ohne hierfür eine Änderung der Vereinsatzung vornehmen zu müssen. Gleichwohl stellte sich für viele die Frage, ob der Gesetzgeber die während der Corona-Pandemie geltenden Sonderregelungen als Anlass nehmen wird, um ein solches virtuelles Format für Vereine auch als dauerhafte Alternative zur Präsenzversammlung gesetzlich im BGB zu verankern.⁵ Eine Antwort auf diese Frage folgte mit dem Inkrafttreten des Gesetzes zur Ermöglichung hybrider und virtueller Mitgliederversammlungen im Vereinsrecht am 21.3.2023.⁶

Es ist offensichtlich, dass seit Inkrafttreten des Gesetzes für viele Vereine eine Reihe von praktisch relevanten Fragen in den Vordergrund treten. Denn ein solcher Schritt Richtung Modernisierung und Digitalisierung dürfte neben kreativen Ausgestaltungsmöglichkeiten auch Unklarheiten und Risiken vor allem rechtlicher Natur mit sich bringen.

II. Zielsetzung der Arbeit

Ziel dieser Arbeit ist es, die mit dem genannten Gesetz einhergehenden Ausgestaltungsmöglichkeiten sowie die Besonderheiten samt den Vor- und Nachteilen, die sich bei Abhaltung einer virtuellen MV ergeben können, so praxisnah wie möglich darzustellen und zu analysieren. Vereine sind vielseitig, daher soll herausgearbeitet werden, ob ein solches virtuelles Format für sämtliche Vereine geeignet ist oder ob zwischen der Größe, der Struktur, der Ausrichtung etc. des Vereins unterschieden werden sollte. Schließlich soll die zentrale Frage der Arbeit beantwortet werden, nämlich ob es sich bei der virtuellen MV um *ein Modell für die Zukunft* handelt.

III. Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit basiert auf einer umfassenden Recherche einschlägiger Fachliteratur, Fachzeitschriften sowie Rechtsprechung und ist in fünf Kapitel gegliedert. Nach dem einleitenden Kapitel A wird in Kapitel B ein allgemeiner Überblick über die Rechtsform des Vereins als solche verschafft. Dabei werden die gesetzlich vorgesehenen

Das in dieser Arbeit gewählte generische Maskulinum bezieht sich zugleich auf die männliche, die weibliche und andere Geschlechteridentitäten. Auf eine Mehrfachbezeichnung wird zwecks einer besseren Lesbarkeit verzichtet.

¹ Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (191).

² Die Bezeichnung eines Formats, das sowohl die Präsenz- als auch die virtuelle Teilnahme an der MV vorsieht, lautet "hybride "MV". Die Bezeichnung eines Formats, das ausschließlich die virtuelle Teilnahme der Mitglieder an der MV vorsieht, lautet „rein virtuelle MV“. Die in der Arbeit genutzte Bezeichnung „virtuelle MV“ soll sowohl die hybride als auch die rein virtuelle MV abdecken.

³ Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (191).

⁴ Schmaus, npoR 14 (2022), 131 (131).

⁵ Weitemeyer/Hepperle, npoR 14 (2022), 290 (296).

⁶ Gesetz zur Ermöglichung hybrider und virtueller Mitgliederversammlungen im Vereinsrecht vom 14.3.2023, *BGBI*, 2023, I Nr. 72 vom 20.3.2023.

Organe des Vereins; der Vorstand und die im Mittelpunkt der Arbeit stehende MV in ihrem Wesen und samt ihren Zuständigkeiten thematisiert. Anschließend wird der Ablauf einer MV schrittweise dargestellt. Da die Gewährung und Ausgestaltung dieser im virtuellen Format eine große Rolle spielt, werden darüber hinaus die wesentlichen Rechte der Mitglieder in der MV erläutert. In Kapitel C wird der Weg zur virtuellen Mitgliederversammlung historisch abgebildet. Dabei wird auf die bedeutsamen Urteile des OLG Hamm aus den Jahren 2011 und 2022 eingegangen sowie das COVMG – das die Sonderregelungen zur Abhaltung virtueller MVs während der Corona enthielt – thematisiert. Im Anschluss des Kapitels wird ein Blick auf die Regelungstechnik des Gesetzes zur Ermöglichung hybrider und virtueller Mitgliederversammlungen im Vereinsrecht geworfen. In Kapitel D werden schließlich die Besonderheiten, die sich bei Abhaltung einer virtuellen MV ergeben, im Detail aufgegriffen. Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf die Rechte der Mitglieder im hybriden als auch im rein virtuellen Format gelegt. Das Kapitel D wird mit der Gegenüberstellung der Vor- und Nachteile einer virtuellen MV und die Arbeit mit dem Fazit in Kapitel E abgeschlossen.

B. Die Mitgliederversammlung als oberstes Organ der Willensbildung

I. Die Rechtsform des Vereins

1. Wesen und Zweck eines Vereins

Das Vereinsrecht ist gesetzlich in den §§ 21-79a BGB geregelt und stellt im Falle einer körperschaftlichen Organisation die Auffangregelung des Rechts der juristischen Personen dar.⁷ Der Verein gilt also als Grundform aller rechtsfähigen juristischen Personen des Privatrechts.⁸ „Er ist ein auf Dauer angelegter, körperschaftlich organisierter Zusammenschluss von Personen zu einem gemeinsamen Zweck.“⁹ Der eingetragene Verein (e.V.) ist unabhängig vom Wechsel seiner Mitglieder und demnach eine rechtsfähige Körperschaft.¹⁰ Es ist dabei zwischen dem nicht wirtschaftlichen Idealverein (§ 21 BGB) und dem wirtschaftlichen Verein (§ 22 BGB) zu unterscheiden.¹¹ Des Weiteren wird zwischen dem rechtsfähigen Verein, welcher in das Vereinsregister eingetragen wird und dem sog. Verein ohne Rechtspersönlichkeit unterschieden.¹² Wesentlicher Unterschied ist, dass nur der e.V. eine juristische Person ist.¹³

Für die Organisation zivilgesellschaftlichen Engagements spielen Vereine in der Praxis eine große Rolle¹⁴ und treten besonders im sportlichen, aber auch im kulturellen und karitativen Bereich in Erscheinung.¹⁵ So ist ebenso die vereinsrechtliche Organisation von Parteien, Arbeitgeber- und Arbeitnehmer- sowie Wirtschaftsverbänden denkbar.¹⁶ Die sog. Vereinssatzung ist der „Gesellschaftsvertrag“ des Vereins.¹⁷ Nach § 25 BGB bestimmt sie die Verfassung des Vereins, soweit sie nicht auf die §§ 26 ff. BGB beruht. Gemäß § 57 Abs.

⁷ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 21.

⁸ BGH, Urteil vom 21.01.1991, II ZR 144/90, NJW 1991, 1727 (1729).

⁹ Bitter/Heim, Gesellschaftsrecht, § 2 Rn. 1.

¹⁰ Saenger, Gesellschaftsrecht, § 9 Rn 442.

¹¹ Saenger, Gesellschaftsrecht, § 9 Rn 442.; dazu genauer Kapitel B I 2.

¹² Saenger, Gesellschaftsrecht, § 9 Rn 442.

¹³ Saenger, Gesellschaftsrecht, § 9 Rn 442.

¹⁴ Habighorst, NZG 26 (2023), 356 (356).

¹⁵ Saenger, Gesellschaftsrecht, § 9 Rn. 443.

¹⁶ Saenger, Gesellschaftsrecht, § 9 Rn. 443.

¹⁷ Bitter/Heim, Gesellschaftsrecht, § 2 Rn. 2.

1 BGB muss die Satzung den Zweck, den Namen und den Sitz des Vereins enthalten. Jeder zulässige ideelle oder wirtschaftliche Zweck kann grundsätzlich den Vereinszweck bilden.¹⁸ Abgeleitet aus Art. 9 Abs. 1 GG gilt für die Wahl des Vereinszwecks der Grundsatz der freien Zweckbestimmung.¹⁹

2. Abgrenzung wirtschaftlicher und nichtwirtschaftlicher Verein

Wie oben ausgeführt, wird im Vereinsrecht zwischen dem nichtwirtschaftlichen und dem wirtschaftlichen Verein unterschieden. Der Idealverein, dessen Zweck nicht auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb gerichtet ist, erlangt gemäß § 21 BGB Rechtsfähigkeit durch die Eintragung ins Vereinsregister. Anders ist es beim wirtschaftlichen Verein, der nicht durch die Eintragung ins Vereinsregister, sondern ausschließlich durch staatliche Verleihung (Konzession) entsteht (§ 22 S. 2 BGB).²⁰ Eine solche Verleihung erfolgt allerdings ausnahmsweise nur dann, wenn die Organisation in einer anderen Rechtsform unter Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalls als nicht sachgerecht erscheint.²¹

Unternehmerisch tätige Personenvereinigungen sollen sich an einer für ihre wirtschaftliche Tätigkeit geschaffene Rechtsform bedienen (z.B. GmbH oder AG), was eine seltene Vergabe der Konzession zur Folge hat.²² Anders als im Vereinsrecht enthalten die Regelungen des Rechts der Personengesellschaften und der juristischen Personen des Handelsrechts strengere Vorschriften zum Gläubigerschutz, wie die persönliche Haftung der Gesellschafter oder die Aufbringung von Mindestkapital, welche durch die freie Gründung von wirtschaftlichen Vereinen i.S.d. § 22 BGB leicht zu umgehen wären.²³

Nach der „KiTA-Entscheidung“ des BGH ist für die Einordnung, ob es sich um einen Idealverein oder um einen wirtschaftlichen Verein handelt, nicht nur die Satzung entscheidend.²⁴ Ausschlaggebend ist auch, in welcher Form der Verein tatsächlich tätig wird.²⁵ Genannte Unterscheidung kann in den Fällen schwierig sein, in denen der Verein zwar unternehmerisch tätig ist, diese Tätigkeit jedoch zur Unterstützung eines nicht wirtschaftlichen ideellen Zwecks ausführt.²⁶

a) Das Nebenzweckprivileg

Das sog. Nebenzweckprivileg stellt eine Ausnahme der beschriebenen wirtschaftlichen Vereine dar.²⁷ Danach kann ein Verein

„auch dann ein nichtwirtschaftlicher Verein sein, wenn er zur Erreichung seiner ideellen Ziele unternehmerische Tätigkeiten entfaltet, sofern diese dem nichtwirtschaftlichen Hauptzweck zu- und untergeordnet und Hilfsmittel zu dessen Erreichung sind.“²⁸

¹⁸ Schauhoff/Kirchhain Gemeinnützigkeits-HdB/van Randenborgh, § 2 Vereinsrecht Rn. 33.

¹⁹ Schauhoff/Kirchhain Gemeinnützigkeits-HdB/van Randenborgh, § 2 Vereinsrecht Rn. 33.

²⁰ Bitter/Heim, Gesellschaftsrecht, § 2 Rn. 10.

²¹ BVerwG, Urteil vom 24.4.1979, 1 C 8/74, NJW 1979, 2261 (2261).

²² BVerwG, Urteil vom 24.4.1979, 1 C 8/74, NJW 1979, 2261 (2263); Bitter/Heim, Gesellschaftsrecht, § 2 Rn. 10.

²³ BGH, Beschluss vom 16.5.2017, II ZB 7/16, NJW 2017, 1943, Rn. 31.

²⁴ BGH, Beschluss vom 16.5.2017, II ZB 7/16, NJW 2017, 1943, Rn. 19.

²⁵ BGH, Beschluss vom 16.5.2017, II ZB 7/16, NJW 2017, 1943, Rn. 19.

²⁶ Bitter/Heim, Gesellschaftsrecht, § 2 Rn. 10; zum Nebenzweckprivileg siehe auch Kapitel B I 2 a).

²⁷ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 21 Rn. 118.

²⁸ BGH, Beschluss vom 16.5.2017, II ZB 7/16, NJW 2017, 1943, Rn. 19.

Ein nichtwirtschaftlicher Verein kann sich also auch wirtschaftlich betätigen und einen Nebengeschäftsbetrieb unterhalten, um seinen ideellen Hauptzweck bestmöglich zu erreichen.²⁹ Auch die steuerliche Anerkennung eines Vereins als gemeinnützig i.S.d. §§ 51 AO ff. stellt eine Indizwirkung dafür dar, dass der Zweck des Vereins nicht auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb gerichtet ist.³⁰

b) Ausgliederung der wirtschaftlichen Tätigkeit

Gliedert ein Verein seine wirtschaftliche Tätigkeit auf eine Tochtergesellschaft aus, so stellt sich die Frage, ob er sich die ausgegliederte Tätigkeit als eigenen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb zurechnen lassen muss oder sich damit der Stellung als wirtschaftlichen Verein entzieht.³¹ Mit dem „ADAC-Urteil“ aus dem Jahr 1982 stellt der BGH klar, dass die unternehmerische Tätigkeit einer von einem Idealverein gegründeten Kapitalgesellschaft diesem Verein nicht als eigenem wirtschaftlichem Geschäftsbetrieb zuzurechnen ist.³² Auch und insbesondere im Profifußball haben sich viele Vereine dazu entschieden, ihre Profiabteilungen auf eine Kapitalgesellschaft auszugliedern, da der Profifußball neben den sportlichen und ideellen zudem wirtschaftliche Interessen verfolgt.³³

Bspw. hat der 1. FC Köln seine gesamte Lizenzspielerabteilung auf eine GmbH & Co. KGaA ausgegliedert.³⁴ Jene Rechtsform bietet die Möglichkeit, Anteile in Form von Aktien zu verkaufen, ohne dabei einen wesentlichen Einfluss der Kommanditaktionäre auf das operative Tagesgeschäft in Kauf nehmen zu müssen.³⁵ Die meisten Vereine der Bundesliga, die ihre Profiabteilung auf eine Kapitalgesellschaft ausgegliedert haben, sind inzwischen in der Rechtsform der GmbH & Co. KGaA organisiert.³⁶ Ein weiteres prominentes Beispiel hierfür ist Borussia Dortmund. Auch beim „BVB“ hat sich die genannte Mischform aus Personen- und Aktiengesellschaft durchgesetzt.³⁷

II. Gesetzlich vorgesehene Organe eines Vereins

Der Organisation als juristische Person geschuldet, benötigt ein Verein Menschen, die zur Herstellung des Kontakts zur Umwelt in rechtlicher und tatsächlicher Beziehung für ihn tätig werden.³⁸ Vorstand und MV bilden die zwingenden Organe eines Vereins, wobei die Bildung weiterer, gesetzlich nicht vorgeschriebener Organe durch die Satzung geregelt werden kann.³⁹ Bspw. hat der 1. FC Köln neben den beiden genannten zwingenden Organen u.a. auch einen Mitgliederrat, der die Geschäftsführung des Vorstands überwacht und diesen in wichtigen Angelegenheiten berät.⁴⁰ Zudem wirkt er als Bindeglied und Sprachrohr zwischen Vorstand und Mitgliedschaft.⁴¹ Anders als im Personengesellschaftsrecht gelten für Vereine die Grundsätze der Fremd- und der

²⁹ *Beuthien*, NZG 18 (2015), 449 (449).

³⁰ BGH, Beschluss vom 16.5.2017, II ZB 7/16, NJW 2017, 1943, Rn. 23.

³¹ BeckOK BGB/*Schöpflin*, BGB, § 21 Rn. 109.

³² BGH, Urteil vom 29.09.1982, I ZR 88/80, NJW 1983, 569 (569).

³³ MüKoBGB/*Leuschner*, BGB, § 22 Rn. 74.

³⁴ <https://www.fc.de/club/ueber-den-fc/gremien#1-fc-koeln-gmbh-co-kgaa>, 07.07.2024.

³⁵ *Wittersheim*, SpuRt 27 (2020), 221 (225).

³⁶ *Wittersheim*, SpuRt 27 (2020), 221 (224).

³⁷ *Wittersheim*, SpuRt 27 (2020), 221 (225).

³⁸ *Neudert/Waldner*, Der eingetragene Verein, Rn. 224.

³⁹ *Saenger*, Gesellschaftsrecht, § 9 Rn. 453.

⁴⁰ <https://fc.de/club/ueber-den-fc/gremien#mitgliederrat>, 07.07.2024

⁴¹ <https://fc.de/club/ueber-den-fc/gremien#mitgliederrat>, 07.07.2024

Drittorganschaft.⁴² Mitglieder eines Vereins sind demnach ohne die Einrichtung eines Vertretungsorgans auch in ihrer Gesamtheit nicht in der Lage, den Verein zu vertreten (Fremdorganschaft).⁴³ Andererseits müssen Vorstandsmitglieder nicht unbedingt Mitglieder des Vereins sein (Drittorganschaft).⁴⁴

1. Vorstand, § 26 BGB

a) Stellung

Nach § 26 Abs. 1 S. 2 BGB vertritt der Vorstand den Verein gerichtlich und außergerichtlich und hat die Stellung eines gesetzlichen Vertreters. Gemäß § 59 Abs. 1 BGB hat der Vorstand den Verein ins Vereinsregister anzumelden, woraus folgt, dass der Vorstand bereits vor der Eintragung besetzt sein muss.⁴⁵ Er ist i.d.R. nicht nur Vertretungsorgan des Vereins, sondern auch zur Geschäftsführung befugt.⁴⁶ Während die Geschäftsführungsbefugnis die Frage betrifft, ob eine Handlung im Innenverhältnis vorgenommen werden darf⁴⁷, regelt die Vertretung das rechtsgeschäftliche Handeln im Namen des Vereins und dessen Wirksamkeit.⁴⁸

b) Vertretungsmacht

§ 26 Abs. 1 S. 1 BGB regelt, dass der Verein durch die Mehrheit der Vorstandsmitglieder vertreten wird, sofern er aus mehreren Personen besteht. Ist dies unerwünscht, so empfiehlt sich eine satzungsmäßige Regelung, die bestimmen kann, dass ein Handeln aller Vorstandsmitglieder zur Vertretung erforderlich ist (Gesamtvertretungsmacht) oder dass ein Mitglied, mehrere oder alle Mitglieder des Vorstands einzeln zur Vertretung befugt ist/sind (Einzelvertretungsmacht).⁴⁹ Demgegenüber genügt nach § 26 Abs. 2 S. 2 BGB die Abgabe gegenüber einem Vorstandsmitglied, wenn eine Willenserklärung gegenüber einem Verein abzugeben ist. Zwar ist der Umfang der Vertretungsmacht des Vorstands grundsätzlich unbeschränkt⁵⁰, dieser kann gemäß § 26 Abs. 1 S. 3 BGB jedoch durch die Satzung mit Wirkung gegenüber Dritten beschränkt werden. Die Beschränkung gilt dann, anders als bei einer GmbH oder einer AG nicht nur im Innenverhältnis, sondern auch kraft Eintragung der Beschränkung ins Vereinsregister mit Wirkung nach außen gegenüber Dritten (§§ 64, 68, 70 BGB).⁵¹ Beschränkungen, die dem Vorstand den Abschluss eines Rechtsgeschäfts nur bis zu einem festgelegten Geldbetrag einräumen, sind hier als gängiges Praxisbeispiel zu nennen.⁵² Zum Schutz des Rechtsverkehrs und im Sinne der Handlungsfähigkeit des Vereins sollte der Umfang einer solchen Einschränkung klar und eindeutig bestimmt sein.⁵³

⁴² MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 26 Rn. 5.

⁴³ MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 26 Rn. 5.

⁴⁴ MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 26 Rn. 5.

⁴⁵ MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 26 Rn. 6.

⁴⁶ *Kallwass/Abels/Müller-Michaels*, Privatrecht, S. 467; zur Zuständigkeitsordnung im Bereich der Geschäftsführung siehe auch Kapitel B II 2 b).

⁴⁷ MüKoBGB/Leuschner, BGB § 26 Rn. 10.

⁴⁸ MüKoBGB/Leuschner, BGB § 26 Rn. 8, 10.

⁴⁹ BeckNotar-HdB/Waldner, § 18 Rn. 24.

⁵⁰ *Saenger*, Gesellschaftsrecht, § 9 Rn. 454.

⁵¹ BeckNotar-HdB/Waldner, § 18 Rn. 25.

⁵² BeckNotar-HdB/Waldner, § 18 Rn. 25.

⁵³ BGH, Urteil vom 15.4.2021, III ZR 139/20, NJW 2021, 2036, Rn. 38; auch *Grunewald/Müller*, Gesellschaftsrecht, § 7 Rn. 33.

c) Verhältnis zu Vereinsmitgliedern

In einem Rechtsverhältnis steht der Vorstand lediglich zum Verein, jedoch nicht zu den einzelnen Vereinsmitgliedern.⁵⁴ Verletzt er seine Pflichten, ist er nur gegenüber dem Verein schadensersatzpflichtig, dahingegen nicht gegenüber den Mitgliedern.⁵⁵ Möchte ein Vereinsmitglied seinen Unmut gegenüber dem Vorstand äußern, so hat er dies in der MV zu tun, die dem Vorstand übergeordnet ist. Der Vorstand muss sich demnach nicht außerhalb der MV mit Beanstandungen einzelner Mitglieder über seine Führungsrolle auseinandersetzen.⁵⁶ Gleichwohl hat jedes Mitglied des Vereins einen Anspruch darauf, dass er in seinen Mitgliedschaftsrechten nicht verletzt wird.⁵⁷ In solch einem Fall könnten Schadensersatzansprüche entstehen, für die der Verein haften müsste (Organhaftung nach § 31 BGB).⁵⁸

2. Mitgliederversammlung, § 32 BGB

a) Stellung und Bedeutung für den Verein

„Die MV ist das höchste Organ des Vereins.“⁵⁹ Das Organ „MV“ ist terminologisch nicht mit der Gesamtheit der Vereinsmitglieder zu verwechseln.⁶⁰ Ersteres bezeichnet lediglich sämtliche Mitglieder, die durch Einladung in der MV erschienen sind.⁶¹ In der MV können die Mitglieder über die Geschicke des Vereins mitentscheiden und eine Reihe von Mitgliederrechten ausüben (z.B. das Rede- und Fragerecht).⁶² Die Beschlussfassung ist das Instrument, mit der die Angelegenheiten des Vereins – sofern sie nicht dem Vorstand oder einem anderen Organ obliegen – in der MV geregelt werden (§ 32 Abs. 1 S. 1 BGB). Vereinsmitglieder können durch Stimmabgabe zur Wahl vorgeschlagene Personen zur Besetzung eines Organs wählen. Aus Sicht des Vorstands bietet die MV die Möglichkeit, zu zeigen, dass er seinen satzungsmäßigen Pflichten nachgekommen ist. Es ist die Veranstaltung, in der er Rechenschaft gegenüber den Mitgliedern abgeben muss und sich zur Wiederwahl stellen kann.

b) Zuständigkeiten

Wie oben beschrieben, bestimmt § 32 Abs. 1 S. 1 BGB, dass die Entscheidung über alle Angelegenheiten des Vereins der MV obliegt, soweit sie nicht qua Satzung oder Gesetz dem Vorstand oder einem anderen Vereinsorgan übertragen wurde.⁶³ Gesetzlich normiert sind u.a. die Bestellung des Vorstands (§ 27 BGB), die Änderung der Satzung (§ 33 BGB) und die Auflösung des Vereins (§ 41 BGB). Die „Auffangzuständigkeit“ des § 32 Abs. 1 BGB ist vor dem Hintergrund des § 27 Abs. 3 BGB zu betrachten, der die Geschäftsführungszuständigkeit des Vorstands normiert und zugleich auf das Auftragsrecht verweist.⁶⁴ Durch jenen Verweis ist der Vorstand gemäß § 27 Abs. 3 BGB i.V.m. § 665 BGB an die Weisungen der MV gebunden.⁶⁵ Dies hat einen maßgeblichen Einfluss auf die

⁵⁴ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 264.

⁵⁵ LG Frankfurt a. M., Urteil vom 6.2.1997, 2-23 O 374-96, NJW-RR 1998, 396 (397, 398).

⁵⁶ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 264.

⁵⁷ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 264.

⁵⁸ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 264.

⁵⁹ HK-BGB/Dörner, BGB, § 32 Rn. 1.

⁶⁰ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 2.

⁶¹ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 2.

⁶² Zu den einzelnen Mitgliederrechten in der MV siehe Kapitel B IV.

⁶³ Saenger, Gesellschaftsrecht, § 9 Rn. 458.

⁶⁴ MüKoBGB/Leuschner, BGB § 27 Rn. 37 und § 32 Rn. 4.

⁶⁵ HK-BGB/Dörner, BGB, § 27 Rn. 6.

Zuständigkeitsordnung im Vereinsrecht.⁶⁶ Nicht nur die Grundlagengeschäfte fallen hiernach in den Zuständigkeitsbereich der MV, sondern auch Angelegenheiten, die die Geschäftsführung betreffen.⁶⁷ Daraus folgt eine konkurrierende Zuständigkeit von MV und Vorstand im Bereich der Geschäftsführung, von dessen Zuständigkeit der Vorstand ausgeschlossen ist, sofern die MV wiederum hiervon Gebrauch macht.⁶⁸ Andersrum kann der Vorstand geschäftsführend tätig werden, wenn die Entscheidung der MV nicht gegenteilig ausfällt.⁶⁹

In Sachen Kompetenzordnung weist das Vereinsrecht im Wesentlichen eine Parallele zum GmbHG auf und unterscheidet sich gleichzeitig von der des AktG.⁷⁰ Während die Geschäftsführung bei der GmbH an die Weisungen der Gesellschafterversammlung gebunden ist (§ 37 Abs. 1 GmbHG)⁷¹, leitet der Vorstand der AG nach § 76 Abs. 1 AktG die Gesellschaft unter eigener Verantwortung. Seine Vertretungsbefugnis gegenüber Dritten ist zudem unbeschränkbar.⁷² Die meisten Regelungen im Vereinsrecht haben aus § 40 BGB folgend dispositiven Charakter. So können auch Kompetenzen, die gesetzlich der MV zugeteilt sind, anderen Vereinsorganen übertragen werden.⁷³ Entzogen werden können der MV sogar die Befugnis zur Bestellung und Abberufung des Vorstands oder die Beschlussfassung über eine Satzungsänderung bis hin zur Änderung des Vereinszwecks.⁷⁴ Hinsichtlich der internen Willensbildung bezeichnet *Leuschner* die Kompetenzen der MV als „Allzuständigkeit“.⁷⁵ Aufgrund dieser Allzuständigkeit bedarf es auch verglichen zum Aktienrecht keine ungeschriebenen Kompetenzen der MV.⁷⁶

III. Ablauf einer Mitgliederversammlung

Um die Gemeinsamkeiten und Unterschiede einer virtuellen MV mit einer MV in Präsenz so praxisnah wie möglich miteinander vergleichen zu können, wird im Folgenden zunächst der Ablauf einer in Präsenz stattfindenden MV dargestellt.

1. Einberufung, § 36 BGB

Eine rechtmäßige Willensbildung im Verein geht grundsätzlich mit einer ordnungsmäßig einberufenen MV einher.⁷⁷ Gemäß § 36 BGB ist die MV in den durch die Satzung bestimmten Fällen sowie wenn das Interesse des Vereins es erfordert, einzuberufen. Auch § 58 Nr. 4 BGB normiert u.a., dass die Voraussetzungen unter denen die MV zu berufen ist und die Form der Einberufung zum Sollinhalt der Satzung gehören. Fehlt eine entsprechende Satzungsregelung hierzu, hat es die Zurückweisung der Anmeldung ins Vereinsregister zur Folge (§ 60 BGB). Das Gesetz regelt die verfahrensmäßigen und inhaltlichen Anforderungen einer wirksamen Einberufung jedoch nicht abschließend.⁷⁸

⁶⁶ MüKoBGB/*Leuschner*, BGB § 32 Rn. 4.

⁶⁷ MüKoBGB/*Leuschner*, BGB, § 32 Rn. 4.

⁶⁸ MüKoBGB/*Leuschner*, BGB, § 32 Rn. 5.

⁶⁹ MüKoBGB/*Leuschner*, BGB, § 32 Rn. 5.

⁷⁰ MüKoBGB/*Leuschner*, BGB, § 32 Rn. 4.

⁷¹ *ErfK/Rolfs*, SGB IV, § 7 Rn. 20.

⁷² MüKoAktG/*Spindler*, AktG, § 82 Rn. 7.

⁷³ OLG Celle, Beschluss vom 28.8.2017, 20 W 18/17, NZG 2017, 1191, Rn. 15.

⁷⁴ *Neudert/Waldner*, Der eingetragene Verein, Rn. 156.

⁷⁵ MüKoBGB/*Leuschner*, BGB, § 32 Rn. 4.

⁷⁶ MüKoBGB/*Leuschner*, BGB, § 32 Rn. 6.

⁷⁷ Vgl. BGH, Urteil vom 9.11.1972, II ZR 63/71, NJW 1973, 235 (236).

⁷⁸ BeckOK BGB/*Schöpflin*, BGB, § 32 Rn. 8.

a) **Zuständigkeit**

Die Einberufung der MV erfolgt – sofern die Satzung nichts anderweitiges bestimmt – durch den vertretungsberechtigten Vorstand.⁷⁹ „Sie gilt als Akt der vereinsinternen Vertretung.“⁸⁰ Ein Beschluss des Vorstands für die Einberufung bedarf es hingegen nicht.⁸¹ Besteht der Vorstand aus mehreren Mitgliedern, reicht es aus, wenn die nach der Vereinssatzung vertretungsberechtigte Zahl von Vorstandsmitgliedern die MV einberuft.⁸² Fehlt eine solche Bestimmung in der Satzung, kann die Mehrheit der Vorstandsmitglieder auch gemeinschaftlich handeln.⁸³ Räumt die Satzung eine Einzelvertretungsbefugnis ein, ist die Einberufung durch jedes Vorstandsmitglied möglich.⁸⁴ Eine MV, die nicht von der für sie zuständigen Person oder nicht in der vorgeschriebenen Art und Weise einberufen wird, hat im äußersten Fall die Nichtigkeit der in dieser MV gefassten Beschlüsse zur Folge.⁸⁵

b) **Form**

Wie so oft im Vereinsrecht hängt die Form der Einberufung der MV von der Satzung ab (vgl. § 58 Nr. 4 BGB). Auch wenn hinsichtlich der Regelung in der Satzung zur Form Satzungsautonomie besteht⁸⁶, muss die Satzungsregelung hinreichend bestimmt sein, sodass für jedes Mitglied des Vereins die Möglichkeit besteht, ohne wesentliche Erschwerungen von der Einladung zur MV Kenntnis zu erlangen, wobei es auf die tatsächliche Kenntnisnahme nicht ankommt.⁸⁷ Möglich ist u.a. und insbesondere die schriftliche oder mündliche Ladung der Mitglieder.⁸⁸ Enthält die Satzung eine Bestimmung zur schriftlichen Einladung, so ist ein Einladungsschreiben an die letzte bekannte Adresse der Mitglieder zu versenden.⁸⁹ Auch die Einladung per Mail ist zur Wahrung der Schriftform zulässig⁹⁰, da die in der Vereinssatzung verankerte Schriftform als gewillkürte Schriftform i.S.d. § 127 Abs. 2 S. 1 BGB anzusehen ist.⁹¹ Denkbar ist ebenfalls die Einberufung durch Veröffentlichung in der vereinseigenen Zeitschrift.⁹² In den Fällen, in denen die Vereinssatzung eine schriftliche Einberufung vorsieht, reicht die Einladung der Mitglieder durch die Vereinszeitschrift hingegen nicht aus.⁹³ Nach satzungsmäßiger Regelung kann ebenso die Einladung durch Veröffentlichung auf der Website des Vereins erfolgen.⁹⁴

⁷⁹ Beschluss vom 6.12.1977, 1 W 2603/77, OLGZ 1978, 272 (274).

⁸⁰ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 9.

⁸¹ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 157a; frühere Rechtsprechung sah dies anders: OLG Schleswig, Urteil vom 5.2.1960, 5 U 114/59, NJW 1960, 1862 (1862).

⁸² Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 157a.

⁸³ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 157a.

⁸⁴ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 157a.

⁸⁵ BGH, Urteil vom 16. 12. 1953, II ZR 167/52, NJW 1954, 385 (386); Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 157.

⁸⁶ MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 32 Rn. 13.

⁸⁷ OLG Hamm, Beschluss vom 23. 11. 2010, 15 W 419/10, 395 (395); BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 11.

⁸⁸ MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 32 Rn. 13.

⁸⁹ BGH, Urteil vom 20.9.2004, II ZR 334/02, NZG 2005, 69 (71).

⁹⁰ OLG Hamm, Beschluss vom 24.9.2015, 27 W 104/15, DStR 2016, 487 Rn. 12; Röcken, npoR 6 (2014), 25 (25).

⁹¹ OLG Hamm, Beschluss vom 24.9.2015, 27 W 104/15, DStR 2016, 487 Rn. 18; Schäfer, NJW 65 (2012), 891 (891).

⁹² Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 171b.

⁹³ AG Elmshorn, Urteil vom 21.8.2000, 52 C 79/00, NJW-RR 2001, 25 (26).

⁹⁴ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 171b.

c) Frist

Anders als im Aktienrecht (132 Abs. 1 AktG) gibt es im Vereinsrecht keine gesetzliche Regelung zur Frist der Einberufung.⁹⁵ Auch hier kommt es erneut auf die Satzung an.⁹⁶ Das zuständige Einberufungsorgan (i.d.R. der Vorstand) hat für die Einhaltung der Einberufungsfrist zu sorgen.⁹⁷ Die Frist beginnt – sofern in der Satzung nicht anderweitig geregelt – mit dem Zugang des Einladungsschreibens.⁹⁸ Bei Nutzung eines anderen Mediums (z.B. Website oder Zeitschrift) beginnt sie mit der Veröffentlichung.⁹⁹ Eine zu kurze Einberufungsfrist entspricht nicht dem Gedanken der ordnungsgemäßen Vorbereitung der Mitglieder und stellt einen Beschlussmangel dar.¹⁰⁰ Fällt der letzte Tag einer kalendermäßig bestimmten Frist auf einen Samstag oder Sonntag, so werden – entgegen des § 193 BGB, der bestimmt, dass bestimmte Fristen nur zu einem Werktag enden können – auch die genannten Wochentage für das Fristende mitgezählt.¹⁰¹

Für die Angemessenheit der Einberufungsfrist kommt es auf die Umstände des Einzelfalls an.¹⁰² Während bei kleinen Vereinen eine Woche ausreichen kann¹⁰³, sollte bei Großvereinen die Einberufungsfrist vier Wochen nicht unterschreiten.¹⁰⁴ Bei der Kalkulation heranzuziehen sind z.B. die Entfernung zwischen dem Wohnort der Mitglieder und der Versammlungsstätte sowie vorhersehbare Terminschwierigkeiten der Mitglieder.¹⁰⁵

2. Tagesordnung

Nach § 32 Abs. 1 S. 2 BGB soll zur Gültigkeit eines Beschlusses der Gegenstand der Beschlussfassung – die sog. Tagesordnung – bezeichnet werden. Die Tagesordnung wird den Mitgliedern regelmäßig mit der Einberufung der MV mitgeteilt. Sinn und Zweck der Regelung ist der Schutz der Mitglieder vor Überraschungen sowie die Vorbereitung auf die in der MV zu diskutierenden Themen.¹⁰⁶ Auch soll den Mitgliedern die gebotene Zeit gegeben werden, um zu entscheiden, ob sie überhaupt an der MV teilnehmen möchten.¹⁰⁷ Abhängig von den Umständen des Einzelfalls ist eine allgemeine Information über die zu behandelnden Anträge ausreichend, wobei die Wiedergabe des genauen Wortlauts nicht mitgeteilt werden muss.¹⁰⁸

Soll bspw. die Satzung geändert werden, ist es nicht notwendig, den Satzungstext, über dessen Änderung bzw. Aufnahme abgestimmt werden soll, in der Tagesordnung mitzuteilen.¹⁰⁹ Bloße Bezeichnungen wie „Satzungsänderung“, „Anträge“ oder „Verschiedenes“ reichen andererseits nicht aus.¹¹⁰ Zumindest sollen die zu ändernden Satzungsbestimmungen bezeichnet werden.¹¹¹ Den gesetzlichen Anforderungen

⁹⁵ *Neudert/Waldner*, Der eingetragene Verein, Rn. 172.

⁹⁶ *BeckNotar-HdB/Waldner*, § 18 Rn. 32.

⁹⁷ *Neudert/Waldner*, Der eingetragene Verein, Rn. 172.

⁹⁸ OLG München, Beschluss vom 11.5.2015, 31 Wx 123/15, NZG 2016 387 (387).

⁹⁹ *MüKoBGB/Leuschner*, BGB § 32 Rn. 16.

¹⁰⁰ *MüKoBGB/Leuschner*, BGB § 32 Rn. 16.

¹⁰¹ *Neudert/Waldner*, Der eingetragene Verein, Rn. 172.

¹⁰² *BeckOK BGB/Schöpflin*, BGB, § 32 Rn. 13.

¹⁰³ *MüKoBGB/Leuschner*, BGB, § 32 Rn. 16.

¹⁰⁴ *Neudert/Waldner*, Der eingetragene Verein, Rn. 172a.

¹⁰⁵ *MüKoBGB/Leuschner*, BGB, § 32 Rn. 16.

¹⁰⁶ BGH, Urteil vom 17.11.1986, II ZR 304/85, NJW 1987, 1811 (1811).

¹⁰⁷ BGH, Urteil vom 17.11.1986, II ZR 304/85, NJW 1987, 1811 (1811).

¹⁰⁸ BGH, Beschluss vom 12.5.1975, AnwZ (B) 2/75, NJW 1975, 1559 (1560); *MüKoBGB/Leuschner*, BGB § 32 Rn. 17.

¹⁰⁹ OLG Celle, Beschluss vom 23.8.2011, 20 W 15/11, FGPrax 2012, 34 (34).

¹¹⁰ OLG Celle, Beschluss vom 23.8.2011, 20 W 15/11, FGPrax 2012, 34 (34).

¹¹¹ OLG Celle, Beschluss vom 23.8.2011, 20 W 15/11, FGPrax 2012, 34 (34).

entsprechen jedenfalls die Beifügung eines Satzungsentwurfs¹¹² sowie die stichwortartige Wiedergabe des wesentlichen Inhalts der Satzungsänderung.¹¹³ Soll ein Mitglied ausgeschlossen werden, so muss dies in der Tagesordnung ausdrücklich bezeichnet werden, um mögliche Anfechtungen durch Mitglieder zu verhindern, wobei der Name des betroffenen Mitglieds nicht genannt werden muss.¹¹⁴ Die Formulierung „Beschlussfassung über den Ausschluss eines Mitglieds“ wäre hinreichend bestimmt.¹¹⁵

Geht es um die Abbestellung eines Vorstandmitglieds, reicht die Bezeichnung „Vorstandsangelegenheiten“ ebenfalls nicht aus.¹¹⁶ Die Ankündigung „Abberufung eines Vorstandmitglieds“ reicht hingegen aus.¹¹⁷

Für alle zu behandelnden Vereinsangelegenheiten gilt, dass das Einberufungsorgan „eher eine zu ausführliche als eine zu knappe Beschreibung“ den Mitgliedern zur Verfügung stellen sollte.¹¹⁸

3. Versammlungsleitung

a) Befugte Personen

Die Rolle des Versammlungsleiters ist im Vereinsrecht gesetzlich nicht geregelt.¹¹⁹ Auch hier bestimmt die Satzung über die Befugnis zur Leitung der MV.¹²⁰ Enthält die Satzung hingegen keine Regelung zur Versammlungsleitung oder ist der satzungsmäßig bestimmte Versammlungsleiter nicht anwesend, kann die MV eine andere Person *ad hoc* als Versammlungsleiter wählen.¹²¹ Andernfalls ist der Vorstand für die Leitung der MV zuständig.¹²² Besteht der Vorstand aus mehreren Mitgliedern, so hat der Vorstandsvorsitzende die MV zu leiten.¹²³

b) Aufgaben

Der Versammlungsleiter hat für eine ordnungsgemäße Durchführung der MV – insbesondere für eine einwandfreie Willensbildung im Rahmen der Beschlussfassungen – zu sorgen.¹²⁴ Er eröffnet und schließt die MV, gibt zu Beginn die Tagesordnungspunkte bekannt und stellt die Beschlussfähigkeit der MV sowie die Abstimmungsergebnisse fest.¹²⁵ Der Versammlungsleiter kann auch von der ursprünglichen Reihenfolge der Tagesordnungspunkte abweichen, sofern es ihm sinnvoll und zweckmäßig erscheint.¹²⁶ Um sicherzugehen, dass der Versammlungsleiter dies nicht gegen den Willen der MV tut, ist es ratsam, dass er einen Beschluss zur Änderung der Reihenfolge der Tagesordnungspunkte veranlasst.¹²⁷ Zwar ist er verpflichtet alle Mitglieder gleich zu behandeln, muss aber bei

¹¹² OLG Schleswig, Beschluss vom 24.10.2001, 2 W 144/01, NJW-RR 2002, 760 (760).

¹¹³ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 172.

¹¹⁴ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 178b.

¹¹⁵ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 178b.

¹¹⁶ BGH, Urteil vom 29.5.2000, II ZR 47/99, NJW-RR 2000, 1278 (1279).

¹¹⁷ BGH, Urteil vom 29.5.2000, II ZR 47/99, NJW-RR 2000, 1278 (1279); Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 178b.

¹¹⁸ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 178.

¹¹⁹ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 18.

¹²⁰ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 18.

¹²¹ BayObLG (2. ZS), Beschluss vom 20.10.1972, BReg. 2 Z 31/72, 329 (330); BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 18.

¹²² BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 18.

¹²³ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 18.

¹²⁴ MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 32 Rn. 26.

¹²⁵ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 19.

¹²⁶ KG, Urteil vom 12.3.1957, 2 U 2347/56, NJW 1957, 1680 (1680, 1681).

¹²⁷ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 183.

Diskussionen keine neutrale Position einnehmen.¹²⁸ Ihm obliegt es den Mitgliedern bei Meldungen das Wort zu erteilen.¹²⁹ Nach der h.M. umfasst seine Kompetenz auch die Festsetzung bzw. Beschränkung der Redezeit der Redner.¹³⁰ Darüber hinaus ist er befugt, in bestimmten Fällen dem Redner das Wort zu entziehen (z.B. bei Überschreitung der Redezeit trotz Abmahnung)¹³¹ sowie Teilnehmer von der Versammlung auszuschließen.¹³² Maßnahmen des Versammlungsleiters können als solche nicht gerichtlich angefochten werden.¹³³

4. Beschlussfassung, § 32 Abs. 1 BGB

Wie bereits ausgeführt, werden nach § 32 Abs. 1 S. 1 BGB die Angelegenheiten des Vereins durch Beschlussfassung in der MV geordnet.¹³⁴ Der Beschluss ist kein Vertrag, sondern ein Akt der körperschaftlichen Willensbildung.¹³⁵ Bindend ist ein Beschluss auch für diejenigen Mitglieder, die nicht an der MV teilgenommen, gegen den Antrag gestimmt oder sich der Stimme enthalten haben.¹³⁶ Wirksamkeit erlangt ein Beschluss durch die Bekanntgabe der Stimmergebnisse.¹³⁷ Ein Beschluss, der eine Satzungsänderung innehat, wird wirksam mit dem Eintritt der aufschiebenden Bedingung der Eintragung im Vereinsregister.¹³⁸ Insbesondere die Entlastung von Mitglieder der Vereinsorgane oder Satzungsänderungen sind typische Gegenstände von Beschlüssen.

a) Beschlussfähigkeit

Zu Beginn einer MV wird zunächst die Beschlussfähigkeit der MV festgestellt. Gesetzliche Anforderungen für die Anwesenheit einer Mindestanzahl an Mitgliedern gibt es im Vereinsrecht nicht.¹³⁹ Fehlt auch eine Satzungsregelung zur Beschlussfähigkeit, kann das einzige erschienene Mitglied einen wirksamen Beschluss fassen.¹⁴⁰ Regelmäßig sehen die Vereinssatzungen jedoch ein Mindestquorum für die Beschlussfassung vor.¹⁴¹ Somit soll vermieden werden, dass eine nicht repräsentative Minderheit der Mitglieder Beschlüsse über Fragen fasst, die für den Verein eine erhebliche Bedeutung haben.¹⁴² Abzustellen ist dabei auf die Anzahl der erschienenen stimmberechtigten Mitglieder.¹⁴³

b) Abstimmungsform

Auch die Form der Abstimmung richtet sich mangels gesetzlicher Vorschrift nach der Satzung.¹⁴⁴ Enthält die Satzung eine Regelung hierzu, so darf hiervon nicht abgewichen

¹²⁸ MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 32 Rn. 26.

¹²⁹ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 186.

¹³⁰ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 186; auch MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 32 Rn. 26.

¹³¹ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 187.

¹³² Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 188.

¹³³ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 194.

¹³⁴ siehe Kapitel B II 2 a).

¹³⁵ BGH, Urteil vom 22.9.1969, II ZR 144/68, NJW 1970, 33 (33).

¹³⁶ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 21.

¹³⁷ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 21.

¹³⁸ OLG München, Urteil vom 18.2.1998, 3 U 4897-97, NJW-RR 1998, 966 (966).

¹³⁹ MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 32 Rn. 45.

¹⁴⁰ MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 32 Rn. 45.

¹⁴¹ MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 32 Rn. 45.

¹⁴² Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 204a.

¹⁴³ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 204a.

¹⁴⁴ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 209.

werden.¹⁴⁵ Fehlt auch eine Regelung in der Satzung, kann der Versammlungsleiter die Form der Abstimmung anordnen.¹⁴⁶

c) **Beschlussmehrheit**

Nach § 32 Abs. 1 S. 3 BGB entscheidet bei der Beschlussfassung die Mehrheit der abgegebenen Stimmen, also die einfache Stimmmehrheit. Bei der einfachen Stimmmehrheit reicht es aus, wenn mindestens eine Ja-Stimme mehr als die Summe der Nein-Stimmen abgegeben wurde.¹⁴⁷ Abweichend von der einfachen Mehrheit bedarf es bei einem Beschluss, der die Änderung der Satzung enthält, der $\frac{3}{4}$ -Mehrheit (§ 33 Abs. 1 S. 1 BGB). Soll der Zweck des Vereins geändert werden, bedarf es der Zustimmung aller Mitglieder (§ 33 Abs. 1 S. 2 BGB). Bei der Stimmauszählung sind Enthaltungen sowie ungültige Stimmen nicht zu berücksichtigen.¹⁴⁸ Sofern nicht in der Satzung anderweitig geregelt, ist bei Stimmgleichheit der Antrag abgelehnt.¹⁴⁹ Da die Vorschriften zur Beschlussfassung dispositiv sind (§ 40 S. 1 BGB), können die Mehrheitserfordernisse – sowohl erleichternd als auch verschärft – in der Satzung abweichend geregelt werden.¹⁵⁰

5. **Fehlerhafte Beschlüsse**

Im Vereinsrecht wird anders als im Aktienrecht nicht zwischen anfechtbaren und nichtigen Beschlüssen unterschieden.¹⁵¹ Nach der Rechtsprechung des BGH kommt eine entsprechende Anwendung der aktienrechtlichen Vorschriften auf Beschlüsse der MV „wegen der Vielgestaltigkeit vereinsrechtlicher Zusammenschlüsse und der darum anders gelagerten tatsächlichen und rechtlichen Verhältnisse nicht in Betracht.“¹⁵² Demgegenüber fordert ein Teil der Literatur – aus Gründen der Rechtssicherheit¹⁵³ – die analoge Anwendung der §§ 241 AktG ff. auf das Vereinsrecht.¹⁵⁴ Zu unterscheiden ist zwischen formellen und materiellen Beschlussmängeln.¹⁵⁵

a) **Beschlussmängelarten**

aa) **Formelle Beschlussmängel**

Formelle Beschlussmängel sind Fehler, die das Zustandekommen der MV – also die Einberufung oder die Durchführung – betreffen.¹⁵⁶ Beispielhaft hierfür sind die Nichtladung von Mitgliedern zur MV¹⁵⁷, die Bekanntgabe von ungenauen Tagesordnungspunkten¹⁵⁸ sowie die Nichtbeachtung der satzungsmäßigen Einberufungsform¹⁵⁹ bzw.

¹⁴⁵ BGH, Beschluss vom 16.10.2000, AnwZ (B) 63/99, NJW-RR 2001, 995 (995).

¹⁴⁶ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 209.

¹⁴⁷ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 27.

¹⁴⁸ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 206.

¹⁴⁹ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 206.

¹⁵⁰ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 206.

¹⁵¹ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 30.

¹⁵² BGH, Urteil vom 2.7.2007, II ZR 111/05, NJW 2008, 69, Rn. 36.

¹⁵³ Das Vereinsrecht enthält keine besonderen Vorschriften über die Behandlung von Beschlussmängeln.

¹⁵⁴ So z.B. Fluck, npoR 10 (2018), 202 (206); MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 32 Rn. 65; zur Vereinheitlichung des Beschlussmängelrechts für alle Rechtsformen: Fluck, npoR 11 (2019), 146 (146).

¹⁵⁵ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 30.

¹⁵⁶ Fluck, npoR 10 (2018), 202 (203).

¹⁵⁷ BGH, Urteil vom 9.11.1972, II ZR 63/71, NJW 1973, 235 (235).

¹⁵⁸ BGH, Urteil vom 2.7.2007, II ZR 111/05, NJW 2008, 69, Rn. 38, siehe dazu Kapitel B III 2.

¹⁵⁹ OLG Hamm, Urteil vom 18.12.2013, 8 U 20/13, NJW-RR 2014, 472 (473).

Einberufungsfrist¹⁶⁰ oder die Einberufung der MV durch eine hierfür nichtzuständige Person.¹⁶¹

bb) Materielle Beschlussmängel

Materielle Beschlussmängel sind solche, die ihrem Inhalt nach „gegen zwingende gesetzliche oder statutarische Vorschriften oder gegen Grundsätze des Gesellschaftsrechts verstoßen.“¹⁶² Beispiele hierfür sind Verstöße gegen den gesellschaftsrechtlichen Gleichbehandlungsgrundsatz¹⁶³, die guten Sitten (§ 138 BGB)¹⁶⁴, gesetzliche Verbote (§ 134 BGB) oder das Bestimmtheitsgebot.¹⁶⁵

b) Behandlung fehlerhafter Beschlüsse

aa) Nichtigkeit und „eingeschränkte“ Nichtigkeit

Die oben genannten materiellen Beschlussmängel haben nach der Rechtsprechung des BGH die Nichtigkeit der Beschlüsse zur Folge.¹⁶⁶ Demgegenüber stellt der BGH bei formellen Beschlussmängeln „auf die Relevanz des Verfahrensfehlers für die Ausübung der Mitwirkungsrechte durch ein objektiv urteilendes Verbandsmitglied“ ab.¹⁶⁷ Folglich führen Verfahrensfehler nur dann zur Nichtigkeit von Beschlüssen, „wenn der Mangel aus Sicht eines objektiv urteilenden Mitglieds geeignet ist, das betroffene Vereinsmitglied in der Ausübung seiner Mitgliederrechte zu beschränken.“¹⁶⁸

bb) Prozessuale Reaktionsmöglichkeit

Beschlussmängel können mit Hilfe der allgemeinen Feststellungsklage (§ 256 ZPO) geltend gemacht werden¹⁶⁹. Dabei wird indes bspw. kein allgemeines Feststellungsinteresse des Klägers nach § 256 Abs. 1 ZPO geprüft, da die „Klagebefugnis“ bei Mitgliedern bzw. Organen regelmäßig vorliegen dürfte.¹⁷⁰ Auch wenn es für die Erhebung einer Feststellungsklage mangels der Anwendung der Vorschriften des AktG (vgl. § 246 Abs. 1 AktG) keine gesetzliche Frist gibt, begründet dies nicht die zeitlich unbegrenzte Möglichkeit auf Klagerhebung.¹⁷¹ Angesichts der Treuepflicht der Mitglieder soll ein Mitglied Klagen gegen Vereinsbeschlüsse – i.S.d. Rechtsklarheit und Rechtssicherheit – mit zumutbarer Beschleunigung erheben, da andernfalls der Einwand der Einwirkung (§ 242 BGB) entgegensteht.¹⁷²

6. Beurkundung von Beschlüssen

§ 58 Nr. 4 BGB schreibt vor, dass die Satzung bestimmen soll, wie die Beurkundung der Beschlüsse erfolgen soll. Unter „Beurkundung“ ist nicht etwa die Aufnahme der gefassten Beschlüsse durch einen Notar, sondern lediglich die schriftliche Niederlegung dieser

¹⁶⁰ OLG München, Beschluss vom 11.5.2015, 31 Wx 123/15, NJW-RR 2016, 555 (555).

¹⁶¹ *Fluck*, npoR 10 (2018), 202 (203).

¹⁶² BeckOK BGB/*Schöpflin*, BGB, § 32 Rn. 31.

¹⁶³ BeckOK BGB/*Schöpflin*, BGB, § 32 Rn. 31.

¹⁶⁴ BGH, Urteil vom 27.9.1999, II ZR 305–98, NJW 1999, 3552 (3552).

¹⁶⁵ *Fluck*, npoR 10 (2018), 202 (203).

¹⁶⁶ BGH, Urteil vom 9.11.1972, II ZR 63/71, NJW 1973, 235 (235).

¹⁶⁷ BGH, Urteil vom 2.7.2007, II ZR 111/05, NJW 2008, 69, Rn. 44.

¹⁶⁸ *Fluck*, npoR 10 (2018), 202 (204); ähnlich wie im Aktienrecht: vgl. § 243 Abs. 4 S. 1 AktG.

¹⁶⁹ BGH, Urteil vom 2.7.2007, II ZR 111/05, NJW 2008, 69, Rn. 36.

¹⁷⁰ BGH, Urteil vom 2.7.2007, II ZR 111/05, NJW 2008, 69, Rn. 60; *Fluck*, npoR 10 (2018), 202 (204).

¹⁷¹ OLG Hamm, Urteil vom 10.06.1996, 8 U 150/95, NJW-RR 1997, 989 (989).

¹⁷² OLG Hamm, Urteil vom 10.06.1996, 8 U 150/95, NJW-RR 1997, 989 (989).

gemeint.¹⁷³ Eine solche Beurkundung stellt keine Wirksamkeitsvoraussetzung für einen Beschluss dar, sondern erfüllt lediglich den Zweck eines Beweismittels.¹⁷⁴ Eine Satzungsregelung, aus der hervorgeht, dass eine Niederschrift anzufertigen ist und wer diese zu unterschreiben hat, reicht dabei aus, ohne dass dabei die weitergehenden inhaltlichen Anforderungen der Niederschrift beschrieben werden müssen.¹⁷⁵ Der konkrete Ablauf der MV (sog. Ablaufprotokoll) kann, muss aber nicht in der Niederschrift festgehalten werden.¹⁷⁶ Vielmehr reicht die Niederschrift der Ergebnisse der MV – insbesondere der gefassten Beschlüsse – aus (sog. Ergebnisprotokoll), die den Mitgliedern in erster Linie als Information über deren Inhalt und Zustandekommen dienen soll.¹⁷⁷

Andererseits ist die Niederschrift die Grundlage für das Registergericht, welches im Anschluss der MV die Ordnungsmäßigkeit der gefassten Beschlüsse prüft, die der Eintragung ins Vereinsregister bedürfen (z.B. Änderung der Satzung oder der Vorstandsmitglieder).¹⁷⁸ Im Sinne der Rechtssicherheit und Rechtsklarheit sollten die Abstimmungsergebnisse in der Niederschrift unmissverständlich und nachvollziehbar festgehalten werden.¹⁷⁹ Entsprechend ist bei Satzungsänderungen der genaue Wortlaut der Änderung zu protokollieren.¹⁸⁰

IV. Die Rechte der Mitglieder in der Mitgliederversammlung

Den Mitgliedern stehen in der MV eine Reihe von Mitgliederrechten zu.¹⁸¹ Da die Gewährleistung dieser besonders in der virtuellen MV eine große Rolle spielt, werden im Folgenden die wesentlichen Mitgliederrechte in der MV als solche ausgeführt.

1. Teilnahmerecht

Zu den existenziellen Rechten der Mitglieder gehört das Teilnahmerecht.¹⁸² Unabhängig davon, ob ein Mitglied stimmberechtigt ist oder nicht, hat jedes Mitglied des Vereins das Recht, an der MV teilzunehmen.¹⁸³ Das Teilnahmerecht geht demnach über das Stimmrecht hinaus und muss auch gewährleistet werden, wenn das Mitglied nicht an einer Abstimmung mitwirken kann.¹⁸⁴ So können folgerichtig minderjährige Mitglieder oder Ehrenmitglieder des Vereins ebenfalls an der MV teilnehmen.¹⁸⁵ Sofern die Satzung dies nicht verbietet, können auch im Ermessen des Einberufungsorgans Gäste zur MV eingeladen werden.¹⁸⁶ Über einen Gast, der ohne vorherige Einladung an der MV teilnehmen möchte, hat hingegen der Versammlungsleiter zu entscheiden. So können bspw. Personen, die eine Mitgliedschaft in Erwägung ziehen, an der MV teilnehmen, um sich zunächst ein Bild vom Vereinsleben zu machen.¹⁸⁷ Auch die Einladung von Mitgliedern von Behörden oder politischen Parteien sowie anderen befreundeten Vereinen ist nicht unüblich.¹⁸⁸ Im Falle der Teilnahme von

¹⁷³ BeckNotar-HdB/Waldner, § 18 Rn. 37.

¹⁷⁴ OLG Frankfurt a. M., Beschluss vom 19.3.2015, 20 W 327/14, NJW-RR 2016, 360, Rn. 29.

¹⁷⁵ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 127.

¹⁷⁶ BeckNotar-HdB/Waldner, § 18 Rn. 37.

¹⁷⁷ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 127.

¹⁷⁸ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 127.

¹⁷⁹ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 128.

¹⁸⁰ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 128.

¹⁸¹ Siehe Kapitel B II 2 a).

¹⁸² Märkle/Alber/Wagner, Der Verein im Zivil- und Steuerrecht, S. 89.

¹⁸³ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 196.

¹⁸⁴ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 196.

¹⁸⁵ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 196.

¹⁸⁶ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 196.

¹⁸⁷ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 196.

¹⁸⁸ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 196.

Gästen hat der Versammlungsleiter darauf zu achten, dass diese sich nicht an Diskussionen beteiligen und somit einen Einfluss auf die Willensbildung der Mitglieder haben.¹⁸⁹ Ist dies nicht in der Satzung vorgesehen, haben weder das einzelne Vereinsmitglied, noch Dritte einen Anspruch auf Öffentlichkeit der MV, was insbesondere auch für Medienberichterstatler gilt.¹⁹⁰ Über die Zulassung dieser hat ebenfalls die MV zu entscheiden.¹⁹¹

Erwähnenswert ist, dass die satzungsmäßige Regelung förmlicher Voraussetzungen für die Teilnahme an der MV bedenkenlos zulässig ist.¹⁹² So kann beispielsweise das Vorzeigen der Mitgliederkarte beim Einlass als Einlasskontrolle vorgesehen werden.¹⁹³

2. Auskunftsrecht

Was auf der Seite des Vorstandes die Auskunftspflicht ist, ist auf der Seite der Mitglieder das Auskunftsrecht.¹⁹⁴ Dies folgt aus dem Verweis zum Auftragsrecht gemäß § 27 Abs. 3 i.V.m. § 666 BGB.¹⁹⁵ Der Auskunftsbegriff ist weit auszulegen und umfasst alle Vereinsangelegenheiten.¹⁹⁶ So hat jedes Mitglied einen Anspruch auf solche Informationen, die für seine Willensbildung und die ordnungsgemäße Rechteaübung im Rahmen der MV erforderlich sind.¹⁹⁷ Jahresberichte, die die Entwicklung des Vereinsvermögens, der Mitgliederzahl und sonstige nennenswerte Aktivitäten beinhalten sind hier als Regelfall zu nennen.¹⁹⁸ Auch wenn in Bezug auf einen solchen „Geschäftsbericht“ keine entsprechende Satzungsregelung existiert, hat der Vorstand dennoch Bericht über die genannten Angelegenheiten zu erstatten.¹⁹⁹

Fraglich ist, in welchen Fällen der Vorstand das Auskunftersuchen der Mitglieder verweigern darf. Enthält beispielsweise ein Vertrag, der zwischen einem Fußballverein und dessen Sponsor geschlossen wurde, eine Bestimmung über die Geheimhaltung bestimmter Modalitäten, die auch mit Wissen und Wollen der MV in den Vertrag aufgenommen wurden, so darf die MV nicht dessen Offenlegung verlangen.²⁰⁰ Gliedert ein Verein seinen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb auf eine Kapitalgesellschaft aus, umfasst das Auskunftsrecht auch solche Fragen, die die Beziehung zu der ausgegliederten Tochtergesellschaft betrifft.²⁰¹

3. Stimmrecht

Durch das mitgliedschaftliche Stimmrecht können Vereinsmitglieder im Rahmen der Beschlussfassung über wichtige Angelegenheiten des Vereins mitentscheiden. Die Stimmabgabe als solche ist eine empfangs-bedürftige Willenserklärung, worauf die allgemeinen Vorschriften zu Rechtsgeschäften und Willenserklärungen (§§ 104 ff. BGB) anzuwenden sind.²⁰² Im Vereinsrecht gilt „one man, one note“, sodass jedem Mitglied –

¹⁸⁹ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 196.

¹⁹⁰ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 196a.

¹⁹¹ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 196a.

¹⁹² Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 196.

¹⁹³ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 196.

¹⁹⁴ Vgl. MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 27 Rn. 51.

¹⁹⁵ MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 27 Rn. 51.

¹⁹⁶ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 281.

¹⁹⁷ LG Stuttgart, Urteil vom 17.2.2000, 6 S 4/991479, 1478 (1478).

¹⁹⁸ MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 27 Rn. 52.

¹⁹⁹ MüKoBGB/Leuschner, BGB, § 27 Rn. 52.

²⁰⁰ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 281a.

²⁰¹ BGH, Urteil vom 11.11.2002, II ZR 125/02, NZG 2003, 396 (396).

²⁰² BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 23.

unabhängig davon, ob es sich um eine natürliche Person oder eine Gesellschaft handelt – eine Stimme zusteht, sofern die Satzung nichts abweichendes bestimmt.²⁰³ Dies folgt aus dem im Vereinsrecht geltenden Gleichbehandlungsgebot.²⁰⁴ Eine abweichende Satzungsregelung kann etwa das aus sachlichen Gründen eingeräumte mehrfache Stimmrecht für bestimmte Mitglieder sein (z.B. Gründungsmitglieder).²⁰⁵ Bei einem mehrfachen Stimmrecht muss die Stimmabgabe grundsätzlich einheitlich ausgeübt werden, sodass nicht gleichzeitig für und gegen einen Antrag gestimmt werden darf.²⁰⁶

Als Mitverwaltungsrecht der Mitglieder kann das Stimmrecht aufgrund des Abspaltungsverbots grundsätzlich nicht anderen überlassen werden und muss vom Mitglied selbst ausgeübt werden (§ 38 BGB).²⁰⁷ Dennoch ist es entgegen des Abspaltungsverbots zulässig, dass durch ausdrückliche Satzungsregelung das Stimmrecht im Rahmen der Vertretung einem anderen Mitglied oder einem Dritten übertragen wird.²⁰⁸ Nach § 40 BGB ist auch § 38 BGB dispositiv. Sieht die Satzung vor, dass das Stimmrecht nur auf ein Vereinsmitglied übertragen werden darf, ist die Stimmrechtsübertragung auf einen Nichtmitglied unzulässig und seine abgegebene Stimme folglich unwirksam.²⁰⁹ Handelt es sich beim Mitglied um eine Personenhandelsgesellschaft oder um eine juristische Person, übt regelmäßig der gesetzliche Vertreter der Gesellschaft das Stimmrecht aus²¹⁰, wobei auch für solche Fälle die Ausübung des Stimmrechts durch einen Dritten – nicht zur organschaftlichen Vertretung befugten Person – denkbar ist, wenn die Satzung dies zulässt.²¹¹

4. Antragsrecht

Möchte ein Mitglied, dass über eine bestimmte Angelegenheit des Vereins in der MV Beschluss gefasst wird, so kann er im Vorfeld der MV im Rahmen seines Antragsrechts einen sog. Beschlussantrag stellen. Ein Beschlussantrag kann ebenso die Änderung der Vereinssatzung als Gegenstand haben. Sinn und Zweck des Antragsrechts ist, dass die vom Vorstand bezeichneten Angelegenheiten in der Tagesordnung durch die Mitglieder erweitert werden sollen.²¹² Enthält die Vereinssatzung keine Regelung dazu, ob die mitgliederseitig eingebrachten Gegenstände der Beschlussfassung noch vor der MV den Mitgliedern mitzuteilen ist, hängt dies von der Satzung ab.²¹³ Enthält die Satzung keine Regelung hierzu, so müssen die entsprechenden Tagesordnungspunkte, zumindest wenn es sich um Satzungsänderungsanträge handelt, den Mitgliedern so rechtzeitig zur Verfügung gestellt werden, dass ihnen genug Zeit für eine sachgerechte Vorbereitung bleibt.²¹⁴ Angebracht ist jedenfalls eine Satzungsregelung, die eine bestimmte Frist zur Einreichung solcher Anträge setzt, wodurch nach Fristablauf keine Anträge mehr auf die Tagesordnung gesetzt werden können.²¹⁵

²⁰³ Schauhoff/Kirchhain Gemeinnützigkeits-HdB/van Randenborgh, § 2 Vereinsrecht Rn. 109.

²⁰⁴ Schauhoff/Kirchhain Gemeinnützigkeits-HdB/van Randenborgh, § 2 Vereinsrecht Rn. 109.

²⁰⁵ BeckOK BGB/Schöpflin, BGB, § 32 Rn. 22; Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 198.

²⁰⁶ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 200.

²⁰⁷ Schauhoff/Kirchhain Gemeinnützigkeits-HdB/van Randenborgh, § 2 Vereinsrecht Rn. 109.

²⁰⁸ Schauhoff/Kirchhain Gemeinnützigkeits-HdB/van Randenborgh, § 2 Vereinsrecht Rn. 109.

²⁰⁹ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 199.

²¹⁰ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 199.

²¹¹ OLG Hamm, Beschluss vom 08.02.1990, 15 W 37/90, NJW-RR 1990, 532 (533).

²¹² Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 179.

²¹³ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 179.

²¹⁴ BGH, Urteil vom 17.11.1986, II ZR 304/85, NJW 1987, 1811 (1811).

²¹⁵ Neudert/Waldner, Der eingetragene Verein, Rn. 179.

5. Rede- und Fragerecht

Das Rede- und Fragerecht stellt ein weiteres versamlungsbezogenes Recht der Mitglieder dar. Wie bereits erwähnt, ist der Versamlungsleiter dafur zuständig, den Mitgliedern das Wort zu erteilen und die Redezeit festzusetzen, andererseits jedoch auch ihnen das Wort zu entziehen.²¹⁶

Besonders in der virtuellen MV stellt sich die Frage, ob und in welchem Umfang das Rede- und Fragerecht den Mitgliedern gewährt werden muss. Dies wird im späteren Verlauf der Arbeit genauer thematisiert.

V. Zwischenfazit

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der Verein die Grundform aller juristischen Personen des Privatrechts darstellt. Die gesetzlich vorgeschriebenen Organe eines Vereins sind der Vorstand und die MV. Die MV ist das höchste Organ des Vereins. In ihr werden alle Angelegenheiten des Vereins – sofern sie nicht durch Satzung oder Gesetz einem anderen Organ zugeteilt wurden – durch Beschlussfassung geordnet. Die Einberufung der MV erfolgt durch den vertretungsberechtigten Vorstand, der i.d.R. auch für die Leitung der MV zuständig ist. Mit der Einberufung sind die Gegenstände der Beschlussfassung – die sog. Tagesordnung – den Mitgliedern mitzuteilen. Im Beschlussmangelrecht des Vereins wird zwischen formellen und materiellen Beschlussmängeln unterschieden, die durch die Feststellungsklage geltend gemacht werden können. Durch die Niederschrift werden die Beschlüsse des Vereins beurkundet. Vereinsmitglieder können in der MV eine Reihe von Rechten – wie das Auskunfts-, Antrags-, Stimm-, Rede-, und Fragerecht – wahrnehmen und so über die Geschicke des Vereins mitentscheiden.

C. Der Weg zur virtuellen Mitgliederversammlung

Das Gesetz zur Ermöglichung virtueller und hybrider Mitgliederversamlungen im Vereinsrecht ist am 21.3.2023 in Kraft getreten²¹⁷ und findet sich seither im § 32 Abs. 2 BGB wieder. Dieser bietet Vereinen die Möglichkeit, auch ohne entsprechende Satzungsregelung eine MV durchzuführen, bei der die Mitglieder selbst entscheiden können, ob sie physisch an der MV teilnehmen oder dies virtuell im Wege der elektronischen Kommunikation tun (hybride MV).²¹⁸ Darüber hinaus bedarf es für eine rein virtuelle MV lediglich einen Beschluss der MV, zu dessen Durchführung.²¹⁹ Seinen Ursprung findet jenes Gesetz jedoch im COVMG²²⁰, der aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie Vereinsvorstanden die Abhaltung einer rein virtuellen und hybriden MV ohne satzungsmäßige Ermächtigung einräumte.²²¹ Auch lange vor der Pandemie wurde die Durchführung einer virtuellen MV durch die Rechtsprechung anerkannt; allerdings nur mit der Einschränkung einer ausdrücklichen Satzungsermächtigung.²²²

²¹⁶ Zu den Aufgaben der Versamlungsleitung siehe Kapitel B III 2 b).

²¹⁷ Gesetz zur Ermöglichung hybrider und virtueller Mitgliederversamlungen im Vereinsrecht vom 14.3.2023, *BGBI*, 2023, I Nr. 72 vom 20.3.2023.

²¹⁸ OLG Hamm, Beschluss vom 4.8.2022, 27 W 58/22, *NZG* 2023, 424 (424).

²¹⁹ *Vielwerth*, *npoR* 15 (2023), 191 (192); ausführlich in Kapitel C III.

²²⁰ Gesetz über Maßnahmen im Gesellschafts-, Genossenschafts-, Vereins-, Stiftungs- und Wohnungseigentumsrecht zur Bekämpfung der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie vom 27.3.2020.

²²¹ *Habighorst*, *NZG* 26 (2023), 356 (356).

²²² *Wicke*, *DStR* 60 (2022), 498 (501).

Das folgende Kapitel befasst sich mit der Rechtslage vor der Neufassung des § 32 Abs. 2 BGB und bezieht sich dabei auf die Einzelheiten der genannten Vorschrift.

I. Aufnahme des virtuellen Formats in die Satzung

1. Erste obergerichtliche Entscheidung

Die Durchführung einer virtuellen MV ist wie bereits ausgeführt, nicht erst seit den Auswirkungen der Corona-Pandemie und den folgenden Schutzmaßnahmen Thema. Schon in den Anfängen der 2000er Jahre bejahte *Erdmann* die Zulässigkeit einer MV, an der die Mitglieder auch ohne physische Präsenz²²³ teilnehmen können und stellte die virtuelle MV vor allem mit Blick auf die Zukunft als geeignete Alternative zur Präsenzversammlung dar.²²⁴ Auch *Fleck* schloss sich 2008 dieser Ansicht an²²⁵ und prognostizierte ein virtuelles Verfahren der Willensbildung besonders für Großvereine als *Modell für die Zukunft*.²²⁶

Die erste obergerichtliche Entscheidung zur Zulässigkeit einer virtuellen MV ließ aber einige Jahre auf sich warten. Mit seinem Beschluss aus dem Jahr 2011 bekannte sich das OLG Hamm der herrschenden Auffassung der Literatur und bestätigte die Zulässigkeit einer virtuellen MV, sofern die Satzung dies regelt.²²⁷ Das OLG begründete dies insbesondere mit der Disposition des § 32 BGB nach § 40 BGB und führte aus, dass durch die Durchführung einer virtuellen MV das Organ der MV als solches nicht aufgegeben wird, sondern lediglich „ein neuer Modus der Willensbildung“ geschaffen wird, der zulässigerweise von der Grundform des § 32 BGB abweicht.²²⁸ Entgegen des Einwands des Registergerichts, dass die Geschäftsfähigkeit der Mitglieder in einem virtuellen Format nicht festgestellt werden kann²²⁹, legte das OLG nahe, dass der Versammlungsleiter von der Geschäftsfähigkeit der Mitglieder ausgehen könne, sofern keine entgegenstehenden Anhaltspunkte erkennbar sind.²³⁰ Eine Versammlung, bei der sich die Mitglieder mit ihren Legitimationsdaten und einem nur für die jeweilige MV bestimmtes Zugangswort einwählen können, sah das OLG als ausreichende Zugangsbeschränkung.²³¹

Auch sah das OLG aufgrund der öffentlichen Zugänglichkeit des Internets keine unangemessene Benachteiligung gegenüber solchen Mitgliedern, die keinen eigenen Computer besitzen.²³² Des Weiteren stützte das OLG die Zulässigkeit einer virtuellen MV auf das Beispiel der AG, bei der auch schon zum damaligen Zeitpunkt Aktionäre nach § 118 Abs. 1 S. 2 und Abs. 2 AktG ihre Aktionärsrechte auch ohne Anwesenheit am Versammlungsort ausüben konnten.²³³

Auf die Anforderungen einer Satzungsregelung, die eine virtuelle MV vorsieht, ging das OLG in seiner Entscheidung hingegen nicht ein.

2. Anforderungen an die Satzungsregelung

Noch während der Geltung der Sonderregelungen des COVMG und elf Jahre nach seiner für das Vereinsrecht bedeutsamen Entscheidung bestätigte das OLG im Jahr 2022 die

²²³ *Fleck*, DNotZ 103 (2008), 245 (245).

²²⁴ *Erdmann*, MMR 3 (2000), 526 (530).

²²⁵ *Fleck*, DNotZ 103 (2008), 245 (246).

²²⁶ *Fleck*, DNotZ 103 (2008), 245 (257).

²²⁷ OLG Hamm, Beschluss vom 27.9.2011, 27 W 106/11, NJW 2012, 940 (941).

²²⁸ OLG Hamm, Beschluss vom 27.9.2011, 27 W 106/11, NJW 2012, 940 (941).

²²⁹ *Piper*, NZG 15 (2012), 735 (735).

²³⁰ OLG Hamm, Beschluss vom 27.9.2011, 27 W 106/11, NJW 2012, 940 (941).

²³¹ OLG Hamm, Beschluss vom 27.9.2011, 27 W 106/11, NJW 2012, 940 (941).

²³² OLG Hamm, Beschluss vom 27.9.2011, 27 W 106/11, NJW 2012, 940 (941).

²³³ OLG Hamm, Beschluss vom 27.9.2011, 27 W 106/11, NJW 2012, 940 (941).

Zulässigkeit eines virtuellen Formats und beschäftigte sich darüber hinaus mit der Frage der Ausgestaltung einer Satzungsregelung, die die Durchführung einer virtuellen MV vorsieht.²³⁴

Das OLG führt dabei aus, dass die Satzung nicht sämtliche Einzelheiten zur Durchführung beinhalten, gleichwohl aber hinreichend konkret bestimmt sein muss.²³⁵ Dabei soll insbesondere bei der Durchführung einer hybriden MV der grundsätzliche Durchführungsweg der Versammlung aus der Satzung entnehmbar sein, da das Mitwirken an der MV, der sowohl in Präsenz Anwesenden als auch der virtuell teilnehmenden Mitglieder gewährleistet werden muss.²³⁶ Auch muss – so das OLG – aus der Satzung zu entnehmen sein, ob virtuell lediglich die Rechteaübung der Mitglieder meint oder die virtuelle Anwesenheit der Mitglieder und die Diskussionsmöglichkeit mit ihnen mitinbegriffen ist.²³⁷ Eine Satzungsregelung aus der hervorgeht, „dass ein Teil der Mitglieder oder alle Mitglieder ihre Mitgliedsrechte im Wege elektronischer Kommunikation und ohne Anwesenheit an einem Versammlungsort ausüben können“ ist zwar in der Hinsicht bestimmt genug, dass aus ihr auch die Möglichkeit der Durchführung einer virtuellen MV hervorgeht, die oben genannte Frage des Erfordernisses der Anwesenheit beantwortet diese jedoch nicht.²³⁸ Eine solch wesentliche Frage kann auch nicht dem Ermessen des Vorstands überlassen werden und muss demnach Gegenstand der Satzung sein.²³⁹ Auch geht aus dem oben ausgeführten Passus der Satzungsregelung in Sachen Rechteaübung der virtuell teilnehmenden Mitglieder das „Wie?“ nicht hervor, sodass es im Ergebnis die Unzulässigkeit der Satzungsregelung zur Folge hat.²⁴⁰

Leuschner findet die Entscheidung des OLG Hamm nicht überzeugend und kritisiert die Auffassung des Gerichts, dass eine derartige Bestimmtheit in Bezug auf die Einzelheiten zur Durchführung einer rein virtuellen oder hybriden MV fordert.²⁴¹ Die Frage nach der Versammlungsart, sprich ob die MV hybrid, rein virtuell oder in Präsenz durchgeführt werden soll, ist zwar eine Grundentscheidung, die in der Satzung geregelt werden sollte, wie diese Varianten konkret umzusetzen sind, findet er jedoch zu überzogen.²⁴² Er begründet dies damit, dass bei der Präsenzversammlung Informationen, wie Ort, Zeit, Raum etc. ebenfalls nicht in der Satzung geregelt werden müssen.²⁴³

II. Die Corona-Pandemie als Wendepunkt

Die zügige Ausbreitung des SARS-CoV-2-Virus im Jahr 2020 führte zu starken Einschränkungen des Privat und Wirtschaftslebens.²⁴⁴ Zu ihrer Eindämmung getroffene Schutzmaßnahmen schränkten auch und besonders Vereine bei der Durchführung der herkömmlichen Präsenzversammlung ein.²⁴⁵ Mit dem COVMG, das am 28.3.2020 in Kraft trat²⁴⁶, reagierte der Gesetzgeber auf die andauernden Schutzmaßnahmen und schuf für Vereine und andere Rechtsformen die Möglichkeit, unter erleichterten Umständen MVs

²³⁴ OLG Hamm, Beschluss vom 27.9.2011, 27 W 106/11, NJW 2012, 940 (940).

²³⁵ OLG Hamm, Beschluss vom 4.8.2022, 27 W 58/22, NZG 2023, 424, Rn. 4.

²³⁶ *Fleck*, DNotZ 103 (2008), 245 (255).

²³⁷ OLG Hamm, Beschluss vom 4.8.2022, 27 W 58/22, NZG 2023, 424, Rn. 5.

²³⁸ OLG Hamm, Beschluss vom 4.8.2022, 27 W 58/22, NZG 2023, 424, Rn. 5.

²³⁹ OLG Hamm, Beschluss vom 4.8.2022, 27 W 58/22, NZG 2023, 424, Rn. 5.

²⁴⁰ OLG Hamm, Beschluss vom 4.8.2022, 27 W 58/22, NZG 2023, 424, Rn. 6.

²⁴¹ *Leuschner*, RD 3 (2023), 206 (207).

²⁴² *Leuschner*, RD 3 (2023), 206 (207).

²⁴³ *Leuschner*, RD 3 (2023), 206 (207).

²⁴⁴ *Henssler/Strohn GesR/Liebscher*, AktG, § 118 Rn. 23.

²⁴⁵ *Schulteis*, GWR 12 (2020), 465 (465).

²⁴⁶ *Segna*, npoR 12 (2020), 148 (148).

durchzuführen und Beschlüsse zu fassen.²⁴⁷ Genau genommen befasste sich § 5 COVMG u.a. mit Vereinen.²⁴⁸ Ursprünglich war das Gesetz zeitlich bis zum 31.12.2020 befristet.²⁴⁹ Als aber Mitte 2020 klar wurde, dass die Pandemie länger andauern werde²⁵⁰, wurden die bestehenden Sonderregelungen kraft der Ermächtigung nach § 8 COVMG vom BMJV durch das GesRGenRCOVMMV²⁵¹ bis zum 31.12.2021 verlängert.²⁵² Es blieb jedoch nicht bei der Verlängerung; mit einem weiteren Gesetz²⁵³ wurde mit Wirkung zum 21.2.2021 u.a. § 5 Abs. 2 COVMG – der die Durchführung einer virtuellen MV normiert – modifiziert und der § 5 mit zwei neuen Absätzen erweitert.²⁵⁴

1. Sonderregelungen des COVMG

Gemäß § 5 Abs. 2 Nr. 1 COVMG²⁵⁵ konnte der Vorstand abweichend vom § 32 Abs. 1 S. 1 BGB auch ohne Ermächtigungen in der Satzung vorsehen, dass Vereinsmitglieder an der MV ohne Anwesenheit am Versammlungsort teilnehmen und Mitgliederrechte im Wege der elektronischen Kommunikation ausüben können oder müssen und nach Abs. 2 Nr. 2 COVMG ohne Teilnahme an der MV ihre Stimmen vor der Durchführung der MV schriftlich abgeben können. Der Wortlaut der Regelung ist dahingehend auszulegen, dass sowohl die Durchführung einer rein virtuellen als auch einer hybriden MV zulässig waren.²⁵⁶ Die Formulierung „abweichend vom § 32 Abs. 1 S. 1 BGB“ deutet darauf hin, dass der Gesetzgeber zu dem Zeitpunkt noch von einem Erfordernis einer Satzungsermächtigung für die Durchführung einer virtuellen MV außerhalb der Sonderregelungen ausging und die Präsenzversammlung als gesetzlichen Grundfall sah.²⁵⁷

Eine weitere Erleichterung schuf der Gesetzgeber für das sog. Umlaufverfahren nach § 32 Abs. 3 BGB.²⁵⁸ Dieser sieht vor, dass auch ohne Versammlung der Mitglieder ein Beschluss gültig ist, wenn alle Mitglieder ihre Zustimmung zu dem Beschluss schriftlich erklären. § 5 Abs. 3 COVMG modifizierte das Umlaufverfahren dahingehend, dass Beschlüsse auch mit der nach Satzung oder Gesetz erforderlichen Mehrheit gefasst werden konnten, sofern alle Mitglieder beteiligt wurden.²⁵⁹ Auch sah der Gesetzgeber vom Schriftformerfordernis ab und ließ auch die Stimmabgabe in Textform zu.²⁶⁰

Darüber hinaus befreite § 5 Abs. 2a COVMG den Vorstand von der Einberufungspflicht der ordentlichen MV nach § 36 BGB, wenn die Durchführung einer Präsenzversammlung aufgrund der Corona-Schutzmaßnahmen nicht möglich und die Durchführung der Mitgliederversammlung im Wege der elektronischen Kommunikation für den Verein oder die Vereinsmitglieder unzumutbar war.²⁶¹ Der Gesetzgeber wollte mit der Regelung

²⁴⁷ *Schulteis*, GWR 12 (2020), 465 (465).

²⁴⁸ *Kopp*, GWR 13 (2021), 158, (158).

²⁴⁹ *Weber*, npoR 13 (2021), 99 (99).

²⁵⁰ *Weber*, npoR 13 (2021), 99 (99).

²⁵¹ Verordnung zur Verlängerung von Maßnahmen im Gesellschafts-, Genossenschafts-, Vereins- und Stiftungsrecht zur Bekämpfung der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie vom 20.10.2020.

²⁵² *Kopp*, GWR 13 (2021), 158 (158).

²⁵³ Gesetz zur weiteren Verkürzung des Restschuldbefreiungsverfahrens und zur Anpassung pandemiebedingter Vorschriften im Gesellschafts-, Genossenschafts-, Vereins- Stiftungsrecht sowie im Miet- und Pachtrecht vom 22.12.2020.

²⁵⁴ *Kopp*, GWR 13 (2021), 158 (158).

²⁵⁵ Alle Ausführungen beziehen sich auf die neue Fassung des COVMG.

²⁵⁶ *Weber*, npoR 13 (2021), 99 (99).

²⁵⁷ *Kopp*, GWR 13 (2021), 158 (160).

²⁵⁸ Nach Inkrafttreten des Gesetzes zur Ermöglichung virtueller und hybrider Mitgliederversammlungen im Vereinsrecht wurde Abs. § 32 Abs. 2 BGB zu Abs. 3.

²⁵⁹ *Kopp*, GWR 13 (2021), 158 (161).

²⁶⁰ *Leinenbach/Alvermann*, NJW 73 (2020), 2319, Rn. 8.

²⁶¹ *Jaspers/Pehrsson*, NZG 24 (2021), 1244 (1252).

besonderes für kleine Vereine und Vereine mit überwiegend älteren Menschen Rechtssicherheit schaffen.²⁶²

2. Unterschiede zum Aktienrecht

Auch für Unternehmen in der Rechtsform einer AG war die Durchführung einer HV in Präsenz aufgrund der Corona-Pandemie nicht möglich.²⁶³ Um die Handlungsfähigkeit der AG während der Pandemie aufrechtzuerhalten²⁶⁴, räumte § 1 Abs. 2 COVMG dem Vorstand der AG daher die Entscheidung darüber ein, dass die HV ohne physische Präsenz der Aktionäre oder ihrer Bevollmächtigten als virtuelle HV abgehalten wird und nannte eine Reihe von Voraussetzungen zu dessen wirksamer Durchführung.²⁶⁵ Als Beispiele sind hier vornehmlich die Gewährleistung der Ton- und Bildübertragung der gesamten Versammlung nach § 1 Abs. 2 Nr. 1 COVMG oder die Einräumung eines Fragerechts für die Aktionäre im Wege der elektronischen Kommunikation gemäß § 1 Abs. 2 Nr. 3 COVMG zu nennen. Die unterschiedliche Regelungstechnik und -dichte des § 1 COVMG im Vergleich zu den Sonderregelungen des Vereins zur Durchführung einer virtuellen MV in § 5 Abs. 2 Nr. 1 COVMG ist dabei unübersehbar.²⁶⁶ Abgesehen vom genannten § 1 Abs. 2 COVMG enthielt § 1 Abs. 1 COVMG dazu auch eine Sonderregelung zur „elektronischen Teilnahme“ i.S.d. § 118 Abs. 1 S. 2 AktG.²⁶⁷ Abs. 1 normierte also die „elektronische Teilnahme“ und Abs. 2 die „Versammlung ohne physische Präsenz der Aktionäre.“²⁶⁸ Eine solche Unterscheidung kannten die Sonderregelungen zum Vereinsrecht nach § 5 Abs. 2 COVMG nicht.²⁶⁹ Gegensätzlich zu § 1 Abs. 2 COVMG gingen aus § 5 Abs. 2 Nr. 1 COVMG auch keine – wie oben beispielhaft genannten – genaueren Voraussetzungen zur Durchführung einer virtuellen MV hervor.²⁷⁰

Nachdem die Möglichkeit der Durchführung virtueller MVs im Rahmen des COVMG vom Gesetzgeber ein weiteres Mal verlängert wurde,²⁷¹ trat das COVMG schließlich mit Ablauf des 31.8.2022 außer Kraft.²⁷² Anders als die Sonderregelungen des COVMG zur AG (§ 118a AktG) blieb § 5 Abs. 2 Nr. 1 COVMG zunächst ohne Nachfolgeregelung.²⁷³ Die gesetzliche Verankerung im BGB der dauerhaften Möglichkeit zur Abhaltung virtueller MVs auch ohne Satzungsermächtigung ließ lange auf sich warten.

III. Gesetz zur Ermöglichung hybrider und virtueller Mitgliederversammlungen im Vereinsrecht

Als dauerhafte Nachfolgeregelung und in Anlehnung an § 5 Abs. 2 Nr. 1 COVMG²⁷⁴ wurde das Gesetz zur Ermöglichung hybrider und virtueller Mitgliederversammlungen im Vereinsrecht am 9.2.2023 beschlossen und trat am 21.3.2023 in Kraft.²⁷⁵ Jenes Gesetz führte zur Neufassung des § 32 Abs. 2 BGB, wodurch der ursprüngliche Abs. 2 zu Abs. 3

²⁶² *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 19/25322, S. 22.

²⁶³ *Herb/Merkelbach*, DStR 58 (2020), 811 (811).

²⁶⁴ *Wicke*, DStR 60 (2022), 498 (501).

²⁶⁵ *Segna*, npoR 12 (2020), 148 (149).

²⁶⁶ *Segna*, npoR 12 (2020), 148 (149).

²⁶⁷ *Segna*, npoR 12 (2020), 148 (149).

²⁶⁸ *Segna*, npoR 12 (2020), 148 (149).

²⁶⁹ *Segna*, npoR 12 (2020), 148 (149).

²⁷⁰ *Segna*, npoR 12 (2020), 148 (149).

²⁷¹ *Simons/Hauser*, NZG 24 (2021), 1340 (1340).

²⁷² *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (356).

²⁷³ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (356).

²⁷⁴ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 1.

²⁷⁵ Gesetz zur Ermöglichung hybrider und virtueller Mitgliederversammlungen im Vereinsrecht vom 14.3.2023, *BGBI*, 2023, I Nr. 72 vom 20.3.2023; *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (356).

wurde.²⁷⁶ Der Gesetzgeber schuf damit für Vereine die revolutionäre Möglichkeit, virtuelle MVs auch ohne Satzungsermächtigung abzuhalten.²⁷⁷

Nach § 32 Abs. 2 S. 1 BGB kann bei der Berufung der Versammlung vorgesehen werden, dass Mitglieder auch ohne Anwesenheit am Versammlungsort im Wege der elektronischen Kommunikation an der Versammlung teilnehmen und andere Mitgliederrechte ausüben können (hybride Versammlung). Darüber hinaus können die Mitglieder gemäß § 32 Abs. 2 S. 2 BGB beschließen, dass künftige Versammlungen auch als rein virtuelle Versammlungen einberufen werden können, an der Mitglieder ohne Anwesenheit am Versammlungsort im Wege der elektronischen Kommunikation teilnehmen und ihre anderen Mitgliederrechte ausüben müssen.

1. Vergleich § 5 Abs. 2 Nr. 1 COVMG und § 32 BGB Abs. 2 BGB

Anders als im § 5 Abs. 2 Nr. 1 COVMG wird im § 32 Abs. 2 BGB ausdrücklich zwischen der hybriden MV nach Abs. 2 S. 1 BGB und der rein virtuellen MV in Abs. 2 S. 2 BGB unterschieden. Gegensätzlich zum § 5 Abs. 2 Nr. 1 COVMG ist § 32 Abs. 2 S. 1 BGB so gefasst, dass nicht nur der Vorstand, sondern jeder der zur Einberufung der MV ermächtigt wurde (durch Satzung oder nach § 37 Abs. 2 BGB) zur Einberufung einer zumindest hybriden MV befugt sind.²⁷⁸ Auch wenn die MV i.d.R. vom Vorstand einberufen wird, wurde hier i.S.d. Flexibilität hinsichtlich der Einberufungskompetenz bewusst nicht allein auf den Vorstand abgestellt.²⁷⁹

Erwähnenswert ist auch, dass der Bundesrat in seinem ursprünglichen Gesetzentwurf hinsichtlich der Rechteaübung bei Teilnahme im Wege der elektronischen Kommunikation abweichend von § 5 Abs. 2 Nr. 1 COVMG auf das Wort „müssen“ verzichten wollte.²⁸⁰ Der Bundesrat wollte damit verhindern, dass der Vorstand Mitglieder zur virtuellen Teilnahme an der MV verpflichten kann und einen Ausschluss solcher Mitglieder vermeiden, die nicht über die entsprechenden Kommunikationsmedien verfügen.²⁸¹ Schlussendlich ist nach der Beschlussempfehlung des Rechteausschusses²⁸² eine abgeänderte Fassung des Entwurfs des Bundesrates in Kraft getreten, in der bezüglich der rein virtuellen MV zugleich das Wort „müssen“ mit Hinblick auf die Rechteaübung der Mitglieder ebenfalls vorkommt. Da jedoch eine rein virtuelle MV nach § 32 Abs. 2 S. 2 BGB ausschließlich kraft Beschlusses der MV einberufen werden darf und letztlich die Mitglieder selbst hierüber entscheiden, dürfte dem Willen des Bundesrats dennoch Genüge getan werden.

§ 32 Abs. 2 S. 3 BGB schreibt zudem vor, dass bei Einberufung einer hybriden oder rein virtuellen MV auch angegeben werden muss, wie die Mitglieder ihre Rechte im Wege der elektronischen Kommunikation ausüben können. Eine solche Regelung enthielt § 5 Abs. 2 Nr. 1 COVMG nicht.

²⁷⁶ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 2, 3.

²⁷⁷ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 2.

²⁷⁸ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 11.

²⁷⁹ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 11.

²⁸⁰ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs.20/2532, S. 7.

²⁸¹ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs.20/2532, S. 7.

²⁸² *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585.

2. Hybride Mitgliederversammlung und Einberufungsermessen, § 32 Abs. 2 S. 1 BGB

Die Einberufung einer MV, bei der die Mitglieder selbst entscheiden können, ob sie physisch an der MV teilnehmen oder dies virtuell im Wege der elektronischen Kommunikation tun²⁸³, liegt im Ermessen des einberufenden Organs.²⁸⁴ Da es sich hierbei um eine Mischform handelt, muss den Mitgliedern in jedem Fall neben der elektronischen auch die Teilnahme und Rechteaübung in Präsenz möglich sein.²⁸⁵

Aufgrund der für die Mitglieder weiterhin möglichen Präsenzteilnahme an der MV muss der Versammlungsort für sie weiterhin zumutbar sein.²⁸⁶ Die Möglichkeit einer weiterhin bestehenden Präsenzteilnahme im hybriden Format führt dazu, dass die Zumutbarkeit einer virtuellen Teilnahme für die Mitglieder nicht gesondert geprüft werden muss und begründet nach *Schöpflin* ein weites Ermessen für die Einberufung einer Hybridversammlung für das Einberufungsorgan.²⁸⁷ Demgegenüber nennt *Habighorst* indes eine Reihe von Ermessenskriterien wie z.B. die Mitgliederstruktur, die Mitgliederzahl, die Mitgliederwohnorte, den Vereinszweck, die Datensensibilität etc., die bei der Einberufung einer hybriden MV zu beachten sind.²⁸⁸ Gleichwohl kann ausnahmsweise das Unterlassen der Einberufung einer hybriden MV zu einem Ermessensverstoß führen, wenn auf eine reine Präsenzversammlung gesetzt wird, obwohl es sich bspw. um einen bundesweit tätigen Großverein handelt.²⁸⁹ Schließt die Satzung diese nicht aus und betrachtet man sie als gleichwertige Alternative, muss die Hybridversammlung bei der Einberufung jedenfalls in Erwägung gezogen werden.²⁹⁰

3. Rein virtuelle Mitgliederversammlung und Einberufungsermessen, § 32 Abs. 2 S. 2 BGB

Für die Einberufung einer rein virtuellen MV bedarf es, wie schon ausgeführt nach § 32 Abs. 2 S. 2 BGB einen Beschluss der MV. Letztlich entscheiden somit die Mitglieder, ob sie das Einberufungsorgan hierfür ermächtigen möchten. Der Gesetzgeber bringt mit dem Wort „künftige“ in § 32 Abs. 2 S. 2 BGB zum Ausdruck, dass der in der MV gefasste Beschluss hierüber sich erst auf die darauffolgenden Versammlungen bezieht.²⁹¹ Die MV, die über diese Thematik entscheidet, muss also in Präsenz oder hybrid stattfinden.²⁹² Durch den Beschluss kann das Einberufungsorgan sowohl für einzelne als auch für alle künftigen Versammlungen ermächtigt werden.²⁹³ Für einen solchen Beschluss bedarf es der einfachen Mehrheit nach § 32 Abs. 1 S. 3 BGB.²⁹⁴ Darüber hinaus kann durch Beschluss ebenso die Ermächtigung zur Einberufung einer rein virtuellen MV zurückgenommen werden.²⁹⁵

²⁸³ OLG Hamm, Beschluss vom 4.8.2022, 27 W 58/22, NZG 2023, 424 (424).

²⁸⁴ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (357).

²⁸⁵ BeckOK BGB/*Schöpflin*, BGB, § 32 Rn. 47.

²⁸⁶ BeckOK BGB/*Schöpflin*, BGB, § 32 Rn. 48.

²⁸⁷ BeckOK BGB/*Schöpflin*, BGB, § 32 Rn. 48.

²⁸⁸ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (357).

²⁸⁹ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (357).

²⁹⁰ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (357).

²⁹¹ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 12.

²⁹² *Vielwerth*, npoR 15 (2023), 191 (192).

²⁹³ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 12.

²⁹⁴ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 12.

²⁹⁵ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 12.

Der durch die MV gefasste Beschluss nach § 32 Abs. 2 S. 2 BGB führt allein zur Ermächtigung des Einberufungsorgans.²⁹⁶ Ob er von dieser Gebrauch macht und eine rein virtuelle MV einberuft liegt demnach in seinem erweiterem Ermessen.²⁹⁷ Die Ermessenskriterien für die hybride MV gelten gleichermaßen auch für die rein virtuelle MV.²⁹⁸ Da letztlich die Mitglieder selbst durch Beschluss über die Einberufungsermächtigung entscheiden und im Rahmen dieser MV die Geeignetheit einer rein virtuellen MV für den Verein auszudiskutieren und ihre Belange zum Ausdruck bringen können, ist die Durchführung einer rein virtuellen MV gegen ihren Willen faktisch nicht möglich.²⁹⁹ Wie bereits erwähnt, darf nicht schon die MV, die über die Ermächtigung entscheidet, als rein virtuelle MV abgehalten werden, sodass niemand bei der Entscheidung hierüber ausgeschlossen wird.³⁰⁰ Kommt es danach zu einem Ermächtigungsbeschluss, bleibt den Mitgliedern genügend Zeit zur technischen Vorbereitung der kommenden MV.³⁰¹

4. Elektronische Kommunikationsmittel

Der Bundesrat hatte in seinem Gesetzentwurf ursprünglich vorgesehen, die Möglichkeit der virtuellen Teilnahme und Rechteaübung im Rahmen des § 32 Abs. 2 BGB auf die Videokonferenztechnik, sprich auf die Ton- und Bildübertragung zu begrenzen.³⁰² Der Bundesrat sah nur die Videokonferenz als wirklich vergleichbare Alternative zur Präsenzversammlung.³⁰³ Die Bundesregierung plädierte jedoch in ihrer Stellungnahme im Rahmen des Gesetzentwurfs für eine Weiterfassung des Vorschlags vom Bundesrat.³⁰⁴ Sie forderte die virtuelle Teilnahme und Rechteaübung der Mitglieder im Wege jedweder geeigneten elektronischen Kommunikation und begründete dies mit einer höheren Flexibilität.³⁰⁵ Auch der Rechteausschuss schloss sich in seiner Stellungnahme der Bundesregierung an und fügte hinzu, dass durch die Ausweitung der virtuellen Teilnahme und Rechteaübung auf jegliche elektronische Kommunikation dem Einberufungsorgan die Möglichkeit geboten wird, das virtuelle Verfahren so auszugestalten, wie es dem Verein am besten passt.³⁰⁶

Die Vorschläge der Bundesregierung und des Rechteausschusses realisierten sich und führten zur Technikoffenheit des § 32 Abs. 2 BGB³⁰⁷ der demnach jegliche elektronische Kommunikation zulässt.³⁰⁸ So kommen insbesondere die Nutzung von Ton- und Bildübertragung, Telefonkonferenzen, Abstimmungen per Mail, aber auch Chat-Funktionen zum Meinungsaustausch infrage.³⁰⁹

Die weite Auslegung des § 32 Abs 2 BGB hinsichtlich der elektronischen Kommunikation wird allerdings nicht von jedermann begrüßt. *Timmermann/Pfeuffer* sehen es als zwingende Voraussetzung für eine informierte Meinungs- und Willensbildung, die Redner zu sehen und zu hören.³¹⁰ Die Wahrnehmung von Mimik, Gestik und der Stimme der Redner

²⁹⁶ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (358).

²⁹⁷ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (358).

²⁹⁸ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (358).

²⁹⁹ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (358).

³⁰⁰ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (358).

³⁰¹ BeckOK BGB/*Schöpflin*, BGB, § 32 Rn. 50.

³⁰² *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/2532, S. 1.

³⁰³ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/2532, S. 2.

³⁰⁴ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/2532, S. 9.

³⁰⁵ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/2532, S. 9.

³⁰⁶ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 11.

³⁰⁷ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (358).

³⁰⁸ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (358).

³⁰⁹ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 11.

³¹⁰ *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (61).

seien zwingende Voraussetzung für eine fundierte Meinungsbildung der Mitglieder.³¹¹ Auch sei es essenziell, die Reaktion anderer Mitglieder (z.B. Applaus) zu sehen, um bei Unentschlossenheit sich an ihnen orientieren zu können.³¹² Wird die MV bspw. in Form von Telefon- oder Chat-Konferenzen abgehalten, gehe die Atmosphäre eines persönlichen Miteinanders und die Eigendynamik von Gruppenprozessen verloren.³¹³ Die genannten Anforderungen erfülle ausschließlich die Videokonferenztechnik.³¹⁴ Es dürfe nicht dem Ermessen des Vorstands überlassen werden, hybride MVs einzuberufen, die ungeeignete Formate vorsehen, wodurch Beschlüsse gefasst werden könnten, die nicht auf eine informierte Willensbildung beruhen.³¹⁵

5. Angabe der Art der Rechteausübung, § 32 Abs. 2 S. 3 BGB

Nach § 32 Abs. 2 S. 3 BGB muss bei der Einberufung einer hybriden oder rein virtuellen MV angegeben werden, wie die Mitglieder ihre Rechte im Wege der elektronischen Kommunikation ausüben können. Die Mitglieder haben somit die Möglichkeit, rechtzeitig vor der MV zu prüfen, ob ihre zur Verfügung stehende Technik den bei der Einberufung genannten elektronischen Kommunikationsmitteln entspricht oder ob sie weitere Maßnahmen treffen müssen, um sachgerecht ihre Mitgliederrechte im Wege der elektronischen Kommunikation auszuüben.³¹⁶

6. Entsprechende Anwendung auf die Vorstandssitzung, § 28 BGB

Durch den Verweis in § 28 BGB ist § 32 Abs. 2 BGB auf Sitzungen eines mehrköpfigen Vorstands entsprechend anzuwenden.³¹⁷ Demnach kann nicht nur die MV in hybrider oder rein virtueller Form abgehalten werden, sondern ebenso die Vorstandssitzung.³¹⁸

7. Disponibilität des § 32 Abs. 2 BGB

Zu nennen ist auch, dass die Disponibilität des § 32 BGB nach § 40 BGB ebenso den neu gefassten § 32 Abs. 2 BGB umfasst.³¹⁹ Demnach können Vereine von der Regelung des § 32 Abs. 2 BGB durch die Satzung abweichen.³²⁰ Aufgrund der ihnen zustehenden Satzungsautonomie können Vereine die Voraussetzungen der Teilnahme an einer hybriden oder rein virtuellen MV und ihre konkrete Ausgestaltung in der Satzung regeln.³²¹ Auch kann die Satzung die hybride oder rein virtuelle MV gänzlich ausschließen.³²²

IV. Zwischenfazit

Die Zulässigkeit der Durchführung einer virtuellen MV wird schon seit längerer Zeit von der Literatur weitestgehend anerkannt. Die erste obergerichtliche Entscheidung hierüber traf das OLG Hamm im Jahr 2011 und bestätigte die Zulässigkeit virtueller MVs und sah diese als „neuen Modus der Willensbildung“ an. Getrieben von den Corona-Schutzmaßnahmen

³¹¹ *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (61).

³¹² *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (61).

³¹³ *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (61).

³¹⁴ *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (61).

³¹⁵ *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (61).

³¹⁶ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 12.

³¹⁷ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 12.

³¹⁸ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 12.

³¹⁹ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 12.

³²⁰ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 12.

³²¹ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 12.; siehe dazu Kapitel C I 2.

³²² *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585, S. 12.

schuf der Gesetzgeber im Jahr 2020 im Rahmen des COVMG Vereinen die Möglichkeit, auch ohne entsprechende Satzungsregelung virtuelle MVs abzuhalten und Mitgliedern im Rahmen dieser ihre Mitgliederrechte im Wege der elektronischen Kommunikation auszuüben. Das OLG bestätigte im Jahr 2022 – als noch das COVMG in Kraft war – die Zulässigkeit virtueller MVs und nannte dazu die Anforderungen an eine ordnungsmäßige Satzungsregelung für die Abhaltung derartiger Versammlungen. Als dauerhafte Nachfolgeregelung zum COVMG trat am 21.3.2023 das Gesetz zur Ermöglichung hybrider und virtueller Mitgliederversammlungen im Vereinsrecht in Kraft. Seither kann das Einberufungsorgan ebenfalls ohne Satzungsregelung eine hybride MV einberufen. Soll die MV rein virtuell durchgeführt werden, so bedarf es hierfür einen Beschluss der MV, sodass das Einberufungsorgan hierüber nicht allein entscheiden kann.

D. Die virtuelle Mitgliederversammlung – ein Modell für die Zukunft?

Durch das Gesetz zur Ermöglichung hybrider und virtueller Mitgliederversammlungen im Vereinsrecht hat der Gesetzgeber für Vereine die Möglichkeit geschaffen, auch ohne entsprechender Satzungsregelung hybride oder rein virtuelle MVs abzuhalten. Im folgenden Kapitel werden zunächst die Besonderheiten, die sich bei der Abhaltung virtueller MVs ergeben genauer erläutert. Abgeschlossen wird das Kapitel mit der Gegenüberstellung der Vor- und Nachteile einer virtuellen MV sowohl aus Mitglieder- als auch aus Vereinssicht.

I. Besonderheiten einer virtuellen Mitgliederversammlung

1. Vorbereitung

Die Vorbereitung einer MV kann aufwendig und langwierig sein. Bei Großvereinen wird bei der Abhaltung einer hybriden oder rein virtuellen MV kein Weg an einer professionellen technischen und rechtlichen Begleitung vorbeiführen.³²³ Um Anfechtungsrisiken zu minimieren³²⁴, sollte die Ausgestaltung der elektronischen Kommunikation, von der die technische Umsetzung der Rechteaübung der Mitglieder abhängt, unter der Abstimmung mit anwaltlichen Beratern erfolgen.³²⁵ So sollte insbesondere bei der Auswahl eines passenden Tools zur Durchführung der hybriden oder rein virtuellen MV eine datenschutz- bzw. vereinsrechtliche Beratung nicht vernachlässigt werden.³²⁶ Die mehrfache Testung des Ablaufs und der vorgesehenen Software sollte vor der Versammlung unabhängig von der Größe der Versammlung durchgeführt werden.³²⁷

2. Einberufung und Einladung der Mitglieder

Die sich aus Gesetz und Satzung ergebenden allgemeinen Regeln zur Einberufung (hinsichtlich der Form, der Frist etc.) gelten grundsätzlich auch für die Einberufung einer virtuellen MV.³²⁸ Hinzu kommen allerdings einige Besonderheiten, die bei der Einberufung beachtet werden sollten.³²⁹

³²³ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (160).

³²⁴ Zum Beschlussmängelausschluss bei technischen Störungen siehe C I 5 b).

³²⁵ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (160).

³²⁶ Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (191).

³²⁷ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (160).

³²⁸ Segna, npoR 12 (2020), 148 (150); ausführlich in Kapitel B III 1.

³²⁹ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (155).

a) Mitteilung der Versammlungsmodalitäten

Ort und Zeitpunkt der MV müssen mit der Einberufung den Mitgliedern rechtzeitig³³⁰ mitgeteilt werden.³³¹ Wird eine hybride MV einberufen, so besteht nur eine teilweise Ortsabhängigkeit.³³² Für diejenigen Mitglieder, die in Präsenz an der MV teilnehmen, ist der in der Satzung bestimmte Versammlungsort einzuhalten.³³³ Aufgrund der Ortsunabhängigkeit³³⁴ muss bei der Einberufung einer rein virtuellen MV an einem in der Satzung festgelegten Ort nicht festgehalten werden.³³⁵ Um Unklarheiten zu vermeiden, empfiehlt sich dennoch eine Satzungsanpassung, die die rein virtuelle MV ebenfalls berücksichtigt.³³⁶

Abgesehen hiervon sind den Mitgliedern alle notwendigen Informationen zur Teilnahme an einer hybriden oder rein virtuellen MV mitzuteilen.³³⁷ Benötigen die Mitglieder eine bestimmte Software, um an der MV teilzunehmen und von ihrem Stimmrecht und anderen Mitgliederrechten Gebrauch zu machen, so ist den Mitgliedern rechtzeitig mitzuteilen, wie sie diese erhalten können und welche Systemanforderungen vorausgesetzt werden.³³⁸ Soll die Teilnahme über eine Internetseite erfolgen, ist der *URL* der Internetseite entsprechend mitzuteilen.³³⁹ Den Mitgliedern sollte im Sinne einer optimalen Vorbereitung und um Unklarheiten von Anfang an zu vermeiden, das Prozedere der Teilnahme und die Rechteausübung im virtuellen Format erläutert werden.³⁴⁰ Demgegenüber dürfte die zusätzliche Beifügung einer Softwareanleitung und das Angebot, mit technisch unvertrauten Mitgliedern einen Probelauf durchzuführen, als überholt gelten.³⁴¹ Zumal bei der Verwendung einer Abstimmungssoftware ohnehin schon vor der MV ein Probelauf durchgeführt werden sollte.³⁴² Besonders relevant dürfte die Frage sein, wie den Mitgliedern die Zugangsdaten zur Teilnahme an einer virtuellen MV mitgeteilt wird.³⁴³

b) Zugangsdaten

Bei der Durchführung einer virtuellen MV ist insbesondere darauf zu achten, dass an dieser nur die zur Teilnahme legitimierten Vereinsmitglieder teilnehmen können³⁴⁴ Entsprechende Legitimationsmechanismen sollten integriert werden, die dies sicherstellen.³⁴⁵ In der bereits erwähnten Entscheidung des OLG Hamm im Jahr 2011 sah das OLG die Übersendung der Zugangsdaten samt nur für die jeweilige MV bestimmtes Passwort als ausreichende Zugangsbeschränkung.³⁴⁶ Danach können die Zugangsdaten samt Zugangspasswort den Mitgliedern in einer separaten Mail auch unmittelbar vor der MV zugesendet werden.³⁴⁷ Denkbar ist allerdings auch, dass die Zugangsdaten den Mitgliedern

³³⁰ Zu der Einberufungsfrist siehe Kapitel B III 1 b).

³³¹ *Schmaus*, npoR 14 (2022), 131 (133).

³³² *Schmaus*, npoR 14 (2022), 131 (133).

³³³ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (359).

³³⁴ *Schmaus*, npoR 14 (2022), 131 (133).

³³⁵ *Segna*, npoR 12 (2020), 148 (150).

³³⁶ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (359).

³³⁷ *Dehesselles/Richter*, npoR 8 (2016), 246 (250).

³³⁸ *Dehesselles/Richter*, npoR 8 (2016), 246 (250); *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (156).

³³⁹ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (156).

³⁴⁰ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (156).

³⁴¹ *Vielwerth*, npoR 15 (2023), 191 (191).

³⁴² *Vielwerth*, npoR 15 (2023), 191 (191).

³⁴³ *Schmaus*, npoR 14 (2022), 131 (134).

³⁴⁴ Vgl. OLG Hamm, Beschluss vom 27.9.2011, 27 W 106/11, NJW 2012, 940 (941).

³⁴⁵ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (156).

³⁴⁶ OLG Hamm, Beschluss vom 27.9.2011, 27 W 106/11, NJW 2012, 940 (941); siehe Kapitel C I 1.

³⁴⁷ OLG Hamm, Beschluss vom 27.9.2011, 27 W 106/11, NJW 2012, 940 (941).

nicht separat, sondern auch zusammen mit der Einladung zugesendet werden.³⁴⁸ Um die Gefahr fremden Beitritts bestmöglich zu vermeiden, ist jedenfalls davon abzuraten, dass die Zugangsdaten gemeinsam mit der Einberufung öffentlich bekanntgegeben werden.³⁴⁹ Empfehlenswert ist jedenfalls die Auferlegung der Verpflichtung, dass die Zugangsdaten für die virtuelle MV keinem Dritten zugänglich zu machen und diese streng geheim zu halten.³⁵⁰

3. Identifikation der Mitglieder

Unabhängig davon, wie die die Zugangsdaten den Mitgliedern mitgeteilt werden, kann vor der virtuellen MV eine Identitätskontrolle der Mitglieder durchgeführt werden.³⁵¹ *Schmaus* sieht das Vorzeigen eines gültigen Lichtbild- bzw. Mitgliederausweises über die Videofunktion als Möglichkeit hierfür³⁵² und führt weiter aus, dass bei Großvereinen dies über mehrere, vernetzte Meetingräume stattfinden kann, bei denen die Mitglieder zunächst einzeln in einen Warteraum, dann zur Überprüfung der Identität in einen weiteren Meetingraum und anschließend zum virtuellen Versammlungsraum weitergeleitet werden.³⁵³

Insbesondere für Großvereine mit einer höheren Beteiligung an der MV dürfte sich *Schmaus* genannter Vorschlag als unpraktikabel erweisen. Selbst die Bereitstellung etlicher Meetingräume, die einerseits als Warteraum und andererseits als Raum zur Identitätsprüfung dienen, würden die einzelne Identitätsprüfung der Mitglieder vermutlich nicht realisierbar machen. Zumal würde dies bei Vereinen in dieser Größenordnung einen erheblichen und unverhältnismäßigen Zeit- und Personalaufwand abverlangen. Zusammenfassend ist festzuhalten, dass genannter Vorschlag bei Großvereinen zu erheblichen und unzumutbaren praktischen Schwierigkeiten führen würde. Zumindest bei Großvereinen sollte es bei der Versendung von individuellen Legitimationsdaten samt einem Passwort belassen werden, da dies zur direkten Identifikation der Mitglieder ausreichen dürfte.³⁵⁴

Trotz der genannten Maßnahmen dürfte die Gefahr unbefugten Zutritts eine der größeren Herausforderungen für Vereine sein, da der nachlässige Umgang der Mitglieder mit dem Passwort nicht ausgeschlossen werden kann.³⁵⁵ Denkbar für die Zukunft sind jedenfalls höhere Sicherheitsstandards, wie z.B. *Face-ID*-Systeme, die zwar die Gefahr fremden Beitritts nicht ganz ausschließen, aber diese zumindest erheblich erschweren würden.³⁵⁶

4. Versammlungsleitung in der virtuellen Mitgliederversammlung

Die Leitung der MV durch einen Versammlungsleiter dürfte im virtuellen Format unerlässlich sein.³⁵⁷ Als Pendant zur Entziehung des Wortes in einer Präsenzversammlung³⁵⁸ sollte dem Versammlungsleiter – sofern dies nicht bereits durch eine technische Regie erfolgt³⁵⁹ – bei der Abhaltung einer virtuellen MV ermöglicht werden

³⁴⁸ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (156).

³⁴⁹ *Schmaus*, npoR 14 (2022), 131 (134).

³⁵⁰ Vgl. OLG Hamm, Beschluss vom 27.9.2011, 27 W 106/11, NJW 2012, 940 (941).

³⁵¹ *Schmaus*, npoR 14 (2022), 131 (134).

³⁵² *Schmaus*, npoR 14 (2022), 131 (135).

³⁵³ *Schmaus*, npoR 14 (2022), 131, Fn. 71.

³⁵⁴ Vgl. *Vielwerth*, npoR 15 (2023), 191 (191).

³⁵⁵ *Heckschen*, Beschlussfassung im virtuellen Raum, S. 40.

³⁵⁶ *Heckschen*, Beschlussfassung im virtuellen Raum, S. 44.

³⁵⁷ *Erdmann*, MMR 3 (2000), 526 (528).

³⁵⁸ Siehe dazu Kapitel B III 3 b).

³⁵⁹ Vgl. *Vielwerth*, npoR 15 (2023), 191 (191).

nach Ermessen einzelne Mitglieder stummzuschalten.³⁶⁰ Analog zur Verweisung aus dem Versammlungssaal sollte dieser auch dazu befugt sein, in Fällen, in denen es erforderlich ist, Mitglieder aus dem virtuellen Versammlungsraum auszuschließen.³⁶¹ Vor Beginn der MV sollte der Versammlungsleiter allerdings die Mitglieder darauf hinweisen, dass genannte Sanktionen als *ultima ratio* durchgesetzt werden können.³⁶²

Wird eine hybride MV abgehalten, stellt sich die Frage, ob der Versammlungsleiter in Präsenz an der MV teilnehmen muss oder ob dieser auch durch virtuelle Teilnahme die MV leiten kann.³⁶³ Anders als im Aktienrecht (§ 118a Abs. 2 S. 3 AktG) beantwortet das BGB diese Frage nicht.³⁶⁴ Dass ein virtuell zugeschalteter Versammlungsleiter die Umstände in einem Präsenzsaal hinreichend überblicken und beeinflussen kann, ist eher zu verneinen.³⁶⁵ Ratsam ist daher, dass sich der Versammlungsleiter im Falle einer Hybridversammlung am Ort der Präsenzversammlung aufhält.³⁶⁶

5. Beschlussfassung und Wahlen im virtuellen Format

Die Beschlussfassung und die Wahlen der Organe dürften für die meisten Mitglieder die aufregendsten Teile der MV sein.³⁶⁷ Fraglich ist jedoch, welche Besonderheiten sich bei Abhaltung einer virtueller MV ergeben.

a) Digitale Stimmabgabe

Die satzungsmäßigen Abstimmungsmodalitäten gelten zunächst auch für die virtuelle MV, dürften aber in den meisten Fällen nicht besonders praktikabel sein.³⁶⁸ Bei einer virtuellen MV in Form einer Videokonferenz sollte neben der Konferenzsoftware jedenfalls auch eine Abstimmungssoftware zur Stimmrechtsausübung der Mitglieder integriert werden.³⁶⁹ Das bei Präsenzversammlungen verbreitete Handzeichen als Stimmabgabe dürfte besonders bei einer Vielzahl von stimmberechtigten Teilnehmern im virtuellen Format mit einer beschwerlichen Auszählung verbunden sein, zumal anders als in Präsenz ein allein durch den ersten Blick erkennbares Abstimmungsergebnis sich im virtuellen Format durch ein Handzeichen nicht oder nur erschwert ergeben würde.³⁷⁰ Besonders bei Angelegenheiten mit Konfliktpotenzial ist die Dokumentation anhand einer Abstimmungssoftware zu empfehlen.³⁷¹

Sieht die Satzung bzw. ein Mehrheitsbeschluss dies vor, sollten auch geheime Wahlen gewährleistet werden.³⁷² Die geheime Wahl umfasst auch die Geheimhaltung der Daten gegenüber Vorstand.³⁷³ Wird in Sachen Abstimmungssoftware ein externer Dienstleister beauftragt, so sollte mit ihm im Vorfeld eine Geheimhaltungsvereinbarung geschlossen werden.³⁷⁴ Grundsätzlich gilt für die digitale Stimmabgabe, dass sie so vergleichbar wie

³⁶⁰ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (158).

³⁶¹ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (158).

³⁶² Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (158).

³⁶³ Habighorst, NZG 26 (2023), 356 (359).

³⁶⁴ Habighorst, NZG 26 (2023), 356 (359).

³⁶⁵ Habighorst, NZG 26 (2023), 356 (359).

³⁶⁶ Habighorst, NZG 26 (2023), 356 (359).

³⁶⁷ Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (192).

³⁶⁸ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (159).

³⁶⁹ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (159); Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (192).

³⁷⁰ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (159).

³⁷¹ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (159).

³⁷² Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (192).

³⁷³ Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (192).

³⁷⁴ Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (192).

möglich mit einer Abstimmung in Präsenz erfolgen sollte.³⁷⁵ Eine sog. Live-Abstimmung, bei der die abstimmenden Mitglieder noch während des Abstimmungsprozesses das aktuelle Abstimmungsergebnis sehen können, scheint hierfür essenziell zu sein.³⁷⁶ Auch in einer Präsenzversammlung kann das abstimmende Mitglied – zumindest bei Wahlen, bei der die Stimmabgabe durch ein „einfaches“ Handzeichen erfolgt – sich an den Handzeichen der übrigen Mitglieder orientieren.³⁷⁷ Räumt die Satzung eine Stimmrechtsübertragung oder bestimmten Mitgliedern ein Mehrfachstimmrecht ein³⁷⁸, ist es von Vorteil, Abstimmungen nicht über die integrierte Umfragemöglichkeit eines Videotools durchzuführen, sondern eine separate Abstimmungssoftware zu nutzen, um das Stimmrecht in den genannten Fällen mehrfach ausführen zu können.³⁷⁹

b) Reaktion auf technischen Störungen

Es liegt in der Natur der Sache, dass die Nutzung elektronischer Kommunikation mit einem höheren Störungsrisiko verbunden ist als bei der Abhaltung einer Präsenzversammlung.³⁸⁰ Serverstörungen oder der Ausfall einzelner Dienste können zur Behinderung bzw. Unmöglichkeit der Datenübertragung im Internet führen.³⁸¹ Solch unerwünschte Störungen können einerseits die Teilnahme an der hybriden bzw. rein virtuellen MV als solche, andererseits die Rechteaübung der Mitglieder in dieser betreffen.³⁸² Fraglich ist, ob im virtuellen Format technische Störungen bei Mitgliedern zu einer Anfechtung der gefassten Beschlüsse führen kann. Auch hier regelt das BGB einen solchen Fall für das Vereinsrecht nicht.³⁸³

aa) Beschlussmängelausschluss nach aktienrechtlichen Grundsätzen

Anders sieht es im Aktienrecht aus. § 243 Abs. 3 Nr.1 und Nr. 2 AktG sehen vor, dass eine Anfechtung eines Beschlusses nicht auf die durch eine technische Störung verursachte Verletzung von Aktionärsrechten gestützt werden kann. Ein solcher Anfechtungsausschluss dürfte aufgrund der nie gänzlichen Vermeidbarkeit technischer Störungen bei Mitgliedern (aber auch auf Vereinsseite) und des Schutzes des Vereins für den Verein ebenfalls Anwendung finden.³⁸⁴ Dafür spricht auch, dass Vereinen in den meisten Fällen weniger Mittel zur Risikominimierung zur Verfügung stehen dürften als AGs.³⁸⁵ Der Beschlussmängelausschluss sollte allerdings in den Fällen für die Mitglieder dennoch möglich sein, in denen dem Verein Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit vorzuwerfen ist.³⁸⁶ Aus dem Gesetzentwurf zur Neufassung u.a. des § 243 AktG geht hervor, dass grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz in den Fällen nicht anzunehmen ist, in denen die AG einen externen professionellen Dienstleister zur technischen Durchführung der Versammlung beauftragt hat.³⁸⁷

³⁷⁵ Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (192).

³⁷⁶ Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (192).

³⁷⁷ Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (192).

³⁷⁸ Siehe dazu Kapitel B IV.

³⁷⁹ Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (192).

³⁸⁰ Beck, RNotZ 13 (2014), 160 (163).

³⁸¹ Beck, RNotZ 13 (2014), 160 (163).

³⁸² Beck, RNotZ 13 (2014), 160 (163).

³⁸³ Habighorst, NZG 26 (2023), 356 (359).

³⁸⁴ Habighorst, NZG 26 (2023), 356 (359).

³⁸⁵ Habighorst, NZG 26 (2023), 356 (359).

³⁸⁶ Segna, npoR 12 (2020), 148 (151).

³⁸⁷ Deutscher Bundestag, BT-Drs. 20/1738, S. 37.

bb) Beispiel Profi-Fußballvereine

Zutreffen dürfte dies vor allem für Fußballvereine aus der Fußball-Bundesliga und der 2. Bundesliga, die bei der Abhaltung hybrider oder rein virtueller MVs regelmäßig einen externen Dienstleister beauftragen werden.³⁸⁸ Bei kleinen Vereinen dürfte zur Verneinung von grober Fahrlässigkeit und Vorsatz schon die Auswahl eines zuverlässigen Tools und eine sorgfältige technische Vorbereitung ausreichen.³⁸⁹ Handelt es sich aber um eine technische Störung, die in der Sphäre des Mitglieds liegt, so kann dies dem Verein nicht angelastet werden.³⁹⁰ Bleibt beispielsweise ein Mitglied auf dem Weg zur Präsenzversammlung aufgrund eines Motorschadens an seinem Auto liegen, kann dies ebenfalls nicht der AG angelastet werden.³⁹¹

c) Vertretung

Dass die Rechteausübung und somit auch das Stimmrecht nach § 38 BGB grundsätzlich nicht anderen Mitgliedern überlassen werden kann, wurde bereits thematisiert.³⁹² Auch dass nach § 40 BGB hiervon abgewichen werden kann und das Stimmrecht anderen Mitgliedern oder Dritten überlassen werden kann, wurde bereits ausgeführt.³⁹³

Anders als im Vereinsrecht ist die Stimmrechtsvertretung bei der AG nach § 154 Abs. 3 S. 1 AktG bereits von Gesetzes wegen möglich.³⁹⁴ Besonders bei Großvereinen kann eine Satzungsregelung zugunsten einer Stimmrechtsvollmacht ein effektiver Weg sein, um die Beteiligung der Mitglieder zu steigern.³⁹⁵ Das aus der Aktiengesellschaft bekannte *Proxy-Voting* nach § 143 Abs. 3 Nr. 5 AktG ließe sich demnach mit einer entsprechenden Satzungsregelung auch auf den Verein übertragen.³⁹⁶ Möchte bzw. kann ein Mitglied nicht persönlich an der MV teilnehmen, so kann stattdessen eine vom Vorstand benannte Person die Stimmrechtsausübung als Vertreter für das zu vertretene Mitglied übernehmen.³⁹⁷ Die Suche nach einem Stimmrechtsvertreter aus dem Bekanntenkreis würde für das Mitglied, was nicht an der MV teilnehmen kann oder will demnach wegfallen und es könnte auf die vom Vorstand empfohlenen Vertreter zurückgreifen.³⁹⁸

Passend für die virtuelle Teilnahme an der MV ist denkbar, dass die genannte Stimmrechtsvertretung samt Vollmachtserteilung und Weisungserteilung auch elektronisch organisierbar ist (sog. Online-Proxy-Voting).³⁹⁹ So kann der Verein auf seiner Website ein Fenster erstellen, bei der die zur Vertretung vorgesehenen Personen samt den Tagesordnungspunkten zu finden sind.⁴⁰⁰ Indem das Mitglied diese Auswahlmöglichkeit anwählt, kann er die genannten Personen bevollmächtigen und ihnen gleichzeitig die Weisung zur Stimmrechtsausübung erteilen.⁴⁰¹ Dabei stellt das Bereitstellen eines solchen

³⁸⁸ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (359).

³⁸⁹ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (359).

³⁹⁰ *Beck*, RNotZ 13 (2014), 160 (163).

³⁹¹ *Beck*, RNotZ 13 (2014), 160 (163).

³⁹² Siehe Kapitel B IV 3.

³⁹³ Siehe Kapitel B IV 3.

³⁹⁴ *Noack*, NJW 71 (2018), 1345 (1347).

³⁹⁵ *Noack*, NJW 71 (2018), 1345 (1347).

³⁹⁶ *Noack*, NJW 71 (2018), 1345 (1347, 1348).

³⁹⁷ Vgl. *Hanloser*, NGZ 4 (2001), 355 (355); *Noack*, NJW 71 (2018), 1345 (1348).

³⁹⁸ *Noack*, NJW 71 (2018), 1345 (1348).

³⁹⁹ *Noack*, NJW 71 (2018), 1345 (1348).

⁴⁰⁰ *Noack*, NJW 71 (2018), 1345 (1348).

⁴⁰¹ *Noack*, NJW 71 (2018), 1345 (1348).

Internetformulars keinen angreifbaren Formmangel dar, da die Stimmrechtserteilung als solche formfrei ist.⁴⁰²

6. Rechteausübung der Mitglieder im virtuellen Format

Dass den Mitgliedern eine Reihe von versamlungsbezogenen Rechten zustehen, mit denen sie über die Geschicke des Vereins mitbestimmen können, wurde bereits thematisiert.⁴⁰³ Nehmen die Mitglieder an der MV virtuell teil, so ist fraglich, welche Besonderheiten sich für sie bei der Rechteausübung ergeben.

a) Nur Teilnahmerecht oder Erstreckung auf sämtliche Mitgliederrechte?

Von zentraler Bedeutung dürfte dabei die Frage sein, ob bei der Abhaltung einer Hybridversammlung den Mitgliedern, die virtuell an der MV teilnehmen, neben dem Teilnahmerecht auch andere Rechte, insbesondere das Rede- und Fragerecht gleichwertig eingeräumt werden müssen wie den Mitgliedern, die in Präsenz an der MV teilnehmen.⁴⁰⁴

aa) Unterschiedliche Auffassungen in der Literatur

Hinsichtlich dieser Frage werden in der Literatur unterschiedliche Ansichten vertreten. Bspw. bezeichnet *Noack* die Beschränkung der Rechte von virtuell teilnehmenden Mitgliedern als Preis der Privilegierung, da sie trotz einer fehlenden Anwesenheit in Präsenz eine Teilhabe an der MV von zuhause aus genießen.⁴⁰⁵ Für eine informierte Willensbildung sei es nach ihm auch schon ausreichend, dass die Mitglieder die Präsenzverhandlungen zur Beschlussfassung auch online verfolgen können. Schon lange vor den Sonderregelungen des COVMG und der Neufassung des § 32 Abs. 2 BGB sprach sich *Krüger* dafür aus, dem Vorstand einen Spielraum bei der Rechtebeschränkung von virtuell teilnehmenden Mitgliedern einzuräumen, wenn die Satzung eine virtuelle MV vorsieht.⁴⁰⁶ Demgegenüber fordert *Segna* eine Gleichbehandlung der Mitglieder unabhängig davon, ob sie virtuell oder in Präsenz an der MV teilnehmen und bezeichnet das Abverlangen eines Preises in Form der Rechtebeschränkung für die Online-Teilnahme zumindest mit Bezug auf die Corona-Pandemie als befremdlich.⁴⁰⁷ *Schwenn/Blacher* schließen sich dem an und vertreten die Auffassung, dass das Recht der Teilhabe an der Willensbildung des Vereins den Mitgliedern unabhängig von der Versamlungsform zusteht, sodass die versamlungsgebundenen Rechte der Mitglieder auch bei der Abhaltung einer virtuellen MV gewahrt werden müssen.⁴⁰⁸

bb) Gesetzeswortlaut des § 32 Abs. 2 BGB und Heranziehung des § 118 Abs. 1 S. 2 AktG

Nach dem Gesetzeswortlaut des § 32 Abs. 2 BGB können die Mitglieder im Wege der elektronischen Kommunikation an der Versammlung teilnehmen und andere Mitgliederrechte ausüben. Das „und“ kann einerseits dahingehend ausgelegt werden, dass den Mitgliedern die elektronische Teilnahme kumulativ mit dem Rede- und Fragerecht gewährt werden muss oder andererseits, dass die Teilnahme im Wege der elektronischen Teilnahme nicht zugleich die Gewährung weiterer Mitgliederrechte begründet. Daher gibt auch die Auslegung des Wortlauts keine eindeutige Antwort auf die Ausgangsfrage, ob

⁴⁰² *Noack*, NJW 71 (2018), 1345 (1348).

⁴⁰³ Zu den Mitgliederrechten in der MV siehe Kapitel B IV.

⁴⁰⁴ *Segna*, npoR 12 (2020), 148 (150); *Noack*, NJW 71 (2018), 1345 (1349).

⁴⁰⁵ *Noack*, NJW 71 (2018), 1345 (1349).

⁴⁰⁶ *Krüger*, MMR 15 (2012), 85, (87).

⁴⁰⁷ *Segna*, npoR 12 (2020), 148 (150).

⁴⁰⁸ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (156).

virtuell teilnehmenden Mitgliedern über das Teilnahmerecht hinausgehende Mitgliederrechte eingeräumt werden müssen.⁴⁰⁹

Denkbar wäre darüber hinaus auch ein systematischer Umkehrschluss aus dem § 118 Abs. 1 S. 2 AktG.⁴¹⁰ § 118 Abs. 1 S. 2 AktG räumt der AG eine Satzungsregelung dahingehend ein, dass im Falle einer Teilnahme an der HV ohne Anwesenheit am physischen Versammlungsort die Aktionäre sämtliche oder einzelne ihrer Rechte ganz oder teilweise im Wege elektronischer Kommunikation ausüben können. Während das AktG eine Satzungsregelung hinsichtlich der elektronischen Rechteaübung der Aktionäre zulässt, ermächtigt § 32 Abs. 2 BGB hingegen unmittelbar das einberufende Organ.⁴¹¹ Aufgrund dieser unterschiedlichen Regelungsmethoden dürfte einem Umkehrschluss aus § 118 Abs. 1 S. 2 AktG keine allzu große Bedeutung zukommen.⁴¹²

cc) Gesetzentwurf des Bundesrats und Beschlussempfehlung des Rechteausschusses

Weder der Gesetzesentwurf des Bundesrats⁴¹³ noch die Beschlussempfehlung des Rechteausschusses⁴¹⁴ beantworten konkret die Frage, ob virtuell teilnehmende Mitglieder mit den gleichen Rechten ausgestattet werden müssen wie die Mitglieder, die in Präsenz teilnehmen. Allerdings geht aus beiden in der Zielbeschreibung hervor, dass die Möglichkeit der Abhaltung einer virtuellen MV „zu einer Stärkung der Mitgliedschaftsrechte und einer Förderung des ehrenamtlichen Engagements“ führt.⁴¹⁵ Entzieht man virtuell teilnehmenden Mitgliedern aber solche versamlungsbezogene Rechte, die über das Teilnahmerecht hinausgehen, kann nicht von „einer Stärkung der Mitgliedschaftsrechte“ gesprochen werden.⁴¹⁶ So wäre es, wenn man den Grundgedanken des Bundesrats und des Rechteausschusses folgt, wünschenswert, dass man den Mitgliedern sämtliche Mitgliederrechte bei einer virtuellen Teilnahme einräumt.⁴¹⁷

dd) Praktikabilität und Lösungsansatz

Überträgt man diesen Gedanken auf die Versammlungspraxis eines Großvereins, scheint dieser jedoch nichts weiter als ein Wunschdenken zu sein. Ermöglicht ein Verein bspw. den Mitgliedern über eine Chat-Funktion – die parallel zur Ton- und Bildübertragung läuft – Anmerkungen zu machen und Fragen zu stellen, ist die Praktikabilität dieser Möglichkeit zu hinterfragen. Dass dem Verein eine nicht händelbare Flut an Fragen, die in einer Präsenzversammlung so nicht gestellt werden erreichen, ist nicht unwahrscheinlich. Dass es Mitgliedern leichter fällt, ihr Anliegen und ihre Fragen über eine Chat-Funktion zu äußern, als sich vor Hunderten von Menschen hinter einem Redepult zu stellen, liegt auf der Hand.

Dass der Ablauf der Versammlung bei einer hybriden MV ebenfalls gestört werden kann, ist ebenso nicht auszuschließen.⁴¹⁸ Mangels durch Blickkontakt hergestellter Abstimmung zwischen den virtuell und in Präsenz teilnehmenden Mitgliedern kann es bspw. zu

⁴⁰⁹ *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (61).

⁴¹⁰ *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (61).

⁴¹¹ *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (61).

⁴¹² *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (61).

⁴¹³ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/2532.

⁴¹⁴ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/5585.

⁴¹⁵ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/2532.

⁴¹⁶ *Habighorst*, NZG 26 (2023), 356 (358).

⁴¹⁷ *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (61).

⁴¹⁸ *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (61).

Unstimmigkeiten bei Rednerbeiträgen kommen.⁴¹⁹ Auch störende Hintergrundgeräusche oder Verbindungsprobleme können zur Senkung des Niveaus beitragen.⁴²⁰

Möchte ein Verein solche Risiken vorbeugen, so könnte dieser ggf. das Rede- und Fragerecht nur auf solche Mitglieder beschränken, die in Präsenz an der MV teilnehmen, wodurch virtuell teilnehmende Mitglieder neben ihrer Teilnahme lediglich von ihrem Stimmrecht Gebrauch machen können. Will also ein Mitglied insbesondere sein Rede- und Fragerecht gerecht ausüben, so muss er in Präsenz an der MV teilnehmen.

Vereinen und in Präsenz teilnehmenden Mitgliedern kann demnach ein berechtigtes Interesse zugutegehalten werden, virtuell teilnehmenden Mitgliedern u.a. das Rede- und Fragerecht zu verwehren.⁴²¹ Dabei handelt es sich nach einigen Stimmen in der Literatur weder um die Einschränkung der Mitgliederrechte, noch um die Nichtbeachtung des vereinsrechtlichen Gleichbehandlungsgrundsatzes.⁴²² Es sei also, wie es schon *Noack* ausführt, der Preis der Privilegierung, an der Versammlung teilzuhaben, ohne physisch anwesend zu sein.⁴²³

Anders sieht es bei der rein virtuellen MV aus. Im Gegensatz zu der hybriden MV ist die Verwehrung u.a. des Rede-, Frage- und Fragerechts unzulässig, sodass die Möglichkeit der Ausübung dieser für die Mitglieder bei einer rein virtuellen MV weiter fortbestehen muss.⁴²⁴ Schließlich haben die Mitglieder anders als bei einer hybriden MV kein Wahlrecht darüber, ob sie in Präsenz oder virtuell an der Versammlung teilnehmen möchten.

b) Interaktion bei der Abhaltung rein virtueller Mitgliederversammlungen

Beschließen die Mitglieder, dass künftige Versammlungen als rein virtuelle MVs i.S.d. § 32 Abs. 2 S. 2 BGB abgehalten werden sollen, stellt sich die Frage, wie die Mitglieder miteinander und mit dem Vorstand bzw. dem Versammlungsleiter interagieren.⁴²⁵ Jedenfalls ist bei der Durchführung einer rein virtuellen MV darauf zu achten, dass diese sich nicht zu einem reinen Vortrag des Vorstands bzw. des Versammlungsleiters entwickelt.⁴²⁶ Um eine der Präsenzversammlung möglichst gleichwertige Interaktion zwischen den Beteiligten zu schaffen, empfiehlt sich eine Kommunikation in Echtzeit, vorzugsweise durch eine Zwei-Wege-Kommunikation, sprich durch die Übertragung von Ton und Bild.⁴²⁷ Die Gewährleistung einer Kommunikation in Echtzeit bedeutet aber nicht, dass für die Mitglieder durchgehend die Möglichkeit bestehen muss, sich an den Versammlungsleiter oder andere Mitglieder zu wenden.⁴²⁸ Es reicht aus, wenn es wie in einer Präsenzversammlung festgelegte Zeitabschnitte gibt, an denen Diskussionen geführt werden können und in diesen stets eine Kommunikation in Echtzeit ermöglicht wird.⁴²⁹

Als Pendant zum Rederecht in Präsenz ist denkbar, dass den Mitgliedern eine parallel zur Versammlung laufende Chat-Funktion zur Verfügung gestellt wird, sodass Fragen der

⁴¹⁹ *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (61).

⁴²⁰ *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (62).

⁴²¹ *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (62).

⁴²² *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (62); *Weitemeyer/Hepperle*, npoR 14 (2022), 290 (296).

⁴²³ *Noack*, NJW 71 (2018), 1345 (1348); *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (62).

⁴²⁴ *Timmermann/Pfeuffer*, NZG 26 (2023), 59 (62).

⁴²⁵ Vgl. *Vielwerth*, npoR 15 (2023), 191 (191).

⁴²⁶ *Vielwerth*, npoR 15 (2023), 191 (191).

⁴²⁷ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (158); *Vielwerth*, npoR 15 (2023), 191 (191).

⁴²⁸ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (158).

⁴²⁹ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (158).

Mitglieder gesammelt und in bestimmten Zeiträumen beantwortet werden können.⁴³⁰ Diese Möglichkeit bietet sich an, da es wie bereits erwähnt, nicht zwingend notwendig ist, das Rede- und Fragerecht über eine Ton- und Bildübertragung zu gewährleisten.⁴³¹ Die Ausgestaltung des Chat-Systems sollte vom Einzelfall abhängig gemacht werden.⁴³² Die Vereinsgröße und die zu erwartende Beteiligung der Mitglieder könnten demnach als Faktor herangezogen werden, um die Ausgestaltungsfrage des Chat-Systems zu beantworten. Bspw. kann auch vorgesehen werden, dass die Fragen der Mitglieder im Vorfeld per Mail dem Verein zugeschickt werden müssen und für die sachgerechte Vorbereitung der Mitglieder für etwaige Diskussionen auf der Website des Vereins veröffentlicht werden.⁴³³ Auch hierfür kann dann ein nur für die Beantwortung dieser Fragen und die damit einhergehenden Diskussionen geschaffenes Zeitfenster in der Versammlung vorgesehen werden.⁴³⁴ Räumt man den Mitgliedern eine Fragemöglichkeit per Mail ein, ist es denkbar, dass die Chat-Funktion lediglich auf technische Fragen beschränkt wird.⁴³⁵

Wird die virtuelle MV in Form einer Videokonferenz samt Ton- und Bildübertragung abgehalten, empfiehlt es sich die teilnehmenden Mitglieder mit Beginn der MV zentral stummzuschalten.⁴³⁶ Wird einzelnen Mitgliedern das Wort vom Versammlungsleiter erteilt⁴³⁷, kann ihre Stummschaltung für den Zeitraum ihrer Rednerbeiträge aufgehoben werden.⁴³⁸ Abgesehen davon wäre die Integration einer technischen Regie zur Herstellung einer gewissen „Funkordnung“ zu begrüßen.⁴³⁹

Dass die Kommunikation bei einer rein virtuellen MV aufgrund der Masse an Mitgliederfragen mit Problemen verbunden sein kann, wurde bereits thematisiert.⁴⁴⁰ Anders als bei einer hybriden MV ist Vereinen die Verwehrung des Rede- und Fragerechts bei einer rein virtuellen MV nicht zulässig.⁴⁴¹ Die Ausgestaltung der Interaktion in einer rein virtuellen MV sollte daher u.a. auf die Größe des Vereins und die zu erwartende Beteiligung der Mitglieder relativiert werden.⁴⁴²

7. Dokumentation der virtuellen Mitgliederversammlung

a) Teilnehmerliste

Bei Abhaltung einer virtuellen MV empfiehlt es sich, ein Tool zu nutzen, das das Herunterladen einer Liste der teilgenommenen Mitglieder ermöglicht.⁴⁴³ Aus dieser Liste sollte sowohl die tatsächliche Teilnahme als auch die Dauer der Teilnahme erkennbar hervorgehen.⁴⁴⁴ Mit der Einsehbarkeit der Teilnahmedauer kann bspw. bei einem Mitglied, dessen Teilnahme nur über einen Zeitraum angedauert hat, auf eine eher unbedeutende Teilnahme geschlossen werden.⁴⁴⁵ Insgesamt kann durch die Führung einer Teilnehmerliste

⁴³⁰ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (158); Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (192).

⁴³¹ Zu den infrage kommenden elektronischen Kommunikationsmitteln siehe Kapitel C III 4.

⁴³² Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (192).

⁴³³ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (158).

⁴³⁴ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (158).

⁴³⁵ Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (192).

⁴³⁶ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (158); Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (191).

⁴³⁷ Zu den Zuständigkeiten des Versammlungsleiters siehe Kapitel D I 4.

⁴³⁸ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (158); Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (192).

⁴³⁹ Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (191).

⁴⁴⁰ Siehe Kapitel D I 6 a) dd).

⁴⁴¹ Timmermann/Pfeuffer, NZG 26 (2023), 59 (62).

⁴⁴² Vgl. Vielwerth, npoR 15 (2023), 191 (192).

⁴⁴³ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (159).

⁴⁴⁴ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (158).

⁴⁴⁵ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (158).

samt der Teilnahmedauer die Aktivität der teilnehmenden Mitglieder genauer betrachtet werden. Dadurch kann etwa die Reihenfolge der Tagesordnungspunkte umgestaltet werden, um das Risiko des frühzeitigen Verlassens der MV seitens der Mitglieder zu verringern.

b) Protokollführung in einer virtuellen Mitgliederversammlung

Dass die Satzung nach § 58 Nr. 4 BGB eine Regelung zur Beurkundung von Beschlüssen enthalten soll, wurde in einem vorherigen Kapitel bereits thematisiert.⁴⁴⁶ Um den Ablauf und die gefassten Beschlüsse nachzuvollziehen, kann im Rahmen der Niederschrift entweder ein Ablaufprotokoll oder ein Ergebnisprotokoll erstellt werden.⁴⁴⁷ Sieht die Vereinssatzung die Niederschrift bzw. die Protokollierung der Beschlüsse vor, gilt die Protokollierungspflicht für virtuelle MVs entsprechend.⁴⁴⁸ Vereine, die eine virtuelle MV über eine Ton- und Bildübertragung abhalten und zur Erleichterung der nachträglichen Protokollierung über die Aufzeichnung der Versammlung nachdenken, sollten diesen Gedanken mit Vorsicht genießen.⁴⁴⁹ Denn von einer solchen Versammlungsaufzeichnung sollte abgesehen werden.⁴⁵⁰ Für die Aufzeichnung der Versammlung bedarf es regelmäßig eine nachweisbare Einwilligung der Mitglieder nach Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO.⁴⁵¹ Diese kann allerdings nach Art. 7 Abs. 3 S. 1 DSGVO jederzeit widerrufen werden und kann daher zu praktischen Problemen führen.⁴⁵²

Empfehlenswert ist darüber hinaus, dass der Protokollführer sich insbesondere bei der Abhaltung einer MV über eine Ton- und Bildübertragung im Vorhinein mit den Modalitäten der Versammlung vertraut macht.⁴⁵³ Diesem würde es auch im Sinne einer gelungenen Protokollierung helfen, wenn für die Mitglieder abgesehen von einem Fragerecht während der Versammlung auch die Möglichkeit besteht, Fragen im Vorfeld der Versammlung per Mail dem Verein zuschicken zu können.⁴⁵⁴ Enthält die Satzung des Vereins keine (umfassende) Regelung zur Protokollierung, sollte eine Protokollierung dennoch vorgenommen werden, da hierdurch potenzielle Konflikte und Unklarheiten vorgebeugt werden können.⁴⁵⁵

c) Einschaltung eines Notars bei virtuellen Mitgliederversammlungen

Bei der Abhaltung einer virtuellen MV kann vorgesehen werden, dass bei der Beteiligung eines Notars, dieser an dem Ort (physisch) anwesend ist, an dem der Versammlungsleiter die virtuelle MV leitet.⁴⁵⁶ Für den Notar besteht damit die Möglichkeit, ähnlich wie bei einer MV in Präsenz das Tätigwerden des Versammlungsleiters sowie den Verlauf der Versammlung und die Abstimmungsergebnisse zu protokollieren.⁴⁵⁷ Diese Vorgehensweise der Protokollierung stellt eine Analogie zum Aktienrecht dar.⁴⁵⁸ Denn auch dort ist anerkannt, dass die Protokollierung des Notars am selbigen Ort des Versammlungsleiters vorgenommen werden kann, wenn die Teilnahme der Aktionäre auf elektronischem Wege

⁴⁴⁶ Siehe Kapitel B III 6.

⁴⁴⁷ Siehe Kapitel B III 6.

⁴⁴⁸ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (158).

⁴⁴⁹ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (158).

⁴⁵⁰ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (158).

⁴⁵¹ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (158).

⁴⁵² *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (158).

⁴⁵³ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (158).

⁴⁵⁴ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (158).

⁴⁵⁵ *Schwenn/Blacher*, npoR 12 (2020), 154 (158).

⁴⁵⁶ *DNotI*, DNotI-Report 24 (2020), 73 (74).

⁴⁵⁷ *DNotI*, DNotI-Report 24 (2020), 73 (74).

⁴⁵⁸ *DNotI*, DNotI-Report 24 (2020), 73 (74).

erfolgt.⁴⁵⁹ Beurkundungsgegenstand ist demnach die Feststellung des Abstimmungsergebnisses seitens des Versammlungsleiters und nicht etwa die Stimmabgabe des einzelnen Mitglieds.⁴⁶⁰

8. Virtuelle Umwandlungsbeschlüsse

§ 13 UmwG normiert den umwandlungsrechtlichen Verschmelzungsvertrag. Für die Wirksamkeit eines Verschmelzungsvertrags bedarf es zwingend eines entsprechenden Beschlusses der MV (vgl. § 13 Abs. 1 S. 2 UmwG) und der notariellen Beurkundung (§ 13 Abs. 3 S. 1 UmwG).⁴⁶¹ Zu erwähnen ist, dass § 13 Abs. 1 S. 2 UmwG für sämtliche verschmelzungsfähigen Rechtsträger gilt.⁴⁶² Aufgrund des Erfordernisses der notariellen Beurkundung wurde ursprünglich davon ausgegangen, dass ein Verschmelzungsbeschluss nur durch eine MV in Präsenz gefasst werden kann.⁴⁶³

a) Entscheidungsgang bei der Genossenschaft

Noch während der Geltung des COVMG verneinte auch das OLG Karlsruhe im Jahr 2021 durch Beschluss die Möglichkeit, die Verschmelzung einer Genossenschaft im Rahmen einer virtuellen General- bzw. Vertreterversammlung nach § 3 Abs. 1 S. 1 COVMG, ohne die physische Präsenz der Teilnehmer zu beschließen und führte darüber hinaus aus, dass dies nicht den Anforderungen des § 13 Abs. 1 S. 2 UmwG entspricht.⁴⁶⁴

Der BGH sah dies anders. Entgegen der Ansicht des OLG bestätigte der BGH die Zulässigkeit von virtuell gefassten Verschmelzungsbeschlüssen bei einer Genossenschaft und sah auch das Versammlungserfordernis des § 13 Abs. 1 S. 2 UmwG als kein entgegenstehendes Hindernis, einen solchen Beschluss durch die virtuelle Versammlung der Mitglieder zu fassen.⁴⁶⁵ Die Sonderregelung des § 3 Abs. 1 S. 1 COVMG umfasse unabhängig vom Beschlussgegenstand und der Bedeutung des Beschlusses alle Beschlüsse der Genossenschaft, somit auch einen Verschmelzungsbeschluss.⁴⁶⁶ Dass mit dem Versammlungsbegriff nach dem ursprünglichen Verständnis die physische Zusammenkunft der Mitglieder gemeint war, bestreitet der BGH nicht.⁴⁶⁷ Er führte zugleich aber aus, dass aufgrund der fortschreitenden Entwicklung der elektronischen Kommunikation auch Versammlungen in Form von Video- oder Telefonkonferenzen dem nicht entgegenstehen würden.⁴⁶⁸

Auch das Beurkundungserfordernis nach § 13 Abs. 3 S. 1 stehe einem Verschmelzungsbeschluss im Rahmen einer virtuellen General- bzw. Vertreterversammlung nicht entgegen.⁴⁶⁹ Wie schon im vorherigen Kapitel dargestellt⁴⁷⁰, könne sich der Notar bei einer virtuellen Versammlung am Ort des Versammlungsleiters aufhalten und von dort aus sicherstellen, dass das Verschmelzungsverfahren ordnungsgemäß abläuft und das entsprechende Beschlussergebnis beurkunden.⁴⁷¹

⁴⁵⁹ *DNotI*, DNotI-Report 24 (2020), 73 (74); *Wicke*, DStR 60 (2022), 498 (503).

⁴⁶⁰ *DNotI*, DNotI-Report 24 (2020), 73 (74).

⁴⁶¹ OLG Karlsruhe, Beschluss vom 11.1.2022, 19 W 20/21 (Wx), NZG 2022, 1066, Rn. 3.

⁴⁶² OLG Karlsruhe, Beschluss vom 11.1.2022, 19 W 20/21 (Wx), NZG 2022, 1066, Rn. 3.

⁴⁶³ *Neudert/Waldner*, Der eingetragene Verein, Rn. 210a.

⁴⁶⁴ OLG Karlsruhe, Beschluss vom 26.3.2021 – 1 W 4/21 (Wx), NZG 2021, 696, Rn. 12.

⁴⁶⁵ BGH, Beschluss vom 5.10.2021, II ZB 7/21, NZG 2021, 1562, Rn. 12.

⁴⁶⁶ BGH, Beschluss vom 5.10.2021, II ZB 7/21, NZG 2021, 1562, Rn. 13.

⁴⁶⁷ BGH, Beschluss vom 5.10.2021, II ZB 7/21, NZG 2021, 1562, Rn. 17.

⁴⁶⁸ BGH, Beschluss vom 5.10.2021, II ZB 7/21, NZG 2021, 1562, Rn. 17.

⁴⁶⁹ BGH, Beschluss vom 5.10.2021, II ZB 7/21, NZG 2021, 1562, Rn. 20.

⁴⁷⁰ Siehe Kapitel D I 7 c).

⁴⁷¹ BGH, Beschluss vom 5.10.2021, II ZB 7/21, NZG 2021, 1562, Rn. 20.

b) Zulässigkeit für Vereine

Ausgerechnet das OLG Karlsruhe musste sich im Jahr 2022 erneut mit der Frage beschäftigen, ob ein umwandlungsrechtlicher Verschmelzungsbeschluss in einer virtuellen Versammlung gefasst werden kann.⁴⁷² Dem OLG lag ein nahezu identischer Sachverhalt, wie in der Entscheidung aus dem Jahr 2021 vor, mit dem einzig wesentlichen Unterschied, dass es sich diesmal nicht um eine Genossenschaft, sondern um einen Verein handelte.⁴⁷³

Die nach § 13 Abs. 1 S. 2 UmwG notwendige Zustimmung für einen Verschmelzungsbeschluss wurde in einer per Videokonferenztechnik abgehaltenen MV beschlossen.⁴⁷⁴ Diesmal entschied das OLG Karlsruhe – anders als noch in seiner vorherigen Entscheidung über die Genossenschaft – ,dass ein Verschmelzungsbeschluss nach § 13 Abs. 1 S. 2 UmwG auch in einer virtuell stattfinden MV gefasst werden kann und folgte mit seiner Entscheidung dem BGH.⁴⁷⁵ Das OLG nannte dieselben Gründe für die Zulässigkeit eines virtuellen Verschmelzungsbeschlusses, wie der BGH bei seinem Urteil für die Genossenschaft.⁴⁷⁶

Auch diesen Fall entschied das OLG Karlsruhe noch während der Geltung des COVMG im Jahr 2022. Das COVMG ist mittlerweile außer Kraft getreten.⁴⁷⁷ Dies ändert jedoch nichts an der Bedeutung der Entscheidung des OLG Karlsruhe bzw. des BGH, da die Abhaltung virtueller MVs im Rahmen des § 32 Abs. 2 BGB weiterhin möglich ist.⁴⁷⁸

II. Vor- und Nachteile einer virtuellen Mitgliederversammlung

Um die zentrale Frage dieser Abschlussarbeit, ob es sich bei der virtuellen MV um ein Zukunftsmodell handelt, bestmöglich beantworten zu können, scheint es unausweichlich, die Vor- und Nachteile einer virtuellen MV sowohl aus Mitglieder- als auch aus Vereinssicht gegenüberzustellen.

1. Mitgliedersicht

a) Vorteile

Aus Sicht der Mitglieder dürfte die Ortsunabhängigkeit⁴⁷⁹ und die dadurch entstehende hohe Flexibilität eines der bedeutsamsten Vorteile der virtuellen MV sein.⁴⁸⁰ Denkt man bspw. an einen berufstätigen Familienvater aus Hamburg, der aber unbedingt an einer MV in Köln teilnehmen möchte, dürfte die Abhaltung einer virtuellen MV für ihn die bestmögliche Lösung sein. Ihm wird trotz der weiten Entfernung die Möglichkeit geboten, an der MV teilzuhaben und bei wichtigen den Verein betreffenden Beschlüssen von seinem Stimmrecht Gebrauch zu machen, ohne dafür quer durch die Bundesrepublik fahren zu müssen. Resultierend aus der Ortsunabhängigkeit der Versammlung fällt für die Mitglieder insgesamt vermutlich ein nicht unerheblicher Zeitaufwand für die Hinreise zur Versammlungsstätte und den Rückweg nach Hause weg.⁴⁸¹

⁴⁷² OLG Karlsruhe, Beschluss vom 11.1.2022, 19 W 20/21 (Wx), NZG 2022, 1066 (1066).

⁴⁷³ Heckschen/Hilser, NZG 25 (2022), 1241 (1242).

⁴⁷⁴ Hörmann, npoR 15 (2023), 174 (179).

⁴⁷⁵ Hörmann, npoR 15 (2023), 174 (179).

⁴⁷⁶ Hörmann, npoR 15 (2023), 174 (179); Kaspar, GWR 14 (2022), 319 (319).

⁴⁷⁷ Kaspar, GWR 14 (2022), 319 (319).

⁴⁷⁸ Hörmann, npoR 15 (2023), 174 (179); Kaspar, GWR 14 (2022), 319 (319).

⁴⁷⁹ Schmaus, npoR 14 (2022), 131 (133).

⁴⁸⁰ Forschner, MittBayNot 2020 (2020), 546 (548)

⁴⁸¹ Vielwerth, npoR (15) 2023, 191 (192).

Die Abhaltung einer hybriden MV bietet Mitgliedern außerdem die flexible Möglichkeit, selbst zu entscheiden, ob sie lieber in Präsenz an der MV teilnehmen möchten oder lieber eine virtuelle Teilnahme an der MV bevorzugen. Kommt es dem einzelnen Mitglied auf den persönlichen Austausch an, so kann er in Präsenz der MV beiwohnen. Reicht dem Mitglied die Ausübung seines Stimmrechts aus⁴⁸² oder ist es aus irgendeinem Grund gehindert in Präsenz an der MV teilzunehmen, so kann er auch virtuell an der MV teilnehmen.

Dass MVs insbesondere bei Großvereinen mehrere Stunden dauern können, ist nicht unüblich. So kann es vorkommen, dass es nicht allen Mitgliedern möglich ist, über die gesamte Distanz an der MV teilzunehmen. In solchen Fällen können die Mitglieder einen Blick auf die Ihnen im Vorfeld der Versammlung zugesandten Tagesordnungspunkte werfen und demnach entscheiden, welche Angelegenheiten des Vereins Ihnen besonders wichtig sind. Vor diesem Hintergrund besteht für die Mitglieder die Möglichkeit, sich dann in die virtuelle MV einzuwählen, wenn der aus Ihrer Sicht „besonders relevante“ Tagesordnungspunkt behandelt wird.

b) Nachteile

Bei vielen Vereinen dürfte die i.d.R. einmal im Jahr stattfindende ordentliche MV⁴⁸³ vom persönlichen Austausch durch die persönliche Zusammenkunft der Beteiligten geprägt sein. Hält der Verein bspw. eine rein virtuelle MV ab, dürfte diese besondere und einzigartige Stimmung beim Zusammenkommen hunderter Menschen größtenteils verloren gehen.⁴⁸⁴

Wie schon ausgeführt, könnten die über das Teilnahme- und Stimmrecht hinausgehende Mitgliederrechte ausschließlich den Mitgliedern vorbehalten werden, die in Präsenz an der MV anwesend sind.⁴⁸⁵ Dass dies aus Sicht eines virtuell teilnehmenden Mitglieds, das unbedingt auch von seinem Rede- und Fragerecht Gebrauch machen möchte, unvorteilhaft ist, steht außer Frage. Allerdings ist dem entgegenzuhalten, dass sich vor allem bei Vereinen in dieser Größenordnung eine alternative Möglichkeit der Rechteaübung virtuell teilnehmender Mitglieder praktisch nicht anbietet.⁴⁸⁶ Für virtuell teilnehmende Mitglieder ist es nach Stimmen in der Literatur der Preis der Privilegierung, an der MV teilzunehmen, ohne hierfür physisch anwesend sein zu müssen.⁴⁸⁷

Auch wenn die Technologieoffenheit des Gesetzgebers grundsätzlich zu begrüßen ist, birgt sich wie es schon *Timmermann/Pfeuffer* beschrieben haben bspw. bei der Abhaltung einer MV per Telefonkonferenz die Gefahr, dass die informierte Willensbildung der Mitglieder hierunter leidet.⁴⁸⁸ Bei einer Videokonferenz ist es den Mitgliedern mangels Bildübertragung nicht möglich, die Teilnehmenden und die unterschiedlichen Reaktionen dieser zu sehen, die ggf. einen Einfluss auf die Willensbildung unentschlossener Mitglieder haben könnten.⁴⁸⁹

Die Einberufung rein virtueller MVs ist nach § 32 Abs. 2 S. 2 BGB nur durch einen entsprechenden Beschluss durch die MV möglich. Schließlich entscheiden die Mitglieder also selbst, ob künftige MVs in einem rein virtuellen Format stattfinden sollen.⁴⁹⁰ So besteht

⁴⁸² Zur Rechteaübung der Mitglieder im virtuellen Format siehe Kapitel D.

⁴⁸³ Vgl. BeckNotar-HdB/Waldner, § 18 Rn. 28.

⁴⁸⁴ *Forschner*, MittBayNot 2020 (2020), 546 (548)

⁴⁸⁵ Siehe Kapitel D I 6 a) dd).

⁴⁸⁶ Siehe Kapitel D I 6 a) dd).

⁴⁸⁷ Siehe Kapitel D I 6 a) dd).

⁴⁸⁸ Siehe Kapitel C III 4.

⁴⁸⁹ Siehe Kapitel C III 4.

⁴⁹⁰ Siehe Kapitel C III 3 a).

dennoch die Gefahr, dass einzelne Mitglieder von der MV ausgeschlossen werden können, da sie nicht technisch versiert genug sind oder nicht über die nötigen elektronischen Kommunikationsmittel verfügen. In dieser Hinsicht scheint das hybride Format vorteilhafter gegenüber dem rein virtuellen Format zu sein, da auch solchen Mitgliedern weiterhin die Beiwohnung der MV in Präsenz möglich bleibt.

2. Vereinssicht

a) Vorteile

Ein sowohl aus Mitglieder- als auch aus Vereinssicht erheblicher Vorteil einer virtuellen MV dürfte der ökologische Aspekt sein. Angesichts des gestiegenen Umweltbewusstseins ist es zugunsten aller begrüßenswert, dass vor allem bei Großvereinen die Reise zur Versammlungsstätte bzw. die Heimreise bei der Abhaltung einer hybriden MV teilweise und bei der Abhaltung einer rein virtuellen MV sogar gänzlich wegfällt.⁴⁹¹

Durch die Möglichkeit der digitalen Stimmabgabe wird dem Verein die zügige, unkomplizierte sowie sichere Fassung von Beschlüssen im virtuellen Format ermöglicht. Hierfür sind weder Stimmzettel in Papierform noch eine aus mehreren Personen bestehende Wahlkommission erforderlich, da die Abstimmungsergebnisse regelmäßig sofort verfügbar sind. Wird eine Hybridversammlung abgehalten, können die Abstimmungsergebnisse nach erfolgter Abstimmung zusammengeführt und kumuliert als Gesamtergebnis verkündet werden.

Idealvereine verfolgen regelmäßig ideelle, sportliche oder kulturelle Interessen.⁴⁹² Umso größer dürfte das Interesse des Vereins sein, die Kosten so gering wie möglich zu halten. Auch hinsichtlich der Kosten könnte die Abhaltung virtueller MVs im Gegensatz zur Präsenzversammlungen vorteilhafter sein.⁴⁹³ Es ist offensichtlich, dass besonders bei Großvereinen die Anmietung großer Räumlichkeiten und die damit verbundenen weiteren Kosten für Verpflegung etc. nicht besonders gering ausfallen dürften.⁴⁹⁴ Durch die Abhaltung hybrider bzw. rein virtueller MVs könnten Vereine aufgrund der potenziell geringeren Teilnehmerzahl in Präsenz erhebliche Kosten dadurch einsparen, indem kleinere Räumlichkeiten angemietet werden können bzw. gänzlich auf die Anmietung solcher Räumlichkeiten verzichtet werden kann.⁴⁹⁵

Vielen Vereinen macht zudem die geringe Beteiligung der Mitglieder an der MV zu schaffen.⁴⁹⁶ Bei der Abhaltung einer virtuellen MV dürfte insbesondere aufgrund der (teilweisen) Ortsunabhängigkeit mit einer erheblichen Steigerung der Beteiligung der Mitglieder und somit mit repräsentativeren Beschlussergebnissen zu rechnen sein.

b) Nachteile

Was *in puncto* Kosten auf der Seite von Großvereinen durch die Kosteneinsparungen ein erheblicher Vorteil ist, dürfte für kleine Vereine eher ein Nachteil sein. Möchte ein Verein künftig MVs in virtueller Form abhalten, so muss er zunächst die technischen Voraussetzungen hierfür schaffen⁴⁹⁷, was unmittelbar mit Kosten verbunden ist, die für

⁴⁹¹ Vielwerth, npoR (15) 2023, 191 (192).

⁴⁹² Siehe Kapitel B I 1 und 2.

⁴⁹³ Vgl. *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/2532, S. 2.

⁴⁹⁴ Vgl. *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/2532, S. 2.

⁴⁹⁵ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/2532, S. 2.

⁴⁹⁶ Noack, NJW (71) 2018, 1345 (1350).

⁴⁹⁷ *Deutscher Bundestag*, BT-Drs. 20/2532, S. 2.

kleinere Vereine nicht unbedeutsam sein dürften. Hinzu kommen Kosten, falls professionelle Beratungen herangezogen werden.⁴⁹⁸

Darüber hinaus kann unabhängig von der Vereinsgröße trotz der fortschreitenden technischen Möglichkeiten nie gänzlich ausgeschlossen werden, dass es während der virtuellen MV zu technischen Problemen kommen kann, die den Versammlungsablauf stören.⁴⁹⁹

E. Fazit

Die MV ist das höchste Organ des Vereins. Dass die voranschreitende Digitalisierung auch für den Verein relevant sein wird, erwies sich als eine Frage der Zeit.⁵⁰⁰ Mit seiner Entscheidung aus dem Jahr 2012 leitete das OLG Hamm die Digitalisierung des Vereinsrechts ein und bejahte als erstes OLG die Zulässigkeit virtuell abgehaltener MVs.⁵⁰¹

Getrieben von den Sonderregelungen des COVMG schuf der Gesetzgeber mit dem Gesetz zur Ermöglichung hybrider und virtueller Mitgliederversammlungen im Vereinsrecht Anfang 2023 die dauerhafte Möglichkeit, hybride und rein virtuelle MVs auch ohne entsprechende Ermächtigung in der Satzung abzuhalten.

Dem Gesetzgeber ist mit dem § 32 Abs. 2 BGB insgesamt eine positiv zu bewertende und weitestgehend rechtssichere Regelung gelungen, virtuelle MVs abzuhalten, ohne hierfür die Vereinssatzung ändern zu müssen.⁵⁰² Der Gesetzgeber hat sich aufgrund der Vielseitigkeit der Vereine für eine technologieoffene Regelung entschieden, wodurch sowohl die Teilnahme der Mitglieder als auch die Rechteaübung dieser durch jedwede Kommunikationsmittel möglich ist.⁵⁰³ Auch wenn der Grundgedanke des Gesetzgeber hierbei grundsätzlich zu begrüßen ist, dürfte ausschließlich die Videokonferenztechnik einer MV in Präsenz ebenbürtig sein und sich als praktikables Medium bei Vereinen durchsetzen.⁵⁰⁴

Dass noch einige praktische Unklarheiten und Unsicherheiten bestehen, liegt aufgrund der Neuheit der Regelung in der Natur der Sache. Zu erwarten ist allemal, dass die Rechtsprechung mit künftigen wegweisenden Entscheidungen für noch mehr Klarheit und Rechtssicherheit sorgen wird. Besonders interessant dürfte dabei die Positionierung der Rechtsprechung bei der Frage sein, ob bei einer Hybridversammlung den Mitgliedern, die virtuell an der MV teilnehmen, neben dem Teilnahmerecht auch andere Rechte, insbesondere das Rede- und Fragerecht gleichwertig eingeräumt werden müssen wie den Mitgliedern, die in Präsenz an der MV teilnehmen.⁵⁰⁵

In Sachen Praktikabilität dürfte eine Unterscheidung zwischen Groß- und Kleinvereinen insbesondere bei Abhaltung einer rein virtuellen MV angebracht sein. Es ist davon auszugehen, dass die rein virtuelle MV bei Großvereinen mit einer Reihe von Schwierigkeiten verbunden sein dürfte. Dabei ist vor allem die nicht händelbare Unzahl an Fragen und Anmerkungen der Mitglieder zu nennen. Das rein virtuelle Format dürfte daher eher für kleinere Vereine relevant sein, insbesondere dann, wenn es sich um

⁴⁹⁸ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (160); siehe Kapitel D I 1.

⁴⁹⁹ Siehe D I 5 c).

⁵⁰⁰ Vgl. Jaspers/Pehrsson, NZG 24 (2021), 1244 (1253).

⁵⁰¹ Siehe Kapitel C I 1.

⁵⁰² Habighorst, NZG 26 (2023), 356 (360).

⁵⁰³ Habighorst, NZG 26 (2023), 356 (360).

⁵⁰⁴ Siehe C III 4.

⁵⁰⁵ Siehe Kapitel D I 6 a).

Beschlussgegenstände handelt, bei denen kein großes Konfliktpotenzial zu erwarten ist⁵⁰⁶ und die MV mehrmals im Jahr stattfindet, wodurch das persönliche Miteinander nicht besonders im Vordergrund steht.

Demgegenüber dürfte das hybride Format für Vereine aller Art als zukunftssträchtig gelten. So geht einerseits die besondere Stimmung des persönlichen Miteinanders nicht gänzlich verloren, andererseits haben Mitglieder, denen es nicht möglich ist, physisch bei der MV anwesend zu sein, dennoch die Möglichkeit, an der Versammlung teilzuhaben.

Jedenfalls dürfte die Vielseitigkeit der Vereine im Laufe der Zeit ebenso vielseitige Ausgestaltungsmöglichkeiten hinsichtlich der Versammlungsformate mit sich bringen.⁵⁰⁷

Es ist mit Spannung abzuwarten, ob und inwieweit Vereine im Rahmen ihrer Versammlungspraxis von der Regelung des § 32 Abs. 2 BGB Gebrauch machen werden.

Mit dem nötigen Feinschliff der Rechtsprechung und der Anpassung auf die individuellen Bedürfnisse des jeweiligen Vereins steht dem jedenfalls nichts entgegen, dass sich die virtuelle MV als *Modell für die Zukunft* im Vereinsrecht durchsetzen wird.

⁵⁰⁶ Schwenn/Blacher, npoR 12 (2020), 154 (160).

⁵⁰⁷ Vielwerth, npoR (15) 2023, 191 (193).

Literaturverzeichnis

Alvermann, Jörg/Leinenbach, Isabel, Umlaufbeschlüsse und virtuelle Mitgliederversammlung in Vereinen während Corona, NJW 73 (2020), S. 2319

Beck, Lukas, Aktuelles zur elektronischen Hauptversammlung, RNotZ 13 (2014), S. 160

Beck'scher Online-Kommentar Bürgerliches Gesetzbuch: 68. Edition 2023, C.H. Beck, München (zit.: BeckOK BGB/*Bearbeiter*in*, BGB).

Beck'sches Notar-Handbuch: Beck-Online Bücher, 8. Aufl. 2024, C.H. Beck, München (zit.: BeckNotar-HdB/*Bearbeiter*in*).

Beuthien, Volker, Wie ideell muss ein Idealverein sein? – Zu Sinn und Grenzen des Nebenzweckprivilegs, NZG 18 (2015), S. 449.

Bitter, Georg/Heim, Sebastian: Gesellschaftsrecht, 5. Aufl., Vahlen Jura, München 2020.

Blacher, Leon/Schwenn, Dirk, Virtuelle Mitgliederversammlungen und Gremiensitzungen von Vereinen und Stiftungen – ein Praxisleitfaden, npoR 12 (2020), S. 154

Deutsches Notarinstitut, Verschmelzung zweier Vereine; Verschmelzungsbeschluss; virtuelle Mitgliederversammlung; präsenzlose Mitgliederversammlung; Beurkundungserfordernis; Versammlungszwang nach UmwG, DNotI-Report 24 (2020), S. 73

Erdmann, Ulrich, Die Online-Versammlung im Vereins- und GmbH-Recht, MMR 3 (2000), S. 526

Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht, Band 51, 24. Aufl. 2024, C.H. Beck, München (zit.: ErfK/ *Bearbeiter*in*, SGB IV).

Fleck, Wolfgang, Die virtuelle Mitgliederversammlung im eingetragenen Verein, DNotZ (103) 2008, S. 245

Fluck, Bernd, Das Beschlussmängelrecht des Vereins, npoR 10 (2018), S. 202.

Fluck, Bernd, Empfiehlt sich eine Reform des Beschlussmängelrechts im Vereinsrecht? – Anmerkungen zu den Verhandlungen des 72. Deutschen Juristentags in Leipzig, npoR (11) 2019, S. 146.

Forschner, Julius, Praxisupdate Gesellschaftsrecht, 2020 (2020), S. 546

Grunewald, Barbara/Müller, Hans-Friedrich: Gesellschaftsrecht, 12. Aufl., Mohr Siebeck, Tübingen 2023.

Habighorst, Magnus, Das Gesetz zur Ermöglichung virtueller und hybrider Mitgliederversammlungen im Vereinsrecht, NZG 26 (2023), S. 356

Hanloser, Stefan, Proxy-Voting, Remote-Voting und Online-HV: § 134 III 3 AktG nach dem NaStraG, NZG 4 (2001), S. 355

Hauser, Johanna/Cornelius, Simon, Zu Form und Ausgestaltung der Hauptversammlung in der HV-Saison 2022, NZG 24 (2021), S. 1340

Heckschen, Heribert, Aspekte der (Nicht-)Vergleichbarkeit des Diskurses in Präsenz und im virtuellen Raum, in: Bochmann, Christian (Hrsg.)/Kumpan, Christoph (Hrsg.)/Röthel,

Anne (Hrsg.)/Schmidt, Karsten (Hrsg.), Beschlussfassung im virtuellen Raum, Band 62, 1. Aufl. 2023, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden

Henssler, Martin, Strohn, Lutz (Hrsg.): Beck'sche Kurz-Kommentare, Gesellschaftsrecht, Band 62, 5. Aufl. 2021, C.H. Beck, München (zit.: Henssler/Strohn GesR/*Bearbeiter*in*, AktG).

Hepperle, Markus/Weitemeyer, Birgit, Rechte der Mitglieder bei gesetzlicher Verankerung virtueller Mitgliederversammlungen und Organversammlungen in Vereinen und Stiftungen, npoR 14 (2022), S. 290

Herb, Anja/Merkelbach, Matthias, Die virtuelle Hauptversammlung 2020 – Vorbereitung, Durchführung und rechtliche Gestaltungsoptionen, DStR 58 (2020), S. 811

Heribert, Heckschen/Hilser, Raphael, Die virtuelle Mitgliederversammlung im Vereinsrecht – zugleich Bespr. von OLG Karlsruhe 11.1.2022, 19 W 20/21 (Wx), NZG 25 (2022), S. 1066

Hörmann, Rafael, Aktuelle vereinsrechtliche Rechtsprechung, npoR 15 (2023), S. 174.

Kallwass, Wolfgang/Abels, Peter/Müller-Michaels, Olaf: Privatrecht, 26. Aufl., Verlag Franz Vahlen, München 2024.

Kaspar, Sarah, Umwandlungsbeschlüsse von Vereinen können auch wirksam in einer virtuellen Videokonferenz gefasst werden, GWR 14 (2022), S. 319

Kirchhain, Christian/Schauhoff, Stephan (Hrsg.): Handbuch der Gemeinnützigkeit, 4. Aufl. 2023, C.H. Beck, München (zit.: Schauhoff/Kirchhain Gemeinnützigkeits-HdB/*Bearbeiter*in*).

Kopp, Caroline, Der Verein in der „COVID-19-Not“, GWR 13 (2021), S. 158

Krüger, Thomas, Fernabstimmung bei Vereinen - Zulässigkeit und Wege der Beteiligung ohne persönliche Anwesenheit, MMR 15 (2012), S. 85

Leuschner, Lars, Anforderungen an die Bestimmtheit einer die virtuelle Mitgliederversammlung ermöglichenden Satzungsbestimmung beim Verein, RDi 3 (2023), S. 206

Märkle, Rudi W./Alber, Matthias/Wagner, Jürgen: Der Verein im Zivil- und Steuerrecht, 13. Aufl., Richard Boorberg Verlag, Stuttgart 2022

Münchener Kommentar zum Aktiengesetz: Band 2, 6. Auflage 2023, C.H. Beck, München (zit.: MüKoAktG/*Bearbeiter*in*, AktG).

Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch: Band 1, 9. Aufl. 2021, C.H. Beck, München (zit.: MüKoBGB/*Bearbeiter*in*, BGB).

Neudert, Anka/Waldner, Wolfram: Der eingetragene Verein, Gemeinverständliche Erläuterung des Vereinsrechts unter Berücksichtigung neuester Rechtsprechung mit Formularteil, 21. Auflage, hrsg. von Sauter, Eugen Sauter/Gerhard Schwyer/Wolfram Waldner

Noack, Ulrich, Mitgliederversammlung bei Großvereinen und digitale Teilhabe, NJW 71 (2018), S. 1345

Nomos Handkommentar Bürgerliches Gesetzbuch, 12. Aufl. 2024, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden (zit.: HK-BGB/*Bearbeiter*in*, BGB)

Pfeuffer, Julius/Timmermann, Daniel, Aktuelle Entwicklungen zu Online- und Hybrid-Versammlungen im Vereinsrecht, NZG 26 (2023), S. 59

Philipp/Pehrsson, Patricia-Eleanor, Die virtuelle Haupt- und Mitgliederversammlung im Praxistest – Rechtsprechung zu virtuellen Haupt-, Gesellschafter- und Mitgliederversammlungen auf Grundlage des COVMG, NZG 24 (2021), S. 1244

Piper, Bernd, Virtuelle Mitgliederversammlungen bei Vereinen, NZG 15 (2012), S. 735

Richter, Vanessa/Dehesselles, Thomas, Die virtuelle Mitgliederversammlung in Verbänden, npoR 8 (2016), S. 246

Röcken, Michael, Abgrenzung zwischen echtem Schiedsgericht und Vereins- und Verbandsgerichten, npoR 6 (2014), S. 24.

Saenger, Ingo: Gesellschaftsrecht, 6. Aufl., Academia iuris, Verlag Franz Vahlen, München 2023.

Schäfer, Hauke, „Schriftliche“ Einladung zur Mitgliederversammlung eines eingetragenen Vereins auch per E-Mail?, NJW 65 (2012), S. 891

Schmaus, Simon, Die virtuelle Durchführung von und die virtuelle Teilnahme an Mitgliederversammlungen in Vereinen, npoR 14 (2022), S. 131

Schulteis, Thomas, Die Verordnung zur Verlängerung von Maßnahmen im Gesellschafts-, Genossenschafts-, Vereins- und Stiftungsrecht zur Bekämpfung der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie, GWR 12 (2020), S. 465

Segna, Ulrich, Neuerungen für Vereine und Stiftungen durch das COVID-19-Pandemie-Gesetz 2020, npoR 12 (2020), S. 148

Vielwerth, Alexander, Die virtuelle Mitgliederversammlung – gekommen, um zu bleiben, npoR 15 (2023), S. 191

Weber, Roman G., Die Mitgliederversammlung des Vereins in Zeiten der Pandemie – Vereinsrechtliche Änderungen ab dem 28.2.2021, npoR 13 (2021), S. 99

Wicke, Hartmut, Zulässigkeit virtueller Versammlungen, BGH-Beschluss vom 5.10.2021, II ZB 7/21 und die große verbandsrechtliche Frage der Stunde, DStR 60 (2022), S. 49

Wittersheim, Franziska, Der mögliche Weg zur Ausgliederung der Lizenzspielerabteilung bei Fußball-Bundesligisten, SpuRt 27 (2020), S. 221

Die AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln in der deutschen und europäischen Kontrollpraxis – Effektiver Verbraucherschutz oder zusätzliche Rechtsunsicherheit?

Bachelorarbeit

an der

FH Aachen

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Wirtschaftsrecht (LL.B.)

Erstprüferin: Prof. Dr. jur. habil. Kathrin Kroll-Ludwigs

Eingereicht am: 25.03.2024

vorgelegt von

Johannes Stahl

aus Stolberg

Abstract

AGB von international tätigen Unternehmen enthalten regelmäßig Rechtswahlklauseln, mit denen sie bestimmen, welchem Recht die Vertragsbeziehung zu ihrem Vertragspartner unterliegt. Hierdurch wird Rechtssicherheit im grenzüberschreitenden Handel geschaffen. Da die Verwendung von AGB aber gleichzeitig mit verschiedenen negativen Begleiterscheinungen verbunden ist, werden AGB und damit auch Rechtswahlklauseln von den Gerichten besonders kontrolliert. Jene Kontrolle ist bei Rechtswahlklauseln mit einer Reihe von Fragen verbunden, die von der grundsätzlichen Zulässigkeit der Kontrolle bis zu ihrer spezifischen Ausgestaltung reichen.

Ziel dieser Arbeit ist es, die maßgeblichen Parameter der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln herauszuarbeiten. Darauf aufbauend soll die Frage beantwortet werden, ob die von den Gerichten derzeit vorgenommenen Kontrolle von Rechtswahlklauseln einen effektiven Verbraucherschutz gewährt oder lediglich zusätzliche Rechtsunsicherheit hervorruft.

Um diese Frage beantworten zu können, wurde im Rahmen dieser Arbeit eine detaillierte Rechtsprechungsanalyse der einschlägigen Entscheidungen des EuGH sowie der deutschen Gerichte unternommen. Weiterhin basiert die Arbeit auf einer umfassenden Recherche einschlägiger Fachliteratur.

Zunächst werden die Grundlagen der Rechtswahl sowie die für sie maßgeblichen regulativen Vorschriften der Rom I-VO dargestellt. Darauf folgt ein allgemeiner Überblick über das Themengebiet der AGB, bevor dann die Zulässigkeit und Ausgestaltung von Rechtswahlklauseln in AGB im Detail betrachtet wird. Im weiteren Verlauf der Arbeit richtet sich der Blick dann auf deren Kontrolle. Dabei wird vorab die rechtsdogmatische Theorie herausgearbeitet, ehe anschließend die eingangs erwähnte Rechtsprechungsanalyse folgt.

Durch das Zusammenführen der Befunde der Rechtsprechungsanalyse im Rahmen der abschließenden Bewertung dieser Arbeit zeigte sich, dass die derzeitige Praxis zur Kontrolle von Rechtswahlklauseln keinen effektiven Verbraucherschutz garantiert, dafür aber mit erheblicher Rechtsunsicherheit und ungeklärten Grundsatzfragen verbunden bleibt.

Inhaltsverzeichnis

A. Einleitung	1
I. Problematik	1
II. Zielsetzung und Eingrenzung.....	1
III. Gang der Untersuchung	2
B. Die Rechtswahl im europäischen Kollisionsrecht	3
I. Grundlagen.....	3
1. Das anwendbare Recht als Ausgangspunkt.....	3
a) Unsicherheit der objektiven Anknüpfung	3
b) Parteiautonomie als Alternative	4
2. Warum Parteiautonomie?.....	4
a) Die Selbstbestimmung der Vertragsparteien als maßgeblicher Begründungsansatz.....	5
b) Funktionen und Interessen.....	5
3. Rechtsnatur der parteiautonomen Wahl	6
a) Die Rechtswahl als eigenständiger Vertrag	6
b) Die Wirkung der Rechtswahl.....	7
aa) Kollisionsrechtliche Verweisung.....	7
bb) Materiellrechtliche Verweisung	7
II. Die Rechtswahl und die Grenze des Verbraucherschutzes im vertraglichen Schuldrecht.....	8
1. Art. 3 Rom I-VO	8
a) Grundsatz der Rechtswahlfreiheit.....	8
b) Ausdrückliche Rechtswahl	9
c) Stillschweigende Rechtswahl	9
d) Zustandekommen und Wirksamkeit der Rechtswahl	9
aa) Rechtswahlstatut (Art. 3 Abs. 5, 10 Abs. 1 Rom I-VO)	9
bb) Schutz durch Aufenthaltsrecht (Art. 10 Abs. 2 Rom I-VO)	10
2. Verbraucherschutz als Schranke der Freien Rechtswahl (Art. 6 Rom I-VO) .	11
a) Schutz des Schwächeren als Legitimation	11
b) Regelungsgehalt des Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO.....	12
aa) Grundsatz	12
bb) Zwingende Vorschriften	12

cc) Günstigkeitsvergleich	13
III. Zwischenfazit	14
C. Rechtswahl kraft AGB	14
I. AGB im Überblick.....	14
1. Der Begriff der „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“	14
a) Einseitigkeit durch „Stellen“ von AGB (§ 305 Abs. 1 S. 1 BGB)	15
b) Ausbleiben eines „Aushandeln“ (§ 305 Abs 1. S. 3 BGB)	15
2. Funktionen.....	16
a) Rationalisierung von Vertragsbeziehungen	16
b) Risikoverlagerung	16
3. Gefahren der Verwendung von AGB	16
a) Das Ungleichgewicht der Vertragsparteien	17
b) Mangelnder Konditionenwettbewerb	18
4. Schutz vor AGB	18
II. Rechtswahlklauseln in AGB	20
1. Zulässigkeit der Rechtswahl durch AGB	20
2. Inhalt und Wirkung von Rechtswahlklauseln	20
a) Rekapitulation der Grundlagen der parteiautonomen Wahl	20
b) Rechtswahlklauseln in der Praxis.....	21
3. Gefahren von Rechtswahlklauseln	22
a) Umgehung des sachrechtlichen Schutzniveaus.....	22
b) „Materiellrechtliches Auswärtsspiel“	23
III. Zwischenfazit	23
D. Die AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln	23
I. Kontrollvorgaben	24
1. Das Gemeinschaftsrecht	24
a) Rom I-VO	24
b) Klausel-RL	25
aa) Anwendungsbereich	25
bb) Schutz vor missbräuchlichen Klauseln.....	26
cc) Anwendbarkeit auf Rechtswahlklauseln?	26
2. Das nationale Recht	27

a)	Einbeziehungskontrolle (§ 305 Abs. 2 BGB).....	27
b)	Verbot überraschender Klauseln (§ 305c Abs. 1 BGB).....	28
c)	Inhaltskontrolle (§§ 307-309 BGB)	28
d)	Transparenzkontrolle (§ 307 Abs. 1 S. 2 BGB).....	28
II.	Schwierigkeiten der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln	29
1.	Konkurrenz der maßgeblichen Rechtsquellen	29
2.	Anknüpfung der Kontrolle	30
3.	Konkrete Anforderungen für Rechtswahlklauseln.....	31
4.	Abhilfe durch Rechtsprechung	32
III.	Bestandsaufnahme der europäischen und deutschen Kontrollpraxis.....	32
1.	Die Rs. <i>Amazon</i> als Ausgangspunkt.....	32
a)	Sachverhalt und Vorlagefrage.....	32
b)	Entwicklung einer Aufklärungspflicht (und Bestätigung durch Folgeurteile)	
	33	
2.	Die deutsche Kontrollpraxis.....	35
a)	Beschreibung des Vorgehens	35
b)	Erkenntnisse der Bestandsaufnahme	36
aa)	Unwirksamkeit als Normalfall.....	36
bb)	Transparenzgebot als Mittelpunkt der gerichtlichen Kontrolle	36
cc)	Uneinigkeit über Ausgestaltung der Aufklärungspflicht	37
dd)	Übertragung der Aufklärungspflicht	37
ee)	„Heimwärtsstreben“ bei der Kontrolle	39
IV.	Zwischenfazit	40
E.	Die Bewertung der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln	41
I.	Status quo	41
1.	Effektiver Verbraucherschutz?	41
2.	Oder zusätzliche Rechtsunsicherheit?	43
3.	Zwischenfazit	46
II.	Der Weg zu einer verlässlicheren Kontrolle	47
1.	Vorstellung der Regel	47
2.	Auswirkung für die AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln	47
3.	Kritik.....	48
F.	Fazit	50

Anhang	51
Literaturverzeichnis	57

Abkürzungsverzeichnis

Abl.	Amtsblatt der Europäischen Union
Abs.	Absatz
AcP	Archiv für die civilistische Praxis
AEUV	Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union
AG	Amtsgericht
AGB	Allgemeine Geschäftsbedingungen
Alt.	Alternative
Anm. d. Verf.	Anmerkung des Verfassers
Art.	Artikel
Az.	Aktenzeichen
b2b	business-to-business
b2c	business-to-consumer
BeckEuRS	Beck-Europäische-Rechtsprechung
BeckRS	Beck-Rechtsprechung
Beschl.	Beschluss
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BGBL.	Bundesgesetzblatt
BGH	Bundesgerichtshof
BT-Drucks.	Bundestagsdrucksache
bzw.	beziehungsweise
EG	Europäische Gemeinschaft
EGBGB	Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuche
EU	Europäische Union
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EuR	Europarecht (Zeitschrift)
EUV	Vertrag über die Europäische Union
EuZW	Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht (Zeitschrift)
EWG	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
EWR	Europäischer Wirtschaftsraum
FN.	Fußnote
ggf.	gegebenenfalls

GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GRUR	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht (Zeitschrift)
GRUR Int.	GRUR International: Journal of European and International IP law (Zeitschrift)
Hervorh. d. Verf.	Hervorhebung des Verfassers
h.M.	herrschende Meinung
IPR	Internationales Privatrecht
IPRax	Praxis des Internationalen Privat- und Verfahrensrechts (Zeitschrift)
i.S.d.	im Sinne des
i.S.v.	im Sinne von
i.V.m.	in Verbindung mit
JURA	Juristische Ausbildung (Zeitschrift)
JZ	JuristenZeitung (Zeitschrift)
KG	Kammergericht
LG	Landgericht
lit.	litera
LMK	Leitsätze mit Kommentierung (Zeitschrift)
MüKo	Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch
m.w.N.	mit weiteren Nachweisen
NJW	Neue juristische Wochenschrift (Zeitschrift)
NJW-RR	Neue juristische Wochenschrift Rechtsprechungs-Report Zivilrecht (Zeitschrift)
OGH	Oberster Gerichtshof
OLG	Oberlandesgericht
RabelsZ (Zeitschrift)	Rabels Zeitschrift für ausländisches und internationales Privatrecht
RRa	ReiseRecht aktuell (Zeitschrift)
Rs.	Rechtssache
sog.	sogenannt
u.a.	unter anderem
UAbs.	Unterabsatz
UWG	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
VKI	Verein für Konsumenteninformation

Vor	Vorbemerkung
VuR	Verbraucher und Recht (Zeitschrift)
ZEuP	Zeitschrift für Europäisches Privatrecht (Zeitschrift)

A. Einleitung

I. Problematik

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) dürften den Meisten Menschen ein Begriff sein. Schließlich gibt es abgesehen von Bargeschäften über den Kauf von Gegenständen des täglichen Bedarfs kaum noch Verträge, deren Inhalt nicht wenigstens teilweise durch AGB festgesetzt wird.¹ Ein nicht zu vernachlässigender Teil dieser Verträge wird wiederum grenzüberschreitend geschlossen.² Das Internet hat es möglich gemacht, dass selbst Verbraucher uneingeschränkt Leistungen aus dem Ausland beziehen können, ohne dabei physisch das eigene Land verlassen zu müssen.³ Von einer „Ausnahmeerscheinung“⁴ kann bei grenzüberschreitenden Verträgen daher schon lange nicht mehr die Rede sein. Kommt es bei einem grenzüberschreitenden Vertrag allerdings zu Rechtsstreitigkeiten, stellt sich – anders als bei innerstaatlichen Rechtsgeschäften – die Frage, welches Recht zur Entscheidung des Streits herangezogen werden muss.⁵ Um diesbezüglich Rechtssicherheit zu schaffen, enthalten die AGB von international tätigen Unternehmen daher Klauseln, die eigenhändig bestimmen, welchem Recht die vertragliche Beziehung zwischen den Vertragsparteien unterliegt (sog. Rechtswahlklauseln).⁶

Der geneigte Leser wird aus eigener Erfahrung wissen, dass AGB – wenn überhaupt – nur selten ausführlich gelesen werden.⁷ Um den hieraus resultierenden Gefahren entgegenzuwirken, unterliegen AGB deswegen einer gerichtlichen Kontrolle.⁸ Enthalten die AGB – wie in der Praxis so häufig – eine Rechtswahlklausel, wird entsprechend auch diese der Kontrolle unterworfen. Inwieweit und nach welchen Kriterien eine solche Kontrolle bei Rechtswahlklauseln allerdings zulässig und geboten ist, hat sich zum kontroversen Diskussionsgegenstand entwickelt.⁹ Denn die AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln ist mit einer Reihe von Problemen verbunden: Konkurrenzen zwischen verschiedenen Rechtsquellen, uneinheitliche Kontrollvorgaben, unpräzise Anforderungen.¹⁰

II. Zielsetzung und Eingrenzung

Die Arbeit wird sich diesen und anderweitigen Problemen annehmen. In einem ersten Schritt gilt es die Parameter der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln herauszuarbeiten: Was sind die maßgeblichen Kontrollvorgaben, welche konkreten Anforderungen erwachsen

Das in dieser Arbeit gewählte generische Maskulinum bezieht sich zugleich auf die männliche, die weibliche und andere Geschlechteridentitäten. Auf eine Mehrfachbezeichnung wird zwecks einer besseren Lesbarkeit verzichtet.

¹ MüKo/Fornasier, BGB, Vor § 305, Rn. 1.

² Vgl. Amsterdam University of Applied Sciences & Ecommerce Europe, 2023, European E-Commerce Report 2023, S. 11, <https://www.upu.int/UPU/media/wwwUpuIntUniversalPostalUnionAboutUpuBodiesConsultativeCommittee/2023EuropeanEcommerceReportEn.pdf>, 25.03.2024.

³ Sachse, Der Verbrauchervertrag im Internationalen Privat- und Prozeßrecht, S. 9.

⁴ Graf-Peter Von Calliess, RabelsZ 68 (2004), 244 (257).

⁵ Ausführlich in Kapitel B.I.1.

⁶ Näheres hierzu in Kapitel C.II.2.b). Siehe auch Anhang 1.

⁷ Siehe auch McColgan, Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, S. 17.

⁸ Ausführlich in Kapitel C.

⁹ Pfeiffer, Versicherungsrecht, Haftungs- und Schadensrecht 2014, 843 (843).

¹⁰ Ausführlich in Kapitel D und E.

aus ihnen, *wann genau* halten Rechtswahlklauseln derzeit der gerichtlichen AGB-Kontrolle stand? Um diesbezüglich einen möglichst vollständigen Überblick zu erhalten, wurden sowohl verschiedene Positionen im Schrifttum als auch die in den letzten Jahren ergangene Rechtsprechung des EuGH und der deutschen Gerichte analysiert. Anschließend werden in einem zweiten Schritt, die gewonnenen Erkenntnisse bewertet. Im Mittelpunkt steht dabei die Beantwortung der bereits im Titel aufgeworfenen Frage, ob die derzeitige Kontrollpraxis von Rechtswahlklauseln effektiven Verbraucherschutz gewährt oder zusätzliche Rechtsunsicherheit erzeugt.

Der Themenkomplex der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln ist in all seinen Einzelheiten derart umfangreich, dass gewisse Eingrenzungen erforderlich sind, um nicht das Ausmaß der Arbeit zu sprengen. Wie schon dem Titel dieser Arbeit entnommen werden kann, wird lediglich die Kontrolle von Rechtswahlklauseln in Verträgen zwischen Verbrauchern und Unternehmern (b2c) bewertet. Eine Bewertung der Kontrolle von Rechtswahlklauseln in Verträgen zwischen Unternehmern (b2b) erfordert unter Umständen differenzierte Wertungen und ist daher nicht Gegenstand der Arbeit. Zudem wurde ausschließlich die Rechtsprechung des EuGH und der deutschen Zivilgerichte untersucht. Weiterhin liegt der Fokus bei *grenzüberschreitenden* Verträgen, die in den sachlichen Anwendungsbereich der Rom I-VO¹¹ fallen.¹² Rechtswahlklauseln im reinen Inlandsfall¹³ werden daher ebenso wie außervertragliche Schuldverhältnisse nicht betrachtet. Schließlich geht die Arbeit nicht auf jegliche Rechtswahlstrafen der Rom I-VO (Eingriffsnormen, *ordre public* etc.) gesondert ein.

III. Gang der Untersuchung

Die vorliegende Bachelorarbeit gliedert sich in sechs Kapitel. Nach der Einleitung in Kapitel A befasst sich Kapitel B zunächst mit den Grundlagen der Rechtswahl und im Anschluss mit dem für sie maßgeblichen Rechtsrahmen in Gestalt der Rom I-VO. Während der erste Teil des folgenden Kapitels C grundlegende Ausführungen zu AGB enthält, beschäftigt sich der zweite Teil dieses Kapitels explizit mit Rechtswahlklauseln in AGB als Erscheinungsform der Rechtswahl im modernen Wirtschaftsleben. Kapitel D widmet sich sodann der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln. Nachdem vorab die hierfür in Frage kommenden Rechtsquellen betrachtet werden, beleuchtet das Kapitel daraufhin die angrenzenden Schwierigkeiten bei der Kontrolle. Die rechtsdogmatische Theorie wird schließlich durch die Bestandsaufnahme der tatsächlichen Praxis zur Kontrolle von Rechtswahlklauseln abgerundet. In Kapitel E kommt es sodann zur Bewertung der Befunde, die im Rahmen der Bestandsaufnahme gewonnen wurden. Auf die Beantwortung der im Titel dieser Arbeit aufgeworfenen Frage folgt zuletzt die Betrachtung eines alternativen Weges zur AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln. Kapitel F führt die Ergebnisse der Arbeit in einem abschließenden Fazit zusammen.

Die Bachelorarbeit befindet sich auf dem Stand des 25.03.2024.

¹¹ Verordnung (EG) Nr. 593/2008 Des Europäischen Parlaments und des Rates vom 17.06.2008 über das auf vertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht (Rom I), Abl. EU Nr. L 177 vom 4.7.2008, S. 6.

¹² Vgl. Art. 1 Rom I-VO.

¹³ Gemäß Art. 3 Abs. 3 Rom I-VO kann auch in solchen Fällen das Recht gewählt werden. Hierbei gelten Besonderheiten, auf die im Rahmen dieser Arbeit allerdings nicht näher eingegangen wird.

B. Die Rechtswahl im europäischen Kollisionsrecht

I. Grundlagen

1. Das anwendbare Recht als Ausgangspunkt

Weist ein Vertrag Bezüge zu mehreren Staaten auf, besteht eine Unsicherheit, die in der Weise bei rein innerstaatlichen Rechtsgeschäften nicht vorhanden ist.¹⁴ Denn kommt es infolge der Abwicklung eines solchen Vertrags zu einem gerichtlichen Konflikt, muss vorrangig geklärt werden, welches nationale Justizsystem für eine Streitentscheidung zuständig ist, ob die Entscheidung des zuständigen Gerichts auch außerhalb des Urteilstaats anerkannt wird und vollstreckt werden kann¹⁵ und welches nationale Recht zur Entscheidung des Streits herangezogen wird.¹⁶

Insbesondere die Unklarheit über das anwendbare Recht kann Parteien aber davon abhalten, überhaupt grenzüberschreitend Rechtsgeschäfte abzuschließen.¹⁷ Um hier entgegenzuwirken, braucht es für die Bestimmung des anwendbaren Rechts demnach eines zuverlässigen Rahmens.¹⁸ An der Stelle kommt das Internationale Privatrecht (IPR) ins Spiel, das bei einem Sachverhalt mit Auslandberührung darüber entscheidet, welches Recht anzuwenden ist.¹⁹

a) Unsicherheit der objektiven Anknüpfung

Als *Kollisionsrecht* besteht das IPR aus Kollisionsnormen, die bei dem Aufeinandertreffen – der „Kollision“ – staatlicher Rechtsordnungen bestimmen, welches materielle Recht einer Rechtsordnung, bestehend aus Sachnormen, zur Lösung des Rechtsfalls zur Anwendung kommt.²⁰ Dies gelingt, indem eine Kollisionsnorm in ihrem Tatbestand ein Teilgebiet des materiellen Rechts (den Anknüpfungsgegenstand) mit einem oder mehreren Sachverhaltselementen (dem Anknüpfungspunkt) verbindet und in ihrer Rechtsfolge auf die Vorschriften einer Rechtsordnung verweist.²¹ Die hierbei ermittelte maßgebliche Rechtsordnung zur Lösung des Rechtsfalls wird im IPR auch als Statut bezeichnet.²² Wird das anwendbare Recht unabhängig vom Willen der am Rechtsgeschäft beteiligten Parteien bestimmt, spricht man von einer Objektiven Anknüpfung.²³

Grundsätzlich verfügt jeder Staat auf dem Gebiet des IPR über eigene Regelungen.²⁴ Da jedes Gericht zur Ermittlung des anwendbaren Rechts die IPR-Vorschriften der heimischen Rechtsordnung (*lex fori*) heranzieht, deren Anknüpfungspunkte sich stark von den IPR-Vorschriften anderer Staaten unterscheiden können, besteht demnach die Möglichkeit, dass der selbe (grenzüberschreitende) Vertrag in Abhängigkeit vom Gerichtsstand und dem

¹⁴ Vgl. Hoffmann, Kammern für internationale Handelssachen, S. 28ff.

¹⁵ Derartige Fragen des Internationalen Zivilprozessrechts werden im Rahmen der vorliegenden Arbeit ebenfalls nicht untersucht.

¹⁶ Calliess/Mertens, RabelsZ 74 (2010), 463 (481).

¹⁷ Vgl. Kötz, Festschrift til Ole Lando - Papers dedicated to Ole Lando 1997, 203 (207).

¹⁸ Hesse, Diktierte Parteiautonomie, S. 15.

¹⁹ Junker, Internationales Privatrecht, § 1 Rn. 1.

²⁰ Junker, Internationales Privatrecht, § 1 Rn. 5.

²¹ Junker, Internationales Privatrecht, § 6 Rn. 1. Als Beispiel: Die Geschäftsfähigkeit einer Person (Anknüpfungsgegenstand) unterliegt dem Recht des Staates, in dem die Person ihren gewöhnlichen Aufenthalt hat (Anknüpfungspunkt), vgl. Art. 7 Abs. 1 S. 1 EGBGB.

²² Junker, Internationales Privatrecht, § 9 Rn. 1ff.

²³ Vgl. Junker, Internationales Privatrecht, § 2 Rn. 9.

²⁴ Kegel/Schurig, Internationales Privatrecht, § 1 III.

danach heranzuziehenden IPR unterschiedlichen Rechtsordnungen zugewiesen wird.²⁵ Solange der Gerichtsstand nicht feststeht, wissen die Parteien daher regelmäßig nicht, welches materielle Recht bei einem gerichtlichen Konflikt auf ihre Vertragsbeziehung Anwendung findet.²⁶

Doch selbst innerhalb der EU, in der das IPR für vertragliche Schuldverhältnisse durch die Rom I-VO harmonisiert wurde und die mitgliedstaatlichen Gerichte das anwendbare Recht demnach nach einheitlichen Kollisionsregeln bestimmen, ist für die Parteien regelmäßig schwer vorhersehbar, welches Recht zwischen ihnen Anwendung findet.²⁷ Das anwendbare Recht ist nicht immer einfach (objektiv) zu bestimmen, da die Vorschriften der Rom I-VO ein gewisses Ermessensmoment aufweisen²⁸ und der kollisionsrechtliche Anknüpfungsvorgang insgesamt sehr komplex ist.²⁹ Darüber hinaus entsteht durch die Kodifizierung von Kollisionsregeln im Gemeinschaftsrecht eine weitere Regelungsebene neben dem nationalen IPR³⁰ und damit ein „Labyrinth aus Anknüpfungsregeln“³¹.

b) Parteiautonomie als Alternative

Die vorherigen Ausführungen zeigen, dass das Bedürfnis der Parteien nach Vorhersehbarkeit der Entscheidung durch die objektive Anknüpfung allenfalls bedingt erfüllt wird. Dies ist ein Grund dafür, dass den Vertragsparteien nahezu weltweit zugestanden wird, innerhalb ihrer Verträge selbst wählen zu dürfen, welches Recht das zuständige Gericht in einem späteren Rechtsstreit bei der Streitentscheidung heranziehen soll.³² Diese Freiheit zur Rechtswahl, die im Kollisionsrecht als Parteiautonomie bezeichnet wird³³, ist geeignet die Rechtssicherheit bei grenzüberschreitenden Verträgen zu erhöhen.³⁴

2. Warum Parteiautonomie?

Gleichwohl ist die Parteiautonomie im Kollisionsrecht seit jeher nicht unumstritten: So erkennt beispielsweise *Kegel* an, dass die objektive Anknüpfung den Interessen der Parteien im Einzelfall zwar nicht immer genügt, hält die Parteiautonomie aufgrund dessen aber lediglich für eine „Verlegenheitslösung“³⁵. Darüber hinaus weist unter anderem *Rühl* auf mit der Rechtswahl verbundene ökonomische Probleme hin.³⁶ Weshalb sich die Parteiautonomie dennoch zum Grundprinzip des Kollisionsrechts ausgedehnt hat³⁷, stellen die nachfolgenden Ausführungen dar.

²⁵ V. *Harder*, Unternehmensinternes Vertragsrecht, S. 58.

²⁶ Vgl. *Streit/Mangels*, ORDO 1996, 73 (78f.).

²⁷ *Hesse*, Diktierte Parteiautonomie, S. 16ff.

²⁸ Vgl. hierzu z.B. Art. 4 Abs. 3 Rom I-VO.

²⁹ *Hesse*, Diktierte Parteiautonomie, S. 19.

³⁰ Das nationale IPR kann zudem noch Rechtssätze aus ratifizierten Staatsverträgen enthalten, wodurch sich ein „über drei Regelungsebenen erstreckendes Mehrebenensystem“ ergibt, siehe *Rapatz*, Das Internationale Privatrecht der EU -Vorbild oder Vormacht?, S. 1.

³¹ *Rapatz*, Das Internationale Privatrecht der EU – Vorbild oder Vormacht?, S. 1.

³² *Basedow*, *RabelsZ* 75 (2011), 32 (32ff.).

³³ *Rauscher*, Internationales Privatrecht, § 3 Rn. 290.

³⁴ Vgl. *Püls*, Parteiautonomie, S. 157. Siehe auch Kapitel B.I.2.b).

³⁵ *Kegel/Schurig*, Internationales Privatrecht, § 18 I.1.c).

³⁶ *Rühl*, *RabelsZ* 71 (2007), 559 (560).

³⁷ *Maultzsch*, *RabelsZ* 75 (2011), 60 (62).

a) Die Selbstbestimmung der Vertragsparteien als maßgeblicher Begründungsansatz

Die Legitimation der Parteiautonomie wird vermehrt in der Selbstbestimmung der Parteien gesehen.³⁸ Das Kollisionsrecht diene den Interessen der Parteien bei der Lösung ihrer Konflikte, weshalb dem Parteiwillen ein besonderer Wert zukommen müsse.³⁹ Wollen sich die Parteien im Rahmen ihrer vertraglichen Beziehung also einer bestimmten Rechtsordnung unterwerfen, sollte es hierfür keiner weiteren Legitimation bedürfen.⁴⁰ Ungeachtet dessen bestehen für die Anerkennung der Parteiautonomie sehr wohl weitere Gründe. Insbesondere die Erwägung, dass die Parteien bei ihren Rechtsgeschäften selbst am besten zur Bestimmung des anwendbaren Rechts befähigt sind.⁴¹ Denn im Gegensatz zum Gesetzgeber, der durch möglichst generelle Kollisionsnormen eine unbestimmte Anzahl nicht voraussehbarer Fälle erfassen muss, können die Parteien die besonderen Umstände ihres individuellen Sachverhalts berücksichtigen.⁴²

Darüber hinaus können die Parteien auch im materiellen Recht ihre Rechtsbeziehungen nach dem eigenen Willen gestalten und damit bestimmte Rechtsfolgen autonom herbeiführen (Privatautonomie).⁴³ Die Parteiautonomie stellt indes kein bloßes Pendant der Privatautonomie dar: Die materiellrechtliche Gestaltung der eigenen Rechtsbeziehungen ist von vornherein durch die zwingenden Vorschriften (Rechtsnormen, die vertraglich nicht abbedungen werden können, auch bezeichnet als *ius cogens*) des Vertragsstatuts begrenzt, während sich die Parteien durch Rechtswahl dem *ius cogens* entziehen können.⁴⁴ Mithin ist die reine Existenz der Privatautonomie noch nicht ausreichend, auch die Parteiautonomie als legitimiert anzusehen.⁴⁵ Letztlich wurde aber die dahinterstehende Einsicht, dass die Parteien in aller Regel selbst am besten wissen, wie sie ihre privaten Rechtsbeziehungen ausgestalten wollen auf die Gewährung von Parteiautonomie übertragen.⁴⁶

b) Funktionen und Interessen

Die Rechtswahl erhöht wie bereits mehrfach erwähnt die Rechtssicherheit bei grenzüberschreitenden Verträgen⁴⁷, weil das Vertragsstatut nicht erst aufwendig im Wege der objektiven Anknüpfung des jeweils maßgeblichen Kollisionsrechts ermittelt werden muss.⁴⁸ Dadurch können die Parteien von Beginn an ihre rechtlich relevanten Handlungen an die Vorschriften der gewählten Rechtsordnung anpassen⁴⁹ und den Vertrag somit nach den maßgeblichen Anforderungen gestalten. Dies kann zu Einsparungen bei Rechtsermittlungs- und damit niedrigeren Transaktionskosten führen.⁵⁰ Die Rechtswahl der Parteien hat zudem noch die vorteilhafte „Nebenwirkung, (...) den internationalen Entscheidungseinklang

³⁸ Vgl. *Basedow*, *RabelsZ* 75 (2011), 32 (50ff.); *Flessner*, *Interessenjurisprudenz im internationalen Privatrecht*, S. 99f. *Hellgardt*, *RabelsZ* 82 (2018), 654 (683); *Püls*, *Parteiautonomie*, S. 162f.

³⁹ *Püls*, *Parteiautonomie*, S. 162.

⁴⁰ *Flessner*, *Interessenjurisprudenz im internationalen Privatrecht*, S. 99.

⁴¹ *Neuhaus*, *Die Grundbegriffe des Internationalen Privatrechts*, S. 257.

⁴² *Neuhaus*, *Die Grundbegriffe des Internationalen Privatrechts*, S. 257.

⁴³ *Rauscher*, *Internationales Privatrecht*, § 3 Rn. 290.

⁴⁴ *Rauscher*, *Internationales Privatrecht*, § 10 Rn. 1190. Siehe hierzu ausführlich Kapitel B.I.3.b).

⁴⁵ *Flessner*, *Interessenjurisprudenz im internationalen Privatrecht*, S. 99.

⁴⁶ *Schack*, *IPRax* 33 (2013), 315 (320).

⁴⁷ *Püls*, *Parteiautonomie*, S. 157.

⁴⁸ Ausführlich zu den hierbei bestehenden Schwierigkeiten, siehe Kapitel B.I.1.a).

⁴⁹ *Püls*, *Parteiautonomie*, S. 157.

⁵⁰ *Bar/Mankowski*, *Internationales Privatrecht*, § 7 Rn. 76.

zu fördern⁵¹. Denn dadurch, dass sie ein eindeutiges Anknüpfungsmerkmal darstellt⁵², besteht – unter der Voraussetzung ihrer Anerkennung – nicht mehr die Gefahr, dass die Frage des auf den Vertrag anwendbaren Rechts in Abhängigkeit des Gerichtsstands unterschiedlich beantwortet wird. Die Gerichte ziehen vielmehr einheitlich das gewählte Recht heran.

Eine vom Gesetzgeber vorgesehene fixe objektive Anknüpfungsregel erscheint bei typischerweise komplexen Vertragsverhältnissen mit grenzüberschreitendem Bezug nicht immer befriedigend.⁵³ Die Rechtswahl hingegen erlaubt den Parteien, den Eigenheiten ihres Einzelfalls Rechnung zu tragen und entspricht daher den Bedürfnissen des internationalen Handels.⁵⁴ So sind Rechtsordnungen beispielsweise in unterschiedlichen Rechtsgebieten spezialisiert.⁵⁵ Die Freiheit zur Rechtswahl schafft demnach „Gestaltungspotenzial“⁵⁶.

3. Rechtsnatur der parteiautonomen Wahl

a) Die Rechtswahl als eigenständiger Vertrag

Im Gegensatz zu den „herkömmlichen“ Klauseln eines Vertrags (z.B. Regelungen über Leistungspflichten, Kündigung, Haftung etc.) hat die Rechtswahl eine besondere Rechtsnatur: Sie bildet einen eigenständigen Vertrag, (den sog. Verweisungsvertrag) der rechtlich unabhängig von der Wirksamkeit des im Zusammenhang stehenden sachrechtlichen Hauptvertrags (z.B. Kaufvertrag) ist.⁵⁷

Diese Trennung von Rechtswahl und Hauptvertrag ist aus verschiedenen Gründen auch nur logisch. Zum einen würde es zu einem Zirkelschluss führen, wenn sich ein zur Unwirksamkeit des Hauptvertrags führender Mangel, dessen Bestehen sich nach den Voraussetzungen des gewählten Rechts richtet, auch auf die Rechtswahl auswirken würde und anschließend die Voraussetzungen des Mangels nach dem objektiv ermittelten Recht nicht mehr vorlägen.⁵⁸ Zum anderen wäre die mit der Rechtswahl geschaffene Rechtssicherheit umgehend wieder beseitigt: Denn gerade im Fall der Unwirksamkeit des Hauptvertrages soll die Rechtswahl entscheiden, nach welchem Recht sich die maßgeblichen Rechtsfolgen richten.⁵⁹

⁵¹ *Püls*, Parteiautonomie, S. 157f.

⁵² *Tassikas*, Dispositives Recht und Rechtswahlfreiheit als Ausnahmereiche der EG-Grundfreiheiten, S. 13.

⁵³ *Maultzsch*, *RabelsZ* 75 (2011), 60 (64). Zu diesem „Wissensproblem“ des Gesetzgebers bereits Kapitel B.I.2.a).

⁵⁴ *Tassikas*, Dispositives Recht und Rechtswahlfreiheit als Ausnahmereiche der EG-Grundfreiheiten, S. 13.

⁵⁵ Bei internationalen Darlehensverträgen wird beispielsweise häufig eine anglo-amerikanische Rechtsordnung gewählt, weil New York und London die wichtigsten Finanzzentren sind, siehe *Hinrich/Horn*, *Das Vertragsrecht der internationalen Konsortialkredite und Projektfinanzierungen*, S. 152f.

⁵⁶ *Bar/Mankowski*, *Internationales Privatrecht*, § 7 Rn. 76.

⁵⁷ *Ferrari* in: *IntVertragsR*, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 7; *MüKo/Martiny*, Rom I-VO, Art. 3 Rn.106.

⁵⁸ Vgl. *Schmitz*, *Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung*, S. 6.

⁵⁹ *Hesse*, *Diktierte Parteiautonomie*, S. 24f.

Die Trennung von Rechtswahl und Hauptvertrag bedeutet indes nicht, dass keinerlei Wechselwirkung zwischen den beiden Rechtsgeschäften besteht: So kann sich z.B. ein Erklärungsirrtum auf beide Rechtsgeschäfte erstrecken.⁶⁰ Mithin kann es auch zur Unwirksamkeit der Rechtswahl kommen.⁶¹ Es ist insofern allerdings erforderlich, dass auf der Ebene der Rechtswahl ein eigenständiger Mangel vorliegt, da die Rechtswahl von der Unwirksamkeit des Hauptvertrages nicht automatisch miterfasst wird.⁶²

b) Die Wirkung der Rechtswahl

aa) Kollisionsrechtliche Verweisung

Wenn vom kollisionsrechtlichen Instrument der Rechtswahl gesprochen wird, ist damit grundsätzlich die sog. *kollisionsrechtliche Verweisung* gemeint.⁶³ Das bedeutet, dass den Parteien die Möglichkeit eingeräumt wird, eine Rechtsordnung im Ganzen als Vertragsstatut zu wählen.⁶⁴ Gleichzeitig kommt es damit zur Abwahl der dispositiven *und* zwingenden Vorschriften der Rechtsordnung, die *eigentlich* den maßgeblichen Rahmen gebildet hätte.⁶⁵ Die Parteien verdrängen durch die Rechtswahl damit das objektiv anwendbare Recht, was jedoch in Anbetracht der prinzipiellen Gleichwertigkeit und dispositiven Natur des Schuldrechts der meisten Länder in der Regel⁶⁶ unbedenklich ist.⁶⁷ Sie werden zum „Herrn über das objektive Recht“⁶⁸.

bb) Materiellrechtliche Verweisung

Von der kollisionsrechtlichen Verweisung zu unterscheiden ist der Fall, dass die Parteien im Rahmen der dispositiven Vorschriften der maßgeblichen (objektiven oder gewählten) Rechtsordnung ein anderes Recht zum Vertragsinhalt machen.⁶⁹ Bei dieser sog. *materiellrechtlichen Verweisung* unterliegt der Vertrag weiterhin dem *ius cogens* jener maßgeblichen Rechtsordnung.⁷⁰ Mithin ist auch die Rechtsnatur der materiellrechtlichen Verweisung eine andere: Die in Bezug genommenen (ausländischen) Rechtsvorschriften werden integraler Bestandteil des Vertrags mit der Folge, dass deren Anwendung von der Wirksamkeit des Vertrags abhängt.⁷¹ Einen vom Hauptvertrag zu unterscheidenden eigenständigen Verweisungsvertrag bildet nur eine Rechtswahl mit kollisionsrechtlicher Wirkung.⁷²

⁶⁰ Schmitz, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 6f.

⁶¹ Näheres zur Wirksamkeitsprüfung der Rechtswahl in Kapitel B.II.1.d).

⁶² Hesse, Diktierte Parteiautonomie, S. 26.

⁶³ Ferrari in: IntVertragsR, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 6.

⁶⁴ MüKo/Martiny, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 15.

⁶⁵ MüKo/Martiny, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 15.

⁶⁶ Eine Ausnahme von diesem Grundsatz stellt beispielsweise die Rechtswahl in Verbraucherverträgen dar. Hierzu ausführlich in Kapitel B.II.2.

⁶⁷ MüKo/Martiny, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 8.

⁶⁸ Bar/Mankowski, Internationales Privatrecht, § 7 Rn. 68.

⁶⁹ MüKo/Martiny, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 16.

⁷⁰ MüKo/Martiny, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 16.

⁷¹ Ferrari in: IntVertragsR, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 7.

⁷² Ferrari in: IntVertragsR, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 7.

II. Die Rechtswahl und die Grenze des Verbraucherschutzes im vertraglichen Schuldrecht

Bereits zu Beginn dieses Kapitels wurde beschrieben, dass ein Gericht zur Bestimmung des anwendbaren Rechts das heimische Kollisionsrecht heranzieht. Versteht man die Rechtswahl nicht als Grundrecht jedes Einzelnen⁷³, ist es ebenfalls jenes Kollisionsrecht der *lex fori*, von welchem die grundsätzliche Anerkennung der Rechtswahl sowie ihre kollisionsrechtliche Reichweite und Grenzen abhängt.⁷⁴ Für die Gerichte der EU-Mitgliedstaaten ist dies die Rom I-VO: Sie gilt seit dem 17.12.2009 für die Gerichte aller Mitgliedsstaaten mit Ausnahme Dänemarks⁷⁵ als maßgebliches Kollisionsrecht für vertragliche Schuldverhältnisse.⁷⁶ Im Verhältnis zum nationalen IPR der EU-Mitgliedsstaaten genießt die Rom I-VO Vorrang.⁷⁷ Im Gegensatz zur Rom I-VO, die als Verordnung gemäß Art. 288 Abs. 2 AEUV unmittelbare Wirkung in jedem Mitgliedstaat hat, handelte es sich bei dem Vorgänger der Rom I-VO dem EVÜ⁷⁸ noch um ein völkerrechtliches Übereinkommen, dem der EU neu betretende Staaten nicht automatisch unterworfen waren, sondern beitreten mussten.⁷⁹ Die im deutschen Recht als Art. 27-37 EGBGB inkorporierten Kollisionsnormen des EVÜ wurden mit Inkrafttreten der Rom I-VO wieder gestrichen.⁸⁰

Ausgeschriebenes Ziel der Rom I ist die Förderung eines reibungslos funktionierenden Binnenmarktes durch eine vorhersehbare und sichere Bestimmung des anzuwendenden Rechts bei Rechtsstreitigkeiten.⁸¹ Folgerichtig spielt die Rechtswahl eine zentrale Rolle in der Rom I-VO.⁸²

1. Art. 3 Rom I-VO

a) Grundsatz der Rechtswahlfreiheit

Die freie Rechtswahl der Parteien, die Erwägungsgrund 11 der Rom I-VO als einen der „Ecksteine des Systems der Kollisionsnormen im Bereich der vertraglichen Schuldverhältnisse“ bezeichnet, ist als maßgeblicher Anknüpfungspunkt für die Bestimmung des anwendbaren Rechts in Art. 3 Abs. 1 S. 1 Rom I-VO statuiert: „Der Vertrag unterliegt dem von den Parteien gewählten Recht“. Damit sind die Parteien nach der Rom I-VO frei, in ihren Verträgen Vereinbarungen über das anwendbare Recht zu treffen und können deren Berücksichtigung vor den mitgliedstaatlichen Gerichten erwarten bzw. sogar verlangen.⁸³ Die Rom I-VO gewährt der Rechtswahl zudem Vorrang vor der objektiven Anknüpfung bei der Bestimmung des anzuwendenden Rechts.⁸⁴

⁷³ In die Richtung *Basedow*, *RabelsZ* 75 (2011), 32 (50ff.); *Hellgardt*, *RabelsZ* 82 (2018), 654 (683).

⁷⁴ *Bar/Mankowski*, *Internationales Privatrecht*, § 7 Rn. 78; *MüKo/Martiny*, *Rom I-VO*, Art. 3 Rn. 8.

⁷⁵ *Mansel/Thorn/Wagner*, *IPRax* 29 (2009), 1 (7).

⁷⁶ Vgl. Art. 1, 29 Rom I-VO.

⁷⁷ Vgl. nur Art. 3 Nr. 1 a) EGBGB. Grundsätzlich zum Anwendungsvorrang des Unionsrechts, vgl. EuGH, Urteil vom 26.02.2013, C-399/11, ECLI:EU:C:2013:107 – *Melloni*, *NJW* 2013, 1215 (Rn. 58ff.).

⁷⁸ Übereinkommen von Rom über das auf vertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht (Europäisches Schuldvertragsübereinkommen), *Abl. EU* Nr. L 266 vom 09.10.1980, S. 1

⁷⁹ *Rauscher*, *Internationales Privatrecht*, § 10 Rn. 1180.

⁸⁰ *Rauscher*, *Internationales Privatrecht*, § 10 Rn. 1180.

⁸¹ Vgl. Erwägungsgrund 1, 6 Rom I-VO.

⁸² Vgl. *Maultzsch*, *RabelsZ* 75 (2011), 60 (62).

⁸³ *Ferrari* in: *IntVertragsR*, *Rom I-VO*, Art. 3 Rn. 4.

⁸⁴ Vgl. nur Art. 4 Abs. 1 Rom I-VO: „Soweit die Parteien keine Rechtswahl gemäß Artikel 3 getroffen haben, bestimmt sich das auf den Vertrag anzuwendende Recht (...) wie folgt: (...)“.

Mit dem in Art. 3 Abs. 1 S. 1 Rom I-VO bezeichneten *Recht* ist nach h.M. allerdings nur staatliches Recht gemeint.⁸⁵ Dafür spricht insbesondere der Wortlaut verschiedener Vorschriften der Rom I-VO.⁸⁶ Ein nicht-staatliches Recht (z.B. nicht-staatliches, religiöses Recht wie die *Sharia*) können die Parteien nicht als Vertragsstatut wählen, sondern lediglich mit materiellrechtlicher Wirkung in den Vertrag inkorporieren.⁸⁷

Sofern es sich aber um staatliches Recht handelt, sind die Parteien bei der Wahl prinzipiell frei.⁸⁸ Sie können das Recht derjenigen Rechtsordnung wählen, welche ihnen für den Vertrag am geeignetsten erscheint, ohne dass die Rechtsordnung einen Bezug zum Vertragsverhältnis aufzuweisen braucht.⁸⁹ So kann etwa ein Vertrag zwischen einem amerikanischen Unternehmen und einem deutschen Staatsbürger dem schweizerischen Recht unterliegen.⁹⁰ Auch muss kein besonderes Interesse an der gewählten Rechtsordnung nachgewiesen werden.⁹¹ Vielmehr können die Parteien die Wahl aus beliebigen Gründen treffen.⁹²

b) Ausdrückliche Rechtswahl

Damit vom Vorliegen einer Rechtswahl ausgegangen werden kann, muss zumindest der Anschein einer solchen gegeben sein oder – treffender – der Anfangstatbestand einer kollisionsrechtlichen Einigung über das anwendbare Recht vorliegen.⁹³ Dies ist bei einer ausdrücklichen Rechtswahl im Sinne des Art. 3 Abs. 1 S. 2 Alt. 1 Rom I-VO vergleichsweise unproblematisch.⁹⁴ Denn hier wählen die Parteien *expressis verbis* ein bestimmtes Recht als Vertragsstatut („Für diesen Vertrag gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland“).⁹⁵

c) Stillschweigende Rechtswahl

Daneben kann eine Rechtswahl gemäß Art. 3 Abs. 1 S. 2 Alt. 2 Rom I-VO auch stillschweigend getroffen werden, wenn sich der Anschein einer Rechtswahl eindeutig aus den Bestimmungen des Vertrags oder aus den Umständen des Einzelfalls ergibt.⁹⁶ So können z.B. Gerichtsstandsvereinbarungen indizielle Wirkung für die stillschweigende Wahl des Rechts am Ort des vereinbarten Gerichtsstands haben.⁹⁷

d) Zustandekommen und Wirksamkeit der Rechtswahl

aa) Rechtswahlstatut (Art. 3 Abs. 5, 10 Abs. 1 Rom I-VO)

Dass die Wirksamkeit der Rechtswahl unabhängig vom auf der Ebene des Sachrechts angesiedelten Hauptvertrag zu bewerten ist, wurde bereits im Rahmen ihrer Rechtsnatur

⁸⁵ BeckOK BGB/*Spickhoff*, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 7.

⁸⁶ Vgl. nur Art. 5 Abs. 2 S. 3: „Als (...) anzuwendendes Recht können die Parteien im Einklang mit Artikel 3 nur das Recht *des Staates* (Hervorh. d. Verf.) wählen, (...)“.

⁸⁷ *Brödermann*, NJW 63 (2010), 807 (811). Speziell zum Verbot der *Sharia* als Vertragsstatut, siehe *Bälz*, IPRax 25 (2005), 44 (44ff.).

⁸⁸ Zur Ausnahme bei Beförderungsverträgen, siehe Kapitel D.III.2.b).dd).

⁸⁹ *MüKo/Martiny*, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 23.

⁹⁰ Vgl. *MüKo/Martiny*, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 23.

⁹¹ *Ferrari* in: *IntVertragsR*, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 14.

⁹² *MüKo/Martiny*, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 23.

⁹³ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 7ff. Siehe auch *Roth*, IPRax 33 (2013), 515 (519).

⁹⁴ *Ferrari* in: *IntVertragsR*, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 23.

⁹⁵ *Ferrari* in: *IntVertragsR*, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 23.

⁹⁶ BeckOK BGB/*Spickhoff*, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 21.

⁹⁷ Vgl. Erwägungsgrund 12 Rom I-VO.

dargestellt.⁹⁸ Noch zu klären gilt es hingegen, *wie* die rechtsgeschäftliche Wirksamkeit der Rechtswahl überprüft wird. Die Rom I-VO liefert auch diesbezüglich eine Antwort: Nach Art 3 Abs. 5 Rom I-VO i.V.m. Art. 10 Abs. 1 Rom I-VO findet für die Prüfung des Zustandekommens und der Wirksamkeit der Rechtswahl das (voraussichtlich) gewählte Recht Anwendung. Dass damit das gewählte Recht in gewisser Weise selbst über die Verbindlichkeit seiner Wahl entscheidet, wird teilweise als Zirkelschluss angesehen⁹⁹ (sog. *bootstrap rule*).¹⁰⁰ Der Verweis auf das gewählte nationale Recht ist allerdings dadurch gerechtfertigt, dass dieser ja überhaupt erst greift, wenn zunächst nach den Anforderungen der Rom I-VO (Art. 3 Abs. 1 S. 2 Rom I-VO) der Anschein erweckt wurde, dass das entsprechende Recht gewählt werden soll.¹⁰¹

Nicht zur Wirksamkeitsprüfung des Verweisungsvertrags zählt die Frage, ob und in welchem Umfang die Rechtswahl überhaupt zulässig ist.¹⁰² Denn darüber bestimmt ausschließlich die *lex fori* und nicht etwa das für den Hauptvertrag gewählte Recht.¹⁰³

bb) Schutz durch Aufenthaltsrecht (Art. 10 Abs. 2 Rom I-VO)

Da Art. 3 Abs. 5 Rom I-VO auf Art 10 Rom I-VO als Ganzes verweist, ist bei der Beurteilung des Zustandekommens der Rechtswahl auch Art. 10 Abs. 2 Rom I-VO zu beachten. Danach kann sich eine Partei – bei Vorliegen bestimmter Voraussetzungen – für die Behauptung, sie habe dem Vertrag nicht zugestimmt, auf das Recht ihres gewöhnlichen Aufenthalts berufen.¹⁰⁴ Damit soll vor ungewollter vertraglicher Bindung geschützt werden.¹⁰⁵ Denn das Vertragsstatut nach Art. 10 Abs. 1 Rom I-VO erfasst bereits das Verhalten beim Vertragsschluss.¹⁰⁶ Sofern das Vertragsstatut in einem bestimmten Verhalten¹⁰⁷ eine Willenserklärung sieht, das Recht des gewöhnlichen Aufenthalts einer Partei das gleiche Verhalten aber abweichend bewertet, kann der (wirksame) Vertragsschluss für diejenige Partei überraschend sein.¹⁰⁸

⁹⁸ Siehe die Ausführungen in Kapitel B.I.3.a).

⁹⁹ BeckOK BGB/*Spickhoff*, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 15.

¹⁰⁰ MüKo/*Martiny*, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 102.

¹⁰¹ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 90f.

¹⁰² *Roth*, IPRax 33 (2013), 515 (521).

¹⁰³ *Roth*, IPRax 33 (2013), 515 (521). Siehe auch bereits Kapitel B.II.

¹⁰⁴ Für die genauen Voraussetzungen dieser „Veto-Funktion“ des Rechts des gewöhnlichen Aufenthalts, siehe MüKo/*Spellenberg*, Rom I-VO, Art. 10 Rn. 229ff.

¹⁰⁵ MüKo/*Spellenberg*, Rom I-VO, Art. 10 Rn. 229.

¹⁰⁶ MüKo/*Spellenberg*, Rom I-VO, Art. 10 Rn. 230.

¹⁰⁷ Vor allem ein Sich-Verschweigen wird in unterschiedlichen Rechtsordnungen anders bewertet. Art. 10 Abs. 2 Rom I-VO ist daher insbesondere Sonderanknüpfung für die Beurteilung des Schweigens, siehe *Reis*, Die Bedeutung des Schweigens im Privatrecht, S 275ff.

¹⁰⁸ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 8.

2. Verbraucherschutz als Schranke der Freien Rechtswahl (Art. 6 Rom I-VO)

a) Schutz des Schwächeren als Legitimation

Verbraucher gelten – heruntergebrochen – aufgrund vorliegender *struktureller* Nachteile¹⁰⁹ gegenüber ihrer professionell handelnden Vertragspartners als besonders schutzwürdig.¹¹⁰ Aus diesem Grund hat sich der Verbraucherschutz sowohl im nationalen deutschen Recht¹¹¹ als auch im Gemeinschaftsrecht über Jahrzehnte hinweg zu einer eigenen Rechtsmaterie entwickelt.¹¹² Hinsichtlich ihrer Wirkung stimmen die zahlreichen Schutzvorschriften regelmäßig überein: Sie beschränken die materiellrechtliche Vertragsfreiheit zugunsten des Verbrauchers.¹¹³ Um einen Ausgleich für die strukturelle Unterlegenheit des Verbrauchers zu schaffen, treffen seinen Vertragspartner beispielsweise bestimmte Informationspflichten¹¹⁴, werden ihm einseitige Lösungsrechte vom Vertrag eingeräumt¹¹⁵ und kommt es zu einer gerichtlichen Kontrolle des Vertragsinhaltes¹¹⁶.¹¹⁷ Dabei handelt es sich um zwingende Bestimmungen, von denen grundsätzlich nicht zum Nachteil des Verbrauchers abgewichen werden darf.¹¹⁸

Die Rechtswahl droht indes den im materiellen Recht vorgesehenen Schutz des Verbrauchers zu unterlaufen.¹¹⁹ Der professionell handelnden Vertragspartner kann nämlich dazu verleitet sein, ein Recht als Vertragsstatut vorzuschlagen, in dem der Verbraucherschutz schwächer als im objektiven Recht ausgestaltet ist.¹²⁰ Aufgrund der strukturellen Unterlegenheit des Verbrauchers wird es in der Regel dann auch bei der Wahl dieses Rechts verbleiben.¹²¹

Die Legitimation materiellrechtlicher Vertragsfreiheit und kollisionsrechtlicher Rechtswahlfreiheit beruht auf der Annahme, dass sich zwei rechtlich gleichwertige Vertragsparteien gegenüberstehen, deren Vereinbarung auf einer gemeinsamen Überzeugung gründet.¹²² Ist eine Partei aufgrund eines vorherrschenden Ungleichgewichts nicht in der Lage von den

¹⁰⁹ Zu den Ursachen, siehe Kapitel C.I.3.a). Auch wenn jenes Kapitel das Ungleichgewicht der Vertragsparteien bei der Verwendung von AGB behandelt, sind die dazu führenden Ursachen weitgehend dieselben, siehe *Leuschner*, AcP 207 (2007), 491 (505ff.).

¹¹⁰ Vgl. *Drexler*, Die wirtschaftliche Selbstbestimmung des Verbrauchers, S. 25ff; *Sachse*, Der Verbrauchervertrag im Internationalen Privat- und Prozeßrecht, S. 11f.

¹¹¹ Zur Entwicklung des deutschen Verbraucherschutzrechts, vgl. *Drexler*, Die wirtschaftliche Selbstbestimmung des Verbrauchers, S. 18ff.

¹¹² Zur Entwicklung des Verbraucherschutzes im Primärrecht der EU, vgl. *Rösler*, EuR 43 (2008), 800 (800ff.). Im Gemeinschaftsrecht geht es beim Verbraucherschutz zudem um die Förderung des Binnenmarktes, siehe *Gössl*, Parteidispositionen und EU-Verbrauchervertragsrecht, S. 79ff.

¹¹³ *Sachse*, Der Verbrauchervertrag im Internationalen Privat- und Prozeßrecht, S.16ff.

¹¹⁴ Siehe nur § 312a Abs. 2 BGB i.V.m. Art. 246 EGBGB.

¹¹⁵ Siehe §§ 355, 312g BGB.

¹¹⁶ Siehe §§ 305ff. BGB. Näheres zur AGB-Kontrolle in Kapitel C.

¹¹⁷ *Sachse*, Der Verbrauchervertrag im Internationalen Privat- und Prozeßrecht, S. 16.

¹¹⁸ Siehe nur § 361 Abs. 2 BGB für das Widerrufsrecht des Verbrauchers im Fernabsatz.

¹¹⁹ Siehe die Ausführungen zur Kollisionsrechtlichen Verweisung in Kapitel B.I.3.b).aa).

¹²⁰ MüKo/*Martiny*, Rom I-VO, Art. 6 Rn. 1. Ausführlich in Kapitel C.II.3.a).

¹²¹ Vgl. *Sachse*, Der Verbrauchervertrag im Internationalen Privat- und Prozeßrecht, S. 24. Zur gleichen Situation bei AGB, siehe Kapitel C.I.3.a).

¹²² Vgl. *Neuhaus*, Die Grundbegriffe des Internationalen Privatrechts, S. 257.

eingräumten Freiheiten effektiv Gebrauch zu machen sind Einschränkungen vorzunehmen.¹²³ Denn „Die Parteiautonomie verliert ihren Sinn – ebenso wie die materiellrechtliche Vertragsfreiheit –, wenn sie zur Herrschaft des Stärkeren über den Schwachen wird.“¹²⁴

Schränkt man aus diesem Grund die Vertragsfreiheit im materiellen Recht zugunsten des Verbrauchers ein, wäre es gleichzeitig inkonsequent, der strukturell überlegenen Partei die Möglichkeit einzuräumen, die im materiellen Recht bestehenden Einschränkungen durch Rechtswahl zu umgehen.¹²⁵ In der Debatte um internationale Verbraucherverträge werden daher kollisionsrechtliche Mittel zur Durchsetzung des intern gewährten Verbraucherschutzes gefordert.¹²⁶ An dieser Stelle setzt Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO an.

b) Regelungsgehalt des Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO

aa) Grundsatz

Nach Art. 6 Abs. 2 S. 1 Rom I-VO ist die Rechtswahl auch bei Verbraucherverträgen zulässig. Es bleibt grundsätzlich bei den allgemeinen Regeln über die Rechtswahl nach Art. 3 Rom I-VO.¹²⁷ Zum Schutz des Verbrauchers wird die kollisionsrechtliche Wirkung der Rechtswahl jedoch in bestimmten Fällen zugunsten der zwingenden Vorschriften derjenigen Rechtsordnung begrenzt, die mangels der Rechtswahl Anwendung finden würde, vgl. Art. 6 Abs 2 S. 2 Rom I-VO.

Dabei handelt es sich um diejenigen Fälle, in denen das Verbrauchergeschäft die Voraussetzungen aus Art. 6 Abs 1 Rom I-VO erfüllt. Danach muss der Unternehmer a) seine berufliche oder gewerbliche Tätigkeit in dem Staat ausüben, in dem der Verbraucher seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat oder b) seine Tätigkeit zumindest auf diesen Staat ausrichten. Erwägungsgrund 24 der Rom I-VO konkretisiert letztere Voraussetzung: Der Unternehmer richtet seine Tätigkeit beispielsweise dann auf einen Staat bestimmtenaus, wenn er es Verbrauchern aus diesem Staat durch seinen Internetauftritt ermöglicht, Verträge im Fernabsatz abzuschließen.

Bei Vorliegen dieser Voraussetzungen wird der Verbraucher auch als sog. „passiver Verbraucher“ bezeichnet.¹²⁸ Wurde bei einem Vertrag mit einem passiven Verbraucher keine Rechtswahl getroffen, ist das Vertragsstatut nach Art. 6 Abs. 1 Rom I-VO das Recht des Staates, in dem der Verbraucher bei Vertragsschluss seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat (fortan: Heimatrecht). Haben die Parteien in einem solchen Fall eine Rechtswahl getroffen, greift hingegen die Einschränkung von Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO: Die Rechtswahl darf nicht dazu führen, dass dem Verbraucher der Schutz der zwingenden Vorschriften seines Heimatrechts entzogen wird.

bb) Zwingende Vorschriften

Zwingende Vorschrift i.S.d. Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO ist nach h.M. jede Art von *ius cogens*.¹²⁹ Umfasst sind daher alle Vorschriften, die den Ausgleich vertraglicher Ungleich-

¹²³ Sachse, Der Verbrauchervertrag im Internationalen Privat- und Prozeßrecht, S. 23.

¹²⁴ Neuhaus, Die Grundbegriffe des Internationalen Privatrechts, S. 257.

¹²⁵ BeckOK BGB/Spickhoff, Rom I-VO, Art. 6 Rn. 2.

¹²⁶ MüKo/Martiny, Rom I-VO, Art. 6 Rn. 2.

¹²⁷ MüKo/Martiny, Rom I-VO, Art. 6 Rn. 56. Zu den allgemeinen Regeln bereits Kapitel B.II.1.a).

¹²⁸ Maultzsch, RabelsZ 75 (2011), 60 (76).

¹²⁹ Staudinger in: IntVertragsR, Rom I-VO, Art. 6 Rn. 74; MüKo/Martiny, Rom I-VO, Art. 6 Rn 60; BeckOK BGB/Spickhoff, Rom I-VO, Art. 6 Rn. 32.

gewichtslagen beabsichtigen, gleichgültig ob die Vorschriften ausschließlich verbraucherrechtliche Schutzfunktion haben oder auch andere Vertragsparteien erfassen.¹³⁰ Bei einem Verbraucher mit gewöhnlichem Aufenthalt in Deutschland sind beispielsweise die Vorschriften über allgemeine Geschäftsbedingungen (§§ 305ff. BGB), Fernabsatzverträge (§ 312c BGB) und Schutzvorschriften der allgemeinen Rechtsgeschäftslehre (§ 138 BGB) umfasst.¹³¹ Auch von der Rechtsprechung entwickelte Grundsätze können zwingende Vorschriften darstellen.¹³² Ausgeschlossen sind dagegen diejenigen Vorschriften, denen wirtschafts- oder außenpolitische Ziele zugrunde liegen.¹³³

cc) Günstigkeitsvergleich

Wichtig zu beachten ist, dass die Rechtswahl gemäß Art. 6 Abs. 2 S. 1 Rom IVO i.V.m. Art. 3 Rom I-VO weiterhin das Vertragsstatut bestimmt. Wegen der Einschränkung in Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO gelangt lediglich das *ius cogens* des Heimatrechts des Verbrauchers alternativ zur Anwendung, sofern dieses günstiger ist.¹³⁴ Das Heimatrecht des Verbrauchers bestimmt somit eine Untergrenze an zu gewährendem Schutz.¹³⁵ Haben die Parteien eines grenzüberschreitenden Verbrauchervertrags eine Rechtswahl getroffen, muss das Gericht bei der Bestimmung des anwendbaren Rechts von Amts wegen ein sog. Günstigkeitsvergleich durchführen.¹³⁶ Dabei ist der Inhalt der entsprechenden Rechtsordnungen miteinander zu vergleichen.¹³⁷ Im Ergebnis setzt sich diejenige Rechtsordnung als Ordnungsrahmen des Vertrags durch, die dem Verbraucher einen höheren Schutz einräumt.¹³⁸

Der Vergleich konzentriert sich dabei ausschließlich auf die konkret streitige Rechtsfrage.¹³⁹ Macht der Verbraucher beispielsweise ein Widerrufsrecht geltend für dessen Ausübung das gewählte Recht eine kürzere Frist als sein Heimatrecht vorsieht, bleibt es bei der längeren Frist, die ihm sein Heimatrecht gewährt.¹⁴⁰ Ein abstrakter Vergleich der beiden Rechtsordnungen findet nicht statt, da dieser Gefahr läuft, das sachrechtliche Interesse des Verbrauchers unberücksichtigt zu lassen.¹⁴¹ So wäre dem Verbraucher im vorherigen Fall nicht geholfen, die kürzere Widerrufsfrist zur Anwendung kommen zu lassen, weil das gewählte Recht eine strengere AGB-Kontrolle als sein Heimatrecht vorsieht. Allerdings sind für den Vergleich sämtliche betroffenen Normen *gruppenweise* zu vergleichen, damit nicht Ergebnisse erzielt werden, die bei alleiniger Anwendung der jeweiligen Rechtsordnung nicht zustande kommen könnten.¹⁴²

¹³⁰ MüKo/Martiny, Rom I-VO, Art. 6 Rn 60.

¹³¹ BeckOK BGB/Spickhoff, Rom I-VO, Art. 6 Rn. 32.

¹³² BGH, Urteil vom 25.01.2005, XI ZR 78/04, NJW-RR 2005, 1071 (1071).

¹³³ Staudinger in: IntVertragsR, Rom I-VO, Art. 6 Rn. 74.

¹³⁴ Staudinger in: IntVertragsR, Rom I-VO, Art. 6 Rn. 72.

¹³⁵ Staudinger in: IntVertragsR, Rom I-VO, Art. 6 Rn. 72.

¹³⁶ Staudinger in: IntVertragsR, Rom I-VO, Art. 6 Rn. 73.

¹³⁷ Maultzsch, RabelsZ 75 (2011), 60 (75).

¹³⁸ Maultzsch, RabelsZ 75 (2011), 60 (75).

¹³⁹ MüKo/Martiny, Rom I-VO, Art. 6 Rn 64.

¹⁴⁰ MüKo/Martiny, Rom I-VO, Art. 6 Rn 64.

¹⁴¹ MüKo/Martiny, Rom I-VO, Art. 6 Rn 64.

¹⁴² MüKo/Martiny, Rom I-VO, Art. 6 Rn 64. Als Beispiel: Der Verbraucher macht ein Widerrufsrecht geltend. Nach seinem Heimatrecht wurde die Widerrufsfrist zwar gewährt, allerdings greift ein gesetzlicher Ausschluss des Widerrufsrechts vor. Das gewählte Recht kennt den Ausschlussgrund nicht, hier wurde die Widerrufsfrist allerdings nicht gewährt. Nach keiner der beiden Rechtsordnungen besteht ein Anspruch des Verbrauchers auf Widerruf. Der Günstigkeitsvergleich dürfte zu keinem anderen Ergebnis kommen.

Zusammengefasst führt der Günstigkeitsvergleich dazu, dass der Verbraucher auf den durch *ius cogens* gewährten Schutz seines Heimatrechts auch im grenzüberschreitenden Verkehr vertrauen kann, gleichzeitig bleibt ein potenziell weitergehender Schutz eines gewählten Rechts unberührt.

III. Zwischenfazit

Um die Unsicherheit hinsichtlich des anwendbaren Rechts bei grenzüberschreitenden Verträgen zu bekämpfen, vereinbaren die Parteien regelmäßig selbst, welches Recht Anwendung finden soll. So können sie ihre Rechtsbeziehung interessengerecht gestalten und schaffen *a priori* die nötige Rechtssicherheit. Sowohl aus diesen praktischen Erwägungen als auch zur Anerkennung der Selbstbestimmung der Parteien hat sich die Rechtswahl daher im Kollisionsrechts etabliert. Rechtlich handelt es sich bei der Rechtswahl um einen von den übrigen Klauseln des Vertrags zu trennenden eigenständigen Vertrag, mit dem die bezeichnete Rechtsordnung in ihrer Gänze gewählt wird. Um vor Gericht anerkannt zu werden, muss das Kollisionsrecht der *lex fori* die Rechtswahl zulassen. Für die Gerichte der EU-Mitgliedstaaten ist dies die Rom I-VO. Sie geht vom Grundsatz der unbeschränkten Rechtswahl aus, modifiziert ihre Wirkung aber unter anderem zum Schutz des Verbrauchers als typischerweise strukturell schwächerer Vertragspartei.

C. Rechtswahl kraft AGB

Nach den Ausführungen des vorherigen Kapitels mag man geneigt sein, sich zwei Parteien vorzustellen, die sich in Angesicht der Unklarheit des anwendbaren Rechts bei grenzüberschreitenden Verträgen gemeinsam um eine Rechtswahl bemühen, welche unter Berücksichtigung beidseitiger Interessen zur optimalen Gestaltung ihres Rechtsgeschäfts führt. In der Realität verhält es sich regelmäßig anders: Wenn überhaupt beschränkt sich der individuelle Teil einer Vertragsverhandlung auf die unmittelbare Vertragsleistung (etwa Kaufgegenstand und Preis), während die übrigen Bestimmungen durch AGB vorgegeben werden.¹⁴³ So kommt es, dass auch die Rechtswahl häufig nicht individuell verhandelt, sondern pauschal durch AGB bestimmt wird.¹⁴⁴ In diesem Zusammenhang stellen sich zum einen grundlegende Fragen: Was genau sind AGB, haben sie einen bestimmten Zweck, ist ihre Verwendung mit negativen Begleiterscheinungen verbunden? Zum anderen stellt sich die speziellere Frage, ob beziehungsweise gr. unter welchen Einschränkungen eine Rechtswahl in AGB erfolgen kann. Dieses Kapitel geht den aufgeworfenen Fragen nach.

I. AGB im Überblick

1. Der Begriff der „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“

Wenn umgangssprachlich vom „Kleingedruckten“ die Rede ist, dann sind damit in aller Regel AGB gemeint.¹⁴⁵ Dabei wird der Begriff mit einem gewissen Überraschungsmoment bzw. einer Unverständlichkeit in Verbindung gebracht und ist damit meistens leicht negativ konnotiert.¹⁴⁶ Das deutsche Recht findet „neutralere“ Worte. In § 305 Abs. 1 BGB werden AGB als für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierte Vertragsbedingungen, die eine Vertragspartei (fortan: Verwender) der anderen Vertragspartei (fortan: Klauselgegner) bei

¹⁴³ Aden, Battle of Forms, S. 4.

¹⁴⁴ Hamacher, AGB im Spannungsfeld zwischen Kautelarpraxis und Rechtsprechung 2007, 83 (85).

¹⁴⁵ Vgl. Umbricht, Internationales Wirtschaftsrecht 2014, 114 (114).

¹⁴⁶ Vgl. Umbricht, Internationales Wirtschaftsrecht 2014, 114 (114). Gänzlich unbegründet ist diese Konnotation nicht, siehe Kapitel C.I.3.

Abschluss eines Vertrags stellt, legaldefiniert. In anderen Kodifikationen sind mit AGB – ohne sie unbedingt auch als solche zu bezeichnen – Vertragsklauseln, die nicht im Einzelnen ausgehandelt wurden¹⁴⁷ oder „provisions which are prepared in advance for general and repeated use by one party and which are actually used without negotiation with the other party“¹⁴⁸, gemeint. Ein einheitlicher AGB-Begriff existiert mithin nicht. Den verschiedenen Definitionen kann aber entnommen werden, dass Vertragsbestimmungen dann als AGB angesehen werden, wenn sie das Kriterium der einseitigen Einführung in den Vertrag sowie des Ausbleibens einer individuellen Verhandlung erfüllen.¹⁴⁹ Nachfolgend sollen diese beiden Kriterien anhand der Voraussetzungen des § 305 Abs. 1 BGB daher komprimiert betrachtet werden.

a) Einseitigkeit durch „Stellen“ von AGB (§ 305 Abs. 1 S. 1 BGB)

Gestellt sind Vertragsbedingungen immer dann, wenn es nicht zur individuellen Vertragsverhandlung kam (§ 305 Abs. 1 S. 3 BGB), der Verwender die Bedingungen fertig in den Vertrag eingebracht und sie dem Klauselgegner einseitig auferlegt hat.¹⁵⁰ Hingegen fehlt es am *Stellen*, wenn die Vertragsbedingungen nach beidseitigem Einvernehmen und damit nicht einseitig in den Vertrag einbezogen werden.¹⁵¹

b) Ausbleiben eines „Aushandeln“ (§ 305 Abs 1. S. 3 BGB)

AGB setzen nach § 305 Abs. 1 S. 3 BGB negativ voraus, dass sie nicht im Einzelnen ausgehandelt wurden, da es sich ansonsten um eine Individualvereinbarung handelt.¹⁵² *Aushandeln* setzt nach Rechtsprechung des BGH voraus, dass der Verwender

„den in seinen AGB enthaltenen gesetzesfremden Kerngehalt, (...) inhaltlich ernsthaft zur Disposition stellt und dem Verhandlungspartner Gestaltungsfreiheit zur Wahrung eigener Interessen einräumt mit zumindest der realen Möglichkeit, die inhaltliche Ausgestaltung der Vertragsbedingungen zu beeinflussen.“¹⁵³

Es kommt also stets drauf an, ob für den Klauselgegner die Möglichkeit bestand auf die jeweils betroffene Klausel inhaltlich Einfluss zu nehmen.¹⁵⁴ Eine Klausel ist mithin nicht ausgehandelt, wenn der Klauselgegner nur vor die Wahl gestellt wird, die AGB anzunehmen oder vom Vertragsschluss ganz abzusehen¹⁵⁵ oder lediglich zwischen verschiedenen Klauseln wählen kann, ohne dabei alternative Textvorschläge einbringen zu dürfen.¹⁵⁶

¹⁴⁷ Vgl. Art. 3 der Richtlinie 93/13/EWG des Rates vom 5. April 1993 über mißbräuchliche Klauseln in Verbraucher-verträgen, Abl. EU Nr. L 95 vom 21.04.1993, S. 29. (Fortan: Klausel-RL).

¹⁴⁸ Article 2.1.19 UNIDROIT Principles of International Commercial Contracts 2016, <https://www.unidroit.org/wp-content/uploads/2021/06/Unidroit-Principles-2016-English-bl.pdf>, 25.03.2024.

¹⁴⁹ Vgl. *Umbricht*, Internationales Wirtschaftsrecht 2014, 114 (115).

¹⁵⁰ MüKo/*Fornasier*, BGB, § 305 Rn. 21.

¹⁵¹ BGH, Urteil vom 20.01.2016, VIII ZR 26/15, NJW 2016, 1230 (Rn. 24f.).

¹⁵² BeckOK BGB/*Becker*, BGB, § 305 Rn. 34.

¹⁵³ BGH, Urteil vom 22.11.2012, VII ZR 222/12, NJW 2013, 856 (Rn. 10).

¹⁵⁴ BGH, Urteil vom 05.12.1995, X ZR 14/93, NJW-RR 1996, 783 (787f.).

¹⁵⁵ BGH, Urteil vom 15.12.1976, IV ZR 197/75, NJW 1977, 624 (625).

¹⁵⁶ BGH, Urteil vom 15.02.2017, IV ZR 91/16, NJW 2017, 2346 (Rn. 9).

2. Funktionen

a) Rationalisierung von Vertragsbeziehungen

Die wohl bedeutsamste Funktion von AGB liegt in der Rationalisierung von Vertragsbeziehungen, da die Geschäfte durch ihre Verwendung vereinfacht werden.¹⁵⁷ Denn der Verwender schließt alle Verträge zu den selben bereits vorformulierten Bedingungen und erspart sich und dem Klauselgegner damit den organisatorischen Aufwand einer zeitaufwändigen und mühsamen Vertragsverhandlung.¹⁵⁸ Müssten die Vertragsparteien ihre Rechtsbeziehungen hingegen bei jedem Vertragsabschluss erneut aushandeln, würde der hiermit verursachte Aufwand regelmäßig den Nutzen der Vertragsdurchführung übersteigen.¹⁵⁹ Aufgrund dieser hohen Transaktionskosten würden volkswirtschaftlich sinnvolle Transaktionen unterbleiben¹⁶⁰, bzw. wären rein organisatorisch in der Praxis nicht zu bewältigen.¹⁶¹ Es kann daher nicht behauptet werden, dass ausschließlich der Verwender von der mit dem Einsatz von AGB einhergehenden Rationalisierung begünstigt wird.¹⁶² Von der schnellen und vereinfachten Durchführung der Geschäfte profitiert vielmehr auch der Klauselgegner und die Wirtschaft im Allgemeinen.¹⁶³

b) Risikoverlagerung

Zwar ist richtig, dass durch die Verwendung von AGB auch gesamtgesellschaftlicher Nutzen entsteht, jedoch muss die Motivation berücksichtigt werden, die bei ihrer Schaffung im Vordergrund steht.¹⁶⁴ Anders als das dispositive Recht stammen AGB nicht vom um einen Interessensausgleich bemühten Gesetzgeber, sondern von einer am Vertragsschluss beteiligten Partei.¹⁶⁵ Diese hat bei der Gestaltung von AGB ein Interesse daran, seine eigene Rechtsposition gegenüber der objektiv geltenden dispositiven Gesetzeslage zu verbessern.¹⁶⁶ Investiert der Verwender also die Zeit oder sogar das Geld, um AGB für seine zukünftigen Verträge zu schaffen, wird er diese sinnvollerweise zu seinen Gunsten gestalten.¹⁶⁷ Aus diesem Grund zeigt sich regelmäßig in der Praxis, dass eingesetzte AGB die Person des Verwenders einseitig bevorteilen.¹⁶⁸

3. Gefahren der Verwendung von AGB

Es zeigt sich also bereits, dass die Verwendung von AGB mit negativen Begleiterscheinungen für den Klauselgegner verbunden ist. Gefahren entstehen darüber hinaus aber auch außerhalb der individuellen Vertragsbeziehung für die Allgemeinheit. Beide Aspekte werden

¹⁵⁷ *Ampatzi*, Das AGB-Recht in der nationalen und internationalen Schiedsgerichtsbarkeit im unternehmerischen Geschäftsverkehr, S. 96.

¹⁵⁸ *MüKo/Fornasier*, BGB, Vor § 305 Rn. 2.

¹⁵⁹ *Leuschner*, AcP 207 (2007), 491 (503).

¹⁶⁰ *Leuschner*, AcP 207 (2007), 491 (504).

¹⁶¹ Vgl. *Nordermann*, NJW 65 (2012), 3121 (3121).

¹⁶² *Ampatzi*, Das AGB-Recht in der nationalen und internationalen Schiedsgerichtsbarkeit im unternehmerischen Geschäftsverkehr, S. 97.

¹⁶³ *Ampatzi*, Das AGB-Recht in der nationalen und internationalen Schiedsgerichtsbarkeit im unternehmerischen Geschäftsverkehr, S. 97.

¹⁶⁴ *McColgan*, Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, S. 10.

¹⁶⁵ *Leuschner*, AcP 207 (2007), 491 (504).

¹⁶⁶ *Leuschner*, AcP 207 (2007), 491 (504).

¹⁶⁷ *Hesse*, Diktierte Parteiautonomie, S. 29.

¹⁶⁸ *Wurmnest*, *RabelsZ* 82 (2018), 346 (352).

nachfolgend näher betrachtet, da sie gleichzeitig die Gebotenheit der AGB-Kontrolle aufzeigen.¹⁶⁹

a) Das Ungleichgewicht der Vertragsparteien

Bereits im AGB-Begriff des § 305 Abs. 1 BGB kommt zum Ausdruck, dass zwischen den Vertragsparteien eine ungleiche Verhandlungsmacht besteht.¹⁷⁰ Dabei wird der Grund für das Ungleichgewicht mittlerweile überwiegend nicht mehr auf wirtschaftliche, soziale oder intellektuelle Umstände – mit anderen Worten eine *persönliche Unterlegenheit* – zurückgeführt.¹⁷¹ Vielmehr ergibt sich das Ungleichgewicht zwischen den Vertragsparteien aus einer *situativen Unterlegenheit* des Klauselgegners¹⁷², die auf einer Informationsasymmetrie bezüglich des Vertragsinhalts zwischen Verwender und Klauselgegner fußt.¹⁷³ Denn während der Verwender die AGB bereits im Vorhinein ausgestaltet hat und deren Inhalt daher genauestens kennt¹⁷⁴, liest der Klauselgegner die AGB regelmäßig überhaupt nicht¹⁷⁵ oder ist unter dem Druck der konkreten Abschlusssituation nicht in der Lage den Inhalt der AGB korrekt zu erfassen.¹⁷⁶ Er nimmt die AGB damit im Regelfall „blind“ an.¹⁷⁷

Gleichzeitig kann dem Klauselgegner bezüglich seines Verhaltens nach verbreiteter Ansicht kein Vorwurf gemacht werden.¹⁷⁸ Zunächst ist der Informationsgewinn aus AGB mit einem hohen Aufwand verbunden, da es sich bei diesen typischerweise um lange Dokumente mit komplexer Fachsprache handelt.¹⁷⁹ Den entsprechenden Aufwand zu betreiben brächte darüber hinaus – wenn überhaupt – nur einen geringen Mehrwert.¹⁸⁰ Denn der Klauselgegner befindet sich in der Situation, dass er das in Rede stehende Geschäft in der Regel nur einmal abschließt, sog. *one-shot player*.¹⁸¹ Angesichts dessen wäre es wirtschaftlich schlicht nicht sinnvoll, verstärkt Kosten und Mühen für die Lektüre der AGB eines Geschäfts aufzuwenden, das nur eines vieler weiterer Geschäfte darstellt, die er im Alltag tätigt.¹⁸² Ergänzend kommt hinzu, dass AGB überhaupt nicht zur Disposition gestellt werden.¹⁸³ Entweder der Klauselgegner akzeptiert die AGB oder vom Vertragsabschluss muss gänzlich abgesehen werden (*take it or leave it*).¹⁸⁴ Seine ausbleibende Bemühung zur Bekämpfung

¹⁶⁹ Näheres hierzu in Kapitel C.I.4.

¹⁷⁰ Aden, Battle of Forms, S. 35.

¹⁷¹ Becker, JZ 65 (2010), 1098 (1100); Leuschner, AcP 207 (2007), 491 (494f.); MüKo/Fornasier, BGB, Vor § 305 Rn. 5.

¹⁷² Becker, JZ 65 (2010), 1098 (1101); Leuschner, AcP 207 (2007), 491 (494f.); MüKo/Fornasier, BGB, Vor § 305 Rn. 5.

¹⁷³ McColgan, Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, S. 17.

¹⁷⁴ Leuschner, AcP 207 (2007), 491 (495).

¹⁷⁵ McColgan, Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, S. 17, 101ff.

¹⁷⁶ Leuschner, AcP 207 (2007), 491 (495).

¹⁷⁷ MüKo/Fornasier, BGB, Vor § 305 Rn. 4.

¹⁷⁸ Gössl, Parteidispositionen und EU-Verbrauchervertragsrecht, S. 93; Leuschner, AcP 207 (2007), 491 (496); MüKo/Fornasier, BGB, Vor § 305 Rn. 6f.

¹⁷⁹ McColgan, Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, S. 101ff.

¹⁸⁰ MüKo/Fornasier, BGB, Vor § 305 Rn. 6.

¹⁸¹ McColgan, Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, S. 119.

¹⁸² MüKo/Fornasier, BGB, Vor § 305 Rn. 6.

¹⁸³ Siehe die Ausführungen in Kapitel C.I.1.b)

¹⁸⁴ Hesse, Diktierte Parteiautonomie, S. 32.

der bestehenden Informationsasymmetrie wird daher auch als „rationale Apathie“ bezeichnet.¹⁸⁵

Dass sich der Klauselgegner den AGB des Verwenders blind „unterwirft“, ist letztlich regelmäßig unausweichlich. Schließlich stellt der Nichtabschluss des Geschäfts keine sinnvolle Alternative dar: „wer heutzutage AGB ablehnt, verhungert (..) nicht, schließt sich aber weitgehend von der Teilhabe an der Gesellschaft aus“¹⁸⁶. Damit kann der Verwender den Vertragsinhalt faktisch einseitig diktieren.¹⁸⁷ Trotz rechtlicher Selbstbestimmung droht dem Klauselgegner bei der Verwendung von AGB eine faktische Fremdbestimmung.¹⁸⁸

b) Mangelnder Konditionenwettbewerb

Die Gefahren, die bei der Verwendung von AGB für die Allgemeinheit bestehen, knüpfen an der Informationsasymmetrie des Klauselgegners an. Da sich der Klauselgegner in der Regel – rationalerweise – nicht mit dem Inhalt der AGB auseinandersetzt, orientiert er sich bei seiner Vertragsentscheidung hauptsächlich am Preis des Produkts.¹⁸⁹ Rechtsvorteile, die der Verwender durch AGB gewährt, können allerdings nicht preisneutral angeboten werden, da beispielsweise eine verbesserte Gewährleistungsregelung die durchschnittlichen Kosten des Produkts steigen lässt.¹⁹⁰ Gestaltet der Verwender seine AGB möglichst kundenunfreundlich, kann er sein Produkt hingegen preiswerter als seine Konkurrenten anbieten und erzielt somit Wettbewerbsvorteile.¹⁹¹ Um nicht aus dem Markt verdrängt zu werden muss die Konkurrenz ebenfalls den Preis senken, was allerdings meistens nur durch eine Rücknahme der „teuren“ durch AGB gewährten Rechtsvorteile möglich ist.¹⁹² So entsteht ein Wettbewerb um die schlechtesten Vertragsbedingungen¹⁹³ auch bezeichnet als *race to the bottom*.¹⁹⁴ Der Markt selbst ist nicht in der Lage für einen positiven Konditionenwettbewerb zu sorgen.¹⁹⁵ Der Klauselgegner wiederum wird damit in seiner rationalen Apathie bestätigt, weil auf dem Markt regelmäßig keine besseren Ausweichmöglichkeiten bestehen.¹⁹⁶ Das Ergebnis sind flächendeckend unausgeglichene AGB.¹⁹⁷

4. Schutz vor AGB

Als Reaktion auf die im 19. Jahrhundert begonnene massenhafte Verbreitung von AGB und die damit einhergehenden negativen Begleiterscheinungen, entwickelten vornehmlich zunächst Gerichte in ganz Europa Kontrollinstrumente für AGB.¹⁹⁸ Angesichts der Ende der 1960er-Jahre aufkommenden Verbraucherschutzdebatte zogen die Gesetzgeber der europäischen Staaten mehrheitlich nach und erließen Rechtsvorschriften, um Klauseln auf breiter Basis kontrollieren zu können.¹⁹⁹ In Deutschland entstand im Zuge dessen 1976 das

¹⁸⁵ Gössl, Parteidispositionen und EU-Verbrauchervertragsrecht, S. 96.

¹⁸⁶ Wurmnest, RabelsZ 82 (2018), 346 (348).

¹⁸⁷ Grünberger, JURA 31 (2009), 249 (250).

¹⁸⁸ Grünberger, JURA 31 (2009), 249 (250).

¹⁸⁹ Canaris, AcP 200 (2000), 273 (323).

¹⁹⁰ Wackerbarth, AcP 200 (2000), 45 (70).

¹⁹¹ Wackerbarth, AcP 200 (2000), 45 (70).

¹⁹² Vgl. Hesse, Diktierte Parteiautonomie, S. 45.

¹⁹³ Wackerbarth, AcP 200 (2000), 45 (71).

¹⁹⁴ McColgan, Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, S. 58.

¹⁹⁵ Wackerbarth, AcP 200 (2000), 45 (70).

¹⁹⁶ Canaris, AcP 200 (2000), 273 (323f.).

¹⁹⁷ Wackerbarth, AcP 200 (2000), 45 (70).

¹⁹⁸ Wurmnest, RabelsZ 82 (2018), 346 (369).

¹⁹⁹ Wurmnest, RabelsZ 82 (2018), 346 (361). Für einen Überblick der Kodifikationen in den verschiedenen europäischen Staaten, siehe Appenzeller, Die europäische AGB-Kontrolle, S. 33.

AGBG²⁰⁰, das im Rahmen der Schuldrechtsmodernisierung²⁰¹ in das BGB transferiert wurde (§§ 305-310 BGB).²⁰² Daneben wurde die europäische Klausel-RL geschaffen.²⁰³

Wie bereits erwähnt, wird zumindest eine der zuvor dargestellten Gefahren der Verwendung von AGB als Rechtfertigung für die AGB-Kontrolle angeführt.²⁰⁴ Entsprechend sind auch die Kontrollinstrumente ausgestaltet: Schutz vor den Gefahren der AGB Verwendung soll durch eine Inhaltskontrolle der AGB und durch Aufklärung des Klauselgegners erreicht werden.²⁰⁵ Durch die Inhaltskontrolle wird verhindert, dass missbräuchliche bzw. unangemessene Bestimmungen in AGB Bindungswirkung entfalten (vgl. Art. 3 i.V.m. Art. 6 Klausel-RL und § 307 Abs. 1 S. 1 BGB). Die Inhaltskontrolle bewirkt somit, dass AGB gewisse inhaltliche Mindestanforderungen nicht unterschreiten.²⁰⁶ Damit wird zum einen der Klauselgegner individuell vor einer besonders ungerechten Vertragsgestaltung geschützt²⁰⁷, andererseits kommt die die Inhaltskontrolle auch der Allgemeinheit zugute, da der geschaffene Mindeststandard dem *race to the bottom* entgegenwirkt.²⁰⁸

Letztlich resultiert sowohl die ungerechte Vertragsgestaltung als auch der negative Konditionenwettbewerb im Wesentlichen jedoch auf der bestehenden Informationsasymmetrie zwischen Klauselgegner und Verwender.²⁰⁹ Es liegt damit nahe, den Schutz vor unangemessenen AGB auch durch eine ausreichende Information und Aufklärung des Klauselgegners zu erreichen (sog. Informationsmodell).²¹⁰ Ausprägungen des Informationsmodells finden sich sowohl in den Vorschriften der §§ 305ff. BGB als auch in der Klausel-RL wieder: Zu nennen gilt es hier das Transparenzgebot, welches zu einer klaren und verständlichen Klauselformulierung verpflichtet (Art. 5 Klausel-RL, § 307 Abs. 1 S. 2 BGB), die Einbeziehungskontrolle, die besondere Hinweispflichten bei Vertragsschluss verlangt (§ 305 Abs. 2 BGB) und das Verbot überraschender Klauseln nach § 305c Abs. 1 BGB.²¹¹ Diese Kontrollinstrumente sollen den Klauselgegner in die Lage versetzen, bei Vorliegen von nachteiligen AGB vom Vertragsschluss selbstbestimmt absehen zu können.²¹² Dadurch soll gleichzeitig

²⁰⁰ Gesetz zur Regelung des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen vom 9.12.1976, BGBl. 1976 I Nr. 142 vom 15.12.1976, S. 3317.

²⁰¹ Gesetz zur Modernisierung des Schuldrechts vom 26.11.2001, BGBl. 2001 I Nr. 61 vom 29.11.2001, S. 3138.

²⁰² MüKo/Fornasier, BGB, Vor § 305 Rn. 15.

²⁰³ Näheres zur Klausel-RL in Kapitel D.I.1.b).

²⁰⁴ Zur Klausel-RL, siehe EuGH, Urteil vom 23.04.2015, C-96/14, ECLI:EU:C:2015:262 – Van Hove, juris, (Rn 26). Zu den §§ 305ff. BGB, siehe Grünberger, JURA 31 (2009), 249 (249f.); Leuschner, AcP (2007), 491, (508).

²⁰⁵ Gottschalk, AcP 206 (2006), 555 (560ff.).

²⁰⁶ McColgan, Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, S. 58.

²⁰⁷ Gottschalk, AcP 206 (2006), 555 (560).

²⁰⁸ McColgan, Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, S. 58.

²⁰⁹ Siehe Kapitel C.I.3.a).

²¹⁰ Gottschalk, AcP 206 (2006), 555 (561).

²¹¹ Gottschalk, AcP 206 (2006), 555 (568ff.).

²¹² McColgan, Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, S. 146.

der Konditionenwettbewerb wieder angetrieben werden.²¹³ Klauseln, die die entsprechenden Transparenzanforderungen nicht einhalten, sind für den Klauselgegner ebenfalls unbeachtlich.²¹⁴

II. Rechtswahlklauseln in AGB

1. Zulässigkeit der Rechtswahl durch AGB

Setzen AGB bereits *per definitionem* (so zumindest der deutsche AGB-Begriff des § 305 Abs. 1 BGB) voraus, dass der Verwender die entsprechenden Klauseln einseitig in den Vertrag bringt, ist es fraglich, ob eine *Rechtswahl* überhaupt wirksam in AGB vereinbart werden kann. Schließlich normiert die Rom I-VO, die als maßgebliches Kollisionsrecht über die Zulässigkeit, Grenzen und Reichweite der Rechtswahl entscheidet, dass diese *ausdrücklich* erfolgen muss (Art. 3 Abs 1 S. 2 Alt. 1 Rom I-VO). Das bei AGB typischerweise rein „formal“ vorliegende Einverständnis²¹⁵ könnte demnach nicht ausreichend sein.

Dem kann entgegengehalten werden, dass selbst ein in den AGB enthaltener einseitiger *Vorschlag* einer Rechtswahl durch den Verwender zunächst zumindest den Anschein erweckt, dass es zu einem (ausdrücklichen) Konsens über das in den AGB bezeichnete Recht gekommen sein könnte.²¹⁶ Zudem ist der bereits behandelte Art. 10 Abs. 2 Rom I-VO zu beachten, der gerade auch für die Fälle einer wirksamen Einbeziehung von AGB durch Sich-Verschweigen greift.²¹⁷ Da dieser aufgrund des Verweises in Art. 3 Abs. 5 Rom I-VO auch bei der Prüfung des Zustandekommens der Rechtswahl Anwendung findet, bedeutet dies im Umkehrschluss, dass auch eine in AGB enthaltene Rechtswahlklausel eine (wirksame) ausdrückliche Rechtswahl nach Art. 3 Abs. 1 S. 2 Alt. 1 Rom I-VO darstellen kann.²¹⁸ Eine Rechtswahl ist damit auch in AGB zulässig.²¹⁹ Gegenüber Verbrauchern ergeben sich diesbezüglich keine Unterschiede.²²⁰ Überhaupt unterscheidet die Rom I-VO nicht zwischen Individualvereinbarung und AGB: Eine Vorschrift, wonach die Zulässigkeit und/oder Reichweite der Rechtswahlfreiheit bei AGB-Rechtswahlklauseln von einer individualvertraglichen Rechtswahl abweicht, enthält die Rom I-VO nicht.²²¹ Damit gelten für Rechtswahlklauseln in AGB die bereits dargestellten Grundsätze.

2. Inhalt und Wirkung von Rechtswahlklauseln

a) Rekapitulation der Grundlagen der parteiautonomem Wahl

Auch Rechtswahlklauseln bilden eigenständige Verweisungsverträge.²²² Ihnen obliegt die Aufgabe, das Vertragsstatut des im Zusammenhang stehenden Hauptvertrags rechtssicher

²¹³ *Gottschalk*, AcP 206 (2006), 555 (563).

²¹⁴ Sind Klauseln beispielsweise überraschend im Sinne des § 305c Abs. 1 BGB, werden sie erst gar nicht zum Vertragsbestandteil. Klauseln, die gegen das Transparenzgebot „verstoßen“ entfalten nach § 307 Abs. 1 BGB keine Bindungswirkung.

²¹⁵ *Canaris*, AcP 200 (2000), 273 (321).

²¹⁶ *Roth*, IPRax 33 (2013), 515 (520).

²¹⁷ *Roth*, IPRax 33 (2013), 515 (520). Siehe auch schon Kapitel B.II.1.d.bb).

²¹⁸ *Ferrari* in: IntVertragsR, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 24.

²¹⁹ *MüKo/Martiny*, Rom I-VO, Art. 3 Rn. 43.

²²⁰ Siehe nur EuGH, Urteil vom 14.09.2023, C-821/21, ECLI:EU:C:2023:672, juris, (Rn. 76).

²²¹ *Roth*, IPRax 33 (2013), 515 (521).

²²² Siehe Kapitel B.I.3.a).

zu bestimmen.²²³ Dies gelingt, indem die Parteien die bezeichnete Rechtsordnung mit kollisionsrechtlicher Wirkung wählen.²²⁴ Eine solche Wahl lässt die Rom I-VO grundsätzlich zu, wodurch die mitgliedstaatlichen Gerichte dazu verpflichtet sind, das mit der Rechtswahlklausel gewählte Recht bei der Entscheidung eines Streits heranzuziehen.²²⁵ Die Anerkennung vereinbarter Rechtswahlklauseln erfolgt indessen aber auch jenseits der EU.²²⁶

b) Rechtswahlklauseln in der Praxis

Die bislang dargestellten theoretischen Ausführungen zur Rechtsfigur der Rechtswahl sollen noch mit konkreten Klauselbeispielen aus der rechtsgeschäftlichen Praxis veranschaulicht werden. Zu diesem Zweck wurden im Rahmen dieser Arbeit die – über das Internet frei zugänglichen – AGB von 15 zufällig ausgewählten Unternehmen im Hinblick auf das Vorhandensein von Rechtswahlklauseln, deren Formulierungen und mögliche Präferenzen bei der Wahl untersucht.²²⁷ Wenngleich die nachfolgenden Feststellungen aufgrund der „Stichprobengröße“ natürlich nur eingeschränkt als repräsentatives Abbild der rechtsgeschäftlichen Praxis dienen können, decken sich diese allerdings mit denen anderer Arbeiten.²²⁸

Die Nutzungsbedingungen des Audio-Streaming-Dienstes *Spotify* enthalten beispielsweise folgende Rechtswahlklausel:

„Soweit nach dem zwingenden Recht eines Mitgliedstaates der Europäischen Union oder eines anderen Landes nicht etwas anderes vorgeschrieben ist, unterliegt die Vereinbarung (und etwaige aus oder in Zusammenhang damit entstehenden außervertraglichen Streitigkeiten/Ansprüche) deutschem Recht, unter Ausschluss der Kollisionsnormen.“²²⁹

Die Rechtswahlklausel kann aber auch wesentlich kürzer ausfallen: „Es gilt deutsches Recht.“²³⁰ Überhaupt ergibt sich aus den betrachteten AGB, dass *die eine* Formulierung für Rechtswahlklauseln nicht existiert. Dagegen zeigt sich bei der Position der Rechtswahlklausel in den AGB ein einheitlicheres Bild. Typischerweise steht diese am Ende der Bedingungen, oft sogar als letzte Klausel.²³¹ Dass AGB gar keine Rechtswahlklausel enthalten, stellt die Ausnahme dar.²³² Insofern können Rechtswahlklauseln durchaus als Standardreperoire eines (grenzüberschreitenden) Vertrags angesehen werden.

Bei den betrachteten AGB wird zudem eine klare Präferenz hinsichtlich der Wahl des Rechts deutlich: Die Unternehmen bevorzugen das Recht der am Ort ihres Sitzes geltenden Rechtsordnung als Vertragsstatut. Lediglich die AGB des Sportartikelherstellers *Adidas*, der

²²³ Siehe Kapitel B.I.2.b).

²²⁴ Siehe Kapitel B.I.3.b).aa).

²²⁵ Siehe Kapitel B.II.1.a).

²²⁶ Siehe Kapitel B.I.1.b).

²²⁷ Eine Übersicht der untersuchten AGB befindet sich in Anhang 1.

²²⁸ Vgl. insbesondere bezüglich des "Rechtswahlverhaltens" *Sommerfeld*, AGB-Reform und Rechtsflucht, S. 233f.

²²⁹ Ziffer 19, Spotify Allgemeine Nutzungsbedingungen vom 15.02.2024, <https://www.spotify.com/de/legal/end-user-agreement/>, 25.03.2024

²³⁰ Ziffer 9 Abs. 4, ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DER DEUTSCHEN POST PAKET INTERNATIONAL, Stand 03/2021, <https://www.dhl.de/dam/jcr:fcad1fbd-3423-4b91-94ca-5f40e0d56a46/dhl-agb-paket-international-de-092023.pdf>, 25.03.2024.

²³¹ So beispielsweise in den AGB von *Kaufland*, *Kleinanzeigen* und *Spotify*, siehe Anhang 1.

²³² Nur die AGB von *Lufthansa* und *Zalando* enthalten keine Rechtswahlklausel, siehe Anhang 1.

Online-Einzelhandelsplattform *AliExpress* und von *Spotify* enthalten eine Rechtswahlklausel, mit der nicht das Sitzrecht der Unternehmen gewählt wird.²³³ Während die AGB des letztgenannten Unternehmens die Rechtsordnung des Klauselgegners für anwendbar erklären, stellen die AGB der beiden zuerst genannten Unternehmen auf ein neutrales Recht ab.²³⁴

AGB legen dem Klauselgegnern damit typischerweise die Wahl des Heimatrechts des Verwenders auf.²³⁵ Das ist für den Verwender attraktiv, da er durch die Wahl eines vertrauten Rechts Recherche-, Rechtsermittlungs- und Informationskosten einspart.²³⁶ Auskunft zu Rechtsfragen kann er schnell und unkompliziert bei seinem gewohnten Rechtsberater erlangen.²³⁷ Die Wahl eines fremden Rechts wäre mit zusätzlichen Kosten bei der Beratung²³⁸ und ggf. höheren Prozesskosten verbunden.²³⁹ Während der Verwender damit ein „materiellrechtliches Heimspiel“²⁴⁰ hat, steht der Klauselgegnern im Normalfall vor der Herausforderung, sich mit einer fremden Rechtsordnung auseinandersetzen zu müssen.

3. Gefahren von Rechtswahlklauseln

a) Umgehung des sachrechtlichen Schutzniveaus

Wie die Bestandsaufnahme zeigt, wird der Verwender regelmäßig nicht jenes Recht suchen, welches die bestmöglichen inhaltlichen Rahmenbedingungen für die Gestaltung der vertraglichen Beziehung ermöglicht, sondern schlicht das ihm bekannte Sitzrecht als Vertragsstatut bestimmen. Garantiert ist dies jedoch nicht. Schließlich wurde bereits festgestellt, dass der Verwender bei der Gestaltung von AGB ein Interesse daran hat, seine Rechtsposition zu verbessern.²⁴¹ Durch die Möglichkeit, das Vertragsstatut einseitig bestimmen zu können, kann er das Recht einer Rechtsordnung zur Anwendung kommen lassen, die dem Klauselgegnern ein niedriges sachrechtliches Schutzniveau einräumt.²⁴²

Dass es sich dabei um eine reale Gefahr handeln kann, ist insbesondere vor dem Hintergrund zu berücksichtigen, dass der Verwender die AGB all seinen Verträgen zugrunde legen möchte (sog. *repeat player*)²⁴³ und sich daher im Prinzip nur einmal auf die Suche nach der für ihn relativ besten Rechtsordnung machen muss.²⁴⁴ Die nötige Ausgangsinvestition kann sich mithin amortisieren.²⁴⁵ Zudem ist die Suche nach dem relativ *besten* Recht überhaupt nicht notwendig, denn für den Klauselgegnern ist es bereits vorteilhaft, wenn es zur Wahl eines Rechts kommt, welches ihn *besser* als das objektiv anwendbare stellt.²⁴⁶

²³³ Siehe Anhang 1.

²³⁴ Wobei den AGB von Adidas entnommen werden kann, dass der Kundenservice in der Niederlande (entspricht dem gewählten Recht) sitzt, siehe Ziffer 2.13, Allgemeine Geschäftsbedingungen von Adidas, Stand 12/2022, https://www.adidas.de/terms_and_conditions, 25.03.2024.

²³⁵ *Mankowski*, Interessenpolitik und europäisches Kollisionsrecht, S. 18ff.

²³⁶ *Sommerfeld*, AGB-Reform und Rechtsflucht, S. 205.

²³⁷ *Sommerfeld*, AGB-Reform und Rechtsflucht, S. 205.

²³⁸ *Mankowski*, Interessenpolitik und europäisches Kollisionsrecht, S. 20.

²³⁹ *Rühl*, *RabelsZ* 71 (2007), 559 (572f.).

²⁴⁰ *Mankowski*, Interessenpolitik und europäisches Kollisionsrecht, S. 19.

²⁴¹ Siehe die Ausführungen in Kapitel C.I.2.b).

²⁴² *MüKo/Martiny*, Rom I-VO, Art. 6 Rn. 1. Der Günstigkeitsvergleich kann hiergegen nur in gewissen tatbestandlichen Grenzen Abhilfe schaffen, siehe Kapitel B.II.2.b).

²⁴³ *McColgan*, Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, S. 119.

²⁴⁴ *Mankowski*, Interessenpolitik und europäisches Kollisionsrecht, S. 20.

²⁴⁵ *Mankowski*, Interessenpolitik und europäisches Kollisionsrecht, S. 20.

²⁴⁶ *Hesse*, *Diktierte Parteiautonomie*, S. 73.

Für den Klauselgegner bedeutet dies im Umkehrschluss, dass mitunter eine Rechtsordnung Anwendung findet, die weniger Rechte aber stärkere Pflichten für ihn vorsieht.²⁴⁷

b) „Materiellrechtliches Auswärtsspiel“

Selbst wenn der Verwender „nur“ von der Möglichkeit des materiellrechtlichen Heimspiels Gebrauch macht, muss sich der Klauselgegner mit einem unbekanntem Recht auseinandersetzen. Was bereits Gerichte vor erhebliche Schwierigkeiten stellt²⁴⁸, ist für den Klauselgegner als juristischen Laien kaum zu bewältigen.²⁴⁹ Zum einen bereiten Sprachbarrieren Schwierigkeiten.²⁵⁰ Zum anderen verfügt der Klauselgegner nicht über die Ressourcen, um das ausländische Recht auf eigene Kosten zu ermitteln.²⁵¹ Alleine aus diesem Grund wird er bereits in vielen Fällen gänzlich von der Rechtsverfolgung absehen²⁵² bzw. nachgiebiger sein, wenn er selbst in Anspruch genommen wird.²⁵³ Mithin besteht die Gefahr, dass der Verwender gezielt eine – möglichst entlegene – Rechtsordnung auswählt, die dem Klauselgegner die Rechtsverfolgung erschwert.²⁵⁴

III. Zwischenfazit

AGB sind ein fester Bestandteil des modernen Wirtschaftslebens. Dies liegt vornehmlich daran, dass die Verwendung von AGB einen schnellen und einfachen Abschluss von Verträgen ermöglicht. Denn anders als Individualvereinbarungen stehen AGB nicht zur Disposition, wodurch den Parteien zeit- und kostenintensive Vertragsverhandlungen erspart bleiben. Gleichzeitig besteht dadurch die Gefahr einer einseitigen Vertragsgestaltung zulasten des Klauselgegners. Verstärkt wird die Gefahr durch Informationsasymmetrien zwischen den Vertragsparteien, die einen Konditionenwettbewerb und damit vorteilhafte AGB-Alternativen für den Klauselgegner verhindern. Um hier entgegenzuwirken, werden AGB sowohl im Hinblick auf ihre Einbeziehung in den Vertrag und Transparenz als auch inhaltlich kontrolliert. Wenngleich AGB nicht zur Disposition stehen, kann das Recht dennoch in AGB „gewählt“ werden. Die Rom I-VO als maßgebliches Kollisionsrecht differenziert insofern nicht zwischen individualvertraglicher Rechtswahl und Rechtswahlklauseln in AGB. Letztere werden in der Praxis überwiegend verwendet, um das vertraute, am Sitz des Verwenders geltende Recht als Ordnungsrahmen des Vertrags festzulegen und bergen spezielle Gefahren, die über die allgemeinen Gefahren der AGB-Verwendung hinausgehen.

D. Die AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln

Wie die Ausführungen des vorherigen Kapitels gezeigt haben, begegnen die europäischen Rechtsordnungen dem bei der Verwendung von AGB bestehenden Machtungleichgewicht der Vertragsparteien mit einer gerichtlichen Kontrolle. Da ebenfalls aufgezeigt wurde, dass Rechtswahlklauseln geeignet sind, das ohnehin schon bestehende Machtungleichgewicht noch weiter zugunsten des Verwenders zu verschieben, liegt die Frage nach ihrer Kontrolle

²⁴⁷ Hesse, Diktierte Parteiautonomie, S. 74.

²⁴⁸ Rühl, *RabelsZ* 71 (2007), 559 (560f.).

²⁴⁹ Rühl, *Statut und Effizienz*, S. 453.

²⁵⁰ Mankowski, *Interessenpolitik und europäisches Kollisionsrecht*, S. 20.

²⁵¹ So kann ein Richter beispielsweise die Vorlage von Akten ersuchen oder Auskünfte von Behörden erbitten, siehe Rühl, *RabelsZ* 71 (2007), 559 (570).

²⁵² Schmitz, *Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung*, S. 250.

²⁵³ Mankowski, *Interessenpolitik und europäisches Kollisionsrecht*, S. 20.

²⁵⁴ Heiss, *RabelsZ* 65 (2001), 634 (651f.).

nahe. Diesbezüglich äußerte sich *Pfeiffer* vor inzwischen circa zehn Jahren mit folgenden Worten:

„Inwieweit und nach welchen Kriterien eine AGB-Kontrolle von Rechtswahlvereinbarungen zulässig und geboten ist, hat sich zum kontroversen Gegenstand gerichtlicher Entscheidungen entwickelt, die auf ungeklärte Grundsatzfragen und erhebliche Rechtsunsicherheit hinweisen.“²⁵⁵

Diese Aussage mag verwundern. Schließlich wurde mit der Rom I-VO eine Rechtsquelle geschaffen, welche für alle Teilnehmer des Binnenmarktes einheitliche Regeln über Zulässigkeit, Reichweite, Zustandekommen und Wirksamkeit von Rechtswahlklauseln aufstellt. Damit sollte (im Idealfall) sichergestellt sein, dass die mitgliedstaatlichen Gerichte einheitlich bei der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln vorgehen.²⁵⁶ Weswegen die Kontrolle von Rechtswahlklauseln – dies sei vorweggenommen – die mitgliedstaatlichen Gerichte dennoch vor besondere Herausforderungen stellt, wird in diesem Kapitel behandelt.

I. Kontrollvorgaben

Sofern bereits fraglich ist, „nach welchen Kriterien“²⁵⁷ Rechtswahlklauseln kontrolliert werden, gilt es zunächst einen Blick auf die Rechtsquellen zu werfen, die für eine Kontrolle in Frage kommen könnten.

1. Das Gemeinschaftsrecht

a) Rom I-VO

Wie bereits ausgeführt wurde, handelt es sich bei Rechtswahlklauseln um Verweisungsverträge, über deren grundsätzliche Zulässigkeit, Reichweite und Einschränkungen allein die Rom I-VO als maßgebliches Kollisionsrecht entscheidet.²⁵⁸ Als unmittelbar anwendbares Unionsrecht (Art. 288 Abs. 2 AEUV) verdrängt sie kollidierendes nationales Recht.²⁵⁹ Sollte die Kontrolle von Rechtswahlklauseln daher abschließend in den Kollisionsnormen der Rom I-VO (also vornehmlich Art. 3 Rom I-VO) angesiedelt sein, bliebe für die nationalen AGB-Kontrollinstrumente (Einbeziehungs-, Transparenz-, Inhaltskontrolle und Verbot überraschender Klauseln²⁶⁰) kein Platz mehr.²⁶¹ Inwiefern die Rom I-VO derartige abschließende Kontrollvorgaben aufstellt, ist allerdings hochumstritten.²⁶²

In der Literatur wird überwiegend vertreten, dass die AGB-Kontrolle dem nationalen Recht unterfallen würde.²⁶³ Zu dieser Annahme gibt die Rom I-VO insbesondere selbst Anlass, da sie für die rechtsgeschäftliche Prüfung des Zustandekommens und die Wirksamkeit der Rechtswahlklausel in Art. 3 Abs. 5 Rom I-VO auf das gewählte nationale Recht verweist.²⁶⁴ Da die AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln sowohl Fragen des „Zustandkommens“ (Einbeziehungskontrolle) als auch der „Wirksamkeit“ (Inhaltskontrolle) betrifft²⁶⁵, spricht

²⁵⁵ *Pfeiffer*, Versicherungsrecht, Haftungs- und Schadensrecht 2014, 843 (843).

²⁵⁶ Vgl. *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 10f.

²⁵⁷ Siehe Zitat auf vorheriger Seite.

²⁵⁸ Siehe Kapitel B.II und C.II.2.a).

²⁵⁹ *Pfeiffer*, EuZW 19 (2008), 622 (622).

²⁶⁰ Näheres hierzu in Kapitel D.I.2. Siehe auch bereits Kapitel C.I.4.

²⁶¹ Vgl. *Heiss*, RabelsZ 65 (2001), 634 (637); *Roth*, IPRax 37 (2017), 449 (456).

²⁶² *Hesse*, Diktierte Parteiautonomie, S. 77 m.w.N.

²⁶³ Vgl. *Heiss*, RabelsZ 65 (2001), 634 (637); *Roth*, IPRax 37 (2017), 449 (456).

²⁶⁴ Siehe Kapitel B.II.1.d).

²⁶⁵ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 79.

vieles dafür, dass bei der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln neben den Anforderungen aus der Rom I-VO die nationalen Kontrollinstrumente beachtet werden müssen.²⁶⁶

b) Klausel-RL

Daneben müssen die mitgliedstaatlichen Gerichte bei der AGB-Kontrolle mit der bereits erwähnten Klausel-RL (mittelbar) eine weitere Rechtsquelle beachten. Bis zu ihrem Erlass im Jahr 1993 hatten bereits mehrere der (damals noch EWG-) Mitgliedstaaten Rechtsvorschriften auf dem Gebiet der missbräuchlichen Vertragsklauseln erlassen, die hinsichtlich ihres Ansatzes, Themenkreises und Inhalts allerdings unterschiedlich ausgestaltet waren.²⁶⁷ Durch die mit der Klausel-RL angestrebte Angleichung der verschiedenen Kontrollinstrumente sollen Wettbewerbsverzerrungen bekämpft werden, die bei der divergierenden Rechtslage eintreten können.²⁶⁸ Doch auch 20 Jahre nach Erlass der Klausel-RL weisen die mitgliedstaatlichen Rechtsordnungen erhebliche Unterschiede bei der Klauselkontrolle auf.²⁶⁹ Das liegt zum einen daran, dass die Klausel-RL das Prinzip der Mindestharmonisierung verfolgt, den Mitgliedstaaten bei der Umsetzung²⁷⁰ also die Möglichkeit einräumt, strengere Bestimmungen in ihrem nationalen Recht vorzusehen (Art. 8 Klausel-RL). Zum anderen gehen die Bestimmungen der Klausel-RL weniger ins Detail als die des BGB: Eine Einbeziehungskontrolle entsprechend des § 305 Abs. 2 BGB sowie das Verbot überraschender Klauseln (§ 305c Abs. 1 BGB) fehlen beispielsweise völlig.²⁷¹ Über diese Kontrollinstrumente können die Mitgliedstaaten daher weiterhin autonom entscheiden. Zudem ergeben sich Divergenzen aufgrund des „beschränkten“ Anwendungsbereichs der Klausel-RL.

aa) Anwendungsbereich

Nach Art. 1 Abs. 1 bezieht sich der persönliche Anwendungsbereich der Klausel-RL nämlich allein auf Verträge zwischen Unternehmern und Verbrauchern (b2c).²⁷² Verträge zwischen Unternehmern (b2b) und Verträge zwischen Verbrauchern (c2c) werden von der Klausel-RL nicht erfasst.²⁷³

In sachlicher Hinsicht geht die Kontrolle der Klausel-RL allerdings weiter als die des BGB. Dass Klauseln für eine Vielzahl von Verträgen vorformuliert und einseitig „gestellt“ worden sind (wie es das BGB verlangt)²⁷⁴, wird nicht als Kontrollvoraussetzung genannt.²⁷⁵ Nach

²⁶⁶ Dafür spricht insbesondere, dass die Rom I-VO keinen besonderen Klauselschutz bei Rechtswahlklauseln in AGB vorsieht, diesen also scheinbar im Wege des Verweises nach Art. 3 Abs. 5 Rom I-VO dem nationalen Recht überantworten wollte, vgl. *Heiss*, *RabelsZ* 65 (2001), 634 (638).

²⁶⁷ Vorschlag für eine Richtlinie des Rates über mißbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen, KOM (90) 322, 03.09.1990, S. 13ff.

²⁶⁸ Vgl. Erwägungsgrund 2 Klausel-RL. Daneben verfolgt die Klausel-RL aber auch die Ziele der Marktintegration (vgl. Erwägungsgrund 5 Klausel RL) und des Verbraucherschutzes (vgl. Erwägungsgrund 8 Klausel-RL).

²⁶⁹ Vgl. ausführlich *Wurmnest*, *RabelsZ* 82 (2018), 346 (363ff.).

²⁷⁰ Zur Notwendigkeit der Umsetzung von Richtlinien *Sensburg/Braun/Röckinghausen/Michaelis/Bätge/Hildebrandt*, *Staats- und Europarecht*, 8. Kapitel Rn. 1051ff.

²⁷¹ *MüKo/Fornasier*, *BGB*, Vor § 305 Rn. 19.

²⁷² Die Begriffe „Verbraucher“ und „Gewerbetreibender“ werden in Art. 2 lit. b) und c) definiert. Wie auch bereits in der Rom I-VO ist für die Einordnung einer Person als Gewerbetreibender oder Verbraucher nicht ein *Status* entscheidend, sondern ob zu einem „zur gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit“ zuzurechnenden Zweck gehandelt wird, siehe *Remien*, *ZEuP* 2 (1994), 34 (37).

²⁷³ *Remien*, *ZEuP* 2 (1994), 34 (38).

²⁷⁴ Siehe Kapitel C.I.1.

²⁷⁵ *Remien*, *ZEuP* 2 (1994), 34 (49f.).

Art. 3 Abs. 1 Klausel-RL genügt es, dass eine Klausel nicht im Einzelnen ausgehandelt wurde, um von der Kontrolle erfasst zu werden.

bb) Schutz vor missbräuchlichen Klauseln

Art. 3 Klausel-RL bestimmt allerdings nicht nur den sachlichen Anwendungsbereich, sondern auch den Maßstab für die Inhaltskontrolle von missbräuchlichen Klauseln, die das Kernstück der Klausel-RL bildet.²⁷⁶ So ordnet Art. 3 Abs. 1 Klausel-RL an, dass eine Klausel als missbräuchlich anzusehen ist, wenn sie „entgegen dem Gebot von Treu und Glauben zum Nachteil des Verbrauchers ein erhebliches und ungerechtfertigtes Mißverhältnis der vertraglichen Rechte und Pflichten der Vertragspartner verursacht.“ Ist eine Klausel als missbräuchlich anzusehen, bestimmt Art. 6 Abs. 1 Klausel-RL die verpflichtende Rechtsfolge für die nationalen Umsetzungsvorschriften der Mitgliedstaaten: Die entsprechende Klausel muss für den Verbraucher unverbindlich sein, der Vertrag im Übrigen soll aber grundsätzlich wirksam bleiben.

Daneben ist in Art. 5 S. 1 Klausel-RL, wonach Klauseln „klar und verständlich“ abgefasst sein müssen, ein Transparenzgebot normiert²⁷⁷, welches den Abbau von Informationsasymmetrien durch vorvertragliche Information des Verbrauchers bezweckt.²⁷⁸ Obwohl die Rechtsfolge einer nach Art. 5 S. 1 Klausel-RL intransparenten Klausel nicht ausdrücklich in der Klausel-RL geregelt ist, geht aus der Rechtsprechung des EuGH hervor, dass die Transparenz einer Klausel bei der Beurteilung der Missbräuchlichkeit von „wesentlicher Bedeutung“ ist.²⁷⁹ Daraus folgern Stimmen in der Literatur, dass die Intransparenz einer Klausel *de facto* ebenfalls deren Missbräuchlichkeit und wegen Art. 6 Abs. 1 Klausel-RL damit ebenfalls deren Nichtigkeit bedeutet.²⁸⁰

cc) Anwendbarkeit auf Rechtswahlklauseln?

Fraglich ist allerdings, ob der sachliche Anwendungsbereich der Klausel-RL auch Rechtswahlklauseln erfasst. Schließlich spricht der bereits erwähnte Art. 3 Abs. 1 Klausel-RL bei der Definition der Missbräuchlichkeit einer Klausel von einem Missverhältnis „der vertraglichen Rechte und Pflichten“. Rechtswahlklauseln bestimmen aber „nur“ das Vertragsstatut des im Zusammenhang stehenden Hauptvertrags und enthalten ansonsten keine vertraglichen Rechte und Pflichten.²⁸¹

Auch Erwägungsgrund 5 der Klausel-RL, der den Umstand aufgreift, dass Verbraucher von Geschäften in anderen Mitgliedstaaten absehen würden, weil sie die dort geltenden Rechtsvorschriften für Verträge „über den Kauf von Waren und das Angebot von Dienstleistungen“ nicht kennen, deutet an, dass die Klausel-RL allein auf materiellrechtliche Klauseln Bezug nehmen will.²⁸² Hinzu kommt, dass Rechtswahlklauseln weder in den Erwägungsgründen

²⁷⁶ MüKo/Fornasier, BGB, Vor § 305 Rn. 19.

²⁷⁷ Appenzeller, Die europäische AGB-Kontrolle, S. 106.

²⁷⁸ Vgl. EuGH, Urteil vom 21.03.2013, C-92/11, ECLI:EU:C:2013:180 – RWE, juris, (Rn. 44); vgl. EuGH, Urteil vom 16.01.2014, C-226/12, ECLI:EU:C:2014:10 – Constructora Principado, juris, (Rn. 25).

²⁷⁹ EuGH, Urteil vom 26.04.2021, C-472/10, ECLI:EU:C:2012:242 – Invitel, EuZW 2012, 786, (Rn. 28).

²⁸⁰ Appenzeller, Die europäische AGB-Kontrolle, S. 118.

²⁸¹ Hesse, Diktierte Parteiautonomie, S. 57.

²⁸² Roth, IPRax 37 (2017), 449 (456).

noch im Anhang zur Richtlinie – in welchem Gerichtsstandsklauseln hingegen auftauchen – erwähnt werden.²⁸³

Überdies enthält die Klausel-RL mit Art. 6 Abs. 2 eine kollisionsrechtliche Bestimmung²⁸⁴, welche – von der Wirkungsweise vergleichbar mit Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO – die Wirkung der Rechtswahl insoweit einschränkt, als dass bei der Wahl eines drittstaatlichen Rechts die Bestimmungen der Klausel-RL weiterhin Anwendung finden, sofern der Vertrag einen engen Zusammenhang zu einem Mitgliedstaat der EU oder des EWR aufweist. Diese Bestimmung legt ein Verständnis der Klausel-RL dahingehend nahe, dass primär der durch sie gewährte sachrechtliche Schutz auf der Ebene des Hauptvertrages gegenüber dem Recht eines Drittstaats (welches möglicherweise einen schwächeren Schutz vor AGB vorsieht) durchgesetzt werden soll.²⁸⁵

Dass Art. 6 Abs. 2 Klausel-RL ein „Einfallstor“ für die Kontrolle von Rechtswahlklauseln darstellen soll, ist hingegen nicht ersichtlich.²⁸⁶ Denn Art. 6 Abs. 2 Klausel-RL setzt eine wirksame Rechtswahl voraus.²⁸⁷ Würde die Anwendbarkeit der Klausel-RL auf Rechtswahlklauseln mit Art. 6 Abs. 2 begründet, käme es sogar zu einem Zirkelschluss: Würden nämlich die Kontrollinstrumente der Klausel-RL in diesem Zusammenhang zur Unwirksamkeit der Rechtswahlklausel führen, wäre das Recht des Drittstaats gar nicht mehr das Vertragsstatut – wie es Art. 6 Abs. 2 Klausel-RL aber fordert –, womit die Grundlage für eine Anknüpfung der Kontrolle nach besagter Bestimmung wieder wegfiel.²⁸⁸

Obwohl damit mehrere Gründe gegen die Anwendung der Klausel-RL auf Rechtswahlklauseln hervorgebracht werden können, sind diese letztlich seit der neueren Rechtsprechung des EuGH²⁸⁹, der die Klausel-RL – ohne nähere Begründung – zur Kontrolle von Rechtswahlklauseln heranzieht, für die Praxis überholt.²⁹⁰

2. Das nationale Recht

Wie bereits erwähnt geht die h.M. davon aus, dass bei der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln nicht allein die Vorschriften der Rom I-VO, sondern wegen Art. 3 Abs. 5 i.V.m. Art. 10 Abs. 1 Rom I-VO auch die des gewählten nationalen Rechts heranzuziehen sind.²⁹¹ Bestimmt eine Rechtswahlklausel das deutsche Recht als Vertragsstatut, wären danach die §§ 305ff. BGB maßgeblich.

a) Einbeziehungskontrolle (§ 305 Abs. 2 BGB)

In § 305 Abs. 2 BGB sind verschiedene Einbeziehungsvoraussetzungen statuiert, die vorliegen müssen, damit AGB überhaupt zum Bestandteil des Vertrags werden. Danach ist erforderlich, dass der Verwender bei Vertragsschluss (1) den Klauselgegner ausdrücklich oder durch deutlich sichtbaren Aushang auf die AGB hinweist, (2) ihm die Möglichkeit der

²⁸³ Roth, IPRax 37 (2017), 449 (456).

²⁸⁴ Art. 6 Abs. 2 Klausel-RL lautet: „Die Mitgliedstaaten treffen die erforderlichen Maßnahmen, damit der Verbraucher den durch diese Richtlinie gewährten Schutz nicht verliert, wenn das Recht eines Drittlands als das auf den Vertrag anzuwendende Recht gewählt wurde und der Vertrag einen engen Zusammenhang mit dem Gebiet der Mitgliedstaaten aufweist.“

²⁸⁵ Vgl. Roth, IPRax 37 (2017), 449 (456).

²⁸⁶ Roth, IPRax 37 (2017), 449 (456).

²⁸⁷ Hesse, Diktierte Parteiautonomie, S. 108 m.w.N.

²⁸⁸ Vgl. Hesse, Diktierte Parteiautonomie, S. 108f.

²⁸⁹ Noch ausführlich in Kapitel D.III.1.

²⁹⁰ Müko/Wurmnest, BGB, § 307, Rn. 313.

²⁹¹ Hierzu bereits Kapitel D.I.1.a).

Kenntnisnahme von den AGB verschafft und (3) der Klauselgegner sich mit deren Geltung einverstanden erklärt hat.

b) Verbot überraschender Klauseln (§ 305c Abs. 1 BGB)

Selbst unter Beachtung der zuvor benannten Einbeziehungsvoraussetzungen werden AGB-Klauseln, die so ungewöhnlich sind, dass der Klauselgegner mit ihnen nicht zu rechnen braucht, nach § 305c Abs. 1 BGB nicht Vertragsbestandteil. Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass der Klauselgegner die Möglichkeit zur Kenntnisnahme, die ihm durch die Einbeziehungsvoraussetzungen verschafft wird, regelmäßig nicht ausnutzen kann oder wird.²⁹² Das Verbot überraschender Klauseln soll daher sein berechtigtes Vertrauen schützen, „daß sich die einzelnen Regelungen im großen und ganzen im Rahmen dessen halten, was nach den Umständen bei Abschluss des Vertrags erwartet werden kann.“²⁹³

Die rechtsdogmatische Einordnung des Verbots überraschender Klauseln bereitet Schwierigkeiten. § 305c Abs. 1 BGB ist als negative Einbeziehungsvoraussetzung ausgestaltet.²⁹⁴ Ein Teil der Literatur ordnet das Verbot überraschender Klauseln daher der Einbeziehungskontrolle zu.²⁹⁵ Ob eine Klausel überraschend ist, wird allerdings grundsätzlich anhand ihres Inhalts bewertet.²⁹⁶ Das Überraschungsverbot kann daher auch als „eine Sonderform der Inhaltskontrolle.“²⁹⁷ verstanden werden.²⁹⁸

c) Inhaltskontrolle (§§ 307-309 BGB)

Die Inhaltskontrolle bildet im nationalen deutschen Recht das „Kernstück des AGB-Rechts“.²⁹⁹ In den §§ 307-309 BGB sind Voraussetzungen statuiert, nach denen AGB-Klauseln zum Schutz des Klauselgegners als unwirksam anzusehen sind.³⁰⁰ Die zentrale Vorschrift der Inhaltskontrolle bildet dabei § 307 BGB, nach welchem AGB-Klauseln unwirksam sind, „wenn sie den Vertragspartner des Verwenders entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen“ (§ 307 Abs. 1 S. 1 BGB). Das nationale AGB-Recht enthält damit eine dem Art. 3 Abs. 1 Klausel-RL vergleichbare Generalklausel.³⁰¹

d) Transparenzkontrolle (§ 307 Abs. 1 S. 2 BGB)

Die Transparenzkontrolle bzw. synonym das Transparenzgebot ist „als wichtigste Entwicklung seit Verabschiedung des AGB-Gesetzes“³⁰² bezeichnet worden. Aufgrund des Einflus-

²⁹² Müko/*Fornasier*, BGB, § 305c Rn. 1. Näher zu seiner rationalen Apathie in Kapitel C.I.3.a).

²⁹³ BT-Drucks. 7/3919, S. 19.

²⁹⁴ Vgl. § 305c Abs.1 BGB: Bestimmungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die (...) ungewöhnlich sind, (...), werden nicht Vertragsbestandteil (Hervorh. d. Verf.).

²⁹⁵ *Gottschalk*, AcP 206 (2006), 555 (566); MüKo/*Spellenberg*, Rom I-VO, Art. 10 Rn. 189.

²⁹⁶ *McColgan*, Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, S. 270.

²⁹⁷ *McColgan*, Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, S. 270.

²⁹⁸ *McColgan*, Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, S. 270.

²⁹⁹ *Pfeiffer*, NJW 70 (2017), 913 (916).

³⁰⁰ Die §§ 307-309 treten an die Stelle der §§ 8-11 AGBG, siehe Müko/*Wurmnest*; BGB, Vor § 307 Rn. 1ff.

³⁰¹ Zu den Unterschieden der beiden Vorschriften, siehe Müko/*Wurmnest*, BGB, § 307 Rn. 28. Zur Umsetzung von Art. 3 Abs. 1 Klausel-RL, siehe Müko/*Wurmnest*, BGB, Vor § 307 Rn. 1.

³⁰² *Drexler*, Die wirtschaftliche Selbstbestimmung des Verbrauchers, S. 356.

ses der Klausel-RL fand es im Rahmen der Schuldrechtsmodernisierung Einzug in das kodifizierte nationale deutsche AGB-Recht in § 307 Abs. 1 S. 2 BGB.³⁰³ Nach § 307 Abs. 1 S. 2 BGB kann sich eine unangemessene Benachteiligung des Klauselgegners auch daraus ergeben, dass AGB-Klauseln nicht „klar und verständlich“ sind. Dadurch wird der Verwender verpflichtet, die Rechte und Pflichten des Klauselgegners eindeutig darzustellen, um ihn zu einer informierten Vertragsschlussentscheidung zu befähigen.³⁰⁴

II. Schwierigkeiten der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln

1. Konkurrenz der maßgeblichen Rechtsquellen

Aufgrund des Nebeneinanders von Rom I-VO, Klausel-RL und (autonomen) nationalem AGB-Recht, entsteht bei der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln ein Spannungsverhältnis, bei dem bereits die Bestimmung der maßgeblichen Rechtsquelle mit Unsicherheit verbunden ist.³⁰⁵ Denn wie bereits ausgeführt dürfen nationale Kontrollinstrumente nur herangezogen werden, sofern die Rom I-VO keine konkurrierenden und deswegen vorrangigen Vorgaben enthält.³⁰⁶

Bei der Einbeziehungskontrolle ist das Spannungsverhältnis noch vergleichsweise unproblematisch: In der Literatur besteht weitgehend Einigkeit darüber, dass die Einbeziehungskontrolle als Frage des „Zustandekommens“ der Rechtswahlklausel, wegen Art. 3 Abs. 5 i.V.m. Art. 10 Abs. 1 dem gewählten (nationalen) Recht unterliegt.³⁰⁷

Anders verhält es sich hingegen bei der Inhaltskontrolle von Rechtswahlklauseln: Nach h.M. entscheidet die Rom I-VO abschließend über die Zulässigkeit, Reichweite und Einschränkungen der Rechtswahl.³⁰⁸ Diese hat sich ausdrücklich für den Grundsatz der unbeschränkten Rechtswahlfreiheit entschieden und macht deren kollisionsrechtliche Wirkung gerade nicht von inhaltlichen Anforderungen der verschiedenen Rechtsordnung abhängig.³⁰⁹ Selbst in Fällen, bei denen eventuell unterlegene Parteien am Vertrag beteiligt sind, weicht die Rom I-VO von diesem Grundsatz nicht ab, sondern begegnet dem Schutzbedürfnis mit kollisionsrechtlichen Mechanismen wie dem Günstigkeitsvergleich.³¹⁰ Eine AGB-Inhaltskontrolle, die gerade auf den Inhalt des gewählten Rechts abstellt, würde deswegen die getroffenen Wertungen der Rom I-VO konterkarieren.³¹¹ Es bestünde die Gefahr, dass es zu einer Aushöhlung der Rechtswahlfreiheit kommt.³¹² Nach überwiegender Ansicht

³⁰³ MüKo/Wurmnest, BGB, § 307 Rn. 58

³⁰⁴ BGH, Urteil vom 17.01.1989, XI ZR 54/88, juris, (Rn. 22); BGH Urteil vom 09.05.2001, IV ZR 138/99, NJW 2001, 2012 (2013). Siehe auch bereits Kapitel C.I.4.

³⁰⁵ Hesse, Diktierte Parteiautonomie, S. 61ff.

³⁰⁶ Siehe genauer in Kapitel D.I.1.a).

³⁰⁷ So u.a. Hamacher, AGB im Spannungsfeld zwischen Kautelarpraxis und Rechtsprechung, 83 (87); Ferrari in: IntVertragsR, Rom I-VO, Art. 10 Rn. 34; Müko/Spellenberg, Rom I-VO, Art. 10 Rn. 199; Roth, IPRax 33 (2013), 515 (519, 521); Roth, IPRax 37 (2017), 449 (461).

³⁰⁸ So u.a. Hamacher, AGB im Spannungsfeld zwischen Kautelarpraxis und Rechtsprechung, 83 (99); Ferrari in: IntVertragsR, Rom I-VO, Art. 10 Rn. 36; Mankowski, RRa 22 (2014), 118 (121); Müko/Spellenberg, Rom I-VO, Art. 10 Rn. 198; Roth, IPRax 37 (2017), 515 (521). Eine andere Ansicht teilt Heiss, RabelsZ 65 (2001), 634 (634ff.).

³⁰⁹ Siehe die Ausführungen in Kapitel B.II.1.a).

³¹⁰ Siehe Kapitel B.II.2.

³¹¹ Mankowski, RRa 22 (2014), 118 (121).

³¹² MüKo/Wurmnest, BGB, § 307 Rn. 312.

muss sich eine Rechtswahlklausel daher keiner nationalen Inhaltskontrolle stellen, sei es nach dem gewählten, objektiv anwendbaren oder dem Sachrecht der *lex fori*.³¹³

Beim Verbot überraschender Klauseln zeigt sich ein uneinheitlicheres Bild als bei den zuvor genannten Kontrollinstrumenten. Wegen ihres strittigen dogmatischen Charakters³¹⁴ wird sie entweder als Teil der nach Art. 3 Abs. 5 i.V.m. Art. 10 Abs. 1 Rom I-VO berufenen nationalen Einbeziehungskontrolle für zulässig gehalten³¹⁵ oder aber aufgrund ihrer Nähe zur Inhaltskontrolle kritisch betrachtet.³¹⁶ Letztere Ansicht scheint vorzugswürdig, da gegen den inhaltlichen Prüfungsmaßstab des Überraschungsverbots schlussendlich die gleichen Argumente wie gegen die Inhaltskontrolle vorgebracht werden können.³¹⁷

Im Schrifttum wurde zeitweise gefordert, die Transparenzkriterien einer Rechtswahlklausel aus Art. 3 Abs. 1 S. 2 Rom I-VO abzuleiten.³¹⁸ In dem Fall wäre die Anwendung einer nationalen Transparenzkontrolle ausgeschlossen. Auch diese Ansicht ist allerdings mittlerweile überholt, da der EuGH insbesondere die Transparenz einer Rechtswahlklausel anhand der Klausel-RL und nicht Art. 3 Abs. 1 S. 2 Rom I-VO überprüft.³¹⁹

2. Anknüpfung der Kontrolle

Kommt man bei einem Kontrollinstrument trotz der zuvor beschriebenen Abgrenzungsschwierigkeiten zu dem Ergebnis, dass weiterhin das nationale AGB-Recht für die Kontrolle von Rechtswahlklauseln heranzuziehen ist, gilt es in einem zweiten Schritt allerdings noch zu klären, wessen nationales Recht maßgeblich ist.³²⁰ Grundsätzlich scheint die Anknüpfung erstmal nicht weiter problematisch, da die Rom I-VO für die Wirksamkeitsprüfung der Rechtswahlklausel wie bereits dargestellt auf das präsumtiv gewählte Recht verweist.³²¹

Daneben wird im Schrifttum aber zum Teil gefordert, dass der bei Verbraucherverträgen vorzunehmende Günstigkeitsvergleich bereits bei der Prüfung des Verweisungsvertrags zur Anwendung kommen müsse.³²² Das würde bedeuten, dass bei der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln nicht nur das nach Art. 3 Abs. 5 i.V.m. Art. 10 Abs. 1 Rom I-VO berufene gewählte Recht heranzuziehen wäre, sondern auch das Heimatrecht des Verbrauchers.

Gegen ein solches Vorgehen sprechen allerdings zahlreiche Argumente. Nach dem Wortlaut des Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO können auch die Parteien eines Verbrauchervertrags das „anzuwendende Recht nach Art. 3 wählen“. Dies impliziert, dass die Rechtswahlklausel selbst nicht dem Günstigkeitsvergleich, sondern allein den Regeln des Art. 3 Rom I-VO und den hiervon in Bezug genommenen weiteren Vorschriften unterliegt.³²³ Weiterhin erfolgt die Rechtswahl dem Wortlaut nach „ungeachtet des (Art. 6, Anm. d. Verf.) Abs. 1“. Die aus

³¹³ *Mankowski*, RRa 22 (2014), 118 (121).

³¹⁴ Zur dogmatischen Einordnung in Kapitel D.I.2.b).

³¹⁵ So u.a. *Hamacher*, AGB im Spannungsfeld zwischen Kautelarpraxis und Rechtsprechung, 83 (87); *Roth*, IPRax 33 (2013), 515 (522); *Roth*, IPRax 37 (2017), 449 (458).

³¹⁶ *Heiss*, RabelsZ 65 (2001), 634 (641). Wohl auch *Mankowski*, RRa 22 (2014), 118 (121).

³¹⁷ So auch *Heiss*, RabelsZ 65 (2001), 634 (641).

³¹⁸ *Roth*, IPRax 33 (2013), 515 (522).

³¹⁹ Siehe noch Kapitel D.III.1.

³²⁰ *Hesse*, Diktierte Parteiautonomie, S. 81.

³²¹ Siehe genauer in Kapitel B.II.1.d).

³²² Siehe nur *Roth*, IPRax 33 (2013), 515, (520f.).

³²³ *Pfeiffer*, IPRax 35 (2015), 320 (322).

Art. 6 Abs. 1 Rom I-VO folgende Anknüpfung an das Heimatrecht des Verbrauchers soll demnach ausdrücklich keine Auswirkungen auf die Rechtswahlklausel als solche haben.³²⁴

Daneben können gegen die Anwendung des Günstigkeitsvergleichs bei Rechtswahlklauseln auch mehrere *logische* Einwände hervorgebracht werden. Weil Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO das durch die Rechtswahl „verdrängte“ Recht zur Anwendung beruft, ist eine wirksame Rechtswahl bereits notwendige Voraussetzung des Günstigkeitsvergleichs.³²⁵ Beim Wegfall der Rechtswahl aufgrund einer AGB-Kontrolle des Heimatrechts des Verbrauchers entfielen demnach zugleich die Grundlage für dessen Anwendung. Der Einwand ist mit dem bei Art. 6 Abs. 2 Klausel-RL dargestellten Zirkelschluss vergleichbar.³²⁶ Zudem nimmt Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO auf das Recht Bezug, das „mangels einer Rechtswahl anzuwenden wäre“. Weil es bei einer Rechtswahl *per definitionem* kein Recht geben kann, welches auf dieselbe ohne eine Rechtswahl anzuwenden wäre, kann der Günstigkeitsvergleich bei ihr nicht greifen.³²⁷

Letztens kann der Günstigkeitsvergleich seinem Sinn und Zweck nach auch nur im Rahmen einer konkreten Streitfrage auf sachrechtlicher Ebene durchgeführt werden, da sich erst hier ergibt, welches Recht für den Verbraucher wirklich vorteilhafter ist.³²⁸ Ein kollisionsrechtlicher Günstigkeitsvergleich ist derweil sogar geeignet, den Zweck von Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO in sein Gegenteil zu verkehren.³²⁹ Denn sofern er zur Unwirksamkeit der Rechtswahl führt, bedeutet dies für den Verbraucher, dass es ausschließlich zur Anwendung seines Heimatrechts kommt, was mitunter nachteiliger als das gewählte Recht ausgestaltet sein kann.³³⁰

Neben den vorstehenden Einwänden ist ein kollisionsrechtlicher Günstigkeitsvergleich auch geeignet, die mit der Rom I-VO verfolgten Harmonisierungsziele zu gefährden. Denn wenn die mitgliedstaatlichen Gerichte bei der Kontrolle von Rechtswahlklauseln unterschiedliche nationale Rechtsordnungen heranziehen, kommt es trotz Harmonisierung des Kollisionsrechts zu divergierenden Kontrollergebnissen und damit höherer Unsicherheit für alle Beteiligten eines grenzüberschreitenden Sachverhalts.³³¹

3. Konkrete Anforderungen für Rechtswahlklauseln

Wurden schließlich trotz aller zuvor beschriebenen Unsicherheiten die maßgeblichen Kontrollbestimmungen ausfindig gemacht, gilt es daraus konkrete Anforderungen für Rechtswahlklauseln abzuleiten. Ein Blick auf die bereits behandelten Kontrollinstrumente verrät, dass Rechtswahlklauseln den Klauselgegner nicht „entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen“ (§ 307 Abs. 1 S. 1 BGB) bzw. nicht zu seinem Nachteil „ein erhebliches und ungerechtfertigtes Missverhältnis (...) verursachen“ (Art. 3 Abs. 1 Klausel-RL) dürfen und dass sie „klar und verständlich“ (§ 307 Abs. 1 S. 2 BGB, Art. 5 S. 1 Klausel-RL) sein müssen. Wie bereits auffallen dürfte, sind diese Generalklauseln so

³²⁴ Pfeiffer, IPRax 35 (2015), 320 (322).

³²⁵ MüKo/Spellenberg, Rom I-VO, Art. 10 Rn. 205.

³²⁶ Siehe Kapitel D.I.1.b).cc).

³²⁷ Pfeiffer, IPRax 35 (2015), 320 (322).

³²⁸ Pfeiffer, IPRax 35 (2015), 320 (323). Siehe auch Kapitel B.II.2.b).cc).

³²⁹ Pfeiffer, IPRax 35 (2015), 320 (323).

³³⁰ Vgl. Mankowski, NJW 69 (2016), 2705 (2706).

³³¹ Hesse, Diktierte Parteiautonomie, S. 88.

unbestimmt bzw. inhaltsleer³³², dass sie weder der gerichtlichen Praxis noch den am Vertrag beteiligten Parteien wirklich weiterhelfen.³³³ Um Rechtssicherheit hinsichtlich der Ausgestaltung von Rechtswahlklauseln zu erhalten, bedarf es folglich einer Konkretisierung der Kontrollbestimmungen.³³⁴

4. Abhilfe durch Rechtsprechung

Entsteht Rechtsunsicherheit, weil nicht eindeutig feststeht, ob die Rom I-VO abschließend für die Kontrolle von Rechtswahlklauseln heranzuziehen ist, der Anknüpfungsvorgang unterschiedlich ausgelegt wird und es an der Konkretisierung einzelner Kontrollbestimmungen fehlt, steht mit dem EuGH ein Gericht zur Verfügung, welches im Wege des Vorabentscheidungsverfahrens nach Art. 267 AEUV Abhilfe schaffen kann.³³⁵

III. Bestandsaufnahme der europäischen und deutschen Kontrollpraxis

1. Die Rs. *Amazon* als Ausgangspunkt

Bereits im Jahr 2012 hätte der BGH die Möglichkeit gehabt dem EuGH die Frage vorzulegen, nach welchem Recht und welchen konkreten Anforderungen AGB-Rechtswahlklauseln zu beurteilen sind. Denn Im Urteil *Pharmazeutische Beratung über Callcenter*³³⁶ stritten die Parteien – unter anderem – über die Transparenz einer in AGB enthaltenen Rechtswahlklausel.³³⁷ Der BGH sah allerdings von einer Vorlage an den EuGH ab und versagte der Rechtswahlklausel³³⁸ unter Anwendung des Heimatrechts des Verbrauchers (in dem Fall deutschem AGB-Recht) die Anerkennung, weil sich aus der Klausel nicht klar und verständlich ergeben würde, dass das zwingende Heimatrecht des Verbrauchers weitergilt.³³⁹

Anders handelte das österreichische Höchstgericht in straf- und zivilrechtlichen Angelegenheiten, der Oberste Gerichtshof (OGH): Im Jahr 2015 legte er dem EuGH eine Frage über die Beurteilung einer streitgegenständlichen AGB-Rechtswahlklausel vor³⁴⁰ und war damit Wegbereiter für die Vorabentscheidung *Amazon*³⁴¹ des EuGH.

a) Sachverhalt und Vorlagefrage

Ausgangspunkt für die Rs. *Amazon* war eine Rechtsstreitigkeit zwischen dem Verein für Konsumenteninformation (einem österreichischen Verbraucherschutzverein, im Folgenden: VKI) und der Amazon EU Sàrl mit Sitz in Luxemburg (der europäischen Niederlassung

³³² Vgl. *Ohly*, AcP 201 (2001), 1 (9).

³³³ MüKo/Wurmnest, BGB, § 307 Rn. 25.

³³⁴ Vgl. *Ohly*, AcP 201 (2001), 1 (2ff.).

³³⁵ Vgl. *Wegener* in: Callies/Ruffert, EUV/AEUV, Art. 267 Rn. 10.

³³⁶ BGH, Urteil vom 19.07.2012, I ZR 40/11, GRUR 2013, 421.

³³⁷ Klägerin im Verfahren war die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, die unter anderem die Rechtswahlklausel beanstandet hatte, welche die Beklagte – eine in den Niederlanden ansässige GmbH nach niederländischem Recht – in vertraglichen Beziehungen zu Verbrauchern in Deutschland verwendete, siehe BGH, Urteil vom 19.07.2012, I ZR 40/11, GRUR 2013, 421 (421).

³³⁸ Die Rechtswahlklausel lautete: „Anwendbares Recht/Gerichtsstand: Für alle im Zusammenhang mit der Geschäftsbeziehung entstehenden Meinungsverschiedenheiten und Rechtsstreitigkeiten gilt ausschließlich niederländisches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.“, siehe BGH, Urteil vom 19.07.2012, I ZR 40/11, GRUR 2013, 421 (421).

³³⁹ BGH, Urteil vom 19.07.2012, I ZR 40/11, GRUR 2013, 421 (Rn. 30ff.). Zur Kritik an dem hier vom BGH vollzogenen kollisionsrechtlichen Günstigkeitsvergleich, siehe Kapitel D.II.2.

³⁴⁰ OGH, Beschl. vom 09.04.2015, 2 Ob 204/14k, GRUR Int. 2015, 722.

³⁴¹ EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754.

des internationalen Versandhändlers Amazon, im Folgenden: Amazon).³⁴² Die AGB von Amazon enthielten bis Mitte 2012 folgende Rechtswahlklausel: „Es gilt luxemburgisches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts“³⁴³. Gegen die Verwendung dieser Klausel richtete sich der VKI mit einem Unterlassungsbegehren bei den österreichischen Gerichten.³⁴⁴ Er beanstandete, dass die zuvor zitierte Rechtswahlklausel auf die ausschließliche Anwendung luxemburgischen Rechts abziele.³⁴⁵ Da bei Verträgen mit in Österreich ansässigen Verbrauchern nach Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO aber auch die zwingenden Bestimmungen des österreichischen Rechts Anwendung finden müssten, sei die Rechtswahlklausel daher nicht zulässig.³⁴⁶

Das erstinstanzliche Gericht folgte der Auffassung des VKI: Wegen Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO erachtete es die Rechtswahlklausel als unwirksam.³⁴⁷ Das Gericht zweiter Instanz war hingegen anderer Auffassung: Die Unzulässigkeit der Rechtswahlklausel könne nicht aus Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO abgeleitet werden.³⁴⁸ Vielmehr habe eine Prüfung der Klausel nach dem gewählten luxemburgischen Recht zu erfolgen.³⁴⁹ Nachdem das Gericht zweiter Instanz dem erstinstanzlichem Gericht eine entsprechende Prüfung aufgetragen hatte, setzte der vom VKI angerufene OGH das Verfahren aus und legte dem EuGH den Fall vor.³⁵⁰ In einer Reihe von Vorlagefragen wollte der OGH unter anderem wissen, ob eine in AGB enthaltene Rechtswahlklausel, die für den Vertrag zwischen einem Verbraucher und einem in einem anderen Mitgliedstaat ansässigen Unternehmer, das Recht des Sitzstaats des Unternehmers als Vertragsstatut bestimmt, missbräuchlich i.S.v. Art. 3 Abs. 1 Klausel-RL ist.³⁵¹

b) Entwicklung einer Aufklärungspflicht (und Bestätigung durch Folgeurteile)

Ohne näher auf das Verhältnis von Rom I-VO und Klausel-RL einzugehen³⁵², begann der EuGH die Beantwortung der Vorlagefrage mit einem Verweis auf die in der Klausel-RL vorgegebenen Kriterien der Missbräuchlichkeit.³⁵³ Er stellte klar, dass die Rom I-VO eine in AGB enthaltene Rechtswahlklausel auch bei Verbraucherverträgen grundsätzlich zulässt,

³⁴² EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754 (755).

³⁴³ EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754 (755).

³⁴⁴ EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754 (755). Neben der zitierten Rechtswahlklausel waren noch weitere Klauseln Gegenstand des Unterlassungsbegehrens, die für diese Arbeit allerdings keine Relevanz haben. Für eine Übersicht aller klagsgegenständlichen Klauseln, siehe OGH, Beschl. vom 09.04.2015, 2 Ob 204/14k, GRUR Int. 2015, 722 (723).

³⁴⁵ OGH, Beschl. vom 09.04.2015, 2 Ob 204/14k, GRUR Int. 2015, 722 (724).

³⁴⁶ OGH, Beschl. vom 09.04.2015, 2 Ob 204/14k, GRUR Int. 2015, 722 (724).

³⁴⁷ OGH, Beschl. vom 09.04.2015, 2 Ob 204/14k, GRUR Int. 2015, 722 (724).

³⁴⁸ OGH, Beschl. vom 09.04.2015, 2 Ob 204/14k, GRUR Int. 2015, 722 (724).

³⁴⁹ OGH, Beschl. vom 09.04.2015, 2 Ob 204/14k, GRUR Int. 2015, 722 (724).

³⁵⁰ EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754 (755).

³⁵¹ EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754 (Rn. 61). Da die übrigen Vorlagefragen nicht von unmittelbarer Relevanz für diese Arbeit sind, wird auf diese nicht näher eingegangen. Für eine Übersicht aller Vorlagefragen, siehe OGH, Beschl. vom 09.04.2015, 2 Ob 204/14k, GRUR Int. 2015, 722.

³⁵² Obwohl die Anwendung der Klausel-RL keine Selbstverständlichkeit darstellt, siehe ausführlich in Kapitel D.I.1.b).cc).

³⁵³ EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754 (Rn. 62ff.).

Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO – anders als noch vom erstinstanzlichen Gericht angenommen – insofern also nicht entgegensteht.³⁵⁴

Die Rechtswahlklausel kann nach Auffassung des EuGH aber dennoch missbräuchlich sein, wenn sie „bestimmte, mit ihrem Wortlaut oder ihrem Kontext zusammenhängende Besonderheiten aufweist, die ein erhebliches und ungerechtfertigtes Missverhältnis der Rechte und Pflichten der Vertragspartner verursachen.“³⁵⁵ Dies sei insbesondere denkbar, wenn die Rechtswahlklausel dem Transparenzgebot des Art. 5 Klausel-RL nicht genügen sollte.³⁵⁶ Jenes Transparenzgebot erfordert nach Ansicht des EuGH, dass der Verbraucher auf bindende Rechtsvorschriften, welche die Wirkung einer Klausel beschränken, hingewiesen werden muss.³⁵⁷ Da Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO eine solche bindende Rechtsvorschrift darstellt, ist eine Rechtswahlklausel daher als missbräuchlich anzusehen,

„sofern sie den Verbraucher in die Irre führt, indem sie ihm den Eindruck vermittelt, auf den Vertrag sei nur das Recht dieses Mitgliedstaates anwendbar, ohne ihn darüber zu unterrichten, dass er nach Art. 6 II der Rom I-VO auch den Schutz der zwingenden Bestimmungen des Rechts genießt, das ohne diese Klausel anzuwenden wäre; (...)“³⁵⁸

Im Ergebnis muss eine Rechtswahlklausel in einem Verbrauchervertrag mit einem passiven Verbraucher daher auf die Fortgeltung des nach Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO zur Anwendung kommenden Heimatrechts des Verbrauchers hinweisen.³⁵⁹

Auch im Anschluss hielt der EuGH an dieser entwickelten Informationsobliegenheit fest.³⁶⁰ Insbesondere in der Rs. *TVP Treuhand*, die erneut auf einer Vorlage des OGH infolge eines vom VKI hervorgebrachten Unterlassungsbegehrens basierte, betonte der EuGH, dass die Grundsätze aus der Rs. *Amazon* nicht auf die – dort vorliegenden – besonderen Umstände des Vertragsabschlusses (Elektronischer Geschäftsverkehr) beschränkt sind. Vielmehr haben die Grundsätze allgemeine Geltung für alle Verträge mit passiven Verbrauchern.³⁶¹

³⁵⁴ EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754 (Rn. 66).

³⁵⁵ EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754 (Rn. 67).

³⁵⁶ EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754 (Rn. 68).

³⁵⁷ EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754 (Rn. 69).

³⁵⁸ EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754 (Rn. 71).

³⁵⁹ So auch der BGH im oben erwähnten Urteil aus dem Jahr 2012, der diese Informationsobliegenheit aber aus dem Heimatrecht des Verbrauchers und nicht wie der EuGH unmittelbar aus der Klausel-RL ableitet, siehe BGH, Urteil vom 19.07.2012, I ZR 40/11, GRUR 2013, 421 (Rn. 30ff.). Zur Kritik an der unmittelbaren „Herleitung“ der Informationsobliegenheit aus der Klausel-RL, siehe noch Kapitel E.I.1.

³⁶⁰ Siehe u.a. EugH, Urteil vom 14.09.2023, C-821/21, ECLI:EU:C:2023:672 – Club La Costa, juris, (Rn. 74).

³⁶¹ Vgl. EuGH, Urteil vom 03.10.2019, C-272/18, ECLI:EU:C:2019:827 – TVP Treuhand- und Verwaltungsgesellschaft für Publikumsfonds, juris, (Rn. 59).

2. Die deutsche Kontrollpraxis

In der Rs. *Amazon* betonte der EuGH zudem, dass die Frage, ob eine Rechtswahlklausel den maßgeblichen Anforderungen genügt, vom nationalen Gericht eigenständig unter Beachtung aller relevanten Umstände des Einzelfalls geprüft werden muss.³⁶² Um die AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln bewerten zu können³⁶³, bedarfs es mithin einer Berücksichtigung der nationalen Rechtsprechung. Im Rahmen dieser Arbeit wurde daher die seit der Rs. *Amazon* ergangene deutsche Kontrollpraxis von Rechtswahlklauseln untersucht. Nach welchen Kontrollinstrumenten erfolgt eine AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln? Wie müssen Rechtswahlklauseln in AGB gestaltet sein, damit sie der Kontrolle im Einzelfall standhalten? Die Untersuchung geht jedweden Fragen nach.

a) Beschreibung des Vorgehens

Für die Untersuchung der deutschen Rechtsprechung zur AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln wurden 30 einschlägige Entscheidungen ausgewählt, die innerhalb des Zeitraums vom 28.07.2016 (Tag der Urteilsfällung in der Rs. *Amazon*) bis zum 31.12.2023 ergangen sind.³⁶⁴ Mit einschlägigen Entscheidungen sind Fälle gemeint, in denen die streitigen Rechtswahlklauseln wenigstens einer kurzen AGB-Kontrolle unterworfen wurden. Nicht berücksichtigt wurden daher Entscheidungen, in denen zwar Bezug auf das Vorliegen einer Rechtswahlklausel genommen wurde, allerdings – zumindest nicht ersichtlich – keine weitergehende Kontrolle erfolgte.³⁶⁵ Aufgrund des allgemeinen Untersuchungsgegenstandes dieser Arbeit war eine weitere Voraussetzung für die Auswahl das Bestehen eines *b2c* Parteiverhältnisses.³⁶⁶

Um die Kontrollpraxis deutscher Gerichte möglichst umfassend und repräsentativ zu untersuchen, wurden für jedes im Untersuchungszeitraum liegende Jahr – mit Ausnahme von 2016³⁶⁷ – mindestens zwei einschlägige Entscheidungen ausgewählt. Gleichzeitig wurde ein besonderer Blick auf die Entscheidungen der letzten beiden Jahre des Untersuchungszeitraums geworfen. Mehr als die Hälfte der ausgewählten Entscheidungen fallen in den besagten Zeitraum, da der *status quo* der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln möglichst aktuell festgehalten werden soll.

Sofern eine Rechtsstreitigkeit mehrere Instanzen durchlaufen hat und die Rechtswahlklausel in allen einer AGB-Kontrolle unterlag, wurde grundsätzlich nur die Entscheidung der höchsten Instanz zur näheren Untersuchung in die Auswahl aufgenommen.³⁶⁸ Kam diese hinsichtlich der Anerkennung der Rechtswahlklausel allerdings zu einem anderen Ergebnis

³⁶² EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – *Amazon*, EuZW 2016, 754 (Rn. 71).

³⁶³ Zur Bewertung ausführlich in Kapitel E.

³⁶⁴ Siehe die Übersicht in Anhang 2.

³⁶⁵ So z.B. KG Berlin, Urteil vom 15.11.2023, 23 U 15/22, juris, (Rn. 16).

³⁶⁶ Siehe Kapitel A.II. Einschlägige Fälle mit einem *b2b* Parteiverhältnis scheinen anhand der ausgewerteten Ergebnisse ohnehin den Ausnahmefall darzustellen.

³⁶⁷ Für das Jahr 2016 wurden keine einschlägigen Urteile gefunden.

³⁶⁸ So z.B. OLG Thüringen, Urteil vom 17.10.2023, 7 U 1019/22, juris. In der Übersicht in Anhang 2 ist ein Hinweis auf die jeweilige Vorinstanz vermerkt.

als die Vorinstanz(en), wurden die Entscheidungen teilweise gesondert betrachtet.³⁶⁹ Die Untersuchung basiert auf den Ergebnissen der Datenbanken *juris*³⁷⁰ und *beck-online*³⁷¹.

b) Erkenntnisse der Bestandsaufnahme

aa) Unwirksamkeit als Normalfall

Der erste Befund der Bestandsaufnahme befasst sich dem Ergebnis der vorgenommenen Kontrolle: Sie führt nahezu durchweg zur Unwirksamkeit der Rechtswahlklausel. Lediglich in fünf Fällen hält die streitige Rechtswahlklausel der Kontrolle stand.³⁷² Obwohl es erst im nächsten Kapitel zu einer Bewertung der derzeitigen Kontrollpraxis kommt, kann an dieser Stelle bereits darauf hingewiesen werden, dass es nicht ideal ist, wenn Rechtswahlklauseln derart häufig die Anerkennung versagt wird. Schließlich wurde bereits zu Beginn der Arbeit ausführlich beschrieben, dass Rechtswahlklauseln maßgeblich dazu beitragen sollen, die im internationalen Handel bestehende Rechtsunsicherheit zu bekämpfen.³⁷³ Diesem – von der Rom I-VO ebenfalls verfolgten Ziel – wird aber nicht nachgekommen, wenn es infolge der AGB-Kontrolle zum Wegfall der Rechtswahlklausel kommt und das im Streitfall anwendbare Recht (wieder) objektiv ermittelt werden muss.³⁷⁴

bb) Transparenzgebot als Mittelpunkt der gerichtlichen Kontrolle

Bereits unmittelbar nach der Rs. *Amazon* wiesen Stimmen in der Literatur auf die erhebliche Bedeutung der Entscheidung für (die Kontrolle von) Rechtswahlklauseln hin.³⁷⁵ Die seitdem ergangene nationale Rechtsprechung bestätigt diese Einschätzung: Im Mittelpunkt der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln steht das Transparenzgebot. In beinahe jeder Entscheidung unterliegt die Streitgegenständliche Rechtswahlklausel einer Transparenzkontrolle.³⁷⁶ Dass ausschließlich andere Kontrollinstrumente herangezogen werden, stellt hingegen den Ausnahmefall dar.³⁷⁷ Die Entwicklung dürfte – unter anderem – dem Umstand geschuldet sein, dass der EuGH mit dem verpflichtenden Hinweis auf Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO vergleichsweise konkret formuliert hat, unter welchen Voraussetzungen eine Rechtswahlklausel als intransparent und damit missbräuchlich anzusehen ist.³⁷⁸ Auch die nationalen Gerichte führen eine vergleichbar „strenge“ Rechtsprechungslinie: Enthält die Streitgegenständliche Rechtswahlklausel keinen Hinweis auf Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO führt sie den Klauselgegner in die Irre und verstößt daher gegen das in Art. 3, 5 Klausel-

³⁶⁹ So z.B. OLG Stuttgart, Urteil vom 14.09.2018, 5 U 98/17, juris. Vorgehend, LG Ulm, Urteil vom 22.05.2017, 4 O 66/13, juris. Beide befinden sich in der Auswahl, siehe Anhang 2.

³⁷⁰ <https://www.juris.de>, 25.03.2024.

³⁷¹ <https://beck-online.beck.de>, 25.03.2024.

³⁷² Siehe Anhang 2.

³⁷³ Siehe insbesondere Kapitel B.I.1,2.b).

³⁷⁴ Vgl. *Hesse*, Diktierte Parteiautonomie, S. 48. Zu den Problemen der objektiven Anknüpfung bereits Kapitel B.I.1.a).

³⁷⁵ *Pfeiffer*, LMK 2017, 393442.

³⁷⁶ Siehe Anhang 2.

³⁷⁷ So z.B. AG Simmern, Urteil vom 19.04.2017, 32 C 571/16, juris, (Rn. 18ff.); AG Bremen, Urteil vom 10.08.2018, 7 C 308/17, juris, (Rn. 34ff.), welche die Rechtswahlklausel ausschließlich einer Inhaltskontrolle unterziehen. Zur Kritik an der Inhaltskontrolle von Rechtswahlklauseln, siehe Kapitel D.II.1.

³⁷⁸ *Hesse*, Diktierte Parteiautonomie, S. 136.

RL bzw. der nationalen Umsetzungsvorschrift (z.B. § 307 Abs. 1 S. 2 im deutschen Recht) normierte Transparenzgebot.³⁷⁹

cc) Uneinigkeit über Ausgestaltung der Aufklärungspflicht

Ob Rechtswahlklauseln einen Hinweis auf Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO enthalten müssen, wird in der deutschen Kontrollpraxis damit einheitlich beantwortet. Über die Frage *wie* der Hinweis genau ausgestaltet sein muss, sind die Gerichte in den untersuchten Entscheidungen allerdings in vielen Fällen unterschiedlicher Auffassung. So genügt es nach Ansicht des LG Köln, dass die Rechtswahlklausel darauf hinweist, dass der Verbraucher weiterhin den Schutz der zwingenden Bestimmungen seines Heimatrechts genießt³⁸⁰, also grundlegend auf die in Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO statuierte Rechtsfolge verweist. Andere Gerichte stellen allerdings höhere Anforderungen: Nach der Auffassung des OLG Thüringen ist eine Rechtswahlklausel nicht hinreichend transparent, wenn sie „keinen Hinweis auf die grundsätzlich fortbestehende Anwendbarkeit zwingender Bestimmungen des deutschen Rechts enthält.“³⁸¹ Vermeintlich muss aus der Rechtswahlklausel also zusätzlich hervorgehen, *welcher Rechtsordnung* die im Einzelfall zu beachtenden zwingenden Vorschriften zu entnehmen sind.³⁸² Zu einer noch strengeren Auslegung der vom EuGH geschaffenen Informationsobliegenheit kommt das LG Essen, welches der streitgegenständlichen Rechtswahlklausel im konkreten Fall die Anerkennung versagt, weil mit jener „schon nicht hinreichend kenntlich gemacht (wird, Anm. d. Verf.), welche zwingenden Normen des deutschen Rechts bei Wirksamkeit der Rechtswahl (...) anwendbar bleiben würden.“³⁸³ Im Ergebnis fordert das LG Essen damit eine Aufzählung aller konkret anwendbaren Sachvorschriften.³⁸⁴

Obwohl der EuGH in der Rs. *Amazon* also vermeintlich konkrete Anforderungen für die Transparenzkontrolle von Rechtswahlklauseln geschaffen hat, zeigen die untersuchten Entscheidungen, dass es in der Kontrollpraxis dennoch zu abweichenden Maßstäben und damit divergierenden Kontrollergebnissen kommt.³⁸⁵

dd) Übertragung der Aufklärungspflicht

Während bereits vor der Rs. *Amazon* insbesondere die AGB von Fluggesellschaften vermehrt auf dem Prüfstand gestellt wurden³⁸⁶, hat jene Entwicklung durch die Entscheidung des EuGH einen ganz neuen Auftrieb bekommen.³⁸⁷ Im Untersuchungszeitraum haben sich

³⁷⁹ So z.B. LG Köln, Urteil vom 30.03.2023, 36 O 290/20, juris, (Rn. 27); OLG Karlsruhe, Urteil vom 06.04.2023, 14 U 256/21, juris, (Rn. 43ff.); LG Landau (Pfalz), Urteil vom 25.05.2023, 2 O 84/22, juris, (Rn. 37).

³⁸⁰ LG Köln, Urteil vom 30.03.2023, 36 O 290/20, juris, (Rn. 27).

³⁸¹ OLG Thüringen, Urteil vom 17.10.2023, 7 U 1091/22, juris, (Rn. 41).

³⁸² Ähnlich OLG Frankfurt, Beschl. vom 08.04.2022, 23 U 55/21, juris, (Rn. 46); LG Landau (Pfalz), Urteil vom 25.05.2023, 2 O 84/22, juris, (Rn. 37).

³⁸³ LG Essen, Urteil vom 05.07.2023, 16 O 235/22, BeckRS 2023, 17405, (Rn. 13).

³⁸⁴ Ähnlich bereits BGH, Urteil vom 19.07.2012, I ZR 40/11, GRUR 2013, 421, (Rn. 32).

³⁸⁵ Zu den Problemen dieser „Rechtsprechungsdivergenzen“ ausführlich Kapitel E.I.2.

³⁸⁶ Vgl. *Mankowski*, RRA 22 (2014), 118 (118) m.w.N.

³⁸⁷ *Mankowski*, IPRax 39 (2019), 208 (208).

die Gerichte mit einer regelrechten Flut von Rechtswahlklauseln in Personenluftbeförderungsverträgen befassen müssen.³⁸⁸ Dabei wird in nahezu allen Fällen diskutiert, ob Rechtswahlklauseln auch hier bestimmte Hinweise enthalten müssen.³⁸⁹

Die Frage stellt sich, weil sich die Erwägungen in der Rs. *Amazon* und den bestätigenden Folgeentscheidungen des EuGH, wie bereits angesprochen, auf Verbraucherverträge i.S.d. Art. 6 Rom I-VO beziehen.³⁹⁰ Beförderungsverträge – auch wenn diese mit einem Verbraucher geschlossen werden – sind allerdings nach Art. 6 Abs. 4 lit. b) Rom I-VO vom sachlichen Anwendungsbereich des internationalen Verbrauchervertragsrechts (Art. 6 Rom I-VO) ausgenommen.³⁹¹ Dies schließt – die hier streitgegenständlichen – Personenluftbeförderungsverträge ein.³⁹² Ob und inwieweit die Erwägungen aus der Rs. *Amazon* sowie den Folgeentscheidungen daher auch für die AGB-Rechtswahlklauseln von Fluggesellschaften gelten, müsste der EuGH höchstrichterlich klären.³⁹³

Dass dies bislang nicht (erfolgreich) geschehen ist³⁹⁴, spiegelt sich in den divergierenden Entscheidungen der untersuchten Kontrollpraxis wider. In Anlehnung an die Rs. *Amazon* fordern manche Gerichte einen Hinweis auf Art. 5 Abs. 2 UAbs. 2 Rom I-VO³⁹⁵, nach welchem der Kreis der wählbaren Rechtsordnungen bei Beförderungsverträgen auf eine Auswahl beschränkt wird, welche objektive Verbindungen mit dem Sachverhalt aufweist.³⁹⁶ Andere Gerichte lehnen einen solchen Hinweis wiederum ab, weil Art. 5 Abs. 2 UAbs. 2 Rom I-VO zwar die Auswahlmöglichkeit der Rechtswahl beschränkt, darüber hinaus aber nicht ihre Wirkungsweise – wie aber vom EuGH gefordert – beeinflusst.³⁹⁷

³⁸⁸ AG Simmern, Urteil vom 19.04.2017, 32 C 571/16, juris; LG Frankfurt, Urteil vom 14.12.2017, 2-24 O 8/17, juris; AG Bremen, Urteil vom 10.08.2018, 7 C308/17, juris; OLG Frankfurt, Urteil vom 13.12.2018, 16 U 15/18, juris; AG Hamburg, Urteil vom 29.03.2019, 23a C 416/17, BeckRS 2019, 4697; AG Brühl, Urteil vom 11.11.2019, 2 C 106/19, juris; AG Köln, Beschl. vom 19.05.2020, 142 C 616/18, juris; LG Frankfurt, Teilurteil vom 03.07.2020, 2-24 O 100/19, juris; OLG Köln, Beschl. vom 29.01.2021, I-9 U 184/20, juris; LG Landshut, Urteil vom 19.11.2021, 54 O 2882/20, juris; AG Dortmund, Teilurteil vom 12.04.2022, 425 C 5876/21, juris; LG Stuttgart, Urteil vom 29.09.2022, 5 S 23/22, juris; AG Frankfurt, Urteil vom 21.10.2022, 32 C 1669/22 (90), juris; LG Frankfurt, Urteil vom 19.01.2023, 2-24 S 74/22, juris; LG Frankfurt, Urteil vom 15.03.2023, 3-08 O 43/21, juris; OLG Stuttgart, Urteil vom 21.04.2023, 5 U 348/21, juris.

³⁸⁹ Siehe nur OLG Frankfurt, Urteil vom 13.12.2018, 16 U 15/18, juris, (Rn. 29ff).

³⁹⁰ Vgl. nur EuGH, Urteil vom 03.10.2019, C-272/18, ECLI:EU:C:2019:827 – TVP Treuhand- und Verwaltungsgesellschaft für Publikumsfonds, juris, (Rn. 55ff.).

³⁹¹ Kritik hieran bei *Mankowski*, RRa 22 (2014), 118 (119f.).

³⁹² *Mankowski*, RRa 22 (2014), 118 (119).

³⁹³ *Picht/Kopp*, IPRax 44 (2024), 16 (27).

³⁹⁴ Zwei diesbezügliche Vorlagen des AG Nürnberg scheiterten, weil es zur Beilegung des Rechtsstreits in den Ausgangsverfahren kam, siehe EuGH, Gerichtsmittelteilung vom 31.01.2019, C-701/18, BeckEuRS 2019, 604760; EuGH, Beschl. vom 12.11.2020, C-469/20, BeckRS 2020, 37030.

³⁹⁵ LG Frankfurt, Urteil vom 14.12.2017, 2-24 O 8/17, juris, (Rn. 34ff.); LG Landshut, Urteil vom 19.11.2021, 54 O 2882/20, juris, (Rn. 27).

³⁹⁶ *Mankowski*, RRa 22 (2014), 118 (120).

³⁹⁷ OLG Frankfurt, Urteil vom 13.12.2018, 16 U 15/18, juris, (Rn. 36); AG Frankfurt, Urteil vom 21.10.2022, 32 C 1669/22 (90), juris, (Rn. 14).

Neben diese Kontroverse tritt die Frage hinzu, welchen Einfluss die Fluggastrechteverordnung³⁹⁸ und das Montrealer Übereinkommen³⁹⁹, welche für den Bereich der Personenluftbeförderung eine wesentliche Rolle spielen⁴⁰⁰, auf die streitgegenständlichen AGB-Rechtswahlklauseln haben. Beide Rechtsquellen enthalten zwingende Vorschriften, die sich gegen eine Rechtswahl nach der Rom I-VO durchsetzen und bei konsequenter Umsetzung der Rs. *Amazon* daher möglicherweise von der Rechtswahlklausel genannt werden müssten.⁴⁰¹ In der deutschen Kontrollpraxis herrscht diesbezüglich eine eindeutige Rechtsprechungslinie: Weist eine Rechtswahlklauseln in den AGB von Fluggesellschaften nicht explizit darauf hin, dass neben dem gewählten Recht auch die Fluggastrechteverordnung und das Montrealer Übereinkommen zur Anwendung kommen können, wird der Klausel wegen Intransparenz die Anerkennung versagt.⁴⁰² Einzig das AG Frankfurt schwimmt in einer Entscheidung diesbezüglich gegen den Strom: Bringt die Rechtswahlklausel beispielsweise durch den Zusatz „Sofern das Übereinkommen oder die einschlägigen Gesetze nichts anderes vorsehen“⁴⁰³ grundlegend zum Ausdruck, dass sie nur dort eingreift, wo es rechtlich zulässig ist, erfülle dies die Transparenzanforderungen nach Art. 5 Klausel-RL.⁴⁰⁴

Obwohl die Grundsätze aus der Rs. *Amazon* von der Mehrzahl der Gerichte auf den Bereich der Personenluftbeförderung übertragen werden, zeigt insbesondere die zuletzt genannte Entscheidung des AG Frankfurt, dass auch hier im Detail noch große Unsicherheit besteht.

ee) „Heimwärtsstreben“ bei der Kontrolle

Rechtswahlklauseln verursachen Kosten.⁴⁰⁵ Denn auch wenn deutsche Gerichte ausländisches Recht im Grundsatz genauso gut kennen und anwenden müssen wie das Eigene⁴⁰⁶, führt die Anwendung des Erstgenannten stets zu einer Mehrbelastung der Gerichte.⁴⁰⁷ Hierfür ursächlich sind typischerweise fehlende Vorkenntnisse der Gerichte im ausländischen Recht, gepaart mit dem deutlich schwierigeren Zugang zu den einschlägigen Informationen (Normen, Rechtsprechung, Literatur etc.).⁴⁰⁸

Vor diesem Hintergrund ist der letzte Befund der Bestandsaufnahme wenig verwunderlich: Die deutschen Gerichte neigen dazu, dass ihnen bekannte und vertraute deutsche AGB-Recht bei der Kontrolle anzuwenden, obwohl keine Rechtswahlklauseln in den untersuchten

³⁹⁸ Verordnung (EG) Nr. 261/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11.04.2004 über eine gemeinsame Regelung für Ausgleichs und Unterstützungsleistungen für Fluggäste im Fall der Nichtbeförderung und bei Annullierung oder großer Verspätung von Flügen und zur Aufhebung der Verordnung (EWG) Nr. 295/91, Abl. EU Nr. L 46 vom 17.02.2004, S. 1.

³⁹⁹ Übereinkommen zur Vereinheitlichung bestimmter Vorschriften über die Beförderung im internationalen Luftverkehr, Abl. EU Nr. L 194 vom 18.07.2001, S. 39.

⁴⁰⁰ Ausführlich *Mankowski*, IPRax 39 (2019), 208 (211f.).

⁴⁰¹ *Mankowski*, IPRax 39 (2019), 208 (211).

⁴⁰² AG Brühl, Urteil vom 11.11.2019, 2 C 106/19, juris, (Rn. 18); LG Frankfurt, Teilurteil vom 03.07.2020, 2-24 O 100/19, juris, (Rn. 25); OLG Köln, Beschl. vom 29.01.2021, I-9 U 184/20, juris, (Rn. 18ff.); AG Dortmund, Teilurteil vom 12.04.2022, 425 C 5876/21, juris, (Rn. 61ff.); LG Stuttgart, Urteil vom 29.09.2022, 5 S 23/22, juris, (Rn. 5ff.); LG Frankfurt, Urteil vom 19.01.2023, 2-24 S 74/22, juris, (Rn. 24ff.); LG Frankfurt, Urteil vom 15.03.2023, 3-08 O 43/21, juris, (Rn. 41ff.).

⁴⁰³ Der gleiche Zusatz wurde in anderen Entscheidungen für intransparent befunden, siehe AG Brühl, Urteil vom 11.11.2019, 2 C 106/19, juris, (Rn. 10f., 18).

⁴⁰⁴ AG Frankfurt, Urteil vom 21.10.2022, 32 C 1669/22 (90), juris, (Rn. 17f.).

⁴⁰⁵ Siehe hierzu bereits Kapitel C.II.2.b),3.

⁴⁰⁶ *Rühl*, *RabelsZ* 71 (2007), 559 (569).

⁴⁰⁷ *Rühl*, *RabelsZ* 71 (2007), 559 (587).

⁴⁰⁸ *Rühl*, *RabelsZ* 71 (2007), 559 (587).

Fällen das deutsche Recht als Vertragsstatut bestimmt.⁴⁰⁹ Bei Beachtung des in Art. 3 Abs. 5 i.V.m. Art. 10 Abs. 1 Rom I-VO statuierten Rechtswahlstatuts dürfte dem deutschen Recht in den untersuchten Fällen daher überhaupt keine Bedeutung bei der AGB-Kontrolle zukommen.

Um dennoch deutsches Recht zur Anwendung kommen zu lassen, nimmt die Kontrollpraxis den in Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO statuierten Günstigkeitsvergleich bereits auf der Ebene der Rechtswahlklausel vor.⁴¹⁰ Denn bei dem hiernach zu beachtenden Heimatrecht des Verbrauchers handelt es sich in aller Regel zugleich um die *lex fori*, da für Streitigkeiten aus Verbraucherverträgen nach Art. 18 Brüssel Ia-VO⁴¹¹ die Gerichte am Sitz des Verbrauchers zuständig sind.⁴¹² Andere Gerichte gehen für die Anknüpfung an das Heimatrecht des Verbrauchers den Weg über Art. 11 Abs. 4 Rom I-VO⁴¹³ oder Art. 10 Abs. 2 Rom I-VO.⁴¹⁴ Dass all diese „Sonderanknüpfungen“ womöglich nicht überzeugen mögen⁴¹⁵ ändert nichts an der Tatsache, dass der *lex fori* trotz des einheitlichen Rechtswahlstatuts damit weiterhin große Bedeutung bei der Kontrolle zukommt.

IV. Zwischenfazit

Neben den Bestimmungen der Rom I-VO sind bei der Kontrolle von Rechtswahlklauseln auch die Vorschriften der Klausel-RL und des (autonomen) nationalen AGB-Rechts heranzuziehen. Die daraus resultierende Pluralität der Kontrollvorgaben führt allerdings dazu, dass bereits das Ausfindigmachen der maßgeblichen Bestimmungen mit erheblicher Unsicherheit verbunden ist. Verstärkt wird dies durch den Umstand, dass die entsprechenden Kontrollvorgaben regelmäßig derart unbestimmt sind, dass eine konkretisierende Rechtsprechung erforderlich ist, um aus ihnen tatsächliche Anforderungen für Rechtswahlklauseln abzuleiten. Mit der Rs. *Amazon* hat der EuGH begonnen, sich dieser Aufgabe anzunehmen. Hiernach müssen Rechtswahlklauseln einen Hinweis auf Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO enthalten, um nicht als intransparent und damit missbräuchlich angesehen zu werden. Dass die Entscheidung des EuGH auch die nationale Rechtsprechung in der Folgezeit erheblich beeinflusst hat, zeigen die untersuchten Gerichtsentscheidungen. Nahezu jede Rechtswahlklausel unterliegt einer Transparenzkontrolle anhand der Maßstäbe der Rs. *Amazon*. Dies gilt selbst dann, wenn die Maßstäbe – wie im Personenluftbeförderungsbereich – eigentlich nicht unmittelbar angewendet werden können. Gleichzeitig weisen die zum Teil stark voneinander abweichenden Begründungen innerhalb der Entscheidungen sowie divergierende Kontrollergebnisse auf die noch ungeklärten Folgefragen der Rs. *Amazon* hin.

⁴⁰⁹ Siehe Anhang 2.

⁴¹⁰ Siehe Anhang 2.

⁴¹¹ Verordnung (EU) Nr. 1215/2012 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12.12.2012 über die gerichtliche Zuständigkeit und die Anerkennung und Vollstreckung von Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen, Abl. EU Nr. L 351 vom 20.12.2012, S. 1.

⁴¹² Hesse, Diktierte Parteiautonomie, S. 84.

⁴¹³ AG Simmern, Urteil vom 19.04.2017, 32 C 571/16, juris, (Rn. 18ff.); AG Bremen, Urteil vom 10.08.2018, 7 C 308/17, juris, (Rn. 35ff.).

⁴¹⁴ LG Landshut, Urteil vom 19.11.2021, 54 O 2882/20, juris, (Rn. 26); AG Dortmund, Teilurteil vom 12.04.2022, 425 C 5876/21, juris, (Rn. 63).

⁴¹⁵ Zur Kritik an Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO als Anknüpfung, siehe Kapitel D.II.3. Art. 11 Abs. 4 Rom I-VO war in den Urteilen nicht anwendbar, weil dort Personenluftbeförderungsverträge streitgegenständlich waren. Die Transparenzkontrolle ist nach h.M. nicht vom Anwendungsbereich von Art. 10 Abs. 2 Rom I-VO erfasst, siehe Mükö/Spellenberg, Rom I-VO, Art. 10 Rn. 239ff.

E. Die Bewertung der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln

Bereits in der Einleitung des vorherigen Kapitels wurde angedeutet, dass es sich bei der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln keinesfalls um ein neues Problem handelt. Dennoch scheint es, dass die Uneinigkeiten über die maßgeblichen Parameter der Kontrolle sowohl vom Schrifttum als auch der Rechtsprechung nach wie vor nicht überwunden werden konnten.⁴¹⁶ Wie kann bzw. muss der derzeitige *status quo* der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln also bewertet werden? Mit dieser Frage beschäftigt sich der erste Teil dieses abschließenden Kapitels. Da – und dies sei vorweggenommen – die Bewertung ziemlich ernüchternd ausfallen wird, werden am Ende dieses Kapitels *de lege lata* umsetzbare Verbesserungsmöglichkeiten der Kontrolle betrachtet.

I. Status quo

1. Effektiver Verbraucherschutz?

Rechtswahlklauseln in Verbraucherverträgen sind nicht unbedenklich. Zum einen, weil der Einsatz von AGB die Rechtsposition des Verbrauchers typischerweise bereits grundsätzlich verschlechtert⁴¹⁷, zum anderen, weil Rechtswahlklauseln darüber hinausgehende spezielle Gefahren für den Verbraucher realisieren können.⁴¹⁸ Dass der Verbraucher demnach in irgendeiner Weise vor den beschriebenen Gefahren geschützt werden muss, ist kaum von der Hand zu weisen. Es liegt daher die Frage nahe, ob und inwiefern die derzeitige AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln in der europäischen und deutschen Kontrollpraxis dieser Aufgabe effektiv nachkommt.

Zunächst gilt es diesbezüglich die vom EuGH geschaffene Hinweispflicht zu betrachten. Die Ausführungen in der Rs. *Amazon* legen nahe, dass der Hinweis vornehmlich präventiv gegenüber der Situation wirken soll, dass der Verbraucher in Anbetracht der – vermeintlichen – Geltung eines fremden Rechts gänzlich von der Rechtsverfolgung absieht.⁴¹⁹ Denn wenn Rechtswahlklauseln „schwarz auf weiß“⁴²⁰ eine fremde Rechtsordnung als anwendbares Recht bezeichnen, können sie abschreckend auf den Verbraucher wirken.⁴²¹ Ob der obligatorische Hinweis auf Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO diesbezüglich jedoch Abhilfe schafft, kann bezweifelt werden. Schließlich wurde bereits thematisiert, dass Informationsasymmetrien zwischen den Vertragsparteien insbesondere auch auftreten, weil AGB regelmäßig überhaupt nicht gelesen werden.⁴²² Insofern ist bereits fraglich, inwieweit der Hinweis auf Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO tatsächlich zur Kenntnis genommen wird. Zudem wird die Rechtsdurchsetzung für den Verbraucher in der Praxis vielmehr anderweitig erschwert: Der Unternehmer bestreitet in der Regel einfach das Bestehen jeglicher Rechtsansprüche und/oder legt seine (abweichende) Ansicht über die vermeintlich gesicherte Rechtslage dar.⁴²³ Weil der Verbraucher den Behauptungen des Unternehmers häufig Glauben schenkt, wird ein Rechtsstreit gescheut.⁴²⁴ Derartige Verhaltensweisen werden durch die

⁴¹⁶ Siehe Kapitel D.II,III.

⁴¹⁷ Ausführlich zu den Funktionen und Gefahren von AGB, siehe Kapitel C.I.2,3.

⁴¹⁸ Siehe Kapitel C.II.3. Ähnlich MüKo/*Wurmnest*, BGB, § 307, Rn. 312.

⁴¹⁹ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 250.

⁴²⁰ *Mankowski*, NJW 69 (2016), 2705 (2705).

⁴²¹ *Mankowski*, NJW 69 (2016), 2705 (2707).

⁴²² Siehe Kapitel C.I.3.a).

⁴²³ *Möllnitz*, VuR 35 (2020), 411 (411).

⁴²⁴ *Möllnitz*, VuR 35 (2020), 411 (411).

Aufklärungspflicht des EuGH aber nicht unterbunden.⁴²⁵ Der Unternehmer kann beispielsweise weiterhin schlicht (zu Unrecht) behaupten, dass der vom Verbraucher geltend gemachte Anspruch nicht unter die *zwingenden* Vorschriften des nach Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO berufenen Heimatrechts fällt.⁴²⁶

Die Hinweispflicht wird aus eigener Kraft folglich nur in wenigen Fällen dazu führen, dass der Verbraucher bei grenzüberschreitenden Sachverhalten vor die Gerichte zieht. Indessen ist die Hinweispflicht, sobald der Verbraucher die Hemmschwelle eines Rechtsstreits dennoch in Kauf nimmt, sogar nachteilig. Denn nicht alle Rechtswahlklauseln, die in der Praxis verwendet werden, enthalten einen entsprechenden Hinweis auf Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO.⁴²⁷ Diese werden von den Gerichten dann für unwirksam erklärt.⁴²⁸ Es kann zu einem sog. „Schutzparadox“⁴²⁹ kommen. Denn weil der fehlende Hinweis zur Intransparenz und damit dem Wegfall der Rechtswahlklausel führt, kann der Verbraucher im Hinblick auf die konkrete sachrechtliche Streitfrage schlechter gestellt werden, sofern das objektive Recht ungünstiger ausgestaltet ist.⁴³⁰ Wichtig an dieser Stelle ist allerdings zu betonen, dass dies nicht für die Hinweispflicht bzw. Transparenzkontrolle allein gilt, sondern für die AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln im Allgemeinen. Denn ob eine Rechtswahlklausel letztendlich wegen unzureichender Einbeziehung, Intransparenz oder Überraschung unwirksam ist, macht im Ergebnis, nämlich dass sie unwirksam ist, keinen Unterschied.⁴³¹ Mangels wirksamer Rechtswahl entfele in allen Fällen der nachgelagerte Günstigkeitsvergleich und damit auch die Chance einer – gegenüber zum objektiven Recht – verbesserten Rechtsposition des Verbrauchers.⁴³²

Mithin ist es vorzugswürdig, den Verbraucher vor Unbilligkeiten, die sich aus der Anwendung eines fremden Sachrechts ergeben, durch Anwendung des Günstigkeitsvergleichs auf der Ebene des Hauptvertrags zu schützen, anstatt über die AGB-Kontrolle auf Ebene der Rechtswahlklausel.⁴³³ Im untersuchten Zeitraum kann allerdings lediglich eine Entscheidung des KG Berlin dahingehend überzeugen.⁴³⁴ In den meisten Fällen wurde der Günstigkeitsvergleich aufgrund der festgestellten Unwirksamkeit der Rechtswahlklausel obsolet.⁴³⁵ Das eigentliche Exempel bildet in der derzeitigen Kontrollpraxis demnach die Ausnahme. Dennoch muss ebenfalls erwähnt werden, dass die Anwendung des objektiven Rechts in den überwiegenden Fällen, in denen die Rechtswahl für unwirksam befunden wurde, zum vollen Obsiegen des Verbrauchers geführt hat und dessen Anwendung daher ebenso günstig wie die Anwendung des gewählten Rechts war.⁴³⁶ Dennoch droht die AGB-Kontrolle von

⁴²⁵ Schmitz, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 251.

⁴²⁶ Schmitz, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 251.

⁴²⁷ Siehe Anhang 1.

⁴²⁸ Siehe Kapitel D.III.2.b).bb).

⁴²⁹ Mankowski, NJW 69 (2016), 2705 (2707).

⁴³⁰ Roth, IPRax 37 (2017), 449 (455).

⁴³¹ Vgl. Mankowski, NJW 69 (2016), 2705 (2707).

⁴³² Zur gleichen Situation beim kollisionsrechtlichen Günstigkeitsvergleich bereits Kapitel D.II.2.

⁴³³ Müko/Wurmnest, BGB, § 307, Rn. 313.

⁴³⁴ Vgl. KG Berlin, Urteil vom 15.11.2023, 23 U 15/22, juris, (Rn. 16).

⁴³⁵ So z.B. OLG Frankfurt, Beschl. vom 08.04.2022, 23 U 55/21, juris, (Rn. 46); LG Frankfurt, Urteil vom 21.12.2022, 2-13 O 258/21, juris (Rn. 27); LG Tübingen, Urteil vom 28.08.2023, 2 O 344/22, MMR 2024, 61, (Rn. 35).

⁴³⁶ Siehe z.B. OLG Stuttgart, Urteil vom 14.09.2018, 5 U 98/17, juris, (Rn. 140); LG Landau (Pfalz), Urteil vom 25.05.2023, 2 O 84/22, juris, (Rn. 3, 39); OLG Thüringen, Urteil vom 17.10.2023, 7 U 1091/22, juris, (Rn. 4, 49).

Rechtswahlklauseln, das im Einzelfall günstigere Schutzkonzept des Günstigkeitsvergleichs zu umgehen.

Bei Beförderungsverträgen spielt dies indessen keine Rolle, weil der Günstigkeitsvergleich wegen Art. 6 Abs. 4 lit. b) Rom I-VO ohnehin nicht greift.⁴³⁷ Aus diesem Grund gibt es kein Schutzparadox, wenn die Rechtswahlklausel bei jenen Verträgen an der AGB-Kontrolle scheitert.⁴³⁸ Vielmehr käme die Unwirksamkeit dem Verbraucher zu Gute, weil im Zuge der objektiven Anknüpfung nach Art. 5 Abs. 2 UAbs. 1 Rom I-VO sein vertrautes Heimatrecht zur Anwendung gelangt.⁴³⁹ Dem Beförderer wäre hingegen die Möglichkeit genommen, durch Art. 5 Abs. 2 UAbs. 2 lit. b), c) Rom I-VO ein materiellrechtliches Heimspiel und damit seinen eigentlichen Willen durchzusetzen.⁴⁴⁰

Überhaupt ist der Verbraucher bei einem Beförderungsvertrag – auch wenn die Rom I-VO diese Wertung nicht teilt – nicht weniger schutzbedürftig als bei Verträgen, die in den Anwendungsbereich von Art. 6 Abs. 1 Rom I-VO fallen.⁴⁴¹ Schließlich befindet sich ein europäischer Verbraucher, der einen Personenluftbeförderungsvertrag abgeschlossen hat und mit einer Rechtswahlklausel konfrontiert wird, die nicht auf die Weitergeltung der Fluggastrechteverordnung hinweist, in der gleichen Situation wie der Verbraucher, dem die Wirkungsweise von Art. 6 Abs. 2 S. 2 Rom I-VO vorenthalten wird.⁴⁴² Auch er könnte von der Rechtsdurchsetzung abgehalten sein.⁴⁴³ Es ist daher nur konsequent und trägt zum Schutz des Verbrauchers bei Beförderungsverträgen bei, dass die deutsche Kontrollpraxis die Wertungen aus der Rs. *Amazon* überträgt und Rechtswahlklauseln von Fluggesellschaften, welche nicht auf die Weitergeltung der Fluggastrechteverordnung und des Montrealer Übereinkommens hinweisen, die Anerkennung versagt.⁴⁴⁴

2. Oder zusätzliche Rechtsunsicherheit?

Rechtswahlklauseln können hinsichtlich der bestehenden Unsicherheit des anzuwendenden Rechts bei grenzüberschreitenden Verträgen letztlich nur dann für Rechtssicherheit sorgen, wenn sie im Ergebnis selbst *wirksam* sind.⁴⁴⁵ Vor diesem Hintergrund wurde bereits im Rahmen der Bestandsaufnahme kritisiert, dass ihnen in der Praxis derart häufig die Anerkennung versagt wird.⁴⁴⁶ Jenes Ergebnis ist insbesondere problematisch, weil die untersuchten Entscheidungen nach wie vor auf erhebliche Rechtsunsicherheit bei der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln hinweisen. Einen großen Anteil daran hat indessen die Recht-

⁴³⁷ Siehe ausführlich in Kapitel D.III.2.b).dd).

⁴³⁸ *Mankowski*, IPRax 39 (2019), 208 (209).

⁴³⁹ *Mankowski*, IPRax 39 (2019), 208 (209).

⁴⁴⁰ *Mankowski*, IPRax 39 (2019), 208 (209).

⁴⁴¹ Die Ausnahme bei Beförderungsverträgen wird als Ergebnis „erfolgreicher Lobbyarbeit der Beförderungsbranche“ bezeichnet, siehe *Mankowski*; RRa 22 (2014), 118 (120).

⁴⁴² *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 255.

⁴⁴³ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 255.

⁴⁴⁴ So z.B. OLG Köln, Beschl. vom 29.01.2021, I 9 U 184/20, juris, (Rn. 18ff.); LG Landshut, Urteil vom 19.11.2021, 54 O 2882/20, juris, (Rn. 23ff.); AG Dortmund, Teilurteil vom 12.04.2022, 425 C 5876/21, juris, (Rn. 53ff.). Manche halten zusätzlich noch einen Hinweis auf Art. 5 Abs. 2 UAbs. 2 Rom I-VO für erforderlich, siehe *Mankowski*, IPRax 39 (2019), 208 (209ff.).

⁴⁴⁵ Siehe Kapitel D.III.2.b).aa).

⁴⁴⁶ Siehe Kapitel D.III.2.b).aa).

sprechung des EuGH selbst, die bezüglich des schwierigen Zusammenspiels von Rechtswahl und Klauselkontrolle⁴⁴⁷ kaum Abhilfe geschaffen⁴⁴⁸, sondern vielmehr eine Fülle von (Folge-)Fragen aufgeworfen hat.⁴⁴⁹

Zu letzteren gehört die Zulässigkeit der Inhaltskontrolle von Rechtswahlklauseln. Denn während sowohl in der Rechtsprechung als auch im Schrifttum weitgehend Einigkeit darüber besteht, dass eine über die Anforderungen der Rom I-VO hinausgehende Inhaltskontrolle der Rechtswahlklausel ausscheidet⁴⁵⁰, deutet der EuGH gegenteiliges an: „Die Missbräuchlichkeit einer (...) (Rechtswahlklausel, Anm. d. Verf.) kann sich insbesondere aus einer Formulierung ergeben, die nicht dem in Art. 5 der RL 93/13 aufgestellten Erfordernis einer klaren und verständlichen Abfassung genügt.“⁴⁵¹ Die Formulierung *insbesondere* gibt Grund zur Annahme, dass auch andere (inhaltliche) Kontrollmaßstäbe als das Transparenzgebot Anwendung finden können.⁴⁵² Obwohl Rechtswahlklauseln ungeachtet dessen nur in Ausnahmefällen einer Inhaltskontrolle anhand des nationalen AGB-Rechts in der deutschen Kontrollpraxis unterliegen⁴⁵³, sorgt die Ungewissheit bei der Frage, welche Kontrollinstrumente zum Einsatz kommen (dürfen), für Rechtsunsicherheit.

Weiterhin hat der EuGH durch den Rückgriff auf die Klausel-RL zwar implizit klargestellt, dass die Rom I-VO nicht den alleinigen Maßstab bei der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln bildet⁴⁵⁴, gleichzeitig aber offen gelassen, von welchem nationalen Umsetzungsrecht zur Klausel-RL bei der Transparenzkontrolle auszugehen ist.⁴⁵⁵ Daraus resultiert letztlich dann auch, dass die AGB-Kontrolle im Allgemeinen derzeitig uneinheitlich in der deutschen Kontrollpraxis angeknüpft wird und daher nicht verlässlich gesagt werden kann, nach welchem Recht sich diese richtet.⁴⁵⁶

Dass der EuGH die Klausel-RL als zusätzlichen Kontrollmaßstab herangezogen hat, bereitet zudem Schwierigkeiten bei der Ableitung konkreter Anforderungen für Rechtswahlklauseln. In den maßgeblichen Entscheidungen des EuGH wurde durch die jeweilige streitgegenständliche Rechtswahlklausel das Recht eines Staats bestimmten, welcher zum maßgeblichen Zeitpunkt EU-Mitglied war.⁴⁵⁷ Folgt man dem Rechtswahlstatut in Art. 3 Abs. 5 i.V.m. Art. 10 Abs. 1 Rom I-VO, mussten jene Rechtswahlklauseln daher den Anforderungen eines mitgliedstaatlichen Rechts, zu denen auch die jeweilige Umsetzung der Klausel-RL zählt,

⁴⁴⁷ Siehe ausführlich in Kapitel D.II.

⁴⁴⁸ MüKoBGB/*Wurmnest*, BGB, § 307, Rn. 313,

⁴⁴⁹ *Martiny*, ZEuP 26 (2018), 218 (230ff.); *Mankowski*, IPRax 39 (2019), 208 (208ff.); *Roth*, IPRax 37 (2017), 449 (461ff.).

⁴⁵⁰ Zur Rechtsprechung, siehe OLG Frankfurt, Urteil vom 13.12.2018, 16 U 15/18, juris, (Rn. 7); AG Hamburg, Urteil vom 29.03.2019, 23a C 416/17, BeckRS 2019, 4697, (Rn. 25). Zum Schrifttum, siehe Kapitel D.II.1.

⁴⁵¹ EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754, (Rn. 68).

⁴⁵² Müko/*Wurmnest*, BGB, § 307, Fn. 1698.

⁴⁵³ Lediglich in 3 der 30 Entscheidungen findet eine Inhaltskontrolle statt, siehe Anhang 2.

⁴⁵⁴ Wobei hieraus bislang keine wirkliche Rechtssicherheit gewonnen werden konnte, weil die Abgrenzung im Detail immer noch unklar ist, siehe *Roth*, IPRax 37 (2017), 449 (462f.).

⁴⁵⁵ *Pfeiffer*, NJW 70 (2017), 913 (918).

⁴⁵⁶ Siehe Anhang 2.

⁴⁵⁷ Siehe EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754, (Rn. 61); EuGH, Urteil vom 03.10.2019, C-272/18, ECLI:EU:C:2019:827 – TVP Treuhand- und Verwaltungsgesellschaft für Publikumsfonds, juris, (Rn. 60); EugH, Urteil vom 14.09.2023, C-821/21, ECLI:EU:C:2023:672 – Club La Costa, juris, (Rn. 75).

genügen.⁴⁵⁸ Bei der Wahl eines drittstaatlichen Rechts dürfte der Rückgriff auf die Klausel-RL allerdings nicht erfolgen, da diese keinen Teil des gewählten drittstaatlichen Rechts bildet. Die untersuchte Praxis versucht indessen dieses Problem zu umgehen. Bei der Wahl eines drittstaatlichen Rechts erfolgt entweder ein Rückgriff auf die nationalen Umsetzungs-vorschriften mittels Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO⁴⁵⁹ oder die Vorschriften der Klausel-RL werden unmittelbar als besondere Kollisionsnormen i.S.v. Art. 23 Rom I-VO herangezogen.⁴⁶⁰ Die Anknüpfung über Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO würde einen kollisionsrechtlichen Günstigkeits-vergleich erfordern.⁴⁶¹ Gegen den zweiten Ansatz spricht, dass die Vorschriften der Klausel-RL mit Ausnahme von Art. 6 Abs. 2 Klausel-RL (die Vorschrift stellt allerdings ebenfalls kein dogmatisches Einfallstor für die Kontrolle dar)⁴⁶² keinen kollisionsrechtlichen Charakter aufweisen.⁴⁶³ Da bei der Kontrolle von Rechtswahlklausel wenn nur das gewählte Recht maßgeblich sein kann⁴⁶⁴, ist folglich unklar, ob und/oder inwiefern nicht womöglich andere als die in der Rs. *Amazon* aufgestellten Transparenzanforderungen an Rechtswahlklauseln bei der Wahl des Rechts eines Drittstaats, gestellt werden müssten.⁴⁶⁵

Doch auch ungeachtet der dargestellten „Drittstaat-Problematik“ hat die Bestandaufnahme gezeigt, dass generell Unsicherheit bezüglich der (Transparenz-) Anforderungen für Rechtswahlklauseln besteht. Denn während manche Gerichte einen einfachen Hinweis auf die Weitergeltung des Heimatrechts des Verbrauchers verlangen, halten andere eine Aufzählung aller über Art. 6 Abs. 2 S- 2 Rom I-VO konkret anwendbarer Sachvorschriften für erforderlich.⁴⁶⁶ Letzteres kann dem Verwender nach h.M. nicht zugemutet werden, da dies die Verwendung von Rechtswahlklauseln *de facto* übermäßig erschweren würde⁴⁶⁷ und darüber hinaus nicht zu einem besseren Verständnis des Verbrauchers beitragen dürfte. Daher wird in der Literatur entweder ein einfacher Hinweis auf die Weitergeltung des zwingenden Heimatrechts des Verbrauchers⁴⁶⁸ oder die ausdrückliche Wiedergabe des Normtextes des Art. 6 Abs 2 Rom I-VO empfohlen.⁴⁶⁹ Um ganz sicher zu sein, wird zudem vorgeschlagen, zusätzlich noch Art. 6 Abs. 1 Rom I-VO in die Rechtswahlklausel aufzunehmen, weil nur dieser Aufschluss über die Anwendungsvoraussetzungen für den Günstigkeitsvergleich gibt.⁴⁷⁰

Ob Rechtswahlklauseln, die all diese Informationen in komplizierter Rechtssprache enthalten, wirklich hilfreich für den Verbraucher wären, wird man bezweifeln müssen.⁴⁷¹ Vielmehr könnte sich eine solche Rechtswahlklausel unter Umständen sogar dem Vorwurf ausgesetzt sehen, den Verbraucher aufgrund inhaltlicher Komplexität zu verwirren und damit ebenfalls nicht hinreichend transparent zu sein.⁴⁷² Letztlich verdeutlichen all die divergierenden Anforderungen an die konkrete Ausgestaltung von Rechtswahlklauseln, dass die derzeitige

⁴⁵⁸ Pfeiffer, LMK 2017, 393442.

⁴⁵⁹ OLG Stuttgart, Urteil vom 14.09.2018, 5 U 98/17, juris, (Rn. 137f.).

⁴⁶⁰ LG Frankfurt, Urteil vom 14.12.2017, 2-24 O 8/17, juris, (Rn. 34).

⁴⁶¹ Weshalb Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO daher keine geeignete Anknüpfung darstellt, siehe Kapitel D.II.2.

⁴⁶² Siehe Kapitel D.I.1.b).cc).

⁴⁶³ Picht/Kopp, IPRax 44 (2024), 16 (25).

⁴⁶⁴ Pfeiffer, LMK 2017, 393442.

⁴⁶⁵ Zwar mit anderer Begründung aber im Ergebnis auch Roth, IPRax 37 (2017), 449 (458f.).

⁴⁶⁶ Siehe die vorgestellte Kontrollpraxis in Kapitel D.III.2.b).cc).

⁴⁶⁷ Müko/Wurmnest, BGB, § 307 Rn. 312; Roth, IPRax 33 (2013), 515 (524).

⁴⁶⁸ Pfeiffer, LMK 2017, 393442.

⁴⁶⁹ Mankowski, NJW 69 (2016), 2705 (2708); Mankowski, IPRax 39 (2019), 208 (211).

⁴⁷⁰ Mankowski, IPRax 39 (2019), 208 (211).

⁴⁷¹ Mankowski, NJW 69 (2016), 2705 (2707f.).

⁴⁷² Mankowski, NJW 69 (2016), 2705 (2708).

Transparenzkontrolle von Rechtswahlklauseln der Rechtssicherheit in hohem Maße abträglich ist.

Dasselbe gilt für die Übertragung der Aufklärungspflicht bei Personenluftbeförderungsverträgen.⁴⁷³ Denn verlangt man in Anlehnung an die Erwägungen aus der Rs. *Amazon*⁴⁷⁴ einen Hinweis auf die Fluggastrechteverordnung, das Montrealer Übereinkommen oder Art. 5 Abs. 2 UAbs. 2 Rom I-VO, führt kein Weg daran vorbei, dass grundsätzlich jegliche Rechtswahlschranke in einer Rechtswahlklausel abgebildet werden muss.⁴⁷⁵ Damit wären dann beispielsweise auch Hinweise auf Binnensachverhalte (Art. 3 Abs. 3, 4 Rom I-VO), Eingriffsnormen (Art. 9 Rom I-VO) oder den *Ordre Public* (Art. 21 Rom I-VO) erforderlich.⁴⁷⁶ Verbraucher stünden damit vor langen Rechtswahlklauseln mit zahlreichen Informationen, die nicht für Aufklärung dafür, aber zusätzliche Rechtsunsicherheit sorgen dürften.⁴⁷⁷ Einem solchem Ergebnis öffnet die derzeitige Kontrollpraxis derweil allerdings (womöglich unbewusst) die Tür.

3. Zwischenfazit

Anhand der untersuchten Entscheidungen wird deutlich, dass sich sowohl die deutschen Gerichte als auch der EuGH bedauerlicherweise kaum mit dem Zusammenspiel von AGB-Recht und IPR-Dogmatik auseinandergesetzt haben.⁴⁷⁸ Denn der vorschnelle Rückgriff auf das nationale AGB-Recht führt nicht selten zu Widersprüchen mit dem Schutzkonzept der Rom I-VO und läuft damit Gefahr, besonders den passiven Verbraucher zu benachteiligen. Auch wenn die Kontrolle in anderen Fällen (Beförderungsverträge mit Verbrauchern) hinsichtlich des Schutzgedankens begrüßenswerter scheint, kann sie daher insgesamt nicht als *effektiv* bezeichnet werden.

In Anbetracht der häufigen Verwendung sowie insgesamt hohen Bedeutung von Rechtswahlklauseln im (grenzüberschreitenden) Rechtsverkehr ist es allerdings deutlich bedenklicher, dass deren Kontrolle auch zum jetzigen Zeitpunkt noch mit zahlreichen ungeklärten Fragen verbunden ist. Vor allem weil die meisten jener Fragen bereits unter Geltung des EVÜ diskutiert wurden.⁴⁷⁹ Zweifelsfrei sind Rechtswahlklauseln in AGB nur wirksam, sofern sie den ihnen gestellten Anforderungen entsprechen und daher der gerichtlichen Kontrolle standhalten. *Wann genau* dies der Fall ist, kann derzeit allerdings nicht rechtssicher vorhergesagt werden, womit die Parteien regelmäßig erst während des Rechtsstreits erfahren, ob der Vertrag dem von ihnen bestimmten Recht letztlich überhaupt unterliegt. Im Hinblick auf die angestrebte Rechtssicherheit ist den Parteien mit der eingeräumten Möglichkeit zur Wahl des Rechts aber wenig geholfen, solange die Anerkennung der Rechtswahlklausel wiederum unter dem Vorbehalt einer unsicheren Kontrolle steht. Es gilt daher Maßstäbe für eine verlässlichere Kontrolle von Rechtswahlklauseln zu entwickeln.

⁴⁷³ Siehe Kapitel D.III.2.b).dd).

⁴⁷⁴ Vgl. EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, EuZW 2016, 754, (Rn. 69): „Darüber hinaus ist es, wenn die Wirkungen einer Klausel durch bindende Rechtsvorschriften bestimmt werden, entscheidend, dass der Gewerbetreibende den Verbraucher über diese Vorschriften unterrichtet (...)“.

⁴⁷⁵ Vgl. *Mankowski*, NJW 69 (2016), 2705 (2707); *Mankowski*, IPRax 39 (2019), 208 (210).

⁴⁷⁶ MüKo/Wurmnest, BGB, § 307, Rn. 312.

⁴⁷⁷ Daher ablehnend MüKoBGB/Wurmnest, BGB, § 307, Rn. 312; *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandvereinbarung, S. 250.

⁴⁷⁸ Vgl. MüKoBGB/Wurmnest, BGB, § 307 Rn. 312.

⁴⁷⁹ Beispielsweise die Frage der Zulässigkeit der Inhaltskontrolle nach nationalem Recht, siehe *Heiss*, RabelsZ 65 (2001), 634 (634ff).

II. Der Weg zu einer verlässlicheren Kontrolle

Wie der Weg zu einer verlässlicheren Kontrolle bereits *de lege lata* aussehen könnte, wurde in jüngster Vergangenheit (2023) in einer Dissertation von *Leonard Joseph Schmitz* untersucht. In jener entwickelt *Schmitz* eine einheitliche und kohärente Regel für die rechtsgeschäftliche Prüfung von Rechtswahlen und Gerichtsstandsvereinbarungen (in AGB).⁴⁸⁰, welche in den folgenden Ausführungen (verkürzt) behandelt wird.⁴⁸¹

1. Vorstellung der Regel

Der Regel liegt die Prämisse zugrunde, dass der europäische Gesetzgeber, wann immer er den Parteien die Möglichkeit einer Rechtswahl einräumt, beschlossen hat, dass jene Wahl ohne mitgliedstaatliche Einschränkung zur Verfügung stehen soll.⁴⁸² Auf kollisionsrechtlichen Wertungen beruhende Einwände gegen die Zulässigkeit, Einigung und materielle Wirksamkeit der Rechtswahl, die den nationalem Recht entstammen, würden hingegen dazu führen, dass die Rechtswahl im europäischen Binnenmarkt unterschiedlich leicht oder schwer eingesetzt werden könnte.⁴⁸³ Regelungen mit einer solchen diskriminierenden Wirkung sind daher allein dem europäischen Gesetzgeber überlassen.⁴⁸⁴ Anhaltspunkte für diese Prämisse geben unter anderem – wenn auch nur abstrakt – die Erwägungsgründe der Rom I-VO.⁴⁸⁵

Aus der Prämisse folgt dann, dass bei der Prüfung der Rechtswahl keine nationalen Vorschriften Anwendung finden dürfen, die *spezielle* Hürden für Rechtswahlklauseln aufstellen.⁴⁸⁶ Um eine einheitliche Behandlung der Rechtswahl auf dem europäischen Binnenmarkt auch wirklich gewährleisten zu können, sind gleichzeitig aber auch *neutrale* Anforderungen an die Rechtswahl europarechtlich einheitlich zu beantworten, sofern sich jene Anforderungen auf die Einsatzfähigkeit der Rechtswahl im Binnenmarkt auswirken.⁴⁸⁷

2. Auswirkung für die AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln

Überträgt man diese Grundsätze auf die Kontrolle von Rechtswahlklauseln in AGB, würde dies zunächst bedeuten, dass das Gemeinschaftsrecht sämtliche AGB-Anforderungen sperrt, die speziell für Rechtswahlklauseln aufgestellt werden, und zwar unabhängig davon, ob es sich um besondere Einbeziehungs- oder Inhaltsanforderungen handelt.⁴⁸⁸ Daher dürfte beispielsweise das deutsche Recht nicht einfach vorsehen, dass eine in AGB enthaltene Rechtswahlklauseln nur dann verbindlich ist, wenn diese unmittelbar zu Beginn des Klauselwerks abgefasst ist.

Darüber hinaus handelt es sich aber auch bei nominell neutralen Vorschriften wie etwa § 307 Abs. 1 BGB oder § 305c Abs. 1 BGB um spezielle Hürden für Rechtswahlklauseln.⁴⁸⁹

⁴⁸⁰ Vgl. *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 2.

⁴⁸¹ Entsprechend des Themas dieser Arbeit werden die Ausführungen von *Schmitz*, die sich im Wesentlichen auf Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung beziehen, sofern möglich, im Folgenden auf die Rechtswahl beschränkt.

⁴⁸² *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 28.

⁴⁸³ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 28f.

⁴⁸⁴ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 29.

⁴⁸⁵ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 28; vgl. Erwägungsgrund 6, 16 Rom I-VO.

⁴⁸⁶ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 32ff.

⁴⁸⁷ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 34ff.

⁴⁸⁸ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 81.

⁴⁸⁹ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 33.

Denn genannte Vorschriften stellen offene Tatbestände dar, die erst durch eine Wertungsentscheidung unter Abwägung der Besonderheiten des Einzelfalls mit einem bestimmten Inhalt gefüllt werden.⁴⁹⁰ Hält ein Gericht die streitgegenständliche Rechtswahlklauseln beispielsweise auf Grund ihrer inhaltlichen Gestaltung für überraschend i.S.d. § 305c Abs. 1 BGB, trifft es damit eine Wertung, welche den Wegfall der Klausel zur Folge hat.⁴⁹¹ Insofern wird zweifelsfrei eine spezielle Hürde für Rechtswahlklauseln aufgestellt, was allerdings – nach der Aufteilungsregel – allein dem Gemeinschaftsrecht vorbehalten sein kann.⁴⁹² Mit anderen Worten bedeutet dies, dass beim Verbot überraschender Klauseln sowie der Transparenz- und Inhaltskontrolle kein Raum für das nationale AGB-Recht bleibt.⁴⁹³ Entsprechende Anforderungen für Rechtswahlklauseln müssen demnach ohne Ausnahme aus den europäischen Rechtsakten (Rom I-VO, Klausel-RL) abgeleitet werden.⁴⁹⁴ Dem nationalen Recht wären lediglich die neutralen Einbeziehungsvoraussetzungen (z.B. Hinweispflicht, Pflicht des Verwenders, dem Klauselgegner die Möglichkeit der AGB-Kennntnisnahme zu verschaffen, vgl. § 305 Abs. 1 BGB) zu entnehmen.⁴⁹⁵ Denn obwohl auch Einbeziehungsvoraussetzungen eine Auswirkung auf die Einsatzfähigkeit von Rechtswahlklauseln haben⁴⁹⁶, kann von Verbrauchern, die den Einsatz der Rechtswahl typischerweise nicht selbst initiieren, nicht erwartet werden, sich an einen einheitlichen Einbeziehungsstandard auf dem Binnenmarkt gewöhnen zu müssen.⁴⁹⁷

Die Verbesserung gegenüber der aktuellen Kontrollpraxis läge auf der Hand: Nach der hier skizzierten Prüfungslogik könnte die Rechtsunsicherheit, die mit der Bestimmung der maßgeblichen Rechtsquelle einhergeht⁴⁹⁸ erheblich verringert werden. Schließlich wären die schwierigen Abgrenzungsfragen zwischen nationalen Kontrollinstrumenten und vorrangigem Gemeinschaftsrecht obsolet. Die Anwendung der nationalen Einbeziehungsvoraussetzungen nach dem gewählten Recht und wegen Art. 10 Abs. 2 Rom I-VO gegebenenfalls nach dem Heimatrecht des Verbrauchers, stünde von Beginn an nachvollziehbar für die Parteien fest. Darüber hinaus müssten lediglich einheitliche europäische Anforderungen beachtet werden.

3. Kritik

Gegen das vorgestellte Kontrollprinzip könnte zum einen in Erwägung gezogen werden, ob nicht ein Widerspruch zu der normierten Grundanknüpfung in Art. 3 Abs. 5 i.V.m. Art. 10 Abs. 1 Rom I-VO vorliegt.⁴⁹⁹ Schließlich beruft der Normtext recht unmissverständlich das gewählte nationale Recht für die Wirksamkeitsprüfung der Rechtswahl. Man könnte daher die Position vertreten, dass der europäische Gesetzgeber seine Harmonierungsziele durch

⁴⁹⁰ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 33.

⁴⁹¹ Ausführlich zum Verbot überraschender Klauseln, siehe Kapitel D.I.2.b).

⁴⁹² *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 81.

⁴⁹³ Nationale (Umsetzungs-)Vorschriften können allerdings weiterhin Anwendung finden, wenn die Anforderungen für Rechtswahlklauseln wie beispielsweise in der Rs. *Amazon* aus der Klausel-RL abgeleitet werden.

⁴⁹⁴ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 33f.

⁴⁹⁵ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 81.

⁴⁹⁶ Wenn nach deutschem Recht höhere Anforderungen an die Einbeziehung bestehen als nach niederländischem Recht, kann die Rechtswahl nicht überall gleich gut im Binnenmarkt eingesetzt werden.

⁴⁹⁷ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 100.

⁴⁹⁸ Siehe Kapitel D.II.1,2 und E.I.2.

⁴⁹⁹ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 37.

die explizite Verweisung auf das nationale Recht insoweit bewusst aufgegeben hat.⁵⁰⁰ Andererseits kann aus den Vorschriften der Rom I-VO auch gefolgert werden, dass die weite liberale Lösung der Rechtswahlfreiheit nicht durch zusätzliche nationale Hürden eingeschränkt werden darf⁵⁰¹, womit die Regel von *Schmitz* mit den Wertungen der Rom I-VO vereinbart werden könnte.

Zum anderen könnte gegen die vollständige Verankerung der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln im Gemeinschaftsrecht hervorgebracht werden, dass die europäischen Rechtsakte eben keine allgemeine Rechtsgeschäftslehre enthalten, damit also Regelungslücken bei der AGB-Kontrolle bestünden.⁵⁰² Dem kann allerdings entgegengehalten werden, dass die erste Reaktion auf das Entdecken einer Regelungslücke nicht darin bestehen sollte, unmittelbar auf das nationale Recht zurückzugreifen, sondern vielmehr diese Lücke im Gemeinschaftsrecht zu schließen.⁵⁰³ Das hat der EuGH auch schon in anderen sensibleren Gebieten (z.B. im internationalen Gesellschaftsrecht) durch Rechtsfortbildung gemacht.⁵⁰⁴ Gegen die generelle Zulässigkeit der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln nach vorgeschlagenen Maßstäben dürfte demnach wenig sprechen.

Schlussendlich bietet aber auch die hier skizzierte Regel keine umfassende Lösung für all jene Schwierigkeiten, die mit der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln einhergehen. So kann es – unabhängig des dogmatischen Ansatzes – bei passiven Verbrauchern, die bereits vom internationalen Verbrauchervertragsrecht der Rom I-VO geschützt werden, zu unerwünschten Ergebnissen durch die Kontrolle kommen.⁵⁰⁵ Zudem werden auch gewisse Unsicherheiten bei Anwendung bestehen bleiben. Schließlich besteht bei der Kontrolle nicht bloß Rechtsunsicherheit, weil die Abgrenzung von nationalen Kontrollinstrumenten und vorrangigem Gemeinschaftsrecht im Detail umstritten ist. Vielmehr hat die untersuchte Kontrollpraxis gezeigt, dass eine Vielzahl der aktuellen Praxisfragen zur AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln überhaupt erst infolge der Rechtsprechung des EuGH entstanden sind.⁵⁰⁶ Sofern die mitgliedstaatlichen Gerichte jene Folgefragen – wie bislang – nicht konsequent vorlegen⁵⁰⁷, kann daher keine effektive Rechtsfortbildung vom EuGH betrieben werden. Doch selbst wenn die mitgliedstaatlichen Gerichte häufiger das Vorabentscheidungsverfahren anstoßen sollten, kann der EuGH nicht alle Details der Kontrolle vorgeben.⁵⁰⁸ Konkrete Anforderungen für Rechtswahlklauseln aus dem Gemeinschaftsrecht abzuleiten, wird für den Rechtsanwender daher nicht weniger problematisch, als wenn er diese dem nationalen Recht entnehmen müsste.⁵⁰⁹ Zudem werden Veränderungen in der Kautelarpraxis stets neue Fragen in Bezug auf die Gestaltung von Rechtswahlklauseln aufwerfen.⁵¹⁰ Letztlich wird der Ansatz von *Schmitz* die Rechtsunsicherheit bei der AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln also ebenfalls nicht restlos beseitigen können.

⁵⁰⁰ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 37.

⁵⁰¹ Vgl. *Heiss*, *RabelsZ* 65 (2001), 634 (640ff.). Wobei *Heiss* diese Ansicht gerade nicht vertritt und die AGB-Kontrolle gänzlich dem nationalen Recht zugewiesen sehen will.

⁵⁰² Vgl. *Heiss*, *RabelsZ* 65 (2001), 634 (637ff.).

⁵⁰³ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 38.

⁵⁰⁴ *Schmitz*, Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, S. 38 m.w.N.

⁵⁰⁵ Siehe die Ausführungen zum „Schutzparadox“ in Kapitel. E.I.1.

⁵⁰⁶ Siehe E.I.1.

⁵⁰⁷ Vgl. *Mankowski*, *IPRax* 39 (2019), 208 (212f.); *Picht/Kopp*, *IPRax* 44 (2024), 16 (27).

⁵⁰⁸ Vgl. EuGH, Urteil vom 28.07.2016, C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 – Amazon, *EuZW* 2016, 754, (Rn. 71).

⁵⁰⁹ Die unzureichende Konkretetheit der Kontrollvorgaben betrifft auch die europäischen Rechtsakte, siehe Kapitel D.I.3.

⁵¹⁰ *Hesse*, *Diktierte Parteiautonomie*, S. 431.

F. Fazit

Wann immer die freie Rechtswahl im Kollisionsrecht Erwähnung findet, wird ihre besondere Bedeutung hervorgehoben: Sie ist ein „kollisionsrechtliche(s) Grundprinzip“⁵¹¹, ein „weltweit akzeptierter Grundsatz des internationalen Schuldvertragsrechts“⁵¹², „einer der Ecksteine des Systems der Kollisionsnormen“⁵¹³. Intuitiv würde man deshalb vermutlich erwarten, dass bei dem so bedeutsamen Institut der Rechtswahl die meisten Grundsatzfragen bereits abschließend geklärt sind.⁵¹⁴ Im Rahmen der Arbeit konnte jedoch aufgezeigt werden, dass diese Erwartung derweil nicht mehr als eine Wunschvorstellung darstellt. Zumindest dann, wenn das anwendbare Recht nicht individuell von den Vertragsparteien vereinbart, sondern – wie im modernen Wirtschaftsleben üblich – von einer Partei einseitig durch AGB bestimmt wird. Denn dann unterliegt die Rechtswahl der gerichtlichen AGB-Kontrolle, die im Detail mit jenen ungeklärten Grundsatzfragen verbunden ist.⁵¹⁵ Das führt im Ergebnis dazu, dass der Ausgang von Rechtsstreitigkeiten trotz bzw. *gerade wegen* des Vorhandenseins einer Rechtswahlklausel in AGB zum aktuellen Zeitpunkt unvorhersehbar bleibt.

Aufgrund dieser Feststellung drängt sich die Frage auf, wie die AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln verlässlicher gestaltet werden könnte. Auch hiermit beschäftigte sich die Arbeit. So könnte eine Kontrolle, bei der primär gemeinschaftsrechtliche Maßstäbe beachtet werden müssen, bereits *de lege lata* bezüglich einiger bestehender Unsicherheiten Abhilfe schaffen.⁵¹⁶ Gänzlich ließe sich die Rechtsunsicherheit allerdings auch mit diesem dogmatischen Kontrollansatz nicht beseitigen.⁵¹⁷ Überhaupt ist es unumgänglich, dass die Kontrolle von Rechtswahlklauseln mit Ungewissheit verbunden bleibt.⁵¹⁸

Dennoch kann die Kontrolle aufgrund der Gefahren, die Rechtswahlklauseln in AGB unter Umständen realisieren, *in bestimmten Fällen* durchaus erforderlich sein.⁵¹⁹ Die Arbeit konnte jedoch aufzeigen, dass grundsätzlich eine größere Zurückhaltung bei der gerichtlichen Kontrolle geboten sein sollte. Schließlich kommt bereits die Rom I-VO dem Schutzbedürfnis des passiven Verbrauchers auf kollisionsrechtlicher Ebene nach.⁵²⁰ In jenen Fällen würde eine weniger strenge Kontrolle bei beiden Parteien eines grenzüberschreitenden Sachverhalts zum einen wieder für höhere Gewissheit über den maßgeblichen rechtlichen Rahmen des Vertrags sorgen und zum anderen einen effektiveren Schutz des Verbrauchers gewährleisten. Ob die mitgliedstaatlichen Gerichte die Zurückhaltung bei der Kontrolle künftig beherzigen werden, bleibt aufgrund ihrer oftmals flüchtigen Auseinandersetzung mit der Dogmatik des Kollisionsrechts allerdings fraglich. Daher kann abschließend zur AGB-Kontrolle von Rechtswahlklauseln in der deutschen und europäischen Kontrollpraxis festgehalten werden: Sie trägt nicht zum effektiven Schutz des Verbrauchers, dafür jedoch zu höherer Rechtsunsicherheit bei.

⁵¹¹ Maultzsch, *RabelsZ* 75 (2011), 60 (62).

⁵¹² Basedow, *RabelsZ* 75 (2011), 32 (32).

⁵¹³ Erwägungsgrund 11 Rom I-VO.

⁵¹⁴ Pfeiffer, *Versicherungsrecht, Haftungs- und Schadensrecht* 2014, 843 (843).

⁵¹⁵ Siehe Kapitel D.II, III und Kapitel E.I.2.

⁵¹⁶ Siehe Kapitel E.II.2.

⁵¹⁷ Siehe Kapitel E.II.3.

⁵¹⁸ So auch Hesse, *Diktierte Parteiautonomie*, S. 431.

⁵¹⁹ Zu den allgemeinen Gefahren der Verwendung von AGB, siehe Kapitel C.I.3. Zu den speziellen Gefahren von Rechtswahlklauseln, siehe Kapitel C.II.3.

⁵²⁰ Siehe Kapitel B.II.2. und E.I.1.

Anhang

Anhang 1: Rechtswahlklauseln in der Praxis

Vertragspartner	Rechtswahlklausel vorhanden?	Formulierung (zusammengefasst)	Gewähltes Recht	Vertragssystematik
Adidas AG (adidas)	ja	Die vorliegenden Geschäftsbedingungen von adidas unterliegen dem Recht der Niederlande. Auf Kaufverträge findet niederländisches Recht Anwendung; die Anwendbarkeit des Übereinkommens der Vereinten Nationen über Verträge über den internationalen Warenkauf (CISG) ist ausgeschlossen. Dies berührt nicht die Gültigkeit der zwingend anwendbaren Gesetze gemäß dem Recht des Landes, in dem Sie Ihren (Wohn-)Sitz haben.	niederländisches Recht (entspricht nicht dem Sitz der Gesellschaft)	Klausel 5.8 von 5.9
Alibaba.com Singapore E-Commerce Private Limited (AliExpress)	ja	Dieser Vertrag unterliegt dem Recht Hongkongs. Diese Rechtswahl entzieht Ihnen nicht den Schutz, der durch zwingende Bestimmungen im Recht der EU, des EWR oder des Vereinigten Königreichs als Land Ihres gewöhnlichen Aufenthaltes gewährt wird. Das bedeutet, dass Ihnen die entsprechenden Rechte und ihre Wahrnehmung gemäß dem Recht der EU bzw. des Vereinigten Königreichs und des Rechts Ihres gewöhnlichen Aufenthaltes zustehen.	chinesisches Recht (entspricht nicht dem Sitz der Gesellschaft)	Klausel 9.1 von 10.3
Amazon EU S.à.r.l. (Amazon)	ja	Es gilt luxemburgisches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG) und des Kollisionsrechts. (...) Wenn Sie Verbraucher mit gewöhnlichem Aufenthalt in der EU sind, genießen Sie außerdem Schutz der zwingenden Bestimmungen des Rechts Ihres Aufenthaltsstaates.	luxemburgisches Recht (entspricht dem Sitz der Gesellschaft)	Klausel 11 von 15
Deutsche Post AG (DHL)	ja	(...)Es gilt deutsches Recht.	deutsches Recht (entspricht dem Sitz der Gesellschaft)	Klausel 9 (4) von 9 (5)
Meta Platforms Ireland Limited (Instagram)	ja	Wenn sich aus oder im Zusammenhang mit deiner Nutzung des Dienstes als Verbraucher ein Anspruch oder Streitfall ergibt, vereinbaren wir, (...) dass die Gesetze dieses Landes ohne Berücksichtigung kollisionsrechtlicher Bestimmungen gelten werden.	Wahl des Aufenthaltsrechts des Verbrauchers	Drittletzte Klausel
Kaufland e-commerce GmbH (Kaufland)	ja	Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. In Bezug auf die Rechtsverhältnisse zu Verbrauchern gilt diese Rechtswahl nur insoweit, als dass der gewährte Schutz durch zwingende Bestimmungen des Rechts des Staates, in dem der Verbraucher seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat, nicht entzogen wird.	deutsches Recht (entspricht dem Sitz der Gesellschaft)	Letzte Klausel
Die kleinanzeigen.de GmbH (Kleinanzeigen)	ja	Auf die Nutzungsbedingungen, den Nutzungsvertrag und alle darauf basierenden Vereinbarungen zwischen Kleinanzeigen und dem Nutzer findet ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland Anwendung. Die Anwendung des UN-Kaufrechts (CISG) ist ausgeschlossen. Für Verbraucher mit Wohnsitz in der EU finden zusätzlich die zwingenden Bestimmungen des Verbraucherschutzrechts des Mitgliedstaats Anwendung, in dem der Verbraucher seinen Wohnsitz hat, sofern diese vorteilhafter für den Verbraucher sind als die Bestimmungen des deutschen Rechts.	deutsches Recht (entspricht dem Sitz der Gesellschaft)	Letzte Klausel
Deutsche Lufthansa AG (Lufthansa)	nein			
888 Germany Limited (Mr. Green)	ja	Die Nutzungsbedingungen sowie die Beziehung zwischen den Vertragsparteien unterliegen den Gesetzen von Malta und werden gemäß diesen Gesetzen ausgelegt. (...) Sofern die einschlägigen Gesetze (zur Klarstellung inkl. dem Übereinkommen und den Verordnungen der Europäischen Union wie bspw. die Fluggastrechteverordnung [Verordnung (EG) Nr. 261/2004], letztere in Bezug auf das Recht des Vereinigten Königreichs in der durch "The Air Passenger Rights and Air Travel Organisers' Licensing (Amendment) (EU Exit) Regulations 2019" geänderten Fassung) nichts anderes vorsehen, unterliegen Ihr Beförderungsvertrag mit uns, diese Beförderungsbedingungen und unsere themenspezifischen Regelungen dem irischen Recht und werden in Übereinstimmung mit diesem ausgelegt.	maltesisches Recht (entspricht dem Sitz der Gesellschaft)	Klausel 23 von 26
Ryanair DAC (Ryanair)	ja	Insbesondere ist irisches Recht anzuwenden in Bezug auf Ansprüche auf Rückerstattung von Steuern und Gebühren, die in Bezug zu Ihrem Beförderungsvertrag angefallen sein könnten Soweit nach dem zwingenden Recht eines Mitgliedstaates der Europäischen Union oder eines anderen Landes nicht etwas anderes vorgeschrieben ist, unterliegt die Vereinbarung (und etwaige aus oder in Zusammenhang damit entstehenden außervertraglichen Streitigkeiten/Ansprüche) deutschem Recht, unter Ausschluss der Kollisionsnormen. (...)	irisches Recht (entspricht dem Sitz der Gesellschaft) deutsches Recht (entspricht nicht dem Sitz der Gesellschaft [Schweden])	Klausel 2.4 von 19
Spotify AB (Spotify)	ja		Wahl des Aufenthaltsrechts des Verbrauchers (wenn EU), irisches Recht (wenn nicht EU) entspricht dem Sitz der Gesellschaft	Letzte Klausel
Whaleco Technology Limited (Temu)	ja	Wenn Sie in einem Land der Europäischen Union ansässig sind, unterliegen diese Bedingungen und alle Streitigkeiten, die sich zwischen Ihnen und uns ergeben könnten, den Gesetzen des betreffenden Landes. Wenn Sie in einem Land außerhalb der Europäischen Union ansässig sind, unterliegen diese Bedingungen und alle Streitigkeiten, die sich zwischen Ihnen und uns ergeben könnten, irischem Recht. Das Übereinkommen der Vereinten Nationen über Verträge über den internationalen Warenkauf gilt nicht für die Vereinbarung zwischen Ihnen und uns oder diese Bedingungen.	maltesisches Recht (entspricht dem Sitz der Gesellschaft)	Klausel 17.3 von 18
Típico Co. Ltd. (Típico)	ja	Es gilt das Recht der Republik Malta unter Ausschluss des Kollisionsrechts. (...) Wenn Sie Verbraucher mit gewöhnlichem Aufenthaltsort in der EU sind, genießen Sie außerdem den Schutz der zwingenden Bestimmungen des Rechts Ihres Aufenthaltsstaates. (...)	maltesisches Recht (entspricht dem Sitz der Gesellschaft)	Klausel 1.17 von 15
Zalando SE (Zalando)	nein			
AIDA Cruises - Zweigniederlassung der Costa Crociere S.p.A.	ja	Auf diesen Vertrag findet das Recht der Bundesrepublik Deutschland mit Ausnahme des UN-Kaufrechts (United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods [CISG] vom 11.04.1980) Anwendung. Gegenüber Verbrauchern gilt diese Rechtswahl insoweit, als nicht der gewährte Schutz durch zwingende Bestimmungen des Rechts des Staates, in dem der Gast seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat, entzogen wird.	deutsches Recht (entspricht dem Sitz der Zweigniederlassung)	Klausel 15.2 von 15.5

Die AGB wurden zuletzt am 25.03.2024 abgerufen.

Anhang 2: Die Kontrollpraxis der deutschen Zivilgerichte

Entscheidung	Ergebnis	Kontrollinstrument(e)	Anknüpfung
OLG Köln, Urteil vom 23.11.2023 Az: 18 U 73/23 Vorgehend: LG Köln, 30 O 84/22	Rechtswahlklausel (österreichisches Recht) wirksam	Unklar	Unklar
OLG Thüringen, Urteil vom 17.10.2023 Az: 7 U 1091/22 Vorgehend: LG Mülhausen, 3 O 924/20 (gleiches Ergebnis bezüglich der Rechtswahl)	Rechtswahl (maltesisches Recht) unwirksam	Transparenzkontrolle nach deutschem Recht	Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO
LG Tübingen, Urteil vom 28.08.2023 Az: 2 O 344/22	Rechtswahl (maltesisches Recht) unwirksam	Rechtsmissbrauch nach Klausel-RL	Art. 3 Abs. 1 Klausel-RL
LG Essen, Urteil vom 05.07.2023 Az: 16 O 235/22	Rechtswahl (maltesisches Recht) unwirksam	Transparenzkontrolle nach deutschem Recht	Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO
LG Wuppertal, Urteil vom 27.06.2023 Az: 6 O 246/22	Rechtswahl (maltesisches Recht) unwirksam	Verstoß gegen die Klausel-RL	Klausel-RL (unklar welche Vorschrift)
LG Landau (Pfalz), Urteil vom 25.05.2023 Az: 2 O 84/22	Rechtswahl (maltesisches Recht) unwirksam	Transparenzkontrolle nach deutschem Recht	Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO
OLG Stuttgart, Urteil vom 21.04.2023 Az: 5 U 348/21 vorgehend: LG Stuttgart, 20 O 122/21 (gleiches Ergebnis bezüglich der Rechtswahlklausel)	Rechtswahl (irisches Recht) unwirksam	Wahl eines in Art. 5 Abs. 2 UAbs. 2 Rom I-VO nicht aufgeführten Rechts	Art. 5 Abs. 2 UAbs. 2 Rom I-VO

<p>OLG Karlsruhe, Urteil vom 06.04.2023</p> <p>Az: 14 U 256/21</p> <p>vorgehend:</p> <p>LG Waldshut-Tiengen, 2 O 296/20 (gleiches Ergebnis bezüglich Rechtswahlklausel)</p>	<p>Rechtswahl (maltesisches Recht) unwirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle nach deutschem Recht</p>	<p>Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO</p>
<p>LG Köln, Urteil vom 30.03.2023</p> <p>Az: 36 O 290/20</p>	<p>Rechtswahl (Recht unbekannt) unwirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle nach deutschem Recht</p>	<p>Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO</p>
<p>LG Frankfurt a. M., Urteil vom 15.03.2023</p> <p>Az: 3-08 O 43/21</p>	<p>Rechtswahl (englisches und walisisches Recht) unwirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle nach – laut Gericht – englischem Recht (eigentlich unmittelbar nach der Klausel-RL)</p>	<p>(Art. 3 Abs. 5, 10 Abs. 1 Rom I-VO)</p>
<p>OLG Köln, Urteil vom 02.03.2023</p> <p>Az: 18 U 189/21</p> <p>vorgehend:</p> <p>LG Aachen, 1 O 230(19 (gleiches Ergebnis bezüglich Rechtswahlklausel)</p>	<p>Rechtswahl (österreichisches Recht) wirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle nach österreichischem Recht,</p> <p>Überraschungsverbot nach deutschem Recht</p>	<p>Art. 27 Abs. 4, 31 Abs. 1 EGBGB a.F.</p> <p>Und</p> <p>Art. 31 Abs. 2 EGBGB</p>
<p>OLG Köln, Urteil vom 02.03.2023</p> <p>Az: 18 U 188/21</p> <p>vorgehend:</p> <p>LG Aachen, 1 O 601/20 (gleiches Ergebnis bezüglich Rechtswahlklausel)</p>	<p>Rechtswahl (österreichisches Recht) wirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle nach österreichischem Recht,</p> <p>Überraschungsverbot nach deutschem Recht</p>	<p>Art. 27 Abs. 4, 31 Abs. 1 EGBGB a.F.</p> <p>Und</p> <p>Art. 31 Abs. 2 EGBGB</p>

<p>LG Frankfurt a. M., Urteil vom 19.01.2023</p> <p>Az: 2-24 S 74/22</p> <p>vorgehend:</p> <p>AG Frankfurt a. M., 30 C 3185/21 (68) (gleiches Ergebnis bezüglich Rechtswahlklausel)</p>	<p>Rechtswahl (irisches Recht)</p> <p>unwirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle nach irischem Recht</p>	<p>Art. 3 Abs. 5, 10 Abs. 1 Rom I-VO</p>
<p>LG Frankfurt a. M., Urteil vom 21.12.2022</p> <p>Az: 2-13 O 258/21</p>	<p>Rechtswahl (maltesisches Recht)</p> <p>unwirksam</p>	<p>Kontrolle anhand der Klausel-RL</p>	<p>Unklar</p>
<p>AG Frankfurt a. M.), Urteil vom 21.10.2022</p> <p>Az: 32 C 1669/22 (90)</p>	<p>Rechtswahl (irisches Recht)</p> <p>wirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle und Überraschungsverbot</p>	<p>Unklar</p>
<p>LG Stuttgart, Urteil vom 29.09.2022</p> <p>Az: 5 S 23/22</p> <p>vorgehend:</p> <p>AG Nürtingen, 11 C 756/21 (gleiches Ergebnis bezüglich Rechtswahl)</p>	<p>Rechtswahl (englisches und walisisches Recht)</p> <p>unwirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle wohl nach englischem Recht</p>	<p>Art. 3 Abs. 5, 10 Abs. 1 Rom I-VO</p>
<p>AG Dortmund, Teilurteil vom 12.04.2022</p> <p>Az: 425 C 5876/21</p>	<p>Rechtswahl (irisches Recht)</p> <p>unwirksam</p>	<p>Überschungsverbot nach deutschem Recht,</p> <p>Transparenzkontrolle (unklar nach welchem Recht)</p>	<p>Art. 3 Abs. 5, 10 Abs. 2 Rom I-VO</p>
<p>OLG Frankfurt, Beschluss vom 8.04.2022</p> <p>Az: 23 U 55/21</p> <p>vorgehend:</p> <p>LG Gießen 4. Zivilkammer, 25. Februar 2021, 4 O 84/20, Urteil (gleiches ergebnis hinsichtlich Rechtswahl)</p>	<p>Rechtswahl (maltesisches Recht)</p> <p>unwirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle nach deutschem Recht</p>	<p>Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO</p>

<p>LG Landshut, Endurteil vom 19.11.2021 Az: 54 O 2882/20</p>	<p>Rechtswahl (englisches Recht) unwirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle nach deutschem Recht</p>	<p>Art. 3 Abs. 5, 10 Abs. 2 Rom I-VO</p>
<p>OLG Köln, Beschluss vom 29.01.2021 Az: 9 U 184/20</p> <p>vorgehend: LG Köln, 25 O 212/19 (gleiches Ergebnis bezüglich Rechtswahl)</p>	<p>Rechtswahl (irisches Recht) unwirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle nach irischem Recht</p>	<p>Art. 3 Abs. 5, 10 Abs. 1 Rom I-VO</p>
<p>LG Frankfurt, Teilurteil vom 3.07.2020 Az: 2-24 O 100/19</p>	<p>Rechtswahl (irisches Recht) unwirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle nach irischem Recht</p>	<p>Art. 3 Abs. 5, 10 Abs. 1 Rom I-VO</p>
<p>AG Köln, Beschluss vom 19.05.2020 Az: 142 C 616/18</p>	<p>Rechtswahl (irisches Recht) unwirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle nach der Klausel-RL</p>	<p>Art. 23 Rom I-VO, Klausel-RL</p>
<p>AG Bühl, Urteil vom 11.11.2019 Az: 2 C 106/19</p>	<p>Rechtswahl (irisches Recht) unwirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle wohl nach irischem Recht</p>	<p>Art. 3 Abs. 5, 10 Abs. 1 Rom I-VO</p>
<p>AG Hamburg, Urteil vom 29.03.2019 Az: 23a C 416/17</p>	<p>Rechtswahl (englisches und walisisches Recht) wirksam</p>	<p>Einbeziehungskontrolle nach englischem Recht, Transparenzkontrolle</p>	<p>Art. 3 Abs. 5, 10 Abs. 1 Rom I-VO</p>
<p>OLG München, Urteil Vom 10.01.2019 Az: 29 U 1091/18</p> <p>vorgehend: LG München I, 12 O 730/17 (gleiches Ergebnis bezüglich Rechtswahl)</p>	<p>Rechtswahl (luxemburgisches Recht) unwirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle nach Klausel-RL</p>	<p>Unklar</p>

<p>OLG Frankfurt, Urteil vom 13.12.2018 Az: 16 U 15/18</p> <p>Vorgehend: LG Frankfurt, 2-24 O 8/17</p>	<p>Rechtswahl (englisches und walisisches Recht) wirksam</p>	<p>Einbeziehungskontrolle und Transparenzkontrolle wohl nach englischem Recht</p>	<p>Art. 3 Abs. 5, 10 Abs. 1 Rom I-VO</p>
<p>OLG Stuttgart, 14.09.2018 Az: 5 U98/17</p> <p>vorgehend: LG Ulm, 4 O 66/13 (gleiches Ergebnis bezüglich Rechtswahl)</p>	<p>Rechtswahl (schweizerisches Recht) unwirksam</p>	<p>Inhaltskontrolle und Transparenzkontrolle nach deutschem Recht</p>	<p>Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO</p>
<p>AG Bremen, Urteil vom 10.08.2018 Az: 7 C 308/17</p>	<p>Rechtswahl (irisches Recht) unwirksam</p>	<p>Inhaltskontrolle nach deutschem Recht</p>	<p>Art. 11 Abs. 4 Rom I-VO</p>
<p>LG Frankfurt a. M., Urteil vom 14.12.2017 Az: 2-24 O 8/17</p>	<p>Rechtswahl (englisches und walisisches Recht) unwirksam</p>	<p>Transparenzkontrolle nach Klausel-RL</p>	<p>Art. 23 Rom I-VO, Klausel-RL</p>
<p>AG Simmern, Urteil vom 19.04.2017 Az: 32 C 571/16</p>	<p>Rechtswahl (irisches Recht) unwirksam</p>	<p>Inhaltskontrolle nach deutschem Recht</p>	<p>Art. 11 Abs. 4 Rom I-VO</p>

Literaturverzeichnis

- Aden, Felix Menno Balthasar*: Battle of Forms, Konkurrierende AGB im multilateralen Rechtsvergleich, Studien zum ausländischen und internationalen Privatrecht, Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht, Band 460, hrsg. von Holger Fleischer/Ralf Michaels/Reinhard Zimmermann, Mohr Siebeck, Tübingen 2021.
- Ampatzi, Styliani*: Das AGB-Recht in der nationalen und internationalen Schiedsgerichtsbarkeit im unternehmerischen Geschäftsverkehr, Eine Untersuchung im deutschen und griechischen Recht, Internationales und europäisches Privat- und Verfahrensrecht, Band 25, hrsg. von Hein Dörner/Burkhard Hess/Heinz-Peter Mansel, Nomos, Baden-Baden 2019, Zugl. Diss. Köln 2017.
- Appenzeller, Carmen*: Die europäische AGB-Kontrolle, Europäisches Privatrecht, Band 51, hrsg. von Reiner Schulze, Nomos, Baden-Baden 2017, Zugl. Diss, Berlin 2017.
- Bälz, Kilian*, Das islamische Recht als Vertragsstatut?, IPRax 25 (2005), S. 44.
- Bar, Christian von/Mankowski, Peter*: Internationales Privatrecht, Band I Allgemeine Lehren, 2. Aufl., C.H. Beck, München 2003.
- Basedow, Jürgen*, Theorie der Rechtswahl oder Parteiautonomie als Grundlage des Internationalen Privatrechts, RabelsZ 75 (2011), S. 32.
- Becker, Felix*, Die Reichweite der AGB-Inhaltskontrolle im unternehmerischen Geschäftsverkehr aus teleologischer Sicht, JZ 65 (2010), S. 1098.
- Brödermann, Eckart*, Paradigmenwechsel im Internationalen Privatrecht, Zum Beginn einer neuen Ära seit 17.12.2009, NJW 63 (2010), S. 807.
- Calliess, Galf-Peter/Mertens, Jens M.*, Privatrecht und Wettbewerbspolitik in der Globalisierung, RabelsZ 74 (2010), S. 463.
- Canaris, Claus-Wilhelm*, Wandlungen des Schuldvertragsrechts – Tendenzen zu seiner „Materialisierung“, AcP 200 (2000), S. 273.
- Drexl, Josef*: Die wirtschaftliche Selbstbestimmung des Verbrauchers, Eine Studie zum Privat- und Wirtschaftsrecht unter Berücksichtigung gemeinschaftsrechtlicher Bezüge, Jus Privatum, Beiträge zum Privatrecht, Band 31, Mohr Siebeck, Tübingen 1998, Zugl. Habil. München 1996.
- Callies, Christian/ Ruffert, Matthias*: EUV/AEUV, Kommentar, 6. Aufl. 2022, C.H. Beck, München (zit.: *Bearbeiter*in*: Callies/Ruffert, EUV/AEUV).

- Ferrari, Franco/Kieninger, Eva-Maria/Mankowski, Peter* u.a.: Internationales Vertragsrecht, Kommentar, 3. Aufl. 2018, C.H. Beck, München (zit.: *Bearbeiter*in* in: Int-VertragsR, Rom I-VO).
- Flessner, Axel*: Interessenjurisprudenz im internationalen Privatrecht, Beiträge zum ausländischen und internationalen Privatrecht, Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht, Band 53, hrsg. von Ulrich Drobnig/Hein Kötz/Ernst-Joachim Mestmäcker, Mohr Siebeck, Tübingen 1990.
- Freiherr von Harder, Stephan Alexander*: Unternehmensinternes Vertragsrecht, Normsetzung, Streitschlichtung und Vollstreckung im firmeninternen Handel, Recht und Gesellschaft - Law and Society, Band 8, hrsg. von Susanne Baer/Kai-D Bussmann/Gralf-Peter Callies/Susanne Karstedt/Matthias Mahlmann, Nomos, Baden-Baden 2016, zugl. Diss. Bremen 2015.
- Gössl, Susanne Lilian*: Parteidispositionen und EU-Verbrauchervertragsrecht, Jus Privatum, Beiträge zum Privatrecht, Band 254, Mohr Siebeck, Tübingen 2021, Zugl. Habil. Bonn 2020.
- Gottschalk, Eckart*, Das Transparenzgebot und allgemeine Geschäftsbedingungen, AcP 206 (2006), S. 555.
- Gralf-Peter Von Calliess*, Transnationales Verbrauchervertragsrecht, RabelsZ 68 (2004), S. 244.
- Grünberger, Michael*, Der Anwendungsbereich der AGB-Kontrolle, JURA 31 (2009), S. 249.
- Hamacher, Karl*, Rechtswahl in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, Wahl eines fremden Rechts im innerstaatlichen Rechtsverkehr und bei Verträgen über die Grenze, in: AGB im Spannungsfeld zwischen Kautelarpraxis und Rechtsprechung, Linklaters AGB-Symposien 2005 und 2006, hrsg. von Manfred Lieb und Michael Abels, Baden-Baden 2007, 83 ff.
- Hau, Wolfgang/Poseck, Roman* (Hrsg.): BeckOK BGB, 69. Edition 2024, C.H. Beck, München (zit. BeckOK BGB/*Bearbeiter*in*, Rom I-VO).
- Heiss, Helmut*, Inhaltskontrolle von Rechtswahlklauseln in AGB nach europäischem Internationalem Privatrecht?, RabelsZ 65 (2001), S. 634.
- Hellgardt, Alexander*, Das Verbot der kollisionsrechtlichen Wahl nichtstaatlichen Rechts und das Unionsgrundrecht der Privatautonomie, RabelsZ 2 (2018), S. 654.
- Hesse, Mascha*: Diktierte Parteiautonomie, Zur AGB-Kontrolle von internationalen Rechtswahl-, Gerichtsstands- und Schiedsklauseln im europäischen Rechtsraum, Studien

- zum ausländischen und internationalen Privatrecht, Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht, Band 486, hrsg. von Holger Fleischer/Ralf Michaels/Reinhard Zimmermann, Mohr Siebeck, Tübingen 2022, zugl. Diss. Bremen 2021.
- Hinsch, L. Christian/Horn, Norbert*: Das Vertragsrecht der internationalen Konsortialkredite und Projektfinanzierungen, 2013. Aufl., Recht des internationalen Wirtschaftsverkehrs, Band 2, Norbert Horn, De Gruyter, Berlin, New York 1985.
- Hoffmann, Hermann*: Kammern für internationale Handelssachen, Eine juristisch-ökonomische Untersuchung zu effektiven Justizdienstleistungen im Außenhandel, Recht und Gesellschaft - Law and Society, Band 4, hrsg. von Susanne Bear/Kai-D, Bussmann/Gralf-Peter Calliess/Susanne Karstedt/Matthias Mahlmann, Nomos, Baden-Baden 2011, Zugl. Diss. Bremen 2011.
- Junker, Abbo*: Internationales Privatrecht, 4. Aufl., Grundrisse des Rechts, C.H. Beck, München 2021.
- Kegel, Gerhard/Schurig, Klaus*: Internationales Privatrecht, 9. Aufl., Juristische Kurz-Lehrbücher, C.H. Beck, München 2004.
- Kötz, Hein*, Unfair Terms in Consumer Contracts, Recent Developments in Europe from a Comparative and Economic Perspective, in: Festschrift til Ole Lando - Papers dedicated to Ole Lando, hrsg. von Ole. Lando, Lennart. Lynge Andersen und Jens. Fejø et al., Kopenhagen 1997, 203 ff.
- Lenel, Hans Otto et al.* (Hrsg.), ORDO, Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft Band 47 Bd. 47, Stuttgart 1996.
- Leuschner, Lars*, Gebotenheit und Grenzen der AGB-Kontrolle, Weshalb M&A-Verträge nicht der Inhaltskontrolle der §§ 305 ff. AGB unterliegen, AcP 207 (2007), S. 491.
- Mankowski, Peter*: Interessenpolitik und europäisches Kollisionsrecht, Rechtspolitische Überlegungen zur Rom I- und zur Rom II-Verordnung, Schriftenreihe des Zentrums für Europäische Rechtspolitik an der Universität Bremen (ZERP), Band 62, Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Baden-Baden 2011.
- Mankowski, Peter*, Rechtswahlklauseln in Luftbeförderungs-AGB auf dem Prüfstand, RRA 22 (2014), S. 118.
- Mankowski, Peter*, Verbandsklagen, AGB-Recht und Rechtswahlklauseln in Verbraucherverträgen, NJW 69 (2016), S. 2705.
- Mankowski, Peter*, Rechtswahlklauseln in den AGB von Fluggesellschaften, IPRax 39 (2019), S. 208.

- Mansel, H. P./Thorn, K./Wagner, R.*, Europäisches Kollisionsrecht 2008: Fundamente der Europäischen IPR-Kodifikation, IPRax 29 (2009), S. 1.
- Martiny, Dieter*, Europäisches Internationales Schuldrecht – Feinarbeit an Rom I- und Rom II-Verordnungen, ZEuP 26 (2018), S. 218.
- Maultzsch, Felix*, Rechtswahl und ius cogens im Internationalen Schuldvertragsrecht, RabelsZ 75 (2011), S. 60.
- McColgan, Peter*: Abschied vom Informationsmodell im Recht allgemeiner Geschäftsbedingungen, Studien zum Privatrecht, Band 91, Mohr Siebeck, Tübingen 2020, Zugl. Diss. Berlin 2018.
- Möllnitz, Christina*, Irreführung durch Rechtsverteidigung, Zu den Grenzen zwischen zulässiger Rechtsverteidigung und unzulässiger Täuschung über Verbraucherrechte im UWG, VuR 35 (2020), S. 411.
- Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, Band 2, Schuldrecht - Allgemeiner Teil I, 9. Aufl., 2022, München, C.H. Beck (zit.: MüKo/Bearbeiter*in, BGB).
- Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, Band 13, Internationales Privatrecht II, 8. Aufl., 2021, München, C.H.BECK (zit.: MüKo/Bearbeiter*in, Rom I-VO).
- Neuhaus, Paul Heinrich*: Die Grundbegriffe des Internationalen Privatrechts, 2. Aufl., Beiträge zum ausländischen und internationalen Privatrecht, Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht, Band 30, hrsg. von Konrad Zweigert, Mohr Siebeck, Tübingen 1976.
- Nordermann, Jan Bernd*, AGB-Kontrolle von Nutzungsrechtseinräumungen durch den Urheber, NJW 65 (2012), S. 3121.
- Ohly, Ansgar*, Generalklausel und Richterrecht, AcP 201 (2001), S. 1.
- Pfeiffer, Thomas*, Neues Internationales Vertragsrecht - Zur Rom I-Verordnung, EuZW 19 (2008), S. 622.
- Pfeiffer, Thomas*, Rechtswahlvereinbarung und Transparenzkontrolle, in: Versicherungsrecht, Haftungs- und Schadensrecht, Festschrift für Egon Lorenz zum 80. Geburtstag, hrsg. von Manfred Wandt, Peter Reiff und Dirk Looschelders et al., Karlsruhe 2014, 843 ff.
- Pfeiffer, Thomas*, AGB-Kontrolle von Rechtswahlvereinbarungen und Fehlverständnisse beim Günstigkeitsvergleich, IPRax 35 (2015), S. 320.
- Pfeiffer, Thomas*, Entwicklungen und aktuelle Fragestellungen des AGB-Rechts, NJW 70 (2017), S. 913.

- Pfeiffer, Thomas*, Entwicklungen und aktuelle Fragestellungen des AGB-Rechts, NJW 70 (2017), S. 913.
- Pfeiffer, Thomas*, Transparenz von Rechtswahlklauseln in Verbraucherverträgen, LMK 2017, 393442.
- Picht, Peter Georg/Kopp, Caroline*, Aktuelle Praxisfragen der Rechtswahl nach den Rom I-/Rom II-Verordnungen, IPRax 44 (2024), S. 16.
- Püls, Joachim*: Parteiautonomie, Die Bedeutung des Parteiwillens und die Entwicklung seiner Schranken bei Schuldverträgen im deutschen Rechtsanwendungsrecht des 19. und 20. Jahrhunderts, Schriften zur Rechtsgeschichte, Band 66, Duncker & Humblot, Berlin 1995, zugl. Diss. Bayreuth 1995.
- Rapatz, Caroline Sophie*: Das Internationale Privatrecht der EU – Vorbild oder Vormacht?, Abgrenzungen und Wirkungen im Verhältnis zum nationalen und völkerrechtlichen Kollisionsrecht, Beiträge zum ausländischen und internationalen Privatrecht, Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht, Band 139, hrsg. von Holger Fleischer/Ralf Michaels, Mohr Siebeck, Tübingen 2023, zugl. Habil. Würzburg 2022.
- Rauscher, Thomas*: Internationales Privatrecht, Mit internationalem Verfahrensrecht, 5. Aufl., Schwerpunktbereich, C.F. Müller, Heidelberg 2017.
- Reis, Anna*: Die Bedeutung des Schweigens im Privatrecht, Ein deutsch-italienischer Rechtsvergleich unter Berücksichtigung des Internationalen Privatrechts, Studien zum ausländischen und internationalen Privatrecht, Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht, Band 481, hrsg. von Holger Fleischer/Ralf Michaels/Reinhard Zimmermann, Mohr Siebeck, Tübingen 2022, Zugl. Diss. München 2021.
- Remien, Oliver*, AGB-Gesetz und Richtlinie über mißbräuchliche Verbrauchervertragsklauseln in ihrem europäischen Umfeld, ZEuP 2 (1994), S. 34.
- Rösler, Hannes*, Primäres EU-Verbraucherrecht: Vom Römischen Vertrag bis zum Vertrag von Lissabon, EuR 43 (2008), S. 800.
- Roth, Wulf-Henning*, Rechtswahlklauseln in Verbraucherverträgen – eine schwierige Sache?, IPRax 33 (2013), S. 515.
- Roth, Wulf-Henning*, Datenschutz, Verbandsklage, Rechtswahlklauseln in Verbraucherverträgen: Unionsrechtliche Vorgaben für das Kollisionsrecht, IPRax 37 (2017), S. 449.
- Rühl, Giesela*, Die Kosten der Rechtswahlfreiheit, Zur Anwendung ausländischen Rechts durch deutsche Gerichte, RabelsZ 71 (2007), S. 559.

Rühl, Giesela: Statut und Effizienz, Ökonomische Grundlagen des Internationalen Privatrechts, Beiträge zum ausländischen und internationalen Privatrecht, Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht, Band 95, Mohr Siebeck, Tübingen 2011, Zugl. Habil. Hamburg 2010.

Sachse, Kathrin: Der Verbrauchervertrag im Internationalen Privat- und Prozeßrecht, Studien zum ausländischen und internationalen Privatrecht, Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht, Band 166, hrsg. von Jürgen Basedow/Klaus J. Hopt/Reinhard Zimmermann, Mohr Siebeck, Tübingen 2006, Zugl. Diss. Göttingen 2006.

Schack, Haimo, Was bleibt vom renvoi?, IPRax 33 (2013), S. 315.

Schmitz, Leonard Joseph: Die Wirksamkeit von Rechtswahl und Gerichtsstandsvereinbarung, Ein Beitrag zu Kohärenz und Systembildung im Kollisions- und Verfahrensrecht der Europäischen Union, Studien zum ausländischen und internationalen Privatrecht, Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht, Band 499, hrsg. von Holger Fleischer/Ralf Michaels, Mohr Siebeck, Tübingen 2023, zugl. Diss. Passau 2022.

Sensburg, Patrick Ernst/Braun, Frank/Röckinghausen, Marc et al.: Staats- und Europarecht, 3. Aufl., Verwaltung in Praxis und Wissenschaft, W. Kohlhammer, Stuttgart 2023.

Sommerfeld, Antonia: AGB-Reform und Rechtsflucht, Bedeutung der Rechtsflucht für die AGB-Reformdebatte im unternehmerischen Rechtsverkehr, Studien zum ausländischen und internationalen Privatrecht, Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht, Band 473, hrsg. von Holger Fleischer/Ralf Michaels/Reinhard Zimmermann, Mohr Siebeck, Tübingen 2021, Zugl. Diss. Hamburg 2021.

Streit, Manfred E./Mangels, Antje, Privatautonomes Recht und grenzüberschreitende Transaktionen, in: ORDO, Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft Band 47, hrsg. von Hans Otto Lenel, Helmut Gröner und Walter Hamm et al. Bd. 47, Stuttgart 1996, 73 ff.

Tassikas, Apostolos: Dispositives Recht und Rechtswahlfreiheit als Ausnahmereiche der EG-Grundfreiheiten, Ein Beitrag zur Privatautonomie, Vertragsgestaltung und Rechtsfindung im Vertragsverkehr des Binnenmarktes, Studien zum ausländischen und internationalen Privatrecht, Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht, Band 114, hrsg. von Jürgen Basedow/Klaus J. Hopt/Reinhard Zimmermann, Mohr Siebeck, Tübingen 2004, zugl. Diss. Frankfurt/M 2002.

Umbricht, Sarah, AGB-Kontrolle in den DACH-Staaten, in: Internationales Wirtschaftsrecht, Schiedsverfahren und Prozessführung | Internationales Handelsrecht | Wettbewerbsrecht und Regulierung, hrsg. von Patrick L. Krauskopf und Fabio Babey, Baden-Baden 2014, 114 ff.

Wackerbarth, Ulrich, Unternehmer, Verbraucher und die Rechtfertigung der Inhaltskontrolle vorformulierter Verträge, AcP 200 (2000), S. 45.

Wurmnest, Wolfgang, Kautelarpraxis und Allgemeine Geschäftsbedingungen, RabelsZ 82 (2018), S. 346.

Datenzugangs- und Nutzungsrechte durch den EU Data Act am Beispiel der Automobilbranche

Bachelorarbeit

an der

FH Aachen

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Wirtschaftsrecht (LL.B.)

Erstprüfer: Prof. Dr. jur. Alexander Golland

Eingereicht am: 22.04.2024

vorgelegt von

Tim Gerd Schultwessel

aus Bad Bentheim

Abstract

Daten erhalten durch die Digitalisierung in allen Wirtschaftssektoren einen immer höheren Wert. Verbraucher tragen durch die Nutzung ihrer IoT-Geräte stark dazu bei. Dies gilt auch für Daten in der Automobilbranche. Durch Sensoren und Software werden durch die Nutzung von einem Fahrzeug eine Vielzahl an Daten generiert, die wiederum größtenteils nur an den Fahrzeughersteller geleitet werden. Ein Zugangs- und Nutzungsrecht steht weder dem Verbraucher noch einem Dritten zu. Die EU-Kommission hat aufgrund des enormen Potentials von Daten die EU-Datenstrategie ausgerufen. Ein Bestandteil dieser Strategie umfasst den EU Data Act. Diese Verordnung soll faire Vorschriften für einen Datenzugang sowie der Datennutzung regulieren. Aufgrund der Tatsache, dass der Data Act seit Januar 2024 in Kraft getreten ist, jedoch erst ab September 2025 gilt, birgt dies eine gewisse Rechtsunsicherheit vor allem für Wirtschaftsunternehmen und Verbände. Dies gilt auch für die Automobilbranche.

Die vorliegende Bachelorarbeit analysiert anhand der Literatur die Datenzugangs- und Nutzungsrechte durch den EU Data Act am Beispiel der Automobilbranche.

Zu Beginn werden hierzu Beweggründe für einen Datenzugang für Verbraucher und Dritte sowie Grundlagen über Mobilitätsdaten und dem Data Act erläutert. Anschließend werden einzelne Datenzugangsverhältnisse vorgestellt. Dabei stehen vor dem Hintergrund des Anwendungsbereichs und des Adressatenkreises vor allem das Dreiecksverhältnis zwischen Nutzer, Dateninhaber und Datenempfänger im Fokus. Der Fokus dieser Arbeit liegt auf einem Anwendungsbeispiel in der Automobilbranche, welches auf den vorherigen Grundlagen basiert. Zum Abschluss werden Unterschiede in den Positionen von Automobilorganisationen zum Data Act-Entwurf aufgezeigt und die Abweichungen zwischen der endgültigen Fassung des Data Act und dem ursprünglich referenzierten Data Act Entwurf beschrieben. Dabei wird bewertet, inwiefern kritisierte Aspekte behoben wurden oder weiterhin bestehen.

Aus dem Ergebnis der Bachelorarbeit lässt sich entnehmen, dass der Ansatz der EU-Kommission für harmonisierende Vorschriften in allen Wirtschaftsbereichen der Richtige ist. Neben dem rechtlichen Rahmen für Zugangs- und Nutzungsrechte sind jedoch noch Unklarheiten in der Umsetzung zu erwarten. Dies ließ sich auch durch die Prüfung der Ansprüche aus den Anwendungsbeispielen verdeutlichen. Um sicherzustellen, dass sowohl das Recht auf Datenzugang als auch die praktische Durchsetzung möglich sind, sind ständige Überprüfungen und fortlaufende Anpassungen nötig. Ziel der EU-Kommission sollte es sein, eine Balance aus beiden Aspekten zu finden, um harmonisierte Vorschriften für fairen Zugang und Nutzung von Daten umsetzen zu können.

A. Mobilitätsdaten: Eigentum der Automobilhersteller oder Eigentum aller?	7
I. Ausgangssituation und Zielsetzung der Arbeit	7
II. Methodik und Durchführung	8
B. Zugang zu Mobilitätsdaten durch den Data Act	9
I. Gründe für den Zugang	9
1. Verbraucher	10
2. Dritte	11
II. Daten in der Automobilbranche	11
1. Entstehung von Mobilitätsdaten	12
2. Verschiedene Formen von Mobilitätsdaten	13
3. Empfänger/Verarbeiter der Daten	15
III. Data Act	15
1. Bisherige rechtliche Lösungen	15
2. Aufbau des Data Act	17
3. Zielvorstellungen des Data Act	18
4. Differenzen der Regelungen im Data Act	21
IV. Zwischenfazit	22
C. Datenzugangsverhältnisse	23
I. Allgemeine Bestimmungen	23
1. Anwendungsbereich	23
2. Adressatenkreis	24
II. Rechtliche Beziehungen zwischen Nutzer, Dateninhaber und Datenempfänger	26
1. Verhältnis Nutzer – Dateninhaber	27

2.	Verhältnis Nutzer – Datenempfänger _____	29
3.	Verhältnis Dateninhaber – Datenempfänger _____	30
III.	Zwischenfazit _____	33
D.	Anwendungsbeispiel anhand der Automobilbranche _____	34
I.	Ausgangssituation _____	34
II.	Datenzugangsansprüche des Nutzers _____	34
1.	Zugangsanspruch des Nutzers an sich selbst (Art. 4 Abs. 1 DA) _____	34
2.	Anspruch auf Weitergabe von Produkt- oder verbundene Dienstdaten an Dritte _____	38
III.	Zwischenfazit _____	42
E.	Positionen von Automobilorganisationen zum Data Act- Entwurf _____	43
I.	Verband der Automobilindustrie (VDA) _____	43
1.	Beschreibung der Position _____	43
2.	Einordnung nach Veröffentlichung der endgültigen Verordnung _____	44
II.	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club (ADAC) _____	45
1.	Beschreibung der Position _____	45
2.	Einordnung nach Veröffentlichung der endgültigen Verordnung _____	47
III.	European Automobile Manufactures´ Association (ACEA) _____	48
1.	Beschreibung der Position _____	48
2.	Einordnung nach Veröffentlichung der endgültigen Verordnung _____	49
F.	Fazit _____	50

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
ACEA	European Automobile Manufactures` Association
ADAC	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club
Art.	Artikel
BMVI	Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur
bzw.	beziehungsweise
DA	Data Act
DA-E	Data Act-Entwurf
DAR	Deutsches Autorecht (Zeitschrift)
DGA	Data Governance Act
DMA	Digital Markets Act
DSGVO	Datenschutzgrundverordnung
DuD	Datenschutz und Datensicherheit (Zeitschrift)
e.V.	eingetragener Verein
ErwG	Erwägungsgrund
EU	Europäische Union
EuGH	Gerichtshof der Europäischen Union
EuZ	Zeitschrift für Europarecht
Fn.	Fußnote
FRAND	Fair, Reasonable and non-Discriminatory
gem.	gemäß
GPS	Global Positioning System
GRUR	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht (Zeitschrift)
GRUR int.	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, internationaler Teil (Zeitschrift)
GRUR prax.	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht in der Praxis (Zeitschrift)
i.d.R.	in der Regel
i.S.d.	im Sinne des
i.S.v.	im Sinne von
IoT	Internet of things
Kfz	Kraftfahrzeug
KMU	Kleine und mittelständische Unternehmen

LG	Landgericht
lit.	litera
MMR	Multimedia und Recht (Zeitschrift)
NJW	Neue Juristische Wochenschrift
NZV	Neue Zeitschrift für Verkehrsrecht
OBD	On-Board-Diagnose
OLG	Oberlandesgericht
PKW	Personenkraftwage
RD <i>i</i>	Recht Digital (Zeitschrift)
sog.	sogenannte
UWG	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
VDA	Verband der Automobilindustrie
vgl.	vergleiche
VO	Verordnung
z.B.	zum Beispiel
ZEuP	Zeitschrift für Europäisches Privatrecht
ZRP	Zeitschrift für Rechtspolitik

A. Mobilitätsdaten: Eigentum der Automobilhersteller oder Eigentum aller?

I. Ausgangssituation und Zielsetzung der Arbeit

Der zentrale Baustein einer digitalen Welt und eine essenzielle Ressource für die Wahrung des nachhaltigen und digitalen Fortschritts sind Daten.¹ Bereits im Jahr 2013 wurden pro Tag rund 2,5 Trillionen Bytes an Daten durch diverse Geräte rund um die Welt generiert.² Oftmals stammen diese Daten von *Internet-of things*-Geräten (IoT-Geräte). Die Anzahl dieser IoT-Geräte hat sich bereits zwischen 2019 und 2023 von 8,6 Mrd. auf 15,14 Mrd. fast verdoppelt.³ Laut Prognosen soll sich die Anzahl bis 2030 auf mehr als 29 Milliarden erneut verdoppeln.⁴ Diese Entwicklung macht auch in der Automobilbranche nicht halt. *Connected Cars* erobern mehr und mehr den Markt. Zwischen 2016 und 2021 soll der Umsatz durch *Connected Cars* für Automobilunternehmen weltweit von 16,2 Mrd. auf 80,7 Mrd. gestiegen sein.⁵ Doch der potenzielle Wert an Daten soll nicht nur den Herstellerunternehmen zu stehen.

Aufgrund des riesigen Potentials vor allem im wirtschaftlichen Bereich hat die Europäische Kommission als Teil der europäischen Datenstrategie⁶ den Data Act⁷ (DA) auf den Weg gebracht. Damit Europa an einer der führenden Positionen der globalen Datenwirtschaft bleiben kann, soll durch den Data Act u.a. der Zugang und die Weiterverwendung von Industriedaten eröffnet werden, um das Potential dieser für Wirtschaft und Gesellschaft nutzen zu können.⁸ Laut eigenen Angaben der EU-Kommission werden 80 % der

Das in dieser Arbeit gewählte generische Maskulinum bezieht sich zugleich auf die männliche, die weibliche und andere Geschlechteridentitäten. Auf eine Mehrfachbezeichnung wird zwecks einer besseren Lesbarkeit verzichtet.

¹ Entwurf eines Berichts über den Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und faire Datennutzung (Datengesetz) (COM(2022)0068 – C9-0051/2022 – 2022/0047(COD)) (2022); abgekürzt: DA-E; Begründung, S. 1.

² PWC, „Big Data: Bedeutung, Nutzen, Mehrwert“, abrufbar unter <https://www.pwc.de/de/prozessoptimierung/assets/pwc-big-data-bedeutung-nutzen-mehrwert.pdf>, 20.04.2024.

³ *Transforma Insights*; Exploding Topics, Anzahl der mit dem Internet der Dinge (IoT) verbundenen Geräte weltweit von 2019 bis 2030 (in Milliarden), Statista, abrufbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1420315/umfrage/anzahl-der-iot-geraete-weltweit/>, 20.04.2024.

⁴ *Transforma Insights*; Exploding Topics, Anzahl der mit dem Internet der Dinge (IoT) verbundenen Geräte weltweit von 2019 bis 2030 (in Milliarden), Statista, abrufbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1420315/umfrage/anzahl-der-iot-geraete-weltweit/>, 20.04.2024.

⁵ *Matthias Brandt*, Connected Car wächst rasant, Statista, abrufbar unter <https://de.statista.com/infografik/7549/weltweiter-connected-car-umsatz/#:~:text=Smarte%20Mobilität&text=Das%20soll%20sich%20laut%20Statista,jährlichen%20Wachstum%20von%2038%20Prozent>, 20.04.2024.

⁶ *Europäische Kommission*, 2020, Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss der Regionen – Eine europäische Datenstrategie vom 19.02.2020, (COM (2020) 66 final, S. 1).

⁷ *Verordnung* (EU) 2023/2854 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Dezember 2023 über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung sowie zur Änderung der Verordnung (EU) 2017/2394 und der Richtlinie (EU) 2020/1829 (Datenverordnung) (ABl. 2023, L, S. 1.), abgekürzt als DA; ErwG 1 DA, S. 1.

⁸ *Europäische Kommission*, 2024, Eine europäische Datenstrategie / Gestaltung der digitalen Zukunft Europas, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/de/policies/strategy-data>, 20.04.2024

Industriedaten nicht genutzt,⁹ obwohl die Daten für verschiedene Zwecke weiterverwendet werden könnten, ohne das dadurch die Qualität oder Quantität beeinträchtigt werden würde.¹⁰ Wettbewerbsfähigkeit, Innovation und auch ein nachhaltiges Wirtschaftswachstum lässt sich durch die hochwertigen und interoperablen Daten aus verschiedenen Wirtschaftssektoren steigern.¹¹ Doch vor allem sollen Verbraucher und Drittanbieter an diesen Entwicklungen teilhaben.

Häufig stammen die Daten aus IoT-Geräten vom Verbraucher. Zugang zu diesen Daten haben Verbraucher jedoch nur selten. Ein Interesse des Verbrauchers könnte zum einen in der privaten Datenerhebung liegen, zum anderen kann eine Weitergabe der Daten an Dritte von Vorteil sein, um z.B. angepasste Servicebedingungen von einem Dritten zu erhalten. Im Kontext der Automobilbranche gilt dies für Fahrzeug- und Mobilitätsdaten. Im Auto wird eine Vielzahl von Daten durch die Nutzung generiert. Oftmals werden Mobilitätsdaten vom Auto für Entwicklungs- und Diagnosezwecke nur an den Hersteller gesendet. Auch Drittanbietern wird der Zugang weitestgehend verwehrt oder sie können nur in sehr begrenzter Form davon profitieren. Der Data Act soll daher einen Anspruch auf diesen Zugang bieten, sowohl für Verbraucher als auch für Dritte.

Aufgrund der Tatsache, dass der Data Act erst im Januar 2024 in Kraft getreten ist und erst ab September 2025 gilt, befinden sich alle Akteure momentan in einer Übergangsphase. Unternehmen und Hersteller in allen Wirtschaftssektoren warten ebenso wie Verbände von Industrie und Verbraucherschutz gespannt auf eine mögliche Umsetzung der neuen Verordnung. Durch begrenzte wissenschaftliche Untersuchungen und Literatur lässt sich momentan eine gewisse Unsicherheit widerspiegeln. Daher ist eine eingehende wissenschaftliche Untersuchung eines möglichen Zugangs- und Nutzungsanspruch von Daten von großer Bedeutung.

Die Zielsetzung dieser Arbeit ist es, die durch den Data Act resultierenden Zugangs- und Nutzungsrechte am Beispiel der Automobilbranche zu analysieren. Anhand einer Untersuchung der bisherigen Generierung von Mobilitätsdaten, die in Bezug auf Produkt- und verbundene Dienstdaten in den Anwendungsbereich des Data Act fallen und der rechtlichen Verhältnisse der einzelnen Akteure, wird ein umfassender Einblick in mögliche Zugangs- und Nutzungsansprüche für Verbraucher und Dritte aufgezeigt. Hierbei stehen vor allem die Rechte und Pflichten der Akteure im Vordergrund. Positionen von Automobilverbänden sowie Anwendungsbeispiele sollen die erlangten Erkenntnisse untermauern.

II. Methodik und Durchführung

Zunächst wird innerhalb dieser Arbeit ein grundlegendes Fundament an wichtigen Informationen gelegt. Dabei liegt der Fokus auf möglichen Beweggründen für den Datenzugang sowohl für Verbraucher als auch für Dritte. Zusätzlich werden Grundlagen über Mobilitätsdaten in der Automobilbranche und über den Data Act erläutert.

Im nächsten Abschnitt werden die Beziehungen im Zusammenhang mit dem Datenzugang behandelt. Dabei werden zunächst der Anwendungsbereich und der Adressatenkreis gemäß der allgemeinen Bestimmung erklärt. Anschließend werden die rechtlichen

⁹ Europäische Kommission, 2022, Pressemitteilung vom 23.02.2022, Datengesetz: Kommission schlägt Maßnahmen für eine faire und innovative Datenwirtschaft vor; https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip_22_1113, 22.04.2024

¹⁰ ErWG 1 S. 4 DA.

¹¹ ErWG 1 S. 4 DA.

Beziehungen innerhalb des Adressatenkreises analysiert, wobei ein besonderes Augenmerk auf die Rechte und Pflichten in den jeweiligen Beziehungen gelegt wird.

Basierend auf diesen Erkenntnissen wird ein konkretes Anwendungsbeispiel aus der Automobilbranche vorgestellt. Zunächst wird der Sachverhalt dargestellt, gefolgt von einer Prüfung des Datenzugangsanspruchs nach dem Data Act. Ebenso wird ein weiteres Beispiel betrachtet, bei dem der Anspruch auf Datenbereitstellung an einen Dritten untersucht wird. Dabei werden die Bedingungen und Pflichten sowohl für den Dateninhaber als auch für den Datenempfänger erläutert.

Abschließend werden Positionen von Automobilorganisationen zum Entwurf des EU Data Act beschrieben und Veränderungen zur endgültigen Fassung der Verordnung analysiert. Die gewonnenen Erkenntnisse werden in einem Fazit zusammengefasst, wobei auch eine Einordnung der möglichen Entwicklungen in der näheren Zukunft angesichts der aktuellen Übergangsphase des Data Act gegeben wird.

B. Zugang zu Mobilitätsdaten durch den Data Act

In diesem Kapitel wird der Zugang zu Mobilitätsdaten im Rahmen des Data Acts thematisiert. Zunächst werden hierbei denkbare Gründe für den Zugang von Daten erläutert. Dabei liegt der Fokus auf dem Verbraucher und einem Dritten. Nachfolgend werden Mobilitätsdaten innerhalb der Automobilbranche aufgezeigt. Schwerpunkte liegen hier in der Entstehung von Mobilitätsdaten, der verschiedenen Kategorien und die möglichen Empfänger. Abschließend wird der Data Act erläutert. Hierbei werden die bisherigen rechtlichen Regelungen, der strukturelle Aufbau und die Zielvorstellungen des Data Acts erörtert sowie die Unterschiede der Regelungen im Kontext von Unternehmen beleuchtet.

I. Gründe für den Zugang

Die Digitalisierung schreitet immer weiter voran. Verbraucher nutzen immer mehr technische sowie smarte Geräte. Diese gehen weit über den Fernseher, den Laptop oder die Kaffeemaschine hinaus. Durch die heutigen Möglichkeiten Smart-Home Geräte zu nutzen ist die Vernetzung der technischen Geräte innerhalb eines Haushaltes scheinbar grenzenlos. Spülmaschine, Lichtschalter und Jalousie lassen sich heutzutage einfach per Smartphone App steuern und bieten dem Verbraucher somit einen deutlich erhöhten Komfort in den eigenen vier Wänden.

Auch außerhalb des Wohnhauses schreitet die technische Entwicklung weiter voran. Besonders die Rasenroboter, vollautomatisierte Garagentore sowie smarte Fahrzeuge sind mittlerweile im Alltag der Verbraucher sehr beliebt. Als eine Gemeinsamkeit dieser smarten technischen Geräte ist hervorzuheben, dass sie oftmals miteinander kommunizieren können. Ein smartes Fahrzeug könnte z.B. mit dem vollautomatisierten Garagentor über eine drahtlose Verbindung kommunizieren. Nähert sich das Fahrzeug dem Tor, öffnet es sich automatisch. Verlässt das Fahrzeug die Garage und entfernt sich, schließt sich das Tor ebenfalls automatisch. Dies erspart dem Verbraucher Aufwand und bietet gewissen Komfort. Problematisch hierbei könnte sein, dass Verbraucher und auch Dritte nur geringen Zugriff auf diese Art von Daten haben.

Nachfolgend sollen die Gründe für einen Zugang an Daten für den Verbraucher oder einen Dritten im Alltag erläutert werden.

Die soeben beschriebenen Geräte, welche miteinander kommunizieren, die Daten erfassen und diese auch verarbeiten, werden als *Internet of Things*-Geräte (IoT-Geräte)

bezeichnet.¹² Bislang weitgehend ungeklärt ist jedoch der Zugang zu den gesammelten Daten.¹³ Durch die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)¹⁴ ist der Datenzugang streng geregelt, um die personenbezogenen Daten des Einzelnen besser schützen zu können.¹⁵ Zurzeit bekommt meist nur derjenige Zugriff auf die Daten, der auch das smarte Produkt auf den Markt bringt.¹⁶ Dies führt zu einem Ungleichgewicht, denn nicht alle Marktteilnehmer (u.a. Verbraucher und Dritte) haben die Möglichkeit des Zugangs zu diesem Datenpotential. Durch eine mögliche Aussperrung von Nutzern oder Unternehmen, führt dies zu ungerechtfertigter Diskriminierung oder zu Schäden für Verbraucher.¹⁷ Die Europäische Kommission (EU-Kommission) will zukünftig dieses Ungleichgewicht mit Hilfe des Data Acts regulieren, um „eine gerechte Verteilung der Wertschöpfung aus Daten auf die Akteure der Datenwirtschaft zu gewährleisten und den Datenzugang und die Datennutzung zu fördern.“¹⁸ Die Kommission möchte mit diesem Instrument u.a. sogenannte *lock-in*-Konstellationen aufbrechen und *aftermarket services* fördern.¹⁹ Eine *lock-in*-Konstellation schränkt den Nutzer aufgrund in der Vergangenheit getroffener Entscheidungen ein, in dem ein Wechsel zu einem neuen Netzwerk meist nur unter Voraussetzung von Wechselkosten infrage kommt.²⁰ Bei *aftermarket services* werden digitale Dienstleistungen von Dritten oder dem Hersteller selbst angeboten und nicht vom Verkäufer selbst.²¹

In der Automobilbranche im Bereich Reparatur- und Wartungsservice ist ein Wettbewerb auf dem *aftermarket* nötig, damit der Sekundärmarkt und deren Unternehmen auch von Daten profitieren können.²² Denn dieser Service ist nur möglich, wenn das Unternehmen Zugriff auf generierte Daten hat.²³ Diese Voraussetzung für die Umsetzung einer Leistung sowie eine Teilnahme am Wettbewerb lag bislang in der Hand der Produkthersteller.²⁴

Im weiteren Verlauf werden die bereits genannten zwei Akteure, der Verbraucher und der Dritte, in ihrer Position beleuchtet.

1. Verbraucher

Aktuell haben Verbraucher nicht die Möglichkeit, mit dem Erwerb eines Produkts einen direkten Zugriff auf die Daten, die durch die Verwendung des Produkts generiert werden, zu erlangen. Daher kann nur der Hersteller von dieser Datennutzung profitieren. Der Verbraucher hat dementsprechend keinen Mehrwert. Verbraucher und Hersteller stehen bezüglich des Datenzugangs folglich nicht auf derselben Stufe.

¹² Podszun/Pfeifer, GRUR 124, 2022, 953 (953).

¹³ Podszun/Pfeifer, GRUR 124, 2022, 953 (953).

¹⁴ Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27.04.2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) (ABl. 2016, L 119, S. 1.), abgekürzt als DSGVO.

¹⁵ Podszun/Pfeifer, GRUR 124, 2022, 953 (953).

¹⁶ Kerber, GRUR Int. 72 (2023), 120 (132).

¹⁷ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 9.

¹⁸ Begr. DA-E, S. 3.

¹⁹ Metzger/Schweitzer, ZEuP 31, 2023, 42 (47, 49).

²⁰ Wolf, Kartellrechtliche Grenzen von Produktinnovationen, S. 98 zit. nach; Auer-Reinsdorff/Conrad/Conrad/Licht, IT- und Datenschutzrecht, § 39 Rn. 475.

²¹ Schrader, NZV 34, 2021, 19 (20).

²² Mehnert, ZRP 56, 2023, 9 (9).

²³ Mehnert, ZRP 56, 2023, 9 (11).

²⁴ Mehnert, ZRP 56, 2023, 9 (11).

Vor allem in der Automobilbranche versuchen Hersteller oft auf dem Primärmarkt, sich durch gezielte Strategien den Sekundärmarkt vorzubehalten.²⁵ Beispielsweise dürfen Reparatur- und Wartungsservices nur von autorisierten Autowerkstätten durchgeführt werden oder das Ersatzteil für den Pkw muss vom ursprünglichen Hersteller stammen.²⁶ Verbraucher haben in Folge höhere Kosten zu tragen. Der Wettbewerb auf den Sekundärmärkten muss aufrecht gehalten und ausgebaut werden. Dies bietet dem Verbraucher eine Auswahl, um alle Anbieter und deren Preise vergleichen zu können und letztendlich selbst entscheiden zu können.²⁷ Wenn beide Parteien auf Augenhöhe Verträge über Zugang und Nutzung abschließen könnten, wäre diese Thematik gelöst.²⁸ Aus diesem Anlass ist die EU-Kommission tätig geworden.

2. Dritte

Nach dem Data Act wird der Dritte nicht neu definiert. Laut den Begriffsbestimmungen des Art. 4 Nr. 10 DSGVO ist ein Dritter eine natürliche oder juristische Person, (...) die unter der unmittelbaren Verantwortung des Verantwortlichen oder des Auftraggebers befugt ist, die Daten zu verarbeiten. In der Praxis wäre ein solcher Dritter z.B. ein herstellerunabhängiger Reparatur- oder Ersatzteildienstleister, der auf dem Sekundärmarkt tätig ist. Für die Ausübung seiner Tätigkeit ist der Zugang zu Daten eine Voraussetzung.²⁹ Hersteller bieten dem Dritten jedoch nur begrenzten Zugang. Der Wettbewerb wird eingeschränkt, da im vorangegangenen Beispiel bei einem Dritten eine gewisse Abhängigkeit von anderen Unternehmen entstehen kann.³⁰ Dritte brauchen Zugang zu den Daten ihrer Kunden, um wettbewerbsfähig bleiben zu können. Dies gelingt ihnen entweder über eine direkte Verbindung zwischen Unternehmen und Kunden oder über einen *Gatekeeper*, dessen Bedingungen es zu akzeptieren gilt. Vor allem ergreifen die *Silicon Valley*-Konzerne die Macht an Daten und deren Position.³¹

Um dem Ziel dieser Arbeit, den Datenzugangs- und Nutzungsrechten durch den Data Act am Beispiel der Automobilbranche näher zu kommen, werden im weiteren Verlauf die Daten der Automobilbranche thematisiert.

II. Daten in der Automobilbranche

Der nachfolgende Abschnitt betrachtet den ersten Schwerpunkt dieser Arbeit. Um die Automobilbranche und die Bedeutung ihrer Daten für den EU Data Act besser verstehen und einordnen zu können, ist es sinnvoll, sich zunächst einen Überblick über die Branche selbst zu verschaffen. Hierbei stehen vor allem die Grundlagen der Automobilbranche, deren Akteure und die Digitalisierung in dieser Branche im Vordergrund.

Der Mobilitätsmarkt lebt von den Akteuren innerhalb des Marktes. Dessen Beziehungen, Abhängigkeiten und auch Kooperationen beleben diesen und lassen ihn nachhaltig und fortschrittlich wachsen.³² Dank der Digitalisierung ist der Fortschritt nicht nur seitens der

²⁵ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 11.

²⁶ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 11.

²⁷ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 12.

²⁸ Podszun, Handwerk in der digitalen Ökonomie, S. 69.

²⁹ Mehnert, ZRP 56, 2023, 9 (11).

³⁰ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 11.

³¹ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 11.

³² Jost/Wagner, Big Data in der Mobilität, 5 (6).

Fahrzeuge moderner, nachhaltiger und sicherer geworden, sondern auch in der Vernetztheit der einzelnen Fahrzeuge zu einem Gesamtkonstrukt. Es gibt nicht den einfachen Markt, auf dem sich Hersteller und Nutzer gegenüberstehen. Neben den beiden Akteuren sind es zum einen Mobilitätsdienstleister, die durch Angebote im Bereich Personenbeförderung durch Taxiunternehmen oder Car-Sharing tätig sind.³³ Zum anderen Technologieunternehmen und Digitalkonzerne, die durch die Entwicklung datenbasierter Geschäftsideen z.B. Kartendienste auf den Markt bringen oder Dienstleister auf den Sekundärmärkten, die durch Treibstoffzufuhr, Reparatur- und Wartungsservices oder der Versicherung sich Zugang zum Mobilitätsmarkt verschaffen.³⁴ Hersteller inkl. Zulieferer erweitern zwar mehr und mehr ihr Geschäftsmodell mithin zu demjenigen eines Mobilitätsdienstleisters, jedoch sind ihnen gewissen Grenzen gesetzt, entweder durch geltendes Recht oder durch andere Wettbewerber. Autokäufer rücken durch neue Gesetzgebungen in den Vordergrund und werden sich zukünftig zurecht fragen: „Welche Maßnahmen darf ich selbst durchführen bzw. durch Dritte durchführen lassen und wann muss der Hersteller seine Zustimmung erteilen?“³⁵

Um diese Fragen beantworten zu können, ist es wichtig, sich zunächst mit Mobilitätsdaten im Allgemeinen zu beschäftigen und zu verstehen, welche Daten in einem Fahrzeug gesammelt werden, wie diese Daten gesammelt werden und wem diese in erster Linie zustehen.

1. Entstehung von Mobilitätsdaten

Mobilitätsdaten werden in der Automobilbranche bei der Verwendung verschiedener Geräte gesammelt: Durch Smartphones, Navigationsgeräte, Mobilitätsdienstleister und auch durch das Kraftfahrzeug selbst.³⁶ Aufgrund der Vernetzung dieser Daten ergeben sich wiederum neue Nutzungsmöglichkeiten, die jedoch abhängig von Einstellungen und Freigaben im Datenschutz sind.³⁷

a) Mobilitätsdaten aus der Nutzung von Devices und Anwendungen

Smartphones sammeln mithilfe von Sensoren und deren Betriebssystemen eine Vielzahl an Mobilitätsdaten.³⁸ Eine aktive Nutzung des Smartphones ist oftmals nicht notwendig z.B. bei einer GPS-Ortung. Durch Anwendungen (Apps) vervielfältigt sich die Anzahl an gesammelten Mobilitätsdaten. Diese Daten sind jedoch je nach Freigabe oder Datenschutzeinstellungen des Nutzers nur begrenzt nutzbar.³⁹ Dabei handelt es sich meist um Daten im Bereich zu Ortungsdiensten und Tracking, je nach App auch um Kontakte, Kommunikation, Standorte, Social-Media oder Zahlungsmittel.⁴⁰ Die Verknüpfung der einzelnen Daten aus den verschiedenen Bereichen führt zu einer Aggregation.⁴¹

Die aggregierten Daten können durch wiederholtes Vorkommen dazu führen, dass sich Muster ergeben und beispielsweise Orte wie den Arbeitsplatz oder der eigenen Wohnung

³³ Jost/Wagner, Big Data in der Mobilität, 5 (7)

³⁴ Jost/Wagner, Big Data in der Mobilität, 5 (7)

³⁵ Kloth/Briske, GRUR-Prax 9, 2017, 228 (228).

³⁶ Jost/Wagner, Big Data in der Mobilität, 5 (11).

³⁷ Gatzert et al, Big Data in der Mobilität - Grünbuch, 8 (11); Studie abrufbar unter: <https://raum-mobiler-daten.de/studie.html>, 22.04.2024.

³⁸ Gatzert et al, Big Data in der Mobilität - Grünbuch, 8 (12); Studie abrufbar unter: <https://raum-mobiler-daten.de/studie.html>.

³⁹ Gatzert et al, Big Data in der Mobilität - Grünbuch, 8 (12); Studie abrufbar unter: <https://raum-mobiler-daten.de/studie.html>.

⁴⁰ Jost/Wagner, Big Data in der Mobilität, 5 (12).

⁴¹ Jost/Wagner, Big Data in der Mobilität, 5 (13).

erkennen lassen.⁴² Durch die Verknüpfung von Standortdaten vieler Nutzer lassen sich Angaben zum Verkehrsaufkommen in einem Gebiet generieren.⁴³ Der einzelne Nutzer kann beim Verwenden der Navigations-App diese Angaben über das Verkehrsaufkommen zugesendet bekommen und unter Umständen dann eine Alternativroute wählen.⁴⁴

b) Mobilitätsdaten aus der Nutzung von Kraftfahrzeugen

Durch die Digitalisierung hat die Datenerfassung und deren Verarbeitung keinen Halt bezüglich der Mobilität gemacht. Im Gegenteil: Sensoren und Apps erfassen sowohl im als auch um das Auto viele verschiedene Daten, die mithilfe von der Vernetzung und Algorithmen dann neue Mobilitätsdaten generieren.⁴⁵ Ein modernes Fahrzeug enthält i.d.R. eine Vielzahl an Sensoren, die zum einen für die Funktionalität der einzelnen verbauten Teile dienen und zum anderen um viele kleine Details rund um die Funktionalität des Fahrzeugs messen und aufzeichnen zu können.⁴⁶ Die zweitgenannten Sensoren zeichnen viele unterschiedliche fahrzeugbezogene Mobilitätsdaten auf. Diese Mobilitätsdaten werden über eine verbaute SIM-Karte ausgelesen und können je nach Freigabe des Nutzers auch an den Hersteller weitergegeben werden.⁴⁷ Die Auslesung bei älteren Modellen, die nicht vernetzt sind, wird über Speicherungs- und Steuergeräte in der jeweiligen Werkstatt vorgenommen.⁴⁸

2. Verschiedene Formen von Mobilitätsdaten

Die Mobilitätsdaten lassen sich in unterschiedliche Kategorien einteilen: Daten, die innerhalb eines Konstrukts zwischen Fahrzeug, Person und deren Umwelt entstehen; Daten aus dem öffentlichen und individuellen Verkehr und aus den Akteuren selbst, durch dessen Nutzung Daten erhoben werden.⁴⁹ Im Konstrukt zwischen Fahrzeug, Person und Umwelt sind es in erster Linie Kfz-bezogene Daten, personenbezogene Daten und Umweltdaten. Vor allem personenbezogene Daten zum Fahrzeughalter, den Fahrer, Mitfahrenden und sonstigen Personen sind durch die DSGVO besonders geschützt, wenn es um das Sammeln, Speichern oder Weitergeben dieser Daten geht.⁵⁰ Mobilitätsdaten sind i.d.R. nicht spezifisch für eine der eben genannten Kategorien. Oftmals überschneiden sich die erzeugten Daten. Durch die Verknüpfung mit den Daten aus der Umgebung und dem Verkehr lassen sich wiederum neue Daten generieren.⁵¹ Die Komplexität dieser Datenflut zeigt, dass durch die Rechtsunsicherheit in Bezug auf die Datennutzung und die Abhängigkeit der Nutzer von Mobilitätsdienstleistern, ein Defizit an Transparenz für Datenerhebung und Verarbeitung herrscht.⁵²

⁴² Jost/Wagner, Big Data in der Mobilität, 5 (12).

⁴³ Jost/Wagner, Big Data in der Mobilität, 5 (13).

⁴⁴ Jost/Wagner, Big Data in der Mobilität, 5 (13).

⁴⁵ Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, abgekürzt als: BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S.3; https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.uni-kassel.de/fb07/index.php%3FeID%3DdumpFile%26t%3Df%26f%3D4043%26token%3D5408d0e9eac3fa0fda9271f06e5d67cc84b646e8&ved=2ahUKEwj_uu_exNSFAxX2wQIHb0HCmwQFnoECAgQAQ&usg=AOvVaw1IM5d2cEKO9tT_oobsRUMg

⁴⁶ Jost/Wagner, Big Data in der Mobilität, 5 (14).

⁴⁷ Gatzert et al, Big Data in der Mobilität - Grünbuch, 8 (17); Studie abrufbar unter: <https://raum-mobiler-daten.de/studie.html>.

⁴⁸ Gatzert et al, Big Data in der Mobilität - Grünbuch, 8 (17); Studie abrufbar unter: <https://raum-mobiler-daten.de/studie.html>.

⁴⁹ Jost/Wagner, Big Data in der Mobilität, 5 (9).

⁵⁰ Jost/Wagner, Big Data in der Mobilität, 5 (9).

⁵¹ Jost/Wagner, Big Data in der Mobilität, 5 (9).

⁵² BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S. 20.

Nachfolgend werden beispielhaft unterschiedliche Formen von Mobilitätsdaten näher erläutert.

a) Statische Fahrzeugdaten

Bei statische Fahrzeugdaten handelt es sich um Informationen, die sich aus den grundsätzlichen Daten eines Fahrzeugs ergeben.⁵³ Die Fahrzeuglänge und -breite, Marke, Model, Volumen und Gewicht sind typische Datenbeispiele, die zu dieser Kategorie gehören.

b) Dynamische Fahrzeugdaten

Dynamische Fahrzeugdaten sind die Ergebnisse, die die Sensoren im Fahrzeug aufzeichnen und messen.⁵⁴ Als Beispiel können die Geschwindigkeit, Tankfüllung oder auch die Position des Autos genannt werden. Ebenso beinhaltet diese Form die Fehlercodes und Diagnoseergebnisse (z.B. die Abgaswerte) eines Fahrzeugs.

c) Statische Nutzerdaten

Statische Nutzerdaten umfassen Daten, die einem Nutzer direkt zugeteilt werden können.⁵⁵ Hierzu ist es erwähnenswert, dass nicht nur statische Nutzerdaten einen Personenbezug aufweisen können.⁵⁶ Beispiele hierfür könnten Zugangsdaten oder Kontaktdaten des Nutzers sein.

d) Dynamische Nutzerdaten

Bei den dynamischen Nutzerdaten werden konkrete Daten vom Verhalten des Nutzers gesammelt, während dieser das Fahrzeug steuert.⁵⁷ Dabei geht es sowohl um Positionsdaten, etwa vom Anfangs- bis Endpunkt, als auch um Verhaltensdaten, die z.B. während der Fahrt durch die Anwendungen im Infotainment-Bereich entstehen.

e) Verkehrslage- und Positionsdaten

Verkehrslagedaten umfassen die Daten, die in einem bestimmten Gebiet zur Verkehrslage gesammelt werden.⁵⁸ Diese können sowohl aus dynamischen Nutzerdaten, die jeder einzelne Nutzer mit seinem Fahrzeug aufzeigt, als auch aus abstrakten Daten über die Auslastung eines Verkehrsgebiets bestehen.⁵⁹

Positionsdaten sind die genauen Ortsangaben, die einen Standort eines Fahrzeugs zeigen.⁶⁰ Zwar werden auch Daten zur Position im Rahmen der dynamischen Nutzerdaten gesammelt, jedoch stehen die dynamischen Nutzerdaten in einem kausalen Zusammenhang mit dem Verhalten des Nutzers.⁶¹ Diese Kausalität ist bei Positionsdaten nicht erforderlich.

⁵³ BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S. 20.

⁵⁴ BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S. 20.

⁵⁵ BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S. 20.

⁵⁶ BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S.20

⁵⁷ BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S.20

⁵⁸ BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S.20

⁵⁹ BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S.20

⁶⁰ BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S.20

⁶¹ BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S.20

3. Empfänger/Verarbeiter der Daten

Für die Mobilitätsdaten gibt eine große Anzahl an Interessenten, denn mithilfe der generierten Daten lassen sich in vielen Branchen neue Erkenntnisse gewinnen.

In der Automobilbranche sind es neben den Automobilherstellern und Zulieferer auch Reparatur- und Wartungsdienstleistern, welche ihr Interesse bekunden.⁶² Zudem haben Anbieter von Navigationsdiensten und Mobilitätsplattform-Anbieter im Bereich ihrer App-Entwicklungen ein hohes Maß an Interesse für Mobilitätsdaten.⁶³ Nicht zuletzt haben auch Anbieter für Car-Sharing, Versicherungen und allgemeine zwischengeschaltete Datenverarbeiter einen Anreiz an diesen Daten.⁶⁴ Die Verarbeiter entwickeln durch die Mobilitätsdaten der Nutzer neue datenorientierte Serviceangebote für ihre Branche.⁶⁵

Nach Darstellung von unterschiedlichen Mobilitätsdaten in der Automobilbranche, deren Entstehung und der Empfänger/Verarbeiter der Daten folgt im weiteren Verlauf mit der Erläuterung des Data Act der zweite Schwerpunkt dieser Arbeit. Hervorgehoben werden hier die bisherigen rechtlichen Lösungen, der Aufbau des Data Act, seine Zielvorstellungen sowie die ungleichmäßigen Regelungen im Data Act.

III. Data Act

Die EU-Kommission hat am 23. Februar 2022 den Entwurf für ein europäisches Datengesetz (EU Data Act) über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung vorgelegt. Der Vorschlag ist als horizontales Instrument geplant, das in Bezug auf die Datenzugangs- und Nutzungsrechte grundlegende Vorschriften für alle Sektoren schafft, sowohl für Produkte als auch für Dienste.⁶⁶ Die Regelungen weichen jedoch je nach Sektor voneinander ab. Es handelt sich dabei um Regelungen für das IoT, bei dem vermehrt Speichermodule für die Sammlung von Daten und Sendern zur Übertragung der gesammelten Daten eingebaut werden.⁶⁷ Der Europäische Rat hat diesen Entwurf am 27. November 2023 verabschiedet. Die Verkündung im Amtsblatt der EU fand am 22. Dezember 2023 statt. In Kraft getreten ist die Verordnung am 11. Januar 2024 und aktuell gilt die grundsätzliche Übergangsfrist von 20 Monaten, nach dem sie dann ab dem 12. September 2025 gemäß Art. 50 DA zu EU-weit direkt anwendbarem Recht wird. Um jedoch einen umfangreichen Überblick über die Gründe der Einführung dieser Verordnung zu bekommen, ist ein Blick auf die bisherigen rechtlichen Lösungen nötig.

1. Bisherige rechtliche Lösungen

Bisher werden Zugangsansprüche nach geltendem Recht auf unterschiedlichster Weise, teilweise auch zwangsweise, durchgesetzt.⁶⁸ Durch die Entwicklung technischer Geräte und deren Vernetzung untereinander steigt auch die rechtliche Bedeutung.⁶⁹

Nachfolgend werden drei rechtliche Lösungen komprimiert aufgezeigt.

⁶² BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S.12

⁶³ BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S.12

⁶⁴ BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S.12

⁶⁵ BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S.12

⁶⁶ Vgl. ErWG 6 DA

⁶⁷ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 19.

⁶⁸ Podszun, Handwerk in der digitalen Ökonomie, S. 75.

⁶⁹ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 14.

a) Vertragliche Regelung:

Der übliche rechtliche Ablauf und damit die erste rechtliche Lösung, zwischen Geschäftspartnern bei einem Anspruch auf Zugang zu Daten ist die vertragliche Lösung.⁷⁰ Hierbei ist die Angemessenheit des Resultats, die der Vertrag erzielen soll jedoch gebunden an die Gleichstellung der Vertragsparteien.⁷¹ Ist dem nicht so, führt die Ungleichheit dazu, dass die unterlegende Vertragspartei oder der Endverbraucher benachteiligt wird.⁷²

b) Kartellrechtliche Regelung:

Als zweite rechtliche Lösung ist das Kartellrecht aufzuführen, bei dem ein weitreichender Datenzugangsanspruch nur im Einzelfall geltend gemacht werden kann. In der Praxis gestalten sich kartellrechtliche Verfahren oft als zeitintensiv.⁷³

c) Sektorspezifische Regelung:

Die dritte Lösung für den bisherigen Zugangsanspruch ist die sektorspezifische Lösung.⁷⁴ Diese bezieht sich oft auf in der Praxis entstandene Probleme, die je nach Branche unterschiedlich und daher sektorspezifisch basierend auf gesammelte Erfahrungen reguliert werden.⁷⁵ In der Automobilbranche trat bereits 2007 die Verordnung (EG) 715/2007 über die „Typgenehmigung von Kraftfahrzeugen hinsichtlich der Emissionen von leichten Personenkraftwagen und Nutzfahrzeugen (Euro 5 und Euro 6) und über den Zugang zu Reparatur- und Wartungsinformationen für Fahrzeuge“⁷⁶ in Kraft. Der Art. 6 VO (EG) 715/2007 regelt hier u.a. den Zugang zu Reparatur- und Wartungsinformationen für Kraftfahrzeuge, um solche Leistungen für bestimmte Automarken offerieren zu können.⁷⁷

Hersteller waren jedoch nur zur Freigabe der Informationen in einem standardisierten Format angehalten und nicht zur Pflicht zur Bereitstellung der Informationen in einem elektronisch verarbeitbaren Format.⁷⁸ In der Praxis erhielten herstellerunabhängige Werkstätten somit nicht die umfassende Information, sondern nur ein Standardformat.⁷⁹ Um die Frage der angemessenen Form der Datenbereitstellung rechtlich zu klären, ging der Fall KIA bis zum Europäischen Gerichtshof.⁸⁰ Der Gesamtverband Autoteile e. V. hatte die KIA Motors Corporation wegen Verstoßes gegen eine gesetzliche Vorschrift nach § 3 a UWG verklagt, da KIA unabhängigen Marktteilnehmern technische Informationen für Reparatur- und Wartungsarbeiten nur über einen bloßen Lesezugriff bereitgestellt hatte

⁷⁰ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 14.

⁷¹ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 14.

⁷² Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 14.

⁷³ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 14.

⁷⁴ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 14.

⁷⁵ Podszun, Handwerk in der digitalen Ökonomie, S. 95.

⁷⁶ Verordnung EG/715/2007 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20.06.2007 über die Typgenehmigung von Kraftfahrzeugen hinsichtlich der Emissionen von leicht Personenkraftwagen und Nutzfahrzeugen (Euro 5 und Euro 6) und über den Zugang zu Reparatur- und Wartungsinformationen für Fahrzeuge (ABl. 2007, L 171/1), abgekürzt als: VO (EG) 715/2007.

⁷⁷ Podszun, Handwerk in der digitalen Ökonomie, S. 95.

⁷⁸ EuGH, Urteil vom 19.09.2019, C-527/18, ECLI:EU:C:2019:762 – KIA, Rz. 24 ff., juris.

⁷⁹ Podszun, Handwerk in der digitalen Ökonomie, S. 95.

⁸⁰ EuGH, Urteil vom 19.09.2019, C-527/18, ECLI:EU:C:2019:762 – KIA, Rz. 24 ff., juris.

und diesen nicht in elektronische weiterzuverarbeitender Form.⁸¹ Nachdem das Landgericht darin einen Verstoß gegen Art. 6 Abs. 1 VO (EG) 715/2007 sah, in der Folge das OLG Frankfurt auf die Berufung von KIA diesen jedoch verneinte, legte der Gesamtverband Revision ein und bekam vom EuGH schließlich Recht.⁸² In der Folge wurde der in Art. 6 f. VO (EG) 715/2007 geregelte Zugangsanspruch auf den in Art. 61 ff. der Verordnung (EU) 2018/858⁸³ in elektronisch verarbeitbarer Form neu konkretisiert.⁸⁴ Nach Art. 91 VO (EU) 2018/858 gilt diese Verordnung seit dem 1. September 2020 und bietet den Werkstätten bestenfalls die relevanten Informationen in angemessener Form.⁸⁵

Der Fall KIA macht einmal mehr deutlich, dass die grundsätzliche Bereitstellung von Datenzugängen der Hersteller möglich ist, jedoch das Datenformat entscheidend ist. Für herstellerunabhängige Werkstätten ist der Datenzugang zu allen Marken oftmals nicht rentabel, auch wenn dies im Grundsatz möglich ist.⁸⁶ Denn Fahrzeughersteller bieten den Zugang für Fahrzeugdaten nur entgeltlich an.⁸⁷

Hinsichtlich der bisherigen Lösungen auf rechtlicher Ebene führt für einen Zugangsanspruch auf Daten meist kein Weg an den großen Industrie- und Digitalunternehmen vorbei.⁸⁸ Die ungleiche Ausgangslage führt zu einer Abhängigkeit einzelner Unternehmen und behindern den Wettbewerb sowohl auf den Sekundärmärkten als auch für den Endverbraucher. Um diese „Hindernisse für einen reibungslos funktionierenden Binnenmarkt für Daten zu beseitigen“⁸⁹, erhält die EU-Kommission mithilfe des EU Data Act ein zukünftiges rechtliches Druckmittel.⁹⁰

2. Aufbau des Data Act

Die Idee dieser Verordnung ist es, als horizontales und sektorenübergreifendes Instrument, einen Grundsatz für den Datenzugang von Produkten und Dienstleistungen, die dem IoT zugehörig sind, zu schaffen.⁹¹ Hierfür definiert der Data Act im Kapitel I (Art. 1-2) zunächst den Gegenstand, den Anwendungsbereich und die Begriffsbestimmungen in den allgemeinen Bestimmungen. In Kapitel II (Art. 3-7) wird die Datenweitergabe von Unternehmen (sog. Dateninhabern) an Verbraucher (Nutzer) und an Dritte (Datenempfänger) geregelt. Kapitel III (Art. 8-12) beinhaltet die einzelnen Pflichten der Dateninhaber zur Datenbereitstellung und Kapitel IV (Art. 13) die Bedingungen von missbräuchlichen Vertragsklauseln in Bezug auf den Datenzugang und Datennutzung zwischen Unternehmen. Die weiteren Kapitel regulieren die Bereitstellung von Daten an

⁸¹ EuGH, Urteil vom 19.09.2019, C-527/18, ECLI:EU:C:2019:762 – KIA, Rz. 24 ff., juris; vorausgehend LG Frankfurt a.M., Urteil vom 21.01.2016, 2-03 O 505/13, juris.

⁸² OLG Frankfurt, Urteil vom 23.02.2017, 6 U 37/16, juris.

⁸³ Verordnung EU/2018/858 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30.05.2018 über die Genehmigung und die Marktüberwachung von Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern sowie von Systemen, Bauteilen und selbstständigen technischen Einheiten für diese Fahrzeuge, zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 715/2007 und (EG) Nr. 595/2009 und zur Aufhebung der Richtlinie 2007/46/EG (ABl. 2018, L 151/1), abgekürzt als: VO (EU) 2018/858.

⁸⁴ Podszun, *Handwerk in der digitalen Ökonomie*, S. 96.

⁸⁵ Podszun, *Handwerk in der digitalen Ökonomie*, S. 96.

⁸⁶ Reiter/Methner/Schenkel, 2022, Gutachten über die Einführung eines "Mobilitätsdatenwächters" für eine verbrauchergerechte Datennutzung, S. 26.

⁸⁷ Reiter/Methner/Schenkel, 2022, Gutachten über die Einführung eines "Mobilitätsdatenwächters" für eine verbrauchergerechte Datennutzung, S. 26.

⁸⁸ Podszun, *Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks*, S. 15.

⁸⁹ ErWG 4 S. 1 DA.

⁹⁰ Podszun, *Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks*, S. 15.

⁹¹ Begründung DA-E, S. 6.

öffentliche Stellen (Kapitel V, Art. 14-22), den Wechsel zwischen Datenverarbeitungsdiensten (u.a. Cloud- und Edge-Dienste) (Kapitel VI, Art. 23-31), die Vorgehensweise bei unrechtmäßigem staatlichem Zugang und Übermittlung von nicht-personenbezogenen Daten im internationalen Umfeld (Kapitel VII, Art. 32) und die Interoperabilität von Daten, Mechanismen und Diensten für die Datenweitergabe sowie von gemeinsamen europäischen Datenräumen (Kapitel VIII, Art. 33-36). Das Kapitel IX umfasst die Anwendung und die Durchsetzung durch nationale Behörden der Mitgliedsstaaten (Art. 37-42). Die abschließenden Kapitel X und XI beinhalten den rechtlichen Schutz von Datenbanken nach der Richtlinie 96/9/EG (Art. 43) und die Schlussbestimmungen (Art. 44-50).

Laut ErwG 6 DA ist „die Datengenerierung das Ergebnis der Handlung mindestens zweier Akteure“. Zum einen die Handlung des Entwicklers oder des Herstellers, der die tatsächliche Kontrolle über generierte Daten innehat (Dateninhaber) und zum anderen die des Verbrauchers, der durch die Nutzung des vernetzten Produkts oder des verbundenen Dienstes Daten generiert (Nutzer).⁹² Nach Art. 3 Abs. 1 DA sollen die vernetzten Produkte so konzipiert und hergestellt werden, dass die Produkt- oder Dienstdaten standardmäßig u.a. einfach, sicher, unentgeltlich, soweit relevant und technisch durchführbar, direkt zugänglich sind. Falls dieser Zugang zu dem Zeitpunkt nicht vorliegt, soll der Dateninhaber dem Nutzer diesen gewähren.⁹³ Gem. Art. 3 und 4 DA erhält der Nutzer nun die Möglichkeit den Zugang zu Produktdaten sowie verbundene Dienstdaten, die er selbst bei der Verwendung eines Produkts erschafft, zu erlangen.⁹⁴

Nach Art. 5 DA hat der Nutzer auch das Recht, die Daten an einen Dritten (Datenempfänger) weitergeben zu können. Dieser Dritte könnte z.B. einen Folgemarkt-Dienst anbieten, der möglicherweise mit einem von einem Dateninhaber bereitgestellten Dienst im Wettbewerb stehen.⁹⁵ Zugleich hat jedoch auch der Dritte gem. Art. 6 DA Pflichten, die bereitgestellten Daten nur zu den Zwecken und unter den Bedingungen, die vorab mit dem Nutzer vereinbart wurden, zu verarbeiten. In Art. 6 Abs. 2 lit. e) DA wird dem Dritten z.B. untersagt, die erhaltenen Daten für die Entwicklung eines Produkts zu nutzen, das mit dem vernetzten Produkt im Wettbewerb steht.

3. Zielvorstellungen des Data Act

Die EU-Kommission erkennt die transformative Wirkung durch datengetriebene Technologien, die insbesondere in Form von im Internet vernetzten Produkten in den vergangenen Jahren einher gehen.⁹⁶ So soll der Fortschritt vorangetrieben und einige Hindernisse bei der Datenweitergabe zukünftig minimiert werden.⁹⁷

Ein Hindernis ist die fehlende Vereinfachung und Rechtssicherung des Zugangs an Daten übergreifend auf alle Sektoren.⁹⁸ Die „Unsicherheiten in Bezug auf Rechte und Pflichten in Verbindung mit Daten“ und „das Fehlen einheitlicher Verfahren für die Datenweitergabe“ sind nur Beispiele aus dem ErwG 2 DA. Zudem gibt es keinen einheitlichen Rahmen

⁹² Vgl. ErwG 6 S. 1 DA.

⁹³ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 20.

⁹⁴ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 20.

⁹⁵ Vgl. ErwG 30 DA, S.10.

⁹⁶ Vgl. ErwG 1, 2 DA.

⁹⁷ Vgl. ErwG 1, 2 DA.

⁹⁸ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 15.

darüber, unter welchen Bedingungen und auf welcher Grundlage Produktdaten oder verbundene Dienstdaten genutzt werden können.⁹⁹

Ein weiteres Hindernis ist im Bereich der Datenweitergabe der fehlende Wettbewerb und die ungleiche Chancenverteilung der Marktteilnehmer. Nach ErwG 2 DA gibt es einen Mangel an Anreizen für Dateninhaber, freiwillig Vereinbarungen über die Datenweitergabe einzugehen, den Missbrauch vertraglicher Ungleichgewichte hinsichtlich Datenzugang und Datennutzung und die Kosten der Auftragsvergabe in Bezug auf technische Schnittstellen und für deren Entwicklung.

Gemessen wird der EU Data Act später daran, ob die Verordnung diese Hindernisse überwinden kann und alle Marktakteure auf seinen Weg mitnehmen kann. *Podszun* benennt in seiner Monografie drei Kernforderungen für den EU Data Act, die sich mit den Hindernissen verbinden lassen.¹⁰⁰ Zunächst ist es die „faire Chancenverteilung für alle Marktakteure“, in der *Podszun* allen Unternehmen den gleichen Zugang zum Datenmarkt zuspricht und auch Klein- und Mittelständlern auf den Sekundärmärkten miteinbezieht.¹⁰¹ Thematisiert wird z.B., dass Daten zwischen zwei Unternehmen zu FRAND-Bedingungen¹⁰² überlassen und diese als Standard eingeführt werden sollen. Bisher legen die großen Datenkonzerne die Maßstäbe und Regeln über den Zugang von Daten fest. Die mittelständischen Unternehmen auf dem Sekundärmarkt müssen mit der Handhabung dieser Maßstäbe zurechtkommen, um wirtschaftlich mithalten zu können.¹⁰³

Die zweite Forderung, welche *Podszun* benennt, ist die „einfache Umsetzung ohne prohibitive Bedingungen.“ Damit zielt *Podszun* darauf ab, dass die Umsetzung für den Zugang möglichst einfach sein soll, um die Wirtschaft weiter voranzutreiben und diese nicht vor neue Herausforderungen zu stellen. Diese Umsetzung soll außerdem sektorübergreifend für alle gleich gelten, die Bedingungen und Kosten marginal und keinesfalls einzelfallabhängig sein.¹⁰⁴ Weiterhin sollten sie auch für Rechtssicherheit in anderen Rechtsgebieten stehen, wie z.B. dem Datenschutz, dem Immaterialgüterrecht, dem Geschäftsgeheimnisschutz oder dem Kartellrecht.¹⁰⁵ Zuletzt muss auch eine gewisse Rechtsklarheit gegeben sein, falls es zu Spannungen zwischen Marktteilnehmer kommen sollte.¹⁰⁶

Podszuns dritte Forderung bezieht schließlich auch den Kunden mit ein. „Zugang zum Kunden durch Zugang zu Daten“ zielt auf den nötigen Wettbewerb ab, in dem der Nutzer selbst entscheiden soll, welche der selbsterzeugten Daten er mit welchem Marktteilnehmer teilen möchte.¹⁰⁷ Das Potential auf vollumfängliche Datenzugangsrechte lässt sich erst

⁹⁹ Vgl. ErwG S. 4 DA.

¹⁰⁰ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 17.

¹⁰¹ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 17.

¹⁰² FRAND = fair, reasonable and non-discriminatory, vgl. Art. 8 Abs. 1 DA (fair, angemessen und nichtdiskriminierend)

¹⁰³ Vgl. *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 17.

¹⁰⁴ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 17.

¹⁰⁵ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 17.

¹⁰⁶ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 17.

¹⁰⁷ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 17.

dann komplett ausschöpfen, wenn sowohl der Auftragnehmer als auch der Auftraggeber die Möglichkeit hat, die Wahl selbst zutreffen und marktgerecht handeln zu können.¹⁰⁸

Setzt man nun die Automobilbranche in den Fokus der soeben beschriebenen drei Kernforderungen nach *Podszun*, lässt sich dies in folgenden Kontext einbeziehen. Durch die Chancengleichheit für alle Marktteilnehmer soll die faktische Datenhoheit der Fahrzeughersteller reguliert werden. Der Hersteller bezieht durch die technischen Gegebenheiten im Fahrzeug bislang den Datenzugang für sich.¹⁰⁹ Mithilfe des *Extended-Vehicle*-Konzept können Hersteller über Daten zwischen dem Fahrzeug und dem Server der herstellereigenen Server über eine Mobilfunk-Schnittstelle verfügen.¹¹⁰ Bei dieser Schnittstelle handelt es sich i.d.R. um eine sog. „OBD-Schnittstelle“ (On-Board-Diagnose). Die OBD-Schnittstelle ist eine genormte technische Schnittstelle, um Daten von einem Steuergerät innerhalb eines Fahrzeugs in einer Werkstatt auszuwerten.¹¹¹ Elektronische Steuergeräte (z.B. ein sog. OBD-Dongle) sind im Fahrzeug integrierte Systeme, die durch Sensoren im Fahrzeug Daten erfassen und mithilfe dieser Systeme jene verarbeiten.¹¹² Die OBD II-Schnittstelle ist die zweite Generation dieser Technik, die vor allem erweiterte Diagnosefunktionen bietet. Dritte haben bisher, ähnlich wie der Nutzer, nicht den direkten Datenzugang in das Fahrzeug.¹¹³ Die Hinzunahme eines Zusatzgerätes, wie beispielsweise durch ein Smartphone oder einem OBD-Dongle, kann Dritten einen gewissen Zugang an bestimmte Fahrzeugdaten ermöglichen.¹¹⁴ Diese sind allerdings in ihrer Breite an Informationen eingeschränkt, da man unter Smartphone-Daten eher Positions- und Bewegungsdaten versteht.¹¹⁵ Dies sind zum Teil mehr Alternativen für den Zugang, kompensieren jedoch nicht den vollständigen Rahmen an Informationen über das Fahrzeug.¹¹⁶ Daher sind Dritte auf einen solchen Zugang an Informationen vom Hersteller angewiesen oder haben nur den begrenzten Zugang auf Daten über die OBD II-Schnittstelle.¹¹⁷ Fahrzeughersteller erklären, dass ihr exklusiver Zugang zu Daten aufgrund von unüberwindbaren Cyberisiken gerechtfertigt ist.¹¹⁸ Folglich können Dritten kein direkter Schnittstellenzugang zu Fahrzeugdaten gewährt werden.¹¹⁹

Die zweite Forderung der „einfachen Umsetzung ohne prohibitive Bedingungen“ birgt in der Automobilbranche eine größere Unsicherheit.¹²⁰ Fahrzeughersteller bieten bislang Dritten Servicedienstleistern nur bedingt Nutzungsrechte über den Zugang an Fahrzeugdaten an. Oftmals versuchen Hersteller durch eigene Dienstleistungen, Daten in ihren Reihen zu halten. Eine einfache Umsetzung setzt voraus, dass es eine allgemeine und grundsätzliche Regelung für alle Beteiligten gibt und Einzelfallentscheidungen eine

¹⁰⁸ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 17.

¹⁰⁹ *Reiter/Methner/Schenkel*, 2022, Gutachten über die Einführung eines "Mobilitätsdatenwächters" für eine verbrauchergerechte Datennutzung, S. 10.

¹¹⁰ VDA, Positionspapier „ADAXO: Automotive Data Access – Extended and Open – VDA-Konzept für den Zugriff auf fahrzeuggenerierte Daten“ vom 08.02.2022, S. 9.

¹¹¹ BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S. 20.

¹¹² BMVI, 2017, Studie: „Eigentumsordnung“ für Mobilitätsdaten, S. 20.

¹¹³ *Reiter*, DAR 92, 2022, 123 (124).

¹¹⁴ *Reiter*, DAR 92, 2022, 123 (125).

¹¹⁵ *Reiter*, DAR 92, 2022, 123 (125).

¹¹⁶ *Reiter*, DAR 92, 2022, 123 (125).

¹¹⁷ *Reiter/Methner/Schenkel*, 2022, Gutachten über die Einführung eines "Mobilitätsdatenwächters" für eine verbrauchergerechte Datennutzung, S. 10.

¹¹⁸ *Reiter*, DAR 92, 2022, 123 (125)

¹¹⁹ Vgl. VDA, Zugang zum Fahrzeug und zu im Fahrzeug generierten Daten – Das Konzept „NEVADA-Share & Secure“, 2017, S. 2 zitiert nach *Reiter*, DAR 92, 2022, 123 (124).

¹²⁰ ACEA, European Automobile Manufacturers' Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 4.

Ausnahme bleiben.¹²¹ Hersteller müssen ein gewisses Maß an Datenhoheit verlieren, damit Nutzer und auch Dritte vom zukünftigen Zugang auf ihre Weise profitieren können. Es bleibt abzuwarten, ob die Umsetzung in ihrer Einfachheit möglich ist.

Die dritte Forderung „Der Zugang zum Kunden als Zugang zu Daten“ setzt den Käufer eines Autos in den Mittelpunkt. Ihm soll die Entscheidungsfreiheit zustehen, selbst erzeugte Daten für eigene Zwecke u.a. an Dritte weitergeben zu dürfen. Ein fairer Wettbewerb ist entscheidend für ein wirksames Datenzugangsrecht.¹²² Zudem muss es möglich sein, dass Kunden nicht nur Zugang zu einem gewissen Teil der Daten haben, sondern auch die Möglichkeit haben, weitere Plattformen und Softwares nutzen zu können, um den gesamten Bereich von Daten nutzen zu können.¹²³

4. Differenzen der Regelungen im Data Act

Um die Regelungen des Data Act auch sektorenübergreifend umsetzen zu können, bedarf es eine Unterscheidung zwischen einzelnen Unternehmen. Neben den großen Herstellerkonzernen in der Automobilbranche, müssen die kleinen und mittelständischen Unternehmen in den Mittelpunkt gerückt werden. Zwar soll die Verordnung grundsätzlich für alle Parteien gleich gelten, dennoch muss im Detail eine Differenzierung unter bestimmten Kriterien stattfinden, damit die Regelungen auch umsetzbar sind. Im Folgenden werden dabei die Unternehmen kategorisch eingeordnet.

a) Kleinst-, Klein und mittelständische Unternehmen

Gem. Art. 7 Abs. 1 DA gelten die Pflichten zur Datenweitergabe nicht für Unternehmen, die i.S.d. Artikel 2 des Anhangs der Empfehlung 2003/361/EG als Kleinst- und Kleinunternehmen gelten. Dies begründet die EU-Kommission mit dem aktuellen Stand der Technik von Kleinst- und Kleinunternehmen.¹²⁴ Weitere Konzeptionspflichten wären in der Umsetzung zu aufwendig.¹²⁵ Als Kleinstunternehmen wird ein Unternehmen definiert, welches weniger als 10 Personen beschäftigt oder dessen Jahresumsatz bzw. Jahresbilanz die Grenze von 2 Mio. EUR nicht überschreitet.¹²⁶ Für ein Kleinunternehmen gelten die Grenzen von weniger als 50 Personen und dessen Jahresumsatz bzw. Jahresbilanz von 10 Mio. EUR.¹²⁷ Handelt es sich bei dem Kleinst- oder Kleinunternehmen jedoch um ein Partnerunternehmen oder um ein verbundenes Unternehmen i.S.d. Art. 3 des Anhangs der Empfehlung 2003/361/EG, gilt die Ausnahme für solche Unternehmen nicht. Schützen soll diese Ausnahme vor allem Unternehmen, die durch ihre Größe weder Beschäftigte für den Datenschutz abgestellt haben noch eine Rechtsabteilungen führen können und durch die Verordnung sonst überlastet werden würden.¹²⁸ Ein mittelständisches Unternehmen,

¹²¹ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 17.

¹²² *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 17.

¹²³ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 17.

¹²⁴ Vgl. ErWG 41 S. 1 DA.

¹²⁵ Vgl. ErWG 41 S. 1.DA.

¹²⁶ Empfehlung der Kommission vom 06.05.2003 betreffend die Definition der Kleinstunternehmen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen (Text von Bedeutung für den EWR) (Bekannt gegeben unter Aktenzeichen K(2003) 1422), abgekürzt als Anhang der Empfehlung 2003/361/EG, Art. 2 Abs. 3.

¹²⁷ Anhang der Empfehlung 2003/361/EG, Art. 2 Abs. 2.

¹²⁸ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, 27 ff.

welches seit weniger als einem Jahr als mittleres Unternehmen i.S.d. Artikel 2 des Anhangs der Empfehlung 2003/361/EG eingestuft wird, fällt ebenfalls unter diesen Schutz.

b) Gatekeeper

Nach Art. 5 DA steht dem Nutzer das Recht auf Weitergabe von Daten an Dritte zu. Gatekeeper gelten gem. Art. 5 Abs. 3 DA jedoch nicht als zugelassene Dritte und sind daher auch nicht berechtigt, u.a. einen Nutzer aufzufordern oder durch finanzielle Gegenleistungen zu gewinnen, um Daten, die der Nutzer erlangt hat, für seine Dienste bereitzustellen. Daran anschließend stellt sich die Frage, wer als Gatekeeper bezeichnet werden kann:

Bei einem Gatekeeper (Torwächter) handelt es sich gem. Art. 2 Nr.1 des Digital Markets Act (DMA)¹²⁹ um ein Unternehmen, welches zentrale Plattformdienste bereitstellt und nach Artikel 3 DMA benannt worden ist. Zu solchen Diensten gehört z.B. ein Online-Vermittlungsdienst, eine Online-Suchmaschine, ein Online-Dienst sozialer Netzwerke oder Webbrowser. Nach Art. 3 DMA wird ein Unternehmen als Torwächter benannt, wenn es einen erheblichen Einfluss auf den Binnenmarkt hat, einen zentralen Plattformdienst bereitstellt, der gewerblichen Nutzern als wichtiges Zugangstor zu Endnutzern dient, und hinsichtlich seiner Tätigkeit eine gefestigte und dauerhafte Position besitzt oder diese in absehbarer Zukunft erlangen wird. Folglich ist ein Gatekeeper ein marktherrschender Plattformbetreiber, der durch sein besonders weitreichendes Netzwerk als Vermittler zwischen Unternehmen und einer großen Anzahl an Nutzern dient.¹³⁰

Art. 6 Abs. 2 DA verbietet ebenfalls, dass ein Dritter, der rechtmäßig Zugang zu Daten erhalten hat, diese an einen Gatekeeper weitergibt.

IV. Zwischenfazit

Zusammengefasst lässt sich festhalten, dass der Verbraucher (Nutzer) eine Zugangsberechtigung für die selbst generierten Daten hat. Diese sollten nicht nur dem Hersteller aufgrund von vertraglichen Regelungen zustehen. Gründe für den Anspruch auf Zugang und Nutzung von Daten waren bisher nicht einheitlich für alle Sektoren geregelt. Die EU-Kommission hat diese Lücke in der aktuellen Datenwirtschaft erkannt und durch den EU Data Act eine mögliche Regelung entworfen, die horizontal und einheitlich für alle Wirtschaftssektoren gelten soll. Neben dem Nutzer erhält auch der Sekundärmarkt durch die Umverteilung der Datenweitergabe neue Möglichkeiten.

In der Automobilbranche bedeutet die Umverteilung an Daten vor allem die Stärkung der Positionen des Nutzers selbst und von herstellerunabhängigen Dienstleistern aller Art. Hersteller müssen zukünftig ihre Produkte so konzipieren, dass die Datenbereitstellung für den Nutzer jederzeit gegeben ist. Durch die Nutzung von Fahrzeugen und Devices durch den Nutzer werden eine Vielzahl an Mobilitätsdaten generiert. Diese sind aufgeteilt in nutzerbezogene, fahrzeugbezogene und umgebungsbezogene Daten. Der Schutz von personenbezogenen Daten, gesetzlich geregelt durch die DSGVO, bleibt dabei vom Data

¹²⁹ Verordnung (EG) 2022/1925 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14.09.2022 über bestreitbare und faire Märkte im digitalen Sektor und zur Änderung der Richtlinien (EU) 2019/1937 und (EU) 2020/1828 (Gesetz über digitale Märkte) (ABl. 2022, L 265/1), abgekürzt als: DMA.

¹³⁰ vgl. Handelsblatt, 04.07.2023, Diese sieben Tech-Riesen fallen als „Gatekeeper“ unter EU-Regulierung, <https://www.handelsblatt.com/technik/it-internet/amazon-apple-und-co-diese-sieben-tech-riesen-fallen-als-gatekeeper-unter-eu-regulierung/29237390.html>, zuletzt aufgerufen am 20.02.2024.

Act unberührt. Der Data Act bildet vielmehr mithilfe der DSGVO die Grundlage für sicheren und vertraulichen Zugang zu Daten und deren Verarbeitung.

C. Datenzugangsverhältnisse

Nachdem grundlegenden Überblick über die Berechtigung für Datenzugänge von Verbrauchern und Dritten, über den Data Act und dessen Zielen, und die allgemeine Darstellung der bisherigen sektorspezifischen Regelungen in der Automobilbranche zum Datenzugang, werden nun im Folgenden die einzelnen Datenzugangsverhältnisse, deren Anwendungsbereiche sowie deren Bedingungen beleuchtet.

I. Allgemeine Bestimmungen

Der Anwendungsbereich des Data Acts wird im ersten Kapitel der Verordnung unter Artikel 1 DA bestimmt. In Art. 1 Abs. 1 DA werden unter den Buchstaben a) bis f) die harmonisierten Vorschriften dargelegt, über die die Verordnung verfügen soll. Des Weiteren wird in Art. 1 Abs. 2 DA der Rahmen für den geltenden Bereich der Verordnung für personenbezogene und nicht-personenbezogene Daten festgehalten. Abs. 3 umfasst den Adressatenkreis der Verordnung.

1. Anwendungsbereich

Die Bereitstellung von Daten sowie die Erleichterung und Entwicklung für die Verfügbarkeit von Daten steht im Vordergrund des Data Acts. In Art. 1 Abs. 1 DA wird u.a. die Bereitstellung von Produkt- und verbundenen Dienstdaten für den Nutzer des vernetzten Produkts oder verbundenen Dienst (Art. 1 Abs. 1 lit. a) DA), die Bereitstellung von Daten durch Dateninhaber für Datenempfänger (Art. 1 Abs. 1 lit. b) DA) und um die Erleichterung des Wechsels zwischen Datenverarbeitungsdiensten (Art. 1 Abs. 1 lit. c) DA) genannt. Die Verordnung bezieht sich gem. Art. 1 Abs. 2 DA sowohl auf personenbezogene als auch nicht-personenbezogene Daten. Zum Vergleich beschränkt sich der Anwendungsbereich der DSGVO ausschließlich auf personenbezogene Daten.¹³¹ Der Datenzugang soll durch innovative Ideen gefördert werden und Folgemärkte voranbringen.¹³² Zudem soll durch die Verordnung auch der Anreiz für Investitionen sowohl für die Entwicklung von vernetzten Produkten als auch für damit verbundene Folgedienstleistungen bestehen bleiben.¹³³

Die Grundlage der für die gesamte Verordnung geltenden Bestimmungen bildet die Definition der Daten. Gem. Art. 2 Nr. 1 DA handelt es sich bei Daten um jede digitale Darstellung von Handlungen, Tatsachen oder Informationen sowie jede Zusammenstellung solcher Handlungen, Tatsachen oder Informationen auch in Form von Ton-, Bild- oder audiovisuellem Material. Die Daten können sowohl als Produkt- oder verbundene Dienstdaten innerhalb eines vernetzten Produkts oder eines verbundenen Dienstes auftreten.

Vernetzte Produkte und deren Produktdaten sowie die verbundenen Dienste mit deren verbundenen Dienstdaten lassen sich nach dem Data Act wie folgt per Legaldefinition bestimmen.

a) Vernetzte Produkte/ Produktdaten

Ein vernetztes Produkt ist gem. Art. 2 Nr. 5 DA ein Gegenstand, der Daten über seine Nutzung oder Umgebung erlangt, generiert oder erhebt und der Produktdaten über einen

¹³¹ *Etzkorn*, RD i 4, 2024, 116 (117).

¹³² Vgl. ErwG 32 S. 1 DA.

¹³³ Vgl. ErwG 32 S. 2 DA.

elektronischen Kommunikationsdienst, eine physische Verbindung oder einen geräteinternen Zugang übermitteln kann und dessen Hauptfunktion nicht die Speicherung, Verarbeitung oder Übertragung von Daten im Namen einer anderen Partei – außer dem Nutzer – ist. Bei diesen Produkten handelt es sich i.d.R. um IoT-Geräte, die in allen Bereichen der Wirtschaft und Gesellschaft in jeglicher Produktform zu finden sind.¹³⁴ Ein konkretes Beispiel in der Automobilbranche wäre ein Bordcomputer in einem Fahrzeug. Dieser erfasst zum einen über Sensoren eine Vielzahl an Daten des Fahrzeugs (Geschwindigkeit, Verbrauch, Reichweite, etc.) und ist gleichzeitig in der Lage über elektronische Kommunikationsdienste wie z.B. Telekommunikationsnetze, die generierten Daten zu übermitteln.

Die generierten Daten werden in dem Fall Produktdaten genannt und nach Art. 2 Nr. 15 DA als Daten definiert, die durch die Nutzung eines vernetzten Produkts gesammelt werden und die der Hersteller so konzipiert hat, dass sie über einen elektronischen Kommunikationsdienst, eine physische Verbindung oder einen geräteinternen Zugang von einem Nutzer, Dateninhaber oder Dritten – gegebenenfalls einschließlich des Herstellers – abgerufen werden können. Im Beispiel des Bordcomputers werden durch die Nutzung des Fahrzeugs sowohl Daten durch das Führen des Fahrzeugs selbst als auch über die Umgebung mittels der einzelnen Standorte via GPS gesammelt.

b) Verbundener Dienst/ Verbundene Dienstdaten

Nach Art. 2 Nr. 6 DA ist ein verbundener Dienst ein digitaler Dienst, bei dem es sich nicht um einen elektronischen Kommunikationsdienst handelt, (...) der zum Zeitpunkt des Kaufs (...) so mit dem Produkt verbunden ist, dass das vernetzte Produkt ohne ihn eine oder mehrere seiner Funktionen nicht ausführen könnte oder der anschließend vom Hersteller oder einem Dritten mit dem Produkt verbunden wird, um die Funktionen des vernetzten Produkts zu ergänzen, zu aktualisieren oder anzupassen. Solche Dienste könnten Dienstleistungen im Bereich für zusätzliche Beratung und Analyse eines Produkts sein oder für regelmäßige Reparatur- und Wartungsservices dienen.¹³⁵ Hersteller oder Verkäufer können diese Dienste auch als Teil ihres Kauf- oder Leasingverträge anbieten.¹³⁶ Jedoch kann diese Leistung auch von einem Dritten erbracht werden.¹³⁷ Am Beispiel des Bordcomputers in einem Fahrzeug könnte ein verbundener Dienst ein zusätzlicher Service für regelmäßige Wartungen sein.

Verbundene Dienstdaten sind gem. Art. 2 Nr. 16 DA die Daten, die die Digitalisierung von Nutzerhandlungen oder Vorgängen im Zusammenhang mit dem vernetzten Produkt darstellen und vom Nutzer absichtlich aufgezeichnet oder als Nebenprodukt der Handlung des Nutzers während der Bereitstellung eines verbundenen Dienstes durch den Anbieter generiert werden. Im Beispiel des Bordcomputers wären verbundene Dienstdaten jene Daten, die zeigen wie die Reaktion des Fahrers auf z.B. Serviceanzeigen (Ölstand, Temperatur, etc.) sind und ob diese ihn in seiner Fahrweise oder ähnlichem beeinflussen.

2. Adressatenkreis

Art. 1 Abs. 3 DA nennt den Adressatenkreis der Verordnung. Zu diesem gehören u.a. ein Hersteller vernetzter Produkte, ein Anbieter verbundener Dienste, ein Nutzer, ein Dateninhaber, ein Datenempfänger oder ein Anbieter von Datenverarbeitungsdiensten, in den Grenzen der europäischen Union. In lit. e) und g) ist der Bezug zur Union nicht

¹³⁴ Vgl. ErwG 14 S. 3 DA.

¹³⁵ Vgl. ErwG 17 S. 4 DA.

¹³⁶ Vgl. ErwG 17 S. 5 DA.

¹³⁷ Vgl. ErwG 17 S. 5 DA.

genannt.¹³⁸ Jedoch umfasst der Data Act gem. Art. 1 Abs. 6 S. 4 DA nur Bereiche, in denen das Unionsrecht Anwendung findet.¹³⁹ Des Weiteren gilt das Marktortprinzip, welches auch in der DSGVO und dem DGA (Data Governance Act)¹⁴⁰ anklang findet. Dadurch soll die Verfügbarkeit von Daten innerhalb der EU-Grenzen verbessert werden.¹⁴¹ Damit die Entwicklung völlig neuartiger Dienste vorangetrieben wird, ist es zudem sinnvoll, Anreize für Investitionen in vernetzte Produkte zu schaffen.¹⁴²

Für den Datenzugangsanspruch des Data Act sind in erster Linie drei Personengruppen entscheidend: Nutzer, Dateninhaber und Datenempfänger.¹⁴³ Nachfolgend werden diese genauer betrachtet.

a) Nutzer

Der Nutzer ist der zentrale Adressat der Verordnung.¹⁴⁴ Dieser soll zeitnah Zugriff auf die Daten erhalten, die er durch sein vernetztes Produkt oder durch den verbundenen Dienst innerhalb der Union selbst generiert.¹⁴⁵ Durch den Zugriff soll der Nutzer die generierten Daten selbst nutzen oder auch an Dritte seiner Wahl weitergeben können.¹⁴⁶ Gem. Art. 2 Nr. 12 DA handelt es sich bei einem Nutzer um eine natürliche oder juristische Person, die ein vernetztes Produkt besitzt oder der vertraglich zeitweilige Rechte für die Nutzung des vernetzten Produkts übertragen wurden oder die verbundene Dienste in Anspruch nimmt. Nach ErwG 18 DA soll ein Nutzer als ein Unternehmer, Verbraucher oder eine öffentliche Stelle verstanden werden. Dieser ist entweder Eigentümer des vernetzten Produkts oder ist durch einen Miet- oder Leasingvertrag der Inhaber von bestimmten befristeten Rechten auf den Zugang zu Daten aus dem Produkt oder des verbundenen Dienstes. Handelt es sich um mehrere Nutzer, so sollte jeder einzelne Nutzer „auf unterschiedliche Weise zur Datengenerierung beitragen“ und „ein Interesse an verschiedenen Formen der Nutzung haben“ können.¹⁴⁷ Beispiele hierfür sind ein „Flottenmanagement für Leasingunternehmen“ oder die „Mobilitätslösungen für Einzelpersonen, die ein Car-Sharing-Dienst nutzen.“¹⁴⁸ Die tatsächliche und rechtmäßige Nutzung ist für den Anspruch entscheidend und nicht der Eigentümer in sachenrechtlichem Sinne.¹⁴⁹ Bisher sind nicht alle generierten Daten in einer einfachen Art und Weise für den Nutzer zugänglich und die Möglichkeiten der Übertragbarkeit häufig nur begrenzt.¹⁵⁰ Dies soll sich u.a. auch durch die Bereitstellung der für den Nutzer wichtigen Informationen zu den Produktdaten vor Abschluss eines Kauf-, Miet- oder Leasingvertrags über das Produkt durch den Verkäufer, Vermieter oder Leasinggeber ändern.¹⁵¹

¹³⁸ Bomhard, MMR 27, 2024, 71 (72).

¹³⁹ Bomhard, MMR 27, 2024, 71 (72).

¹⁴⁰ Verordnung (EU) 2022/868 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30.05.2022 über europäische Daten-Governance und zur Änderung der Verordnung (EU) 2018/1724 (Daten-Governance-Rechtsakt) (Text von Bedeutung für den EWR) (ABl. 2022, L 152/1), abgekürzt als DGA.

¹⁴¹ Hennemann/Steinrötter, NJW 75, 2022, 1481 (1482).

¹⁴² Vgl. ErwG 32 S. 2 DA.

¹⁴³ Etzkorn, RDt 4, 2024, 116 (117).

¹⁴⁴ Vgl. ErwG 5 S. 1 DA.

¹⁴⁵ Vgl. ErwG 5 S. 1 DA.

¹⁴⁶ Vgl. ErwG 5 S. 1 DA.

¹⁴⁷ Vgl. ErwG 18 S. 5 DA.

¹⁴⁸ Vgl. ErwG 18 S. 5 DA.

¹⁴⁹ Etzkorn, RDt 4, 2024, 116 (118).

¹⁵⁰ Vgl. ErwG 20 S. 1 DA.

¹⁵¹ Vgl. ErwG 24 S. 1 DA.

b) Dateninhaber

Nach Art. 2 Nr. 13 DA ist ein Dateninhaber eine natürliche oder juristische Person, die nach dem Data Act (...) berechtigt oder verpflichtet ist, Daten – soweit vertraglich vereinbart, auch Produkt oder verbundene Dienstdaten – zu nutzen und bereitzustellen, die sie während der Erbringung eines verbundenen Dienstes abgerufen oder generiert hat. Oftmals handelt es sich bei einem Dateninhaber um den Hersteller des Produkts. Das Interesse für den Hersteller ist von Bedeutung, um die generierten Daten für die Analyse des aktuellen Produkts und deren Weiterentwicklung zu nutzen.¹⁵² Dateninhaber könnte ebenso ein Zulieferer sein, wenn ein unmittelbarer Zugriff auf die generierten Daten besteht.¹⁵³

c) Datenempfänger

Die dritte Personengruppe umfasst den Datenempfänger. Dieser wird in Art. 2 Nr. 14 DA als eine natürliche oder juristische Person definiert, die zu Zwecken innerhalb ihrer gewerblichen, geschäftlichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit handelt, ohne Nutzer eines vernetzten Produkts oder verbundenen Dienstes zu sein, und dem vom Dateninhaber Daten bereitgestellt werden, einschließlich eines Dritten, dem der Dateninhaber auf Verlangen des Nutzers (...) Daten bereitstellen muss. Der Datenempfänger hat im Gegensatz zum Dateninhaber oder zum Nutzer keinen unmittelbaren Zugang zu den Daten, da er weder an der Produktentwicklung beteiligt ist noch an der Datenerhebung durch die Produktnutzung.¹⁵⁴ Gleichzeitig kann ein Dritter auch zum Datenempfänger werden. Ein Dritter kann gem. ErwG 33 DA eine natürliche oder juristische Person sein. Der entscheidende Unterschied zwischen einem Datenempfänger und einem Dritten ist, dass ein Dritter außerhalb des Konstrukts zwischen Dateninhaber und Nutzer für sich steht und ein Datenempfänger durch das Empfangen von Daten ein Teil dieses Konstrukts wird. Der Datenempfänger kann auch ein grundsätzliches Interesse an Daten haben. Im Bereich von Fahrzeugdaten sind es u.a. herstellerunabhängige Werkstätten, Entwickler von Navigationssysteme oder auch Versicherungsgesellschaften, die dieses Interesse kundtun könnten.

II. Rechtliche Beziehungen zwischen Nutzer, Dateninhaber und Datenempfänger

Durch den Blick auf den Anwendungsbereich, den Gegenstand und die Personengruppen steht nun die rechtliche Beziehung der einzelnen Akteure untereinander im Vordergrund. Der Data Act ermöglicht vor allem dem Nutzer und Datenempfänger sowie Dritten einen Zugang zu Daten, welcher bisher ausschließlich dem Dateninhaber zustand.¹⁵⁵ Den Grundstein hierfür legt Art. 3 Abs. 1 DA. Vernetzte Produkte und verbundene Dienste sind standardmäßig so zu konzipieren, dass Nutzer einen direkten Zugang auf Produktdaten und verbundene Dienstdaten haben. Dieser Zugang soll für den Nutzer einfach, sicher, unentgeltlich und in einem umfassenden, strukturierenden und maschinenlesbaren Format bereitstehen. Ein Dritter benötigt für den Zugang das Einverständnis des Nutzers. Nach Art. 5 Abs. 1 DA muss der Dateninhaber auf Verlangen des Nutzers einem Dritten ohne Weiteres verfügbare Daten bereitstellen. Es entsteht dadurch ein Dreiecksverhältnis¹⁵⁶

¹⁵² *Etz Korn*, RD i 4, 2024, 116 (118).

¹⁵³ *Etz Korn*, RD i 4, 2024, 116 (118).

¹⁵⁴ *Etz Korn*, RD i 4, 2024, 116 (118).

¹⁵⁵ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 55.

¹⁵⁶ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 55.

zwischen Nutzer, Dateninhaber und Datenempfänger. Der Nutzer erhält somit eine gewisse Machtposition – die bis dahin dem Dateninhaber, zumeist also dem Hersteller eines Produkts – zustand.¹⁵⁷ Im Folgenden werden die einzelnen Personenverhältnisse untereinander thematisiert.

1. Verhältnis Nutzer – Dateninhaber

Das Verhältnis zwischen dem Nutzer und dem Dateninhaber sieht im Rahmen des Data Act wie folgt aus. Zukünftig ist eine Zustimmung vom Nutzer nötig, damit der Dateninhaber zur Datennutzung berechtigt ist.¹⁵⁸ Nach Art. 4 Abs. 13 DA darf der Dateninhaber nur auf der Grundlage eines Vertrages mit dem Nutzer verfügbare Daten verwenden. Bei diesen Daten muss es sich um nicht-personenbezogene Daten handeln. Ist der Hersteller eines vernetzten Produkts der Dateninhaber, so nennt der ErWG 25 DA, dass es als Grundlage für die Nutzung nicht-personenbezogener Daten durch den Hersteller einen Vertrag zwischen Hersteller und Nutzer geben soll. Somit braucht der Fahrzeughersteller zur Nutzung der generierten Fahrzeugdaten eine Zustimmung des Nutzers.¹⁵⁹ Lag keine vertragliche Regelung zwischen den Parteien vor, war der tatsächliche Zugang auf Daten entscheidend.¹⁶⁰ Oftmals lag die Entscheidung, anderen einen Zugang auf Daten zu gewähren beim Dateninhaber.¹⁶¹ Der ErWG 20 DA untermauert die bisherige Situation, da in vielen Sektoren die Hersteller die Kontrolle über die technische Konzeption der vernetzten Produkte – folglich die tatsächliche Entscheidungsgewalt über den Zugang – hatte und damit bestimmen konnte, welche Daten generiert werden und wie der Zugriff erfolgen kann. Zwar ist die Befürchtung von *Bomhard/Merkle*¹⁶² zum ersten Kommissionsentwurf¹⁶³ – das „durch den Data Act ein Dateneigentum durch die Hintertür zugunsten des Nutzers eingeführt wurde“¹⁶⁴ – aufgrund der finalen Fassung des Data Act zu verneinen¹⁶⁵, so verändert es dennoch die bisherige Machtstellung des Dateninhabers.

Um das Verhältnis zwischen Nutzer und Dateninhaber detaillierter aufzuzeigen, werden im weiteren Verlauf die Informationspflichten, der Datenzugang des Nutzers und die Datennutzung und deren Weitergabe durch den Dateninhaber konkretisiert.

a) Informationspflichten

In Art. 3 DA werden zunächst die Informationspflichten aufgeführt. Vor Vertragsabschluss sollen Nutzer von vernetzten Produkten (Art. 3 Abs. 2 DA) oder verbundenen Diensten (Art. 3 Abs. 3 DA) ein Minimum an Informationen über die Datenerhebung bereitgestellt.

Bei vernetzten Produkten soll der Nutzer vor Abschluss eines Kauf-, Miet- oder Leasingvertrages z.B. über die Art, das Format oder den geschätzten Umfang an Produktdaten, die das vernetzte Produkt generieren kann, informiert werden.¹⁶⁶ Ebenso sind klare und ausreichende Informationen, die für die Ausübung von Nutzerrechten relevant sind, ein weiterer Bestandteil der Informationspflicht.¹⁶⁷ Nach Art. 3 Abs. 2 lit. c)

¹⁵⁷ *Specht-Riemenschneider*, ZRP 55, 2022, 137 (137); *Podszun/Pfeifer*, GRUR 124, 2022, 953 (956).

¹⁵⁸ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 56.

¹⁵⁹ *Etz Korn*, RD i 4, 2024, 116 (118).

¹⁶⁰ *Etz Korn*, RD i 4, 2024, 116 (118).

¹⁶¹ *Etz Korn*, RD i 4, 2024, 116 (118).

¹⁶² *Bomhard/Merkle*, RD i 2, 2022, 168 (175).

¹⁶³ DA-E.

¹⁶⁴ *Etz Korn*, RD i 4, 2024, 116 (119).

¹⁶⁵ *Schmidt-Kessel*, MMR 27, 2024, 75 (78).

¹⁶⁶ Vgl. ErWG 24 S. 1 DA; Vgl. auch *Etz Korn*, RD i 4, 2024, 116 (119).

¹⁶⁷ Vgl. ErWG 24 S. 1 DA; Vgl. auch *Etz Korn*, RD i 4, 2024, 116 (119).

DA müssen zudem Angaben gemacht werden, ob das vernetzte Produkt fähig ist, Daten auf dem Gerät oder einem entfernten Server zu speichern sowie deren Speicherdauer. Die Dauer muss nach Art. 5 Abs.1 lit. e) DSGVO eine gewisse Mindestspeicherdauer beinhalten, um dem Nutzer ein Datenzugangsrecht einzuräumen.¹⁶⁸ Dazu umfasst Art. 3 Abs. 2 lit. d) die Angaben, wie der Nutzer auf die Daten zugreifen, sie abrufen oder sie gegebenenfalls auch löschen kann.

Die Informationspflichten bei verbundenen Diensten werden in Art. 3 Abs. 3 DA umfasst.¹⁶⁹ Neben der Art, dem geschätzten Umfang und der Häufigkeit der Erhebung von Produkt- und verbundenen Dienstdaten, werden auch potentielle Dateninhaber und deren Identität und Kommunikationsmittel und auch mögliche Dritte einbezogen. Nutzer müssen vor Vertragsabschluss in „einer klaren und verständlichen Art und Weise“¹⁷⁰ Informationen dazu erhalten. Durch die Zweckdarlegung des Dateninhabers über potenzielle Dateninhaber oder Dritte, ist eine freie Nutzung der Daten, ohne den Nutzer darüber zu informieren nach Art. 3 Abs. 3 lit. c) nicht möglich.¹⁷¹ Die eben genannte tatsächliche Entscheidungsgewalt wird so auch hier entmachtet, da der Nutzer vom Dateninhaber diese Informationen erhalten muss.¹⁷²

In beiden Fällen ist jedoch noch unklar, ob dies in der Praxis lediglich eine vorvertragliche Informationspflicht des Dateninhabers darstellt, vergleichbar mit der „Einwilligung als Bedingung für die Datenverarbeitung gem. Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. a DSGVO“¹⁷³, oder ob der Nutzer dadurch auch praktisch mehr Einfluss erhält.¹⁷⁴

b) Datenzugang des Nutzers

Die Pflicht zur Zugänglichkeit für vernetzte Produkte und verbundene Dienste wird in Art. 3 Abs. 1 DA konkretisiert. Die Produkte und Dienste müssen so konzipiert und hergestellt werden, dass die Produktdaten und verbundene Dienstdaten für den Nutzer als *access by design*¹⁷⁵ standardmäßig direkt zugänglich sind, d.h. der Hersteller muss einen möglichen Datenzugang bei der Entwicklung eines Produkts direkt integrieren. Falls der Zugang nicht direkt vom vernetzten Produkt oder dem verbundenen Dienst für den Nutzer möglich ist, ergänzt Art. 4 Abs. 1 DA, dass in diesen Fällen der Dateninhaber dem Nutzer „ohne Weiteres“ Daten bereitstellt. Bemerkenswert hierbei ist, dass die Bereitstellung „unverzüglich, einfach, sicher, unentgeltlich, in einem umfassenden, gängigen und maschinenlesbaren Format und (...) in der gleichen Qualität (...) kontinuierlich und in Echtzeit“ erfolgen soll. Der Anspruch auf die Bereitstellung der – durch die Nutzung selbst – generierten Daten, bietet dem Nutzer die Möglichkeit, diese Daten für eigene Zwecke zu nutzen.¹⁷⁶ Dies war dem Nutzer bislang in der Form verwehrt.¹⁷⁷

Sowohl Nutzer als auch Dateninhaber können nach Art. 4 Abs. 2 DA Zugang, Nutzung und auch die erneute Weitergabe von Daten vertraglich beschränken, falls die Verarbeitung von

¹⁶⁸ Vgl. ErwG 24 S. 1 DA; Vgl. auch *Etzkorn*, RD i 4, 2024, 116 (119).

¹⁶⁹ *Etzkorn*, RD i 4, 2024, 116 (119).

¹⁷⁰ Art. 3 Abs. 3 DA.

¹⁷¹ *Etzkorn*, RD i 4, 2024, 116 (119).

¹⁷² *Etzkorn*, RD i 4, 2024, 116 (119).

¹⁷³ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 57.

¹⁷⁴ *Etzkorn*, RD i 4, 2024, 116 (119).

¹⁷⁵ *Schmidt-Kessel*, MMR 27, 2024, 75 (78); *Podszun/Pfeifer*, GRUR 124, 2022, 953 (956); *Steinrötter*, GRUR 125, 2023, 216 (2020); vgl. auch *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 55.

¹⁷⁶ *Etzkorn*, RD i 4, 2024, 116 (119).

¹⁷⁷ *Etzkorn*, RD i 4, 2024, 116 (119).

Daten zu gesundheitlichen oder sicherheitsbedenklichen Auswirkungen von natürlichen Personen führen könnte.

Die Autonomie und Entscheidungsfreiheit des Nutzers darf nicht untergraben werden.¹⁷⁸ Die Ausübung von Wahlmöglichkeiten oder Rechten von Nutzern soll dem Nutzer nicht unangemessen erschwert werden und/oder auf nicht neutrale Weise angeboten werden.¹⁷⁹ Im ErwG 38 DA wird dieses Verbot auch auf Dritte erweitert. Dateninhaber und Dritte sind angehalten, nicht auf Gestaltungstechniken zurückzugreifen, die Verbrauchern zu Entscheidungen verleiten, die negative Folgen für sie haben könnten.¹⁸⁰

c) Datennutzung und -weitergabe durch Dateninhaber

Neben dem Datenzugang des Nutzers wird die Nutzung und die Weitergabe von Daten durch den Dateninhaber thematisiert. Die Voraussetzungen für die Nutzung und Weitergabe hat sich durch den Data Act für den Dateninhaber grundlegend geändert. Dateninhaber dürfen gem. Art. 4 Abs. 13 S. 1 DA nicht-personenbezogene Daten nur auf Grundlage eines Vertrages mit dem Nutzer Daten nutzen. Nach Art. 4 Abs. 13 S. 2 DA dürfen „solche Daten“ nicht zur Ausforschung der wirtschaftlichen Lage, der Vermögenswerte oder der Produktionsmethoden des Nutzers verwendet werden.¹⁸¹ Dateninhaber dürfen ebenso nur dann nicht-personenbezogene Produktdaten an Dritte bereitstellen, wenn dies zur Erfüllung des Vertrags mit dem Nutzer dient.¹⁸² Falls es zu Veränderungen der Nutzungsvereinbarungen kommen sollte, muss der Nutzer eine „fundierte Zustimmung“¹⁸³ abgeben.¹⁸⁴

Durch diese Änderung steht dem Dateninhaber nicht mehr die grundsätzliche Freiheit zu, nicht-personenbezogene Daten für eigene Absichten zu nutzen.¹⁸⁵ Die tatsächliche Kontrolle über die Daten reicht so zur Nutzungsberechtigung nicht mehr aus. Der Nutzer ist neben dem Datenzugang nun auch bei der Datennutzung im Fokus.¹⁸⁶

Die genaue Ausgestaltung der Nutzungsvereinbarung lässt der Data Act grundsätzlich offen und verweist im Falle eines B2B-Verhältnisses (Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen) auf die Vertragsfreiheit.¹⁸⁷ Handelt es sich bei den Vertragsparteien der Vereinbarung um einen Dateninhaber und einem Verbraucher als Nutzer, gelten neben dem Verbraucherrecht der Union die Richtlinien über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen.¹⁸⁸

2. Verhältnis Nutzer – Datenempfänger

Das zweite Personenverhältnis umfasst den Nutzer und einen Datenempfänger. Auch hier wird der Nutzer durch die Verordnung in den Vordergrund gesetzt. Denn gem. Art. 5 Abs. 1 S. 1 DA ist der Dateninhaber verpflichtet auf Verlangen des Nutzers einem Dritten ohne Weiteres verfügbare Daten bereit zu stellen. Die Bereitstellung soll für den Nutzer unentgeltlich, einfach, sicher, in einem umfassenden, strukturierten, gängigen Format und in Echtzeit erfolgen können. In Art. 5 Abs. 1 S. 2 DA wird auf die Bedingungen und

¹⁷⁸ Vgl. ErwG 38 S. 3 DA.

¹⁷⁹ Vgl. Art. 4 Abs. 4 DA.

¹⁸⁰ Vgl. ErwG 38 S. 6 DA.

¹⁸¹ Schmidt-Kessel, MMR 27, 2024, 75 (79).

¹⁸² Ehlen/Sebulke, Computer und Recht 40 (2024), 84 (86); Vgl. auch: Art. 4 Abs. 14 S.1 DA.

¹⁸³ Vgl. ErwG 25 S. 4 DA.

¹⁸⁴ Ehlen/Sebulke, Computer und Recht 40 (2024), 84 (86).

¹⁸⁵ Ehlen/Sebulke, Computer und Recht 40 (2024), 84 (86).

¹⁸⁶ Ehlen/Sebulke, Computer und Recht 40 (2024), 84 (86).

¹⁸⁷ Hennemann/Steinrötter, NJW 77, 2024, 1 (4); vgl. ErwG 43, 59 DA.

¹⁸⁸ Ehlen/Sebulke, Computer und Recht 40 (2024), 84 (86); vgl. ErwG 28 DA, S. 10..

Gegenleistungen des Dritten in Art. 8 und 9 DA hingewiesen. Einem Nutzer steht es zukünftig zu, die selbsterzeugten Daten für eigene Anliegen durch einen Dritten nutzen zu lassen. Vor allem die unentgeltliche Bereitstellung der Daten durch den Dateninhaber könnte für den Nutzer auch ein finanzielles Interesse wecken, wenn er die Daten an einen Dritten weitergeben und eine Gegenleistung erhalten kann.¹⁸⁹

Ebenso kann ein Dritter aus wirtschaftlicher Sicht Vorteile aus dieser Änderung erwarten, denn ihm wird ein Zugang zu Daten zuteil, den bislang nur der Dateninhaber selbst hatte. Diese Vorteile sollen jedoch Gatekeepern verwehrt werden.¹⁹⁰ Sowohl dürfen Gatekeeper weder Einfluss auf den Nutzer nehmen, um an begehrte Daten zu gelangen noch dürfen Dritte Daten an Gatekeeper weitergeben.¹⁹¹ Entsprechend gelten hierfür Art. 5 Abs. 3 und Art. 6 Abs. 2 lit. d) DA.

In der Praxis ist bislang das vertragliche Verhältnis zwischen Nutzer und Dritten eher die Ausnahme.¹⁹² Umso interessanter wird die zukünftige Umsetzung dieser Vertragskonstellation.

3. Verhältnis Dateninhaber – Datenempfänger

Ebenso interessant ist das Verhältnis zwischen dem Dateninhaber und einem Datenempfänger. Auch hier gab es bisher nur wenige Ausnahmen, in denen einem Dritten Zugang zu Daten des Dateninhabers gewährt wurde. Zum einen lag das Interesse des Dateninhabers darin, Unbeteiligte vom Datenzugang fernzuhalten und zum anderen fehlten dem Unbeteiligten ebenso der Datenzugangsanspruch.¹⁹³ Der fehlende Anspruch des Dritten stärkte die Position des Dateninhabers.¹⁹⁴

Der Dritte erhält, wie bereits im Verhältnis Nutzer – Dateninhaber angesprochen, seinen Anspruch auf Daten über den Art. 5 Abs. 1 DA durch den Nutzer. Dadurch, dass beide Personengruppen unterschiedliche Ziele und Interessen verfolgen, die einerseits eine Begrenzung des Zugangs und andererseits die Öffnung des Zugangs anstreben, führt der Data Act im Kapitel III Pflichten für den Dateninhaber auf, unter denen sich eine Bereitstellung von Daten für einen Datenempfänger ergeben.¹⁹⁵ Die Pflichten eines Dritten werden aus Art. 6 DA deutlich, obwohl dieser Artikel genau genommen auf das Verhältnis zwischen Nutzer und Drittem abzielt.

Bemerkenswert in dem Verhältnis ist der Datenzugangsanspruch des Dritten. Dieser wendet sich direkt an den Dateninhaber. Die Begründung des Anspruchs geht jedoch aus dem Verhältnis zwischen Nutzer und Drittem hervor.¹⁹⁶ Art. 5 Abs. 1 S. 1 DA setzt voraus, dass „auf Verlangen eines Nutzers“ Daten bereitgestellt werden, die der Dateninhaber dann wiederum gem. Art. 5 Abs. 1 S. 2 DA einem Dritten weitergeben soll. Im Allgemeinen ist der Anspruch des Dritten aus Art. 5 Abs. 1 DA „nahezu identisch“¹⁹⁷ mit dem Anspruch des Nutzers aus Art. 4 Abs. 1 DA. Einzige Abweichung ist die Qualität der Daten. Art. 4 Abs. 1 DA weist darauf hin, dass die Daten dem Nutzer „in *der gleichen* (Hervorh. d. Verf.) Qualität wie für den Dateninhaber“ bereitgestellt werden sollen. Diese Bereitstellung muss im Verhältnis der Angemessenheit und Relevanz des Nutzers stehen und somit ggf. an die

¹⁸⁹ *Etzkorn*, RD i 4, 2024, 116 (120 f.).

¹⁹⁰ Vgl. B III Nr. 4 lit. b).

¹⁹¹ *Bomhard/Merkle*, RD i 2, 2022, 168 (171).

¹⁹² *Etzkorn*, RD i 4, 2024, 116 (121).

¹⁹³ *Etzkorn*, RD i 4, 2024, 116 (121).

¹⁹⁴ *Etzkorn*, RD i 4, 2024, 116 (121).

¹⁹⁵ *Etzkorn*, RD i 4, 2024, 116 (121).

¹⁹⁶ *Etzkorn*, RD i 4, 2024, 116 (121).

¹⁹⁷ *Schmitd-Kessel*, MMR 27, 2024, 75 (80).

Möglichkeiten des Nutzers angepasst werden, welches jedoch nicht die Verpflichtungen des Dateninhabers verringern sollen.¹⁹⁸ Nach Art. 5 Abs. 1 DA müssen die Daten „in derselben (Hervorh. d. Verf.) Qualität, die dem Dateninhaber zur Verfügung“ stehen, bereitgestellt werden. Für einen Dritten muss die Bereitstellung somit identisch sein und bei dem Nutzer nahe zu identisch. Dieser Unterschied lässt sich jedoch nur aus der deutschen Übersetzung feststellen. In der englischen Fassung heißt es in beiden Fällen „of the same quality as is available to the data holder.“ Zudem findet sich im Anspruch aus Art. 5 Abs. 1 DA die Bezeichnung „strukturiert“, die beim Anspruch aus Art. 4 Abs. 1 DA fehlt. Ob sich der Unterschied der Übersetzung und die fehlende Bezeichnung in der Umsetzung der Ansprüche bemerkbar macht, lässt sich aus der momentanen Position nicht beurteilen, jedoch bietet es einen feinen Umsetzungsspielraum für den Dateninhaber, zumindest aus der deutschen Übersetzung.

Um „einheitliche Verfahren für die Datenweitergabe“¹⁹⁹ zu schaffen und „vertragliche Ungleichgewichte hinsichtlich des Datenzugangs und der Datennutzung“²⁰⁰ aufzubrechen, führt der Data Act im Kapitel III Vorschriften auf, die zur Regulierung des Marktes beitragen sollen. Diese Vorschriften enthalten Bedingungen für die Bereitstellung von Daten durch den Dateninhaber (Art. 8 DA) und eine mögliche Gegenleistung für die Bereitstellung (Art. 9 DA). Es handelt sich dabei um Geschäftsbeziehungen zwischen einem Dateninhaber und einem Datenempfänger (Dritten). Wie bereits eben im Verhältnis Dateninhaber – Datenempfänger genannt, führt die „neue“ Konstellation dazu, dass ein vertragliches Regelwerk erst noch geschaffen werden muss.

Der Art. 8 Abs. 1 DA beginnt zunächst mit der Voraussetzung, dass die folgenden Vorschriften in dem Artikel nur für B2B-Beziehungen gelten sollen. Somit wird die Pflicht zur Datenbereitstellung aus Art. 5 DA beschränkt, denn dort sind sowohl gewerbliche als auch nichtgewerbliche Dritte als Datenempfänger mitinbegriffen.²⁰¹ Davon weicht Art. 8 Abs. 1 DA ab und bezieht nur Personen als Datenempfänger mit ein, die gewerblich tätig sind.

Die Verpflichtung zur Datenbereitstellung des Dateninhabers ergibt sich aus zwei Möglichkeiten. Zum einen direkt aus Art. 5 DA, also in dem Moment, in dem der Nutzer die Datenweitergabe an Dritte verlangt, und zum anderen aus weiteren Rechtsvorschriften von Union und/oder der nationalen Gesetzgebung. Für die zweite Möglichkeit lässt sich bisher nur erahnen, wie genau solche Rechtsvorschriften der nationalen Gesetzgebung aussehen könnten, denn die englische Fassung und die deutsche Übersetzung weichen im Detail voneinander ab.²⁰² Während in der deutschen Übersetzung in Art. 2 Nr. 13 DA von „nationalen Rechtsvorschriften zur Umsetzung des Unionsrechts“ die Rede ist, verweist die englische Fassung darauf, dass die nationalen Rechtsvorschriften im Einklang mit dem Unionsrecht erlassen werden (*national legislation adopted in accordance with Union law*) sollen.²⁰³ Diese Abweichung kann in der Umsetzung eine entscheidende Rolle spielen, denn es führt dazu, dass die Pflicht zur Datenbereitstellung sektorspezifisch angepasst werden kann.²⁰⁴ Zur Einordnung der bisherigen Erkenntnisse ist festzuhalten, dass nach Art. 50 DA das Kapitel III in Bezug auf Datenbereitstellungspflichten nach Unionsrecht oder nach im Einklang mit Unionsrecht erlassenen nationalen Rechtsvorschriften erst nach dem 12.

¹⁹⁸ Schmidt-Kessel, MMR 27, 2024, 75 (80).

¹⁹⁹ Vgl. ErwG 2 S. 1 DA.

²⁰⁰ Vgl. ErwG 2 S. 1 DA.

²⁰¹ Louven, MMR 27, 2024, 82 (83).

²⁰² Louven, MMR 27, 2024, 82 (83).

²⁰³ Louven, MMR 27, 2024, 82 (83).

²⁰⁴ Steinrötter, RD 1, 2021, 480 (484).

September 2025 in Kraft tritt. So lässt sich das Ausmaß der Umsetzung zum aktuellen Stand nur erahnen.

Die konkreten Pflichten des Datenzugangs laut Data Act lassen sich dabei in die Bereiche der Vertragspflicht, einer möglichen Gegenleistung für den Datenzugang und der Konkurrenzklausele aufteilen.

a) Vertragspflicht

Zunächst muss gem. Art. 8 Abs. 1 DA zwischen dem Dateninhaber und einem Datenempfänger eine Vereinbarung getroffen werden, die über die Ausgestaltung der Bereitstellung der Daten hinweist. Voraussetzung hierfür ist die Verpflichtung zur Datenbereitstellung z.B. aus Art. 5 DA.²⁰⁵ Die Vereinbarung selbst dient als Umsetzungsmöglichkeit, nicht als Begründung für die Pflicht der Bereitstellung.²⁰⁶ Vielmehr soll dem Datenempfänger eine Vereinbarung zugutekommen, die durch die gesetzlichen Bedingungen angemessen ist und die ihn auf geschäftlicher Ebene ebenbürtig mit dem Dateninhaber macht. Durch die Pflicht aus Art. 8 Abs. 1 DA, einen Datenlizenzvertrag mit dem Datenempfänger abzuschließen, resultiert ein Kontrahierungszwang für den Dateninhaber.²⁰⁷

Der Vertrag muss unter fairen, angemessenen und nichtdiskriminierenden Bedingungen (sog. FRAND-Bedingungen) gestaltet werden. Wie im Einzelnen diese FRAND-Bedingungen im Vertrag ausgestaltet werden sollen, lässt sich momentan noch schwer einschätzen, denn die Bedingungen aus Art. 8 Abs. 1 DA geben hierzu keine genauen Ansätze.²⁰⁸ Die zukünftige Auslegung der Begrifflichkeiten wird vom jeweiligen Zweck abhängig sein, der die Pflicht zur Datenbereitstellung begründet.²⁰⁹

Zudem gilt nach Art. 8 Abs. 3 DA ein Diskriminierungsverbot für den Dateninhaber, der Datenempfänger nicht aufgrund von unterschiedlichen Kategorien differenzieren darf. Nach Art. 8 Abs. 3 S. 2 DA trägt der Dateninhaber die Beweislast. Wenn der Datenempfänger der Ansicht ist, dass er aufgrund von Bedingungen diskriminiert wird, muss der Dateninhaber diesem die Begründung für sein Verhalten darlegen, die beweisen sollen, dass keine Diskriminierung vorliegt.

b) Gegenleistung

Für eine Verhandlung zwischen Dateninhaber und Datenempfänger sind die Bestimmungen des Artikel 9 DA von hoher Bedeutung. Hierbei handelt es sich um die Gegenleistung für die Bereitstellung von Daten, die der Dateninhaber vom Datenempfänger verlangen kann. Nach Art. 9 Abs. 1 DA darf „jede Gegenleistung“ für die Bereitstellung von Daten im Rahmen der geschäftlichen Beziehung zwischen Dateninhaber und Datenempfänger vereinbart werden, solange diese als angemessen und frei von jeglicher Diskriminierung angesehen wird. Zudem darf die Gegenleistung auch eine Marge enthalten. Für den Dateninhaber ist es somit möglich, durch die Bereitstellung der Daten grundsätzlich Gewinne zu generieren.²¹⁰ Für die Höhe der Marge setzt der Data Act keine Vorgaben, solange diese für den Datenempfänger nicht unangemessen sind oder ihn

²⁰⁵ *Specht-Riemenschneider*, MMR 25, 2022, 809 (821).

²⁰⁶ *Louven*, MMR 27, 2024, 82 (83).

²⁰⁷ *Bomhard/Merkle*, RD 2, 2022, 168 (171).

²⁰⁸ *Louven*, MMR 27, 2024, 82 (84).

²⁰⁹ *Louven*, MMR 27, 2024, 82 (84).

²¹⁰ *Louven*, MMR 2, 2024, 82 (85).

diskriminieren.²¹¹ Auch eine geringfügige Gegenleistung oder gar der Ausschluss einer solchen sind nach Art. 9 Abs. 6 DA durchaus möglich.

Des Weiteren führt Art. 9 Abs. 2 DA mögliche Kosten bei der Datenbereitstellung auf, die der Dateninhaber und der Datenempfänger bei der Einigung über die Gegenleistung berücksichtigen sollten. Zu denen gehören sowohl Speicherungs-, Formatierungs- und Verbreitungskosten (lit. a) als auch mögliche Investitionskosten (lit. b) in die Erhebung und Generierung von Daten, falls andere Parteien ebenfalls an der Beschaffung oder Generierung der Daten beteiligt gewesen sind. Die Gegenleistung kann zudem gem. Art. 9 Abs. 3 DA auch von dem Format, Umfang und Art der Daten abhängig gemacht werden.

Um Datenempfänger, die sowohl als kleine und mittelständische Unternehmen oder auch als Forschungseinrichtung ohne Erwerbszweck tätig sind finanziell schützen zu können, stellt der Data Act in Artikel 9 Abs. 4 DA klar, dass die Gegenleistung in dem Fall nur aus Kosten aus Art. 9 Abs. 2 lit. a) DA bestehen darf. Eine Marge ist dort ebenfalls unzulässig.²¹²

Im Allgemeinen gilt die Gegenleistung aus Art. 9 DA – ähnlich wie in Art. 8 DA – nur im B2B-Verhältnis. Nutzer erhalten gem. Art. 5 DA die Datenbereitstellung unentgeltlich. Zudem werden auch in Art. 9 DA die Angemessenheit und die Diskriminierungsfreiheit nicht weiter konkretisiert. Der Dateninhaber muss zwar dem Datenempfänger eine genaue Berechnung der Gegenleistung im Detail gem. Art. 9 Abs. 7 DA darlegen. Ob diese jedoch als angemessen und diskriminierungsfrei gilt, ist in der Praxis sicher nur durch die Auslegung des Einzelfalls zu ermitteln.

c) Konkurrenzklausele

Der Data Act hat zum Schutz des Dateninhabers für den Nutzer und den Datenempfänger jeweils eine Konkurrenzklausele entworfen.²¹³ Nach Art. 4 Abs. 10 DA und Art. 6 Abs. 2 lit. e) DA darf weder der Nutzer noch ein Dritter die erlangten Daten für die Entwicklung eines vernetzten Produkts verwenden, welches dann mit Produkten des Dateninhabers im Wettbewerb steht. Ebenso ist die Weitergabe dieser Daten an einen anderen Dritten für Einblicke in die wirtschaftliche Lage oder die Produktionsmethoden des Dateninhabers für Nutzer und Dritten untersagt. Der grundsätzliche Ansatz für den Schutz des Dateninhabers ist legitim, jedoch wird der mögliche Wettbewerb dadurch in gewisser Weise eingeschränkt.²¹⁴ Auch hier wird die Praxis über die Bewertung der einzelnen Regelungen entscheiden.

III. Zwischenfazit

Der Data Act umfasst in seinem Anwendungsbereich eine Vielzahl von Daten, dessen Potential noch nicht voll ausgeschöpft ist. Nutzer erhalten durch die Art. 4 und 5 DA einen erweiterten Spielraum, selbstgenerierte Daten auch für eigene Zwecke zu nutzen oder diese an Dritte weiterzugeben. Der Dateninhaber ist für die Berechtigung der Datennutzung an den Nutzer vertraglich gebunden. Der Data Act setzt Grundpfeiler für die rechtlichen Beziehungen zwischen Nutzer, Dateninhaber und Datenempfänger. Die Umsetzung der Datenzugangs- sowie Nutzungsansprüche und deren Ausgang für die einzelnen Akteure lässt sich dennoch in gewissen Bereichen nur vermuten. Zudem wird die Ausgestaltung

²¹¹ *Louven*, MMR 2, 2024, 82 (85).

²¹² Vgl. ErwG 47 S. 7 DA.

²¹³ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 82.

²¹⁴ *Podszun*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 82.

einer möglichen Gegenleistung sowie die der Konkurrenzklausele im Verhältnis zwischen Dateninhaber und Datenempfänger interessant zu beobachten.

D. Anwendungsbeispiel anhand der Automobilbranche

Im folgenden Kapitel wird ein konkretes Anwendungsbeispiel konzipiert, anhand dessen mögliche Zugangsansprüche des Data Act beispielhaft geprüft werden. Da die Verordnung gem. Art. 50 DA ab dem 12. September 2025 gilt, ist in Anbetracht der aktuellen Position darauf hinzuweisen, dass das Anwendungsbeispiel auf aktuellem Kenntnisstand und Literatur beruht. Inwieweit die Ergebnisse der künftigen Praxis ähneln, ist daher abzuwarten. Der Grundgedanke und die Voraussetzungen der möglichen Ansprüche stammen aus dem Leitartikel „EU Data Act – Ein wichtiger Baustein in der Europäischen Datenstrategie“ von *Holznagel/Freese* in der EuZ.²¹⁵ Die Ausgangssituation und die Umsetzung sind vom Autor der vorliegenden Arbeit eigenständig entworfen. Die Ansprüche aus dem Leitartikel richteten sich nach dem Data Act-Entwurf, daher wurde in der Umsetzung versucht, die Änderungen vom Data Act-Entwurf zur endgültigen Verordnung dahingehend anzupassen.

I. Ausgangssituation

Der Käufer W hat sich nach längerer Suche für einen Pkw vom Automobilhersteller A entschieden. W war mit seinem vorherigen Pkw vom Abgasskandal 2015 betroffen und hatte daher sowohl rechtlich als auch finanziell einige Auseinandersetzungen mit dem damaligen Hersteller V. W hätte gerne aufgrund der vergangenen Geschehnisse bei seinem neuen Pkw Zugang im Bereich der Mobilitätsdaten zur eingebauten Software für die Überwachung von Abgaswerten. Diese werden während der Nutzung des Pkw via Steuergerät erfasst. Auf die im Pkw installierte Software hat W als Kunde nur einen sehr begrenzten Zugang, denn die generierten Daten stehen nur dem Automobilhersteller zu.²¹⁶ Die Berechtigung zur Generierung und Nutzung von Daten durch den Hersteller A wurde im Kaufvertrag zwischen W und A festgehalten. Ebenso wurde innerhalb des Vertrages eine Musterklausel zur Wahrung von Geschäftsgeheimnissen von beiden Parteien unterzeichnet.

Da W ein rechtliches Interesse am Datenschutzrecht hat, sieht er nun bei seinem neugekauften Pkw durch den Data Act seinen Anspruch auf Datenzugang und auch der Weitergabe an mögliche Dritte.

II. Datenzugangsansprüche des Nutzers

Der Data Act sieht vor, dass ein Nutzer auf Anfrage an sich selbst (Art. 4 DA) oder auf Anfrage des Nutzers an einen Dritten (Art. 5 DA) Anspruch auf Datenzugang vom Dateninhaber verlangen kann. In der Umsetzung kann ein Anspruch wie folgt aussehen.

1. Zugangsanspruch des Nutzers an sich selbst (Art. 4 Abs. 1 DA)

Der Nutzer W könnte einen Anspruch auf Zugang und Nutzung von Produkt- und verbundenen Dienstdaten gem. Art. 4 Abs. 1 DA haben.

a) Tatbestand

Damit der Anspruch bestand hat, müssen die folgenden Voraussetzungen erfüllt sein.

²¹⁵ *Holznagel/Freese*, EuZ 26, 2023, 1 (13).

²¹⁶ *Nürnberg*, DuD 42, 2018, 79 (79).

aa) Anspruchsteller ist Nutzer

Zunächst müsste W als Anspruchsteller ein Nutzer sein. Die Voraussetzungen für einen Nutzer²¹⁷ gem. Art. 2 Nr. 12 DA sind zum einen, dass dieser eine natürliche oder juristische Person sein muss und zum anderen im Besitz oder für eine bestimmte Zeit die Rechte an einem vernetzten Produkt oder eines verbundenen Dienstes haben muss. W ist eine natürliche Person und als Käufer im Besitz des Pkws. Laut Ausgangssituation hat W Interesse an der Einsicht in die Daten der eingebauten Software, welche die Abgaswerte des Pkw misst. Die eingebaute Software könnte als verbundener Dienst²¹⁸ definiert werden. Zum Zeitpunkt des Kaufs müsste nach Art. 2 Nr. 6 DA ein digitaler Dienst mit dem Produkt verbunden sein, sodass das vernetzte Produkt ohne diesen Dienst eine oder mehrere Funktionen nicht ausführen könnte oder anschließend ein Hersteller mit dem Produkt verbunden wird, um die Funktionen des vernetzten Produkts zu ergänzen oder anzupassen. Zum Zeitpunkt des Pkw-Kaufs ist die Abgassoftware mit einem IoT-Steuergerät im Pkw fest verbaut. Das Steuergerät kann ohne die Software keine genauen Abgaswerte vom Pkw messen. Somit sind beide Voraussetzungen erfüllt und W ist als Anspruchsteller ein Nutzer.

bb) Anspruchsteller verlangt Produkt- und verbundene Dienstdaten

Des Weiteren müsste W als Anspruchsteller Produkt- oder verbundene Dienstdaten i.S.d. Data Act verlangen. Der Data Act bezeichnet allgemein den Begriff Daten²¹⁹ als jede digitale Darstellung von Handlungen, Tatsachen oder Informationen sowie deren Zusammenstellung. Mobilitätsdaten aus der Nutzung von Fahrzeugen fallen unter diesen Begriff. Als verbundene Dienstdaten definiert Art. 2 Nr. 16 DA Daten, die die Digitalisierung von Nutzerhandlungen oder Vorgängen im Zusammenhang mit dem vernetzten Produkt darstellen und vom Nutzer absichtlich aufgezeichnet oder als Nebenprodukt der Handlung des Nutzers während der Bereitstellung eines verbundenen Dienstes durch den Anbieter generiert werden. Laut Ausgangssituation werden die Mobilitätsdaten im Pkw des W durch Sensoren an die Abgassoftware weitergeleitet. Diese sog. dynamischen Fahrzeugdaten²²⁰ stellen die Nutzerhandlungen des W während der Fahrt dar. Da i.d.R. bei einem Verbraucher die Absicht des Führens eines Fahrzeugs nicht in der Aufzeichnung von Abgaswerten liegt, werden diese in diesem Sachverhalt als Nebenprodukt der Handlung des W beschrieben, die während der bereitgestellten Abgassoftware des Automobilherstellers generiert werden. W als Anspruchsteller verlangt verbundene Dienstdaten i.S.d. Data Act.

cc) Anspruchsteller hat ohnehin keinen Zugriff auf die Daten nach Art. 3 Abs. 1 DA

Zudem dürfte W ohnehin nicht auf die Daten nach Art. 3 Abs. 1 DA zugreifen können. Das Zugangsrecht aus Art. 4 Abs. 1 DA steht dem Nutzer nur dann zu, wenn er nicht bereits durch Art. 3 Abs. 1 DA durch das vernetzte Produkt oder den verbundenen Dienst selbst Zugriff auf Daten hat.²²¹ Hersteller sind nach Art. 3 Abs. 1 DA verpflichtet, ihre vernetzten Produkte und verbundenen Dienste so zu konzipieren, dass die Daten (Produkt- und verbundene Dienstdaten) für den Nutzer standartmäßig zugänglich sind.²²² Diese Verpflichtung tritt jedoch erst im September 2025 in Kraft. In der Ausgangssituation wird

²¹⁷ Vgl. C I Nr. 2 lit a).

²¹⁸ Vgl. C I Nr. 1 lit. b).

²¹⁹ Vgl. C I Nr. 1.

²²⁰ Vgl. B II Nr. 2 lit. b).

²²¹ *Holznagel/Freese*, EuZ 26, 2023, 1 (15).

²²² *Podszun/Pfeifer*, GRUR 124, 2022, 953 (956); *Hennemann/Steinrötter*, NJW 75, 2022, 1481 (1483).

daher davon ausgegangen, dass der Pkw bzw. das im Pkw eingebaute IoT-Gerät noch nicht *access by design* ist. Die verbundenen Dienstdaten sind somit für den Nutzer nicht zugänglich. W kann ohnehin nicht auf die Daten nach Art. 3 Abs. 1 DA zugreifen.

dd) Anspruchsgegner ist tauglicher Dateninhaber

Als vierte Voraussetzung müsste A ein tauglicher Dateninhaber sein. Tauglich bedeutet in diesem Zusammenhang, dass es sich um einen Dateninhaber handeln muss, der nicht zu den nach Art. 7 DA ausgeschlossenen Unternehmen gehört. Ein Dateninhaber ist nach Art. 2 Nr. 13 DA eine natürliche oder juristische Person, die nach dem Data Act oder geltendem Unions- oder nationalem Recht berechtigt oder verpflichtet ist, Daten zu nutzen oder bereitzustellen, die sie während der Erbringung eines verbundenen Dienstes abgerufen oder generiert hat. Als industrieller Automobilhersteller ist A eine juristische Person. Nach ErwG 25 DA soll ein Hersteller mit dem Nutzer als Grundlage für die Nutzung von nicht-personenbezogenen Daten einen Vertrag abschließen. Dies kann z.B. ein Teil des Kauf-, Miet- oder Leasingvertrages sein. Laut Ausgangssituation wurde die Berechtigung zur Datengenerierung und Nutzung für den Hersteller vertraglich vereinbart. Weiter dürfte A als Automobilhersteller nicht zu den in Art. 7 DA genannten Unternehmen zählen. Da zahlreiche Kleinst- und Kleinunternehmen meist nicht die digitalen Kapazitäten und Kompetenzen für Erhebung, Analyse und Nutzung von Daten haben, sind diese von der Bereitstellung befreit. Nach Art. 7 Abs. 1 S. 1 DA gilt die Pflicht zur Datenweitergabe von Unternehmen an Verbraucher nicht für Unternehmen, die i.S.d. Art. 3 des Anhangs der Empfehlung 2003/361/EG als Kleinst- oder Kleinunternehmen²²³ eingestuft werden. Als Automobilhersteller fällt A nicht in diese Kategorie von Unternehmen. A gilt somit als tauglicher Dateninhaber.

ee) Geschäftsgeheimnisschutz steht nicht entgegen

Weiterhin dürfte der Geschäftsgeheimnisschutz gem. Art. 4 Abs. 6 DA dem Anspruch nicht entgegenstehen. Nach Art. 4 Abs. 6 S. 1 DA müssen Geschäftsgeheimnisse gewahrt werden und nur dann offengelegt werden, wenn der Dateninhaber und der Nutzer vor der Offenlegung alle Maßnahmen getroffen haben, die erforderlich sind, um die Vertraulichkeit der Geschäftsgeheimnisse zu wahren. Dies gilt vor allem im Verhältnis zu Dritten. Art. 2 Nr. 18 DA definiert ein Geschäftsgeheimnis als ein Geschäftsgeheimnis i.S.v. Art. 2 Nr. 1 der Richtlinie (EU) 2016/943²²⁴. Nach dieser Richtlinie gilt eine Information als Geschäftsgeheimnis, wenn drei Kriterien erfüllt werden. Zunächst darf die Information weder allgemein noch Personen in den Kreisen bekannt oder ohne weiteres zugänglich sein. Darüber hinaus muss die Information aufgrund ihrer Geheimhaltung einen kommerziellen Wert haben. Zuletzt müssen die Personen, die die rechtmäßige Kontrolle über diese Information besitzen, entsprechende angemessene Geheimhaltungsmaßnahmen ergriffen haben. Angemessene Maßnahmen zur Wahrung der Geheimnisse können u.a. Vertraulichkeitsvereinbarungen oder Mustervertragsklauseln sein. Ob Fahrzeugdaten in diesem Fall unter die eben genannte Definition von Geschäftsgeheimnissen fallen, hängt von den konkreten Umständen ab, denn nicht alle Fahrzeugdaten sind automatisch Geschäftsgeheimnisse. Technische Inhalte oder Produktionsmethoden über die Leistung oder die Entwicklung von Fahrzeugen können grundsätzlich als Geschäftsgeheimnisse betrachtet werden. Da es sich im

²²³ Vgl. B III Nr. 4 lit. a).

²²⁴ Richtlinie (EU) 2016/943 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 08.06.2016 über den Schutz vertraulichen Know-hows und vertraulicher Geschäftsinformationen (Geschäftsgeheimnisse) vor rechtswidrigen Erwerb sowie rechtswidriger Nutzung und Offenlegung (ABl. 2016, L 157/1).

Anwendungsbeispiel jedoch um Abgaswerte handelt, die während der Nutzung von W entstanden sind, ist die Betrachtung dieser Werte als Geschäftsgeheimnis i.S.v. der Richtlinie (EU) 2016/943 fraglich. Durch die Unterzeichnung der Musterklauseln über die Vertraulichkeit der weitergegebenen Daten von A und W, werden zur Sicherheit angemessene Maßnahmen getroffen. Der Geschäftsgeheimnisschutz gem. Art. 4 Abs. 6 DA steht dem Anspruch somit nicht entgegen.

ff) Personenbezogene Daten: Rechtsgrundlage

Abschließend geht es um den Schutz von personenbezogenen Daten. Nach Art. 1 Abs. 5 DA gilt der Data Act unbeschadet des Unionsrechts und des nationalen Rechts über den Schutz von personenbezogenen Daten. Demnach findet die DSGVO und die E-Privacy-Richtlinie weiterhin Anwendung.²²⁵ Gilt die Anfrage vom Nutzer gem. Art. 4 Abs. 1 DA personenbezogener Daten, so muss die Verarbeitung personenbezogener Daten aufgrund der DSGVO gerechtfertigt sein.²²⁶ Hierbei ist jedoch entscheidend, ob es sich bei dem Nutzer um die betroffene Person der personenbezogenen Daten handelt.²²⁷ Sofern der Nutzer als betroffene Person seine Zustimmung zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten gegeben hat, ist die Geltendmachung des Anspruchs nach der DSGVO gerechtfertigt.²²⁸ Gem. Art. 4 Abs. 12 DA ist eine gültige Rechtsgrundlage nach Art. 6 u. 9 DSGVO nötig, wenn es sich bei dem Nutzer nicht um die betroffene Person handelt, deren personenbezogene Daten verlangt werden. W ist als Nutzer die betroffene Person. Er fordert vom Hersteller A die Abgaswerte seines neugekauften Pkws. Durch die Anfrage an Daten gibt W als betroffene Person seine Zustimmung zur Verarbeitung von Daten. Die Geltendmachung des Anspruchs wäre nach DSGVO gedeckt. Bei den Abgaswerten handelt es sich jedoch nicht um personenbezogenes Daten i.S.d. Art. 4 Nr. 1 DSGVO. Die Anfrage gilt somit keinen personenbezogenen Daten, weshalb die Verarbeitung nicht nach der DSGVO gerechtfertigt sein muss.

In dem vorangegangenen Tatbestand sind alle Voraussetzungen erfüllt.

b) Rechtsfolge

Dadurch dass W einen Zugangsanspruch auf verbundenen Dienstdaten gem. Art. 4 Abs. 1 DA hat, wird nun geschildert, welche Rechtsfolgen sich aus diesem Anspruch ergeben.

Nach Art. 4 Abs. 1 S. 1 DA sollen die Daten dem Nutzer einfach, sicher, unentgeltlich, in einem umfassenden, gängigen und maschinenlesbaren Format und – falls relevant und technisch durchführbar – in der gleichen Qualität wie für den Dateninhaber kontinuierlich und in Echtzeit bereitgestellt werden. Nach ErwG 22 DA sollen die vernetzten Produkte so konzipiert sein, dass sich bestimmte Daten direkt auf dem Gerät anzeigen lassen. Die Bereitstellung auf dem Gerät selbst wird auch als *in-situ* (vor Ort) -Zugang bezeichnet²²⁹. Bei dieser Möglichkeit des Zugangs würden die bisherigen Positionen von Nutzer und Dateninhaber weitestgehend bestehen bleiben.²³⁰ Der Nutzer kann die Daten auf dem Gerät einsehen, jedoch nicht über diese frei bestimmen oder sie für andere Zwecke nutzen.

²²⁵ Holznapel/Freese, EuZ 26, 2023, 1 (8).

²²⁶ Holznapel/Freese, EuZ 26, 2023, 1 (8).

²²⁷ Holznapel/Freese, EuZ 26, 2023, 1 (8).

²²⁸ Holznapel/Freese, EuZ 26, 2023, 1 (8).

²²⁹ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 69.

²³⁰ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 69.

Zudem behält der Dateninhaber die Leitung über die Art und Weise des Zugangs.²³¹ Neben dem direkten Zugang über das vernetzte Produkt sollen die Daten auch von einem entfernten Server aus zugänglich gemacht werden. Gem. ErwG 24 DA wäre ebenso die Speicherung von Daten möglich, um die Informationen aus der Datenbereitstellung auch im Nachhinein einsehen zu können.

In Anbetracht der Ausgangssituation wären somit zwei Szenarien des Datenzugangsformat denkbar. Im ersten Szenario ließ sich – wenn technisch umsetzbar – nach einer Anpassung im Pkw durch den Hersteller der Abgaswert zukünftig ablesen (*in-situ*-Zugang). Im zweiten Szenario würden die Werte auf einem Server oder anderem Gerät zwischen gespeichert und nach konkreter Anfrage von W für diesen zugänglich gemacht werden.

Im Ausgangsfall stand der Verbraucher und sein Interesse im Fokus. Beide Szenarien bringen W an sein vorgegebenes Ziel: Den Zugang zu Abgaswerten zur eigenen Überwachung. Aus Verbrauchersicht kann ein solcher Zugang ausreichend sein. Falls jedoch auch andere Ziele wie z.B. die eigene Nutzung der Daten oder die Weitergabe der Daten an Dritte verfolgt werden, könnte ein solcher Zugang ungenügend bleiben.²³²

2. Anspruch auf Weitergabe von Produkt- oder verbundene Dienstdaten an Dritte

W ist mit den Abgaswerten seines neuen Pkw zufrieden. Aus finanzieller Sicht möchte W jedoch die Nebenkosten seines neuen Pkw senken. Die Kfz-Versicherung ist ihm deutlich zu teuer. Die Versicherungsgesellschaft S bietet einen neuen Tarif der Kfz-Versicherung an, den *Pay-as-you-drive*-Tarif.²³³

S bietet dem W einen für ihn angepassten Versicherungsschutz, der auf der Grundlage seiner Nutzungsdaten des Pkw basiert. Die zuzahlende Versicherungsprämie wird so anhand der Fahrten und der Fahrweise von W angepasst. W ist begeistert und möchte den neuen Versicherungstarif mit S abschließen. A soll als Dateninhaber dem Dritten S die Fahrt- und Fahrzeugdaten bereitstellen. Unter dessen vereinbarten A und S strenge Vertraulichkeitsvereinbarungen und technische Zugangsmaßnahmen zum Geschäftsgeheimnisschutz.

Der Data Act bietet dazu folgenden Anspruch:

Der Nutzer W könnte einen Anspruch auf Weitergabe von Produkt- oder verbundenen Dienstdaten an einen Dritten (S) gem. Art. 5 Abs. 1 DA haben.

a) Tatbestand

Damit der folgende Anspruch bestand hat, müssten folgende Voraussetzungen erfüllt sein.

aa) Anspruchsteller ist Nutzer

Zunächst müsste es sich bei dem Anspruchsteller wieder um den Nutzer handeln. W ist als Anspruchsteller der Nutzer.²³⁴

²³¹ Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 69.

²³² Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 70.

²³³ Etkorn, RD i 4, 2024, 116 (118).

²³⁴ Vgl. D II Nr. 1 lit. aa).

bb) Anspruchsteller verlangt Produkt- oder verbundene Dienstdaten

Des Weiteren müsste W als Anspruchsteller Produkt- oder verbundene Dienstdaten verlangen. Für das Abschließen des Versicherungstarifs benötigt S von W unterschiedliche Mobilitätsdaten. Hiermit sind dynamische Fahrzeugdaten, dynamische Nutzerdaten und auch Verkehrslage- und Positionsdaten gemeint. Bei einem *Pay-as-you-drive*-Tarif wird im Fahrzeug des Versicherungsnehmers z.B. eine Telematik-Box eingebaut, mit der der Versicherer Zugang zu Mobilitätsdaten hat.²³⁵ Über diese Telematik-Box erhält der Versicherer Einblicke in das Fahrverhalten (z.B. Geschwindigkeit, Bremsverhalten, etc.) und auch über die Fahrt selbst (z.B. Kurz oder Langstreckenfahrten, inner- oder außerorts, etc.).²³⁶ Wie bereits im ersten Anspruch fallen die Mobilitätsdaten unter die verbundenen Dienstdaten. W verlangt diese von A, um die verbundenen Dienstdaten für den Versicherungstarif an S weitergeben zu können. W verlangt als Anspruchsteller verbundene Dienstdaten.

cc) Anspruchsteller verlangt Datenbereitstellung an zulässige Dritte

Ebenso müsste S für die Datenbereitstellung ein zulässiger Dritter sein. Ein Dritter kann nach ErwG 33 DA eine natürliche oder juristische Person sein. Dies beinhaltet z.B. einen Verbraucher, ein Unternehmen, eine Forschungseinrichtung oder auch eine gemeinnützige Organisation.²³⁷ Nach Art. 5 Abs. 3 DA sind jedoch Gatekeeper²³⁸ nicht berechtigt, Daten von einem Nutzer zu erhalten. Die Versicherungsgesellschaft S ist kein Gatekeeper gem. Art. 3 DMA.²³⁹ S ist ein zulässiger Dritter für die Datenbereitstellung.

dd) Anspruchsgegner ist tauglicher Dateninhaber

Weiterhin müsste A ein tauglicher Dateninhaber sein. A ist ein tauglicher Dateninhaber. S.o.²⁴⁰

ee) Geschäftsgeheimnisschutz steht nicht entgegen

Zudem müsste der Geschäftsgeheimnisschutz gem. Art. 5 Abs. 9 DA dem Anspruch nicht entgegenstehen. Geschäftsgeheimnisse sollen nach Art. 5 Abs. 9 DA „nur insoweit offengelegt werden, als diese Offenlegung für den zwischen dem Nutzer und dem Dritten vereinbarten Zweck unbedingt erforderlich ist.“ Auch hier setzt die EU-Kommission fest, dass alle angemessenen technischen und organisatorischen Maßnahmen zur Wahrung der Vertraulichkeit der weitergegebenen Daten zwischen dem Dateninhaber und einem Dritten vereinbart werden müssen. Falls keine Vereinbarungen zwischen Dateninhaber und Drittem getroffen oder nicht umgesetzt werden, kann der Dateninhaber die Weitergabe nach Art. 5 Abs. 10 DA verweigern. Ebenso steht dem Dateninhaber nach Art. 5 Abs. 11 DA unter außergewöhnlichen Umständen zu, die Datenweitergabe trotz getroffener technischer und organisatorischer Maßnahmen im Einzelfall abzulehnen, wenn er nachweisen kann, dass er durch die Offenlegung von Geschäftsgeheimnissen mit hoher Wahrscheinlichkeit einen schweren wirtschaftlichen Schaden erleiden würde. Grundsätzlich stellt sich auch hier die Frage, ob es sich bei den verbundenen Dienstdaten im Bereich der Mobilitätsdaten um Geschäftsgeheimnisse i.S.v. der Richtlinie (EU) 2016/943 handelt.

²³⁵ *Schaloske, Sassenberg/Faber, RechtsHdB Industrie 4.0 und Internet of Things Teil 4, Kap. D, Rn. 27 zit. nach Spittka, Specht/Mantz, Datenschutz in der Privatversicherung, § 12 Rn. 59-61.*

²³⁶ *Schaloske, Sassenberg/Faber, RechtsHdB Industrie 4.0 und Internet of Things Teil 4, Kap. D, Rn. 27 zit. nach Spittka, Specht/Mantz, Datenschutz in der Privatversicherung, § 12 Rn. 59-61.*

²³⁷ Vgl. ErwG 33 S. 1 DA.

²³⁸ Vgl. B III Nr. 4 lit. b).

²³⁹ Vgl. B III Nr. 4 lit. b).

²⁴⁰ Vgl. D II. Nr. 1 lit. dd).

Auch hier haben A und S ohnehin technische und organisatorische Maßnahmen zum Geschäftsgeheimnisschutz vereinbart, um diese Voraussetzung erfüllen zu können. Der Geschäftsgeheimnisschutz gem. Art. 5 Abs. 9 DA steht dem Anspruch nicht entgegen.

ff) Personenbezogene Daten: Rechtsgrundlage

Abschließend geht es um die personenbezogenen Daten und die betroffene Person gem. der DSGVO. Laut Sachverhalt verlangt W die Weitergabe von Mobilitätsdaten an den Dritten S. Bei den Mobilitätsdaten handelt es sich um dynamische Fahrzeugdaten, dynamische Nutzerdaten und Verkehrslage- und Positionsdaten. Bei der Zusammenführung der einzelnen Daten, die dem Versicherer S einen Einblick auf die Fahrten von W und seiner Fahrweise geben, um W einen angepassten Versicherungstarif bieten zu können, handelt es sich um Informationen, die sich gem. Art. 4 Nr. 1 DSGVO auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person beziehen. W ist als Nutzer die betroffene Person. Die Einwilligung der Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten könnte grundsätzlich nach Art. 6 Abs. 1 lit. b) DSGVO rechtmäßig sein. Ob dies jedoch auch Bestand hat, wenn eine andere Person statt des Versicherungsnehmers selbst das Auto steuert, bleibt fraglich.²⁴¹ Für die Fortführung des Tatbestands wird aus Vereinfachungsgründen an dieser Stelle angenommen, dass die Verarbeitung als rechtmäßig empfunden wird.

In dem vorangegangenen Tatbestand sind alle Voraussetzungen erfüllt.

W hat einen Anspruch auf Weitergabe von verbundenen Dienstdaten an den Dritten (S) gem. Art. 5 Abs. 1 DA.

b) Rechtsfolge

Wie bereits in den vorausgehenden Ausführungen angedeutet, ist dieses Rechtsverhältnis bislang die Ausnahme.²⁴² In der Rechtsfolge muss der Dateninhaber A dem Nutzer W die verbundenen Dienstdaten zur Weitergabe an den Dritten S gem. Art. 5 Abs. 1 DA bereitstellen. Die Bereitstellung soll zum einen für den Nutzer unentgeltlich erfolgen und zum anderen in derselben Qualität, die dem Dateninhaber zur Verfügung steht. Ebenso soll diese einfach, sicher, in einem umfassenden, strukturierten, gängigen und maschinenlesbaren Format und – soweit relevant und technisch durchführbar – kontinuierlich und in Echtzeit bereitstehen. Ähnlich wie bei dem Anspruch an sich selbst durch Art. 4 Abs. 1 DA soll auch bei der Weitergabe an Dritte ein Zugang zu Daten direkt über das vernetzte Produkt oder von einem Server aus möglich sein. Für einen Dritten könnte die Einsicht auf dem Gerät selbst nicht genügen.²⁴³ Hinzukommt, dass genauere Angaben über die Übertragung oder die Weiterverarbeitung auf andere Geräte für einen Dritten fehlen bzw. sich nur erahnen lassen.²⁴⁴

c) Pflichten und Bedingungen für die Weitergabe von Daten zwischen Dateninhaber und Datenempfänger

Im Folgenden werden die Bedingungen für die Weitergabe der verbundenen Dienstdaten anhand der Akteure des vorangegangenen Beispiels fortgeführt.

²⁴¹ *Schaloske, Sassenberg/Faber, RechtsHdB Industrie 4.0 und Internet of Things Teil 4, Kap. D, Rn. 27* zit. nach *Spittka, Specht/Mantz, Datenschutz in der Privatversicherung, § 12 Rn. 59-61.*

²⁴² Vgl. C II Nr. 2.

²⁴³ *Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 70.*

²⁴⁴ *Podszun, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, S. 70.*

aa) Pflichten des Dritten

Um Daten des W erhalten zu können, muss die Versicherungsgesellschaft S nach Art. 6 DA als Dritter Pflichten einhalten. Zunächst hat S eine Zweckbindungspflicht. Nach Art. 6 Abs. 1 S. 1 DA darf ein Dritter die ihm nach Art. 5 DA bereitgestellten Daten nur zu den Zwecken und unter den Bedingungen, die er mit dem Nutzer vereinbart hat, verarbeiten. Laut Sachverhalt ist der Zweck der Verarbeitung ein Versicherungstarif auf Grundlage der bereitgestellten Daten von W. Ebenso muss die Versicherung gem. Art. 6 Abs. 1 S. 2 DA die bereitgestellten Daten wieder löschen, sobald diese für den vereinbarten Zweck nicht weiter benötigt werden. Da der Versicherungstarif auf den bereitgestellten Daten basiert, wäre die Nicht-Benötigung der Daten für den vereinbarten Zweck eine mögliche Beendigung des Versicherungstarifs.

Nach Art. 6 Abs. 2 DA erhält S weitere Pflichten. Ihm ist es u.a. untersagt, den Nutzer in seiner Wahlmöglichkeit in irgendeiner Form zu beeinflussen (lit. a) oder die erhaltenen Daten an einen anderen Dritten (lit. c) oder einem Gatekeeper (lit. d) bereitzustellen. W muss als Nutzer die Autonomie und die Entscheidungsfähigkeit beibehalten können. S darf W nicht durch unangemessene Angebote locken oder ihn dadurch zu einem Vertragsabschluss zwingen.

Ebenso werden in Art. 11 Abs. 2 DA weitere Verhaltenspflichten für den Datenempfänger oder einem Dritten geregelt, falls sich S unter den in Art. 11 Abs. 3 DA genannten Umständen zu verantworten hat. Nutzt die Versicherungsgesellschaft S z.B. die bereitgestellten Daten nicht für den vereinbarten Zweck, könnte S die von A bereitgestellten Daten und alle etwaigen Kopien löschen müssen oder W als Nutzer über die unbefugte Nutzung der Daten unterrichten.

bb) Bedingungen für den Dateninhaber

Der Anwendungsbereich für die Bedingungen, unter denen der Dateninhaber einem Dritten Daten bereitstellen muss, wird durch Art. 8 Abs. 1 DA eröffnet. Handelt es sich im Rahmen von Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen um einen Dateninhaber, der nach Art. 5 DA oder nach anderem anwendbaren Unionsrecht oder auf Unionsrecht beruhendem nationalen Recht verpflichtet ist, einem Datenempfänger Daten bereitzustellen, so müssen die Unternehmen vertragliche Regelungen über die Ausgestaltung für die Bereitstellung der Daten vereinbaren. A (Dateninhaber) und S (Datenempfänger) müssen somit einen Vertrag über die Bereitstellung der Daten abschließen. Die Daten müssen zudem zu fairen, angemessenen und nichtdiskriminierenden Bedingungen (FRAND-Bedingungen) bereitgestellt werden. Um die Fairness der Vertragsparteien zu wahren, sollten nach ErwG 44 DA missbräuchliche Vertragsklauseln vermieden werden. A darf S z.B. keine einseitigen Vertragsklauseln auferlegen, die nur für S bindend wären. Des Weiteren darf A bei der Bereitstellung von Daten gem. Art. 8 Abs. 3 S. 1 DA nicht zwischen vergleichbaren Kategorien von Datenempfängern, in diesem Fall Versicherungsunternehmen, diskriminieren. Falls S der Ansicht ist, dass die Bedingungen zur Bereitstellung von Daten diskriminierend sind, muss A dem S die Nichtdiskriminierung durch Offenlegung von Informationen beweisen.²⁴⁵

Mögliche Mustervertragsklauseln u.a. für die Einhaltung der Bedingungen wird die EU-Kommission gem. Art. 41 DA vor dem 12. September 2025 erstellen und empfehlen.

²⁴⁵ Vgl. Art. 8 Abs. 3 S. 2 DA.

Weiterhin darf der Dateninhaber nach Art. 11 Abs. 1 S. 1 DA geeignete technische Schutzmaßnahmen anwenden, um den unbefugten Zugang und die daraus resultierende unbefugte Nutzung der Daten zu verhindern. Dies wiederum ist für den Automobilhersteller A nur zulässig, wenn die Einhaltung der Art. 4, 5, 8 und 9 DA sowie die vereinbarten Mustervertragsklauseln mit der Versicherungsgesellschaft S für die Bereitstellung sichergestellt sind. S dürfte nach Art. 11 Abs. 1 S. 2 DA nicht anders behandelt werden, als andere Datenempfänger. Zudem dürften die technischen Schutzmaßnahmen nicht dazu führen, dass W als Nutzer seine Rechte nicht ausüben könnte und so z.B. keinen Zugang zu seinen Daten erhält.

cc) Gegenleistung für die Bereitstellung

Nach Art. 9 DA könnte zwischen A und S eine Gegenleistung für die Bereitstellung von Daten vereinbart werden. Diese könnte auch eine Marge enthalten.²⁴⁶ Die Höhe der Gegenleistung wird im Data Act nicht konkretisiert, jedoch muss diese diskriminierungsfrei und angemessen sein.²⁴⁷ Die Gegenleistung soll vor allem angefallene Kosten für die Bereitstellung insbesondere im Bereich der Formatierung, Verbreitung oder Speicherung der Daten decken. Gegebenenfalls sollen auch Investitionen in die Erhebung oder Generierung von Daten mit in die Gegenleistung einfließen. Da es sich bei S nicht um ein Klein-, Kleinst- oder mittelständisches Unternehmen sowie eine gemeinnützige Forschungseinrichtung handelt, muss die Gegenleistung nicht nur aus den angefallenen Kosten für die Bereitstellung bestehen. A muss S jedoch in detaillierter Form Informationen über die Grundlagen der Berechnung der Gegenleistung zu Verfügung stellen, damit die Höhe der Gegenleistung für S nachvollziehbar sein kann.

Nach Art. 9 Abs. 6 DA wird die Kommission für die Berechnung einer angemessenen Gegenleistung Leitlinien erlassen.

III. Zwischenfazit

In Anbetracht der Tatsache, dass der Data Act erst im Januar 2024 nach der Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Union in Kraft getreten ist und erst ab dem 12. September 2025 gilt, lässt sich eine Vorhersage über einen möglichen Zugangsanspruch auf Daten oder einen Anspruch auf Weitergabe von Daten nur teilweise erahnen. Dennoch lassen sich aus den beiden Anwendungsbeispielen einige Erkenntnisse ableiten, wie ein Verbraucher an seine selbst generierten Daten gelangen könnte und diese auch an einen Dritten weiterleiten könnte. Im ersten Anspruch²⁴⁸ erhält der Verbraucher Einsicht in die gewünschten verbundenen Dienstdaten. Als Verbraucher erhält er durch Art. 4 Abs. 1 DA gegenüber Unternehmen die Möglichkeit, Produkt- oder verbundene Dienstdaten aus ihren vernetzten Produkten zu erhalten. Voraussetzungen dafür sind, dass das vernetzte Produkt noch nicht nach Art. 3 Abs. 1 DA vom Hersteller für einen Direktzugriff konzipiert ist und der Hersteller kein Klein- oder Kleinstunternehmen ist. Der Geschäftsgeheimnisschutz und auch der Datenschutz müssen dabei jederzeit gewahrt werden.

Im zweiten Anspruch wurde die Weitergabe von Daten eines Verbrauchers an einen Dritten aufgrund eines Versicherungstarifs geprüft. Der Anspruch dazu aus Art. 5 Abs. 1 DA ähnelt dem Anspruch aus Art. 4 Abs. 1 DA. Unterschiede hierbei sind zum einen der zulässige Dritte, der in die Konstellation zwischen Nutzer und Dateninhaber dazustößt. Zudem führt

²⁴⁶ Vgl. Art. 9 Abs. 1 DA.

²⁴⁷ Vgl. Art. 9 Abs. 1 DA.

²⁴⁸ S.o. D II Nr. 2.

das zusätzliche Unternehmen zur Ausweitung des Geschäftsgeheimnisschutzes. Dateninhaber und Datenempfänger haben beiderseits Pflichten und Bedingungen für die Bereitstellung von Daten.

E. Positionen von Automobilorganisationen zum Data Act-Entwurf

Nach dem konkreten Anwendungsbeispiel über die Umsetzung eines Datenzugangs- und Datennutzungsanspruchs im Rahmen des Data Act, stellt sich nun die Frage, welche Positionen die großen Automobilorganisationen zum Data Act einnehmen. Zum Zeitpunkt der Fertigstellung dieser Arbeit liegen dem Autor ausschließlich die jeweiligen Positionspapiere der Automobilorganisationen zum Entwurf des Data Act vor.

Auf nationaler Ebene haben der VDA (Verband der Automobilindustrie) und der ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobil-Club) jeweils eine Stellungnahme zum Data Act-Entwurf abgegeben. Auf europäischer Ebene hat sich der ACEA (European Automobile Manufacturers' Association) geäußert.

Nachfolgend werden zunächst die Positionen der drei genannten Automobilorganisationen beschrieben. Anschließend werden die Abweichungen zwischen der endgültigen Verordnung, welche im Januar 2024 nach der Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Union in Kraft getreten ist, und dem in Bezug genommenen Data Act-Entwurf beschrieben und eingeordnet, inwiefern kritisierte Aspekte weiterhin bestehen oder ausgeräumt werden konnten.

I. Verband der Automobilindustrie (VDA)

Am 10. Mai 2022 hat der Verband der Automobilindustrie ein Positionsschreiben über den Entwurf des Data Act vom 23. Februar 2022 veröffentlicht. Darin unterstützt der VDA den datenwirtschaftsrechtlichen Ansatz der EU-Kommission grundsätzlich. Dennoch sieht der Verband in einigen Bereichen noch Konkretisierungsbedarf. In Anbetracht der Zielsetzung der Arbeit werden nur Teile der Kritikpunkte hier aufgeführt.

1. Beschreibung der Position

Zunächst muss aus Sicht des VDA der grundlegend unbeschränkte Anwendungsbereich des Data Act angepasst werden.²⁴⁹ Dieser führt zu „Rechtsunsicherheit und damit zu Nachteilen für alle Beteiligten.“²⁵⁰ Der Begriff der *generated data* (generierte Daten) soll so definiert werden, dass funktionale Daten, die nur die Funktionalität des Fahrzeugs sicherstellen, nicht mit einbezogen werden. Stattdessen sollen nur verfügbare Daten darunterfallen, die für die Kommunikation nach außen durch die vorgesehenen Schnittstellen bestimmt sind.²⁵¹

Ebenso führen die in Art. 3 Abs. 1 DA-E beschriebene Designanforderungen, die bereits bei der Herstellung einen direkten Zugang zu Daten ermöglichen, zu erheblichen Vorlaufzeiten für die Produktion und die Entwicklung innerhalb der Automobil- und Zuliefererindustrie.²⁵² Eine geplante Umsetzung in näherer Zukunft sieht der VDA daher nur bedingt

²⁴⁹ VDA, Position des Verbands der Automobilindustrie zum Entwurf der EU-Verordnung Data Act vom 23.02.2022, Regulierung und Privatautonomie für die Datenwirtschaft, S. 3.

²⁵⁰ VDA, Position des Verbands der Automobilindustrie zum Entwurf der EU-Verordnung Data Act vom 23.02.2022, Regulierung und Privatautonomie für die Datenwirtschaft, S. 3.

²⁵¹ VDA, Position des Verbands der Automobilindustrie zum Entwurf der EU-Verordnung Data Act vom 23.02.2022, Regulierung und Privatautonomie für die Datenwirtschaft, S. 3.

²⁵² VDA, Position des Verbands der Automobilindustrie zum Entwurf der EU-Verordnung Data Act vom 23.02.2022, Regulierung und Privatautonomie für die Datenwirtschaft, S. 8.

umsetzbar.²⁵³ Zudem führt die Bereitstellung von Daten, die bislang nicht verfügbar sind, zu einem Anstieg der Datenübertragung.²⁵⁴ Dies würde wiederum zu unverhältnismäßigen Kosten und zu einer erheblichen Belastung im Zusammenhang mit der Speicherung von Daten führen.²⁵⁵ Die bestehende Infrastruktur bei IoT-Produkten im Bereich der Datentransferfähigkeit und des Energiebedarfs sind bei einer weiten Auslegung des Datenbegriffs ebenfalls begrenzt.²⁵⁶

Im Mehrpersonenverhältnis nach Art. 4 DA-E sieht der VDA vor allem Schwierigkeiten in der Abgrenzung. Handelt es sich bei dem Nutzer um ein Unternehmen, welches einen Anspruch auf Herausgabe der Daten hat, wird die Frage aufgeworfen, wie eine konkrete Abwicklung der Datenherausgabe auszusehen hat, wenn die Daten jedoch von einem Angestellten als betroffene Person erzeugt wurden.²⁵⁷ In diesem Beispiel bei einem Anspruch auf Herausgabe von personenbezogenen Daten wäre laut VDA eine taugliche Rechtsgrundlage i.S.d. DSGVO nötig.²⁵⁸

Zuletzt sieht der VDA die grundsätzliche Gefahr von Gatekeepern. Der Ausschluss dieser Unternehmen könne ausgehebelt werden, da sich die Beschränkungen eines Gatekeepers aus Art. 5, 6 und 9 DA-E nicht auf die aus Art. 3 DA-E erzielten Daten beziehen würde. Der Nutzer könne die aus Art. 3 DA erhaltenen Daten gem. des früheren ErWG 28 DA-E an jeden Dritten – auch an Gatekeeper – weitergeben.²⁵⁹ Daher müsse der Ausschluss von Gatekeepern verschärft werden, um diese Unternehmen keine Möglichkeiten zu bieten, eigene Geräte zu entwickeln, die Daten direkt aus dem Fahrzeug entnehmen und an einen Gatekeeper weitergeleitet werden könnten.²⁶⁰

2. Einordnung nach Veröffentlichung der endgültigen Verordnung

Der Anwendungsbereich des Data Act ist durch die Legaldefinitionen von Daten sowie der Produkt- und verbundenen Dienstdaten in der Tat weit gefasst. Die geforderte Anpassung, den Begriff der generierten Daten so zu definieren, dass funktionale Daten nicht unter diesen Begriff fallen, ist dennoch in der Umsetzung als schwierig einzuschätzen. Vor allem da auch diese Daten für einen Nutzer oder Dritten von Bedeutung sein könnten und diesen daher nicht vorenthalten werden sollten.

Über die Umsetzung von Designanforderungen sowie die Vorlaufzeit der Produktion und Entwicklung lässt sich aus rechtlicher Position keine Aussage treffen. Ebenso wenig über die bisherige Infrastruktur bei IoT-Geräten.

Die Abgrenzungsfrage im Mehrpersonenverhältnis lässt sich aufgrund fehlender Praxisfälle zum aktuellen Zeitpunkt nicht abschließend beurteilen. Im zweiten Anwendungsbeispiel

²⁵³ VDA, Position des Verbands der Automobilindustrie zum Entwurf der EU-Verordnung Data Act vom 23.02.2022, Regulierung und Privatautonomie für die Datenwirtschaft, S. 7.

²⁵⁴ VDA, Position des Verbands der Automobilindustrie zum Entwurf der EU-Verordnung Data Act vom 23.02.2022, Regulierung und Privatautonomie für die Datenwirtschaft, S. 8.

²⁵⁵ VDA, Position des Verbands der Automobilindustrie zum Entwurf der EU-Verordnung Data Act vom 23.02.2022, Regulierung und Privatautonomie für die Datenwirtschaft, S. 8.

²⁵⁶ VDA, Position des Verbands der Automobilindustrie zum Entwurf der EU-Verordnung Data Act vom 23.02.2022, Regulierung und Privatautonomie für die Datenwirtschaft, S. 8.

²⁵⁷ VDA, Position des Verbands der Automobilindustrie zum Entwurf der EU-Verordnung Data Act vom 23.02.2022, Regulierung und Privatautonomie für die Datenwirtschaft, S. 8.

²⁵⁸ VDA, Position des Verbands der Automobilindustrie zum Entwurf der EU-Verordnung Data Act vom 23.02.2022, Regulierung und Privatautonomie für die Datenwirtschaft, S. 8.

²⁵⁹ VDA, Position des Verbands der Automobilindustrie zum Entwurf der EU-Verordnung Data Act vom 23.02.2022, Regulierung und Privatautonomie für die Datenwirtschaft, S. 9.

²⁶⁰ VDA, Position des Verbands der Automobilindustrie zum Entwurf der EU-Verordnung Data Act vom 23.02.2022, Regulierung und Privatautonomie für die Datenwirtschaft, S. 9.

dieser Arbeit handelte es sich bei dem Nutzer um einen Verbraucher und nicht um ein Unternehmen, dessen Angestellter die betroffene Person war. Eine Rechtsgrundlage aus der DSGVO bei personenbezogenen Daten lässt sich grundsätzlich aus Art. 6 Abs. 1 lit. a), b) oder f) beziehen. Auch hier ist jedoch die Abwägung im Einzelfall nötig.

Schließlich thematisiert der VDA die ausgehende Gefahr von Gatekeepern. Nach ErwG 30 DA sollte es einem Nutzer freistehen, Daten zu jedem rechtmäßigen Zweck verwenden zu können. Zudem darf nach ErwG 40 DA ein Gatekeeper auf Grundlage der vorliegenden Verordnung, Art. 3 DA miteingeschlossen, keinen Zugang auf Nutzerdaten verlangen oder erhalten, die während der Nutzung eines vernetzten Produkts oder verbundenen Dienst generiert werden. Auch Dritte dürfen keine vom Nutzer bereitgestellten Daten einem Gatekeeper bereitstellen. Die geforderte Verschärfung des Ausschlusses von Gatekeepern wird jedoch nicht gänzlich erfüllt. Freiwillige Vereinbarungen zwischen Gatekeepern und Dateninhabern sind grundsätzlich möglich. Ebenso wie, dass ein Dritter einen Datenverarbeitungsdienst in Anspruch nehmen kann, der von einem Gatekeeper angeboten wird. Auch hier wird die künftige Rechtsprechung über die rechtliche Einordnung entscheiden müssen.

Die genannten Kritikpunkte des VDA am Data Act sind in Teilen berechtigt, lassen sich zum aktuellen Zeitpunkt allerdings nicht bewerten. Die geforderte Anpassung der „generierten Daten“ und die mögliche Gefahr von Gatekeepern wird von der EU-Kommission in der finalen Fassung jedoch nicht umgesetzt.

II. Allgemeiner Deutscher Automobil-Club (ADAC)

Als zweite Automobilorganisation dieser Arbeit wird die Stellungnahme des ADAC beschrieben. Der Automobil-Club hat im Mai 2022 zum Verordnungsentwurf der EU-Kommission Stellung bezogen. Darin begrüßt der ADAC aus Verbrauchersicht den Data Act-Entwurf.²⁶¹ Verbraucher sollen mehr Kontrolle über ihre Daten bekommen.²⁶² Jedoch sieht der ADAC ebenso aus Wettbewerbersicht Nachbesserungsbedarf, um einen faireren Wettbewerb möglich zu machen.²⁶³ Auch hier wird in Anbetracht der Zielsetzung der Arbeit nur Teile der Stellungnahme aufgeführt.

1. Beschreibung der Position

Zunächst befürwortet der ADAC die Pflicht der Zugänglichmachung von erzeugten Daten nach Art. 3 DA-E.²⁶⁴ Die Forderung des ADAC nach Transparenz im Bereich aller im Fahrzeug erhobenen Daten wird durch diesen Verordnungsvorschlag verwirklicht.²⁶⁵ Nach Art. 3 Abs. 2 DA-E fehlt dem ADAC jedoch die Klarstellung darüber, wer dem Nutzer die

²⁶¹ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 1.

²⁶² ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 1.

²⁶³ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 1.

²⁶⁴ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 2.

²⁶⁵ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 2.

Informationspflicht erfüllen muss.²⁶⁶ Die Pflicht zur Bereitstellung der Informationen wäre vor allem bei einem Gebrauchtwagenverkauf zwischen Verbrauchern fraglich.²⁶⁷

Weiterhin muss im Geltungsbereich des Art. 4 Abs. 1 DA-E klar formuliert werden, dass alle Daten die durch das Produkt entstehen, miteingeschlossen werden.²⁶⁸ Häufig sei nicht klar, ob der Nutzer selbst oder erst die vom Hersteller bereitgestellte Infrastruktur die Daten im Auto generiert.²⁶⁹ Ebenso müsste Rechtssicherheit geschaffen werden, indem konkretisiert wird, wie genau ein dauerhafter oder in Echtzeit erfolgter Datenzugriff möglich wäre und wer entscheiden kann, ob es einen solchen Datenzugriff gibt.²⁷⁰ Diese Entscheidung kann nicht dem Automobilhersteller überlassen werden.²⁷¹

In Bezug zum Geschäftsgeheimnisschutz sollte nach Ansicht des ADAC ebenso geklärt werden, dass Fahrzeugdaten nicht unter Geschäftsgeheimnisse fallen, wenn diese aus der Nutzung des Produkts entstehen.²⁷² Dadurch wäre eine Vertraulichkeitsvereinbarung im Falle von Fahrzeugdaten nicht nötig.²⁷³

Der ADAC sieht im Art. 5 und 6 DA-E grundsätzlich die Gefahr trotz der Rechte und Pflichten für Dateninhaber und Datenempfänger, dass der Dateninhaber durch die technischen Möglichkeiten neben dem Nutzer vor allem den Dritten überwachen oder auch behindern könnte.²⁷⁴ Durch die Einsicht in die Datenströme könnte der Hersteller die Dienste von Drittanbietern analysieren und so Konkurrenzprodukte entwickeln und anbieten.²⁷⁵ Hierzu sei eine klare Aufgabentrennung für den Fahrzeughersteller nötig, damit dieser nicht Wettbewerbsvorteile erlangen kann.²⁷⁶

²⁶⁶ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 2.

²⁶⁷ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 2.

²⁶⁸ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 2.

²⁶⁹ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 2.

²⁷⁰ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 2.

²⁷¹ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 2 f.

²⁷² ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 3.

²⁷³ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 4.

²⁷⁴ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 4.

²⁷⁵ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 4.

²⁷⁶ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 4.

Zuletzt müssten aus Sicht des ADAC die Bedingungen für den Dateninhaber zur Bereitstellung von Daten aus Art. 8 DA-E konkretisiert werden, da die FRAND-Bedingungen nicht eindeutig genug seien.²⁷⁷ Ebenso müsste der Begriff der angemessenen Gegenleistung aus Art. 9 DA-E konkreter definiert werden und die Einschränkung der Bereitstellungskosten für Klein-, Kleinst- oder mittelständische Unternehmen nach Art. 9 Abs. 2 DA-E auf alle Datenempfänger ausgeweitet werden.²⁷⁸

2. Einordnung nach Veröffentlichung der endgültigen Verordnung

Die Klarstellung, wer dem Nutzer zur Bereitstellung der Informationen verpflichtet ist, wurde in der finalen Fassung in Art. 3 Abs. 2 DA geklärt. Hiernach werden dem Nutzer vom Verkäufer, Vermieter oder Leasinggeber – wobei dies auch der Hersteller sein kann – Informationen vor Abschluss eines Kauf-, Miet- oder Leasingvertrag für ein vernetztes Produkt bereitgestellt. Im Falle eines verbundenen Dienstes (Art. 3 Abs. 3 DA) stellt der Anbieter dem Nutzer vor Abschluss des Vertrags die Informationen bereit. Die Frage nach der Klarstellung der Informationspflicht bei einem Gebrauchtwagenverkauf zwischen zwei Verbrauchern bleibt jedoch fraglich.

Der Geltungsbereich des Begriffs der „Daten“ wurde in Art. 4 Abs. 1 DA auf „verfügbare Daten einschließlich der zur Auslegung und Nutzung der Daten erforderlichen Metadaten“ erweitert. Die ebenfalls vom ADAC geforderte Konkretisierung über die Festlegung, ob kontinuierlich oder in Echtzeit ein Datenzugriff erfolgt, wie genau die Umsetzung dabei ist und wer darüber entscheidet, wird jedoch nicht angepasst.

Fahrzeugdaten, die durch das Produkt generiert werden, sollten nach dem ADAC i.d.R. nicht als Geschäftsgeheimnisse definiert werden. Die EU-Kommission hat in der finalen Fassung den Begriff „Geschäftsgeheimnis“ in die Begriffsbestimmungen in Art. 2 Nr. 18 DA mit aufgenommen. Da es im Fahrzeug eine Vielzahl an unterschiedlichen Fahrzeugdaten gibt und daher eine eindeutige Klarstellung über diese nicht möglich ist, wäre hierfür momentan eine Auslegung im Einzelfall zur Klärung nötig.

Die Sorge des ADAC, dass der Dateninhaber den Nutzer oder einen Dritten durch technische Möglichkeiten überwachen könnte oder diese auch behindern könnte, wurde in der finalen Fassung durch Art. 4 Abs. 13 bzw. Art. 5 Abs. 6 DA ausgeräumt. Dateninhaber dürfen die verfügbaren Daten nicht verwenden, um Einblicke in die wirtschaftliche Lage, in Vermögenswerte oder in Produktionsmethoden des Nutzers oder des Dritten zu erlangen. Ebenso ist es ihm nicht erlaubt, den Nutzer oder einem Dritten auf deren gewerblichen Position auf Märkten zu schwächen oder zu beeinflussen.

Die zuletzt genannten Konkretisierungsvorschläge des ADAC betreffen die Art. 8 und 9 DA. Die FRAND-Bedingungen aus Art. 8 DA müssten aus Sicht des ADAC noch genauer erläutert werden. Die finale Fassung bietet hierzu nicht die gewünschte Konkretisierung. Jedoch wird die EU-Kommission nach Art. 41 DA vor dem 12. September 2025 hierzu Muster- und Standardvertragsklauseln für den Datenzugang und die Datennutzung erstellen. Die Gegenleistung aus Art. 9 Abs. 1 DA wurde neben der Angemessenheit um das Wort

²⁷⁷ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 5.

²⁷⁸ ADAC, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, S. 5.

„diskriminierungsfrei“ erweitert. Die EU-Kommission wird ebenso Leitlinien für die Berechnung einer angemessenen Gegenleistung erlassen.

Die Forderungen des ADAC zum Data Act-Entwurf konnten teilweise durch die endgültige Fassung des Data Act verwirklicht werden. Vor allem die fehlende Genauigkeit der Bereitstellung der Informationspflicht in Art. 3 DA und die mögliche Gefahr der Überwachung von Nutzern und Dritten wurden angepasst. Einige Anmerkungen lassen sich jedoch erst in näherer Zukunft klären.

III. European Automobile Manufactures´ Association (ACEA)

Auch der ACEA hat zum Vorschlag des Data Act-Entwurf im Mai 2022 ein Positionspapier veröffentlicht. Der Verband der europäischen Automobilhersteller unterstützt ebenso grundsätzlich den Data Act-Entwurf der EU-Kommission.²⁷⁹ Dennoch sieht auch der ACEA – genau wie der VDA und der ADAC –, dass gewisse Bestimmungen aus ihrer Sicht noch angepasst werden müssen.²⁸⁰ Auch hier werden in Anbetracht der Zielsetzung der Arbeit nur Teile des Positionspapiers aufgeführt.

1. Beschreibung der Position

Zu Beginn des Positionspapiers stellt der ACEA klar, dass der Vorschlag der EU-Kommission ein richtiger Ansatz für einen Datenzugang für Verbraucher und auch Dritte sein kann.²⁸¹ Jedoch wird auch direkt dazu beigefügt, dass Fahrzeughersteller bereits gewisse Modelle im Bereich der gemeinsamen Nutzung umgesetzt haben und vor allem das einige Bestimmungen des Vorschlags „zu weit gehen“ und Anforderungen „einfach nicht umsetzbar sind.“²⁸² Somit würde statt einer florierenden Datenwirtschaft innerhalb der europäischen Union Rechtsunsicherheit entstehen.²⁸³

Zunächst sollte der Begriff der „erzeugten Daten“ genauer definiert werden, da weder der Nutzer noch der Dateninhaber sich eine genaue Art der Daten unter diesem Begriff vorstellen kann.²⁸⁴ Der Nutzer müsste unbedingt wissen, welche Daten von ihren Produkten abgerufen und weitergegeben werden könnten.²⁸⁵ Ebenso muss auch der Dateninhaber den Umfang ihrer Verpflichtungen direkt erkennen können.²⁸⁶ Diese Verpflichtungen führen u.a. durch Art. 3 DA-E zu einer Änderung des entwickelten Produkts, um einen Direktzugriff auf Daten zu ermöglichen.²⁸⁷

²⁷⁹ ACEA, European Automobile Manufactures´ Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 2.

²⁸⁰ ACEA, European Automobile Manufactures´ Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 2.

²⁸¹ ACEA, European Automobile Manufactures´ Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 3.

²⁸² ACEA, European Automobile Manufactures´ Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 3.

²⁸³ ACEA, European Automobile Manufactures´ Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 3.

²⁸⁴ ACEA, European Automobile Manufactures´ Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 4.

²⁸⁵ ACEA, European Automobile Manufactures´ Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 4.

²⁸⁶ ACEA, European Automobile Manufactures´ Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 4.

²⁸⁷ ACEA, European Automobile Manufactures´ Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 5.

Der ACEA bemängelt ebenfalls, dass eine Definition der direkten Zugänglichkeit von Daten aus Art. 3 Abs. 1 DA-E fehlt.²⁸⁸ Dies kann bei Herstellern zu Unsicherheit bei einer möglichen Umsetzung der Verpflichtung führen.²⁸⁹

Zudem bietet laut ACEA der Art. 3 DA-E keinen Geschäftsgeheimnisschutz im Gegensatz zu Art. 4 und 5 DA-E.²⁹⁰ Daher empfiehlt der Verband die Bestimmungen des Geschäftsgeheimnisschutz aus Art. 4 Abs. 3 DA-E auch auf die Pflicht der Zugänglichmachung aus Art. 3 DA-E auszuweiten.²⁹¹ Ebenso dürfte die Weitergabe von Daten nur nach Art. 5 Abs. 1 DA-E möglich sein.²⁹² Dies sollte in Art. 3 und 4 DA-E ebenfalls mit aufgenommen werden.²⁹³ Dem ACEA fehlt im Zusammenhang mit dem Geschäftsgeheimnisschutz ebenso eine Konkretisierung von „besonderen Maßnahmen“ aus Art. 4 Abs. 3 DA-E im Verhältnis zwischen Dateninhaber und Nutzer oder aus Art. 5 Abs. 8 DA-E im Verhältnis zwischen Dateninhaber und Dritten.²⁹⁴ Der Schutz von Geschäftsgeheimnissen ist laut ACEA nicht ausreichend. Ebenso fehlen Informationen über die Einhaltung der Maßnahmen zum Geschäftsgeheimnisschutz.²⁹⁵

Zuletzt thematisiert der ACEA den Schutz des Dateninhabers. Nach Art. 4 Abs. 4 und Art. 6 Abs. 2 lit. e) DA-E ist es einem Nutzer und auch einem Dritten verboten, die vom Hersteller erhaltenen Daten für die Entwicklung eines Produkts zu nutzen, welches mit dem Produkt von dem die Daten stammen, im Wettbewerb steht. Aus Sicht des ACEA muss dieses Verbot jedoch auch auf die Entwicklung von verbundenen Diensten erweitert werden, da diese in den genannten Artikeln nicht einbezogen werden.²⁹⁶

2. Einordnung nach Veröffentlichung der endgültigen Verordnung

Zunächst hielt der Verband der europäischen Automobilhersteller die Begriffe der „erzeugten Daten“ und der „direkten Zugänglichkeit“ für zu ungenau. In der endgültigen Verordnung wurden in Art. 2 DA die Begriffsbestimmungen von „Metadaten“ (Art. 2 Nr. 2 DA), „Produktdaten“ (Art. 2 Nr. 15 DA) sowie der „verbundenen Dienstdaten“ (Art. 2 Nr. 16 DA) mit aufgenommen. Dadurch wurde der weite Begriff der „erzeugten Daten“ konkretisiert. Die „direkte Zugänglichkeit“ wurde jedoch nur zum Teil genauer definiert. Hier heißt es in ErwG 22 DA, dass vernetzte Produkte so konzipiert werden, dass ein direkter Zugang entweder direkt vom Datenspeicher des Geräts oder von einem entfernten Server aus möglich sein soll. Die befürchtete Unsicherheit von Herstellern lässt sich vermutlich erst durch praktische Umsetzungen der Produkte beseitigen.

²⁸⁸ ACEA, European Automobile Manufacturers' Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 6.

²⁸⁹ ACEA, European Automobile Manufacturers' Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 6.

²⁹⁰ ACEA, European Automobile Manufacturers' Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 7.

²⁹¹ ACEA, European Automobile Manufacturers' Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 7.

²⁹² ACEA, European Automobile Manufacturers' Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 7.

²⁹³ ACEA, European Automobile Manufacturers' Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 7.

²⁹⁴ ACEA, European Automobile Manufacturers' Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 9.

²⁹⁵ ACEA, European Automobile Manufacturers' Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 9.

²⁹⁶ ACEA, European Automobile Manufacturers' Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, S. 10.

Des Weiteren fehlt dem Verband eine Verankerung des Geschäftsgeheimnisschutz in Art. 3 DA-E. In der finalen Fassung des Data Act lässt sich nur eine Informationspflicht eines Anbieters von verbundenen Diensten zu Geschäftsgeheimnissen nach Art. 3 Abs. 3 lit. h) DA entnehmen. In der Pflicht der Zugänglichmachung von Produkt- und verbundenen Dienstdaten nach Art. 3 DA wird der Schutz von Geschäftsgeheimnissen nicht weiter thematisiert.

Die geforderte Konkretisierung der im Entwurf genannten „besonderen Maßnahmen“ zum Schutz der Geschäftsgeheimnisse wurde dagegen in Teilen berücksichtigt. Eine genaue Definition, was unter „alle(n) angemessenen technischen und organisatorischen Maßnahmen“ in Art. 4 Abs. 6 und Art. 5 Abs. 9 DA im Detail gemeint ist, fehlt, dennoch bietet diese Ausführung in der finalen Fassung eine genauere Grundlage für die Auslegung im Einzelfall. Zudem wird die EU-Kommission gem. Art. 41 DA vor dem 12. September 2025 Mustervertragsklauseln, die auch den Schutz von Geschäftsgeheimnissen einbeziehen, erstellen und empfehlen.

Zuletzt ging es dem Verband um den Schutz des Dateninhabers. Hier forderte der ACEA die Ausweitung des Verbots der eigenen Entwicklung eines Produkts durch den Erhalt der bereitgestellten Daten des Dateninhabers für einen Nutzer oder einem Dritten auch für verbundenen Dienste. Dies galt nach dem Data Act-Entwurf nur für die Entwicklung von vernetzten Produkten. Das Verbot wurde in Art. 4 Abs. 10 DA jedoch nicht erweitert. Dem Nutzer ist es weiterhin nicht gestattet, die vom Dateninhaber erlangten Daten für die Entwicklung eines vernetzten Produkts zu nutzen, welches mit dem vernetzten Produkt, von dem die Daten stammen, in einem Wettbewerb steht oder diese an einen Dritten mit der Absicht weitergeben. Ebenso ist die Nutzung der Daten für einen Einblick in die wirtschaftliche Lage oder die Produktionsmethoden des Herstellers/Dateninhabers nicht erlaubt. Die Entwicklung eines verbundenen Dienstes wird hier weiterhin nicht mit einbezogen. Für Dritte gelten nach Art. 5 Abs. 6 lit. e) DA identische Regelungen. Auch hier wird die Entwicklung eines verbundenen Dienstes nicht thematisiert. Die EU-Kommission begründet dies in ErwG 32 DA, da ein Verbot für die Entwicklung eines verbundenen Dienstes unter der Nutzung der durch die Verordnung erlangten Daten eine „unerwünschte abschreckende Wirkung auf Innovationen hätte.“

Die finale Fassung des Data Act der EU-Kommission konnte Teile der Kritikpunkte des ACEA ausräumen. Jedoch wurde vor allem die Anmerkung zum fehlenden Verbot zur Entwicklung von verbundenen Diensten von der EU-Kommission klar verneint.

F. Fazit

Als zentraler Baustein der Digitalisierung hat die EU-Kommission das Potential von Daten erkannt und den Data Act als Teil der europäischen Datenstrategie auf den Weg gebracht. Dadurch soll u.a. der Zugang und die Weiterverwendung von Daten ermöglicht werden, die meist durch IoT-Geräte generiert wurden. Dies steht vor allem im Interesse von Verbrauchern, die bislang nur sehr begrenzten Zugang zu selbstgenerierten Daten hatten, obwohl die Daten oftmals von ihren IoT-Geräten stammen. Dies gilt auch im Kontext der Automobilbranche. Fahrzeug- und Mobilitätsdaten stehen meist nur den Automobilherstellern zu und nicht den Verbrauchern. Auch Dritten wird nur ein begrenzter Zugang gewährt. Die Zielsetzung ist es, die durch den Data Act resultierenden Zugangs- und Nutzungsrechte am Beispiel der Automobilbranche zu analysieren.

Damit die Zielsetzung dieser Arbeit auch umgesetzt werden konnte, wurden zunächst wichtigen Grundlagen in Bezug auf Beweggründe für den Datenzugang für Verbraucher und Dritte, Mobilitätsdaten und in der Automobilbranche sowie zum EU Data Act.

Anschließend wurden einzelne Datenzugangsverhältnisse analysiert und zu diesen Verhältnissen ein Anwendungsbeispiel aus der Automobilbranche geprüft sowie die Einbeziehung der Positionen von Automobilorganisationen.

Durch das Ungleichgewicht einzelner Marktakteure und der daraus resultierender fehlende Wettbewerb, ist ein Zugang für Verbraucher und Dritte grundsätzlich begründet. Im Kontext der Automobilbranche sind die Hersteller in einer Machtposition von generierten Daten. Ein Dritter kann nur über begrenzte Formen auf Daten zugreifen und auch dem Verbraucher fehlt ein Anspruch auf selbstgenerierte Daten durch die Nutzung des eigenen Fahrzeugs. Die EU-Kommission hat diese Lücke sektorübergreifend durch den Data Act geschlossen.

Durch Art. 4 und Art. 5 DA erhält der Nutzer neue Freiheiten, um ihre selbsterzeugten Daten für sich selbst oder auch für die Weitergabe an einen Dritten zu nutzen. Aufgrund der Vertragspflicht zur Nutzung von Daten zwischen dem Dateninhaber und dem Nutzer, wird die Position des Nutzers gestärkt. Ebenso schafft der Data Act grundlegende rechtliche Strukturen für die Verhältnisse zwischen Nutzern, Dateninhabern und Datenempfängern. Bedingungen und Pflichten bieten dabei gewissen Leitlinien innerhalb der rechtlichen Beziehungen.

Die Anwendungsbeispiele dieser Arbeit wenden die theoretischen Regelungen zu fiktiven Datenzugangsansprüchen in eine praktische Umsetzung an. Der sich aus Art. 4 Abs. 1 DA ergebene Anspruch bietet einem Verbraucher in der Theorie neue Möglichkeiten, selbst generierte Daten selbstständig zu nutzen. Dieser hat zwar erweiterte Möglichkeiten zur Überwachung und Kontrolle seiner Daten, jedoch ist eine volle Nutzung dieser Daten aufgrund von fehlenden Praxisfällen fraglich. Vor allem für die Weitergabe von Daten könnte dies rechtlich als problematisch angesehen werden. Auch bei einem Anspruch auf Weitergabe aus Art. 5 DA bleibt eine gewisse rechtliche Unsicherheit. Ein möglicher Zugriff auf Daten über das Gerät selbst könnte für Dritte unzureichend sein und mögliche Übertragungen oder Weiterverarbeitungen der Daten auf andere Geräte sind ebenfalls nicht ausreichend geklärt.

Die drei Automobilorganisationen unterstreichen die rechtliche Unsicherheit in ihren Positionspapieren. VDA, ADAC und ACEA fordern jeweils deutlichere und präzisere Regelungen im Data Act um diese Rechtsunsicherheit zu beheben. Ebenso sind sich alle Organisationen in der Betonung auf den Daten- und Geschäftsgeheimnisschutz sowie im grundsätzlichen Interesse an der Sicherheit von Verbraucherdaten einig. Aufgrund der unterschiedlichen Interessen der einzelnen Verbände und deren Mitgliedern, variieren vor allem die Schwerpunkte der Kritik am Data Act-Entwurf.

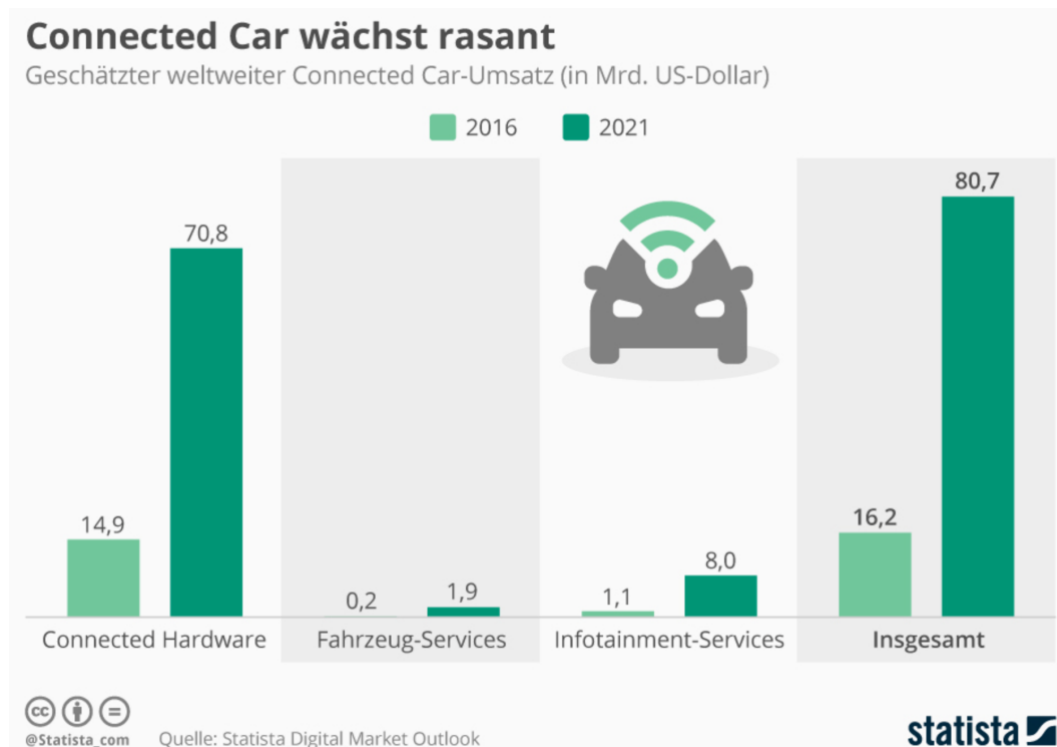
Die Analyse der aus dem Data Act resultierenden Zugangs- und Nutzungsrechten am Beispiel der Automobilbranche zeigt ein wichtiges, momentan jedoch noch unvollständiges Bild einer möglichen Datenregulierung innerhalb der Europäischen Union. Die Vorschriften bieten in der Theorie die gewünschte Vereinfachung und Rechtssicherheit für Datenzugänge sektorenübergreifend. Auch die ungleiche Chancenverteilung der Marktteilnehmer und der fehlende Wettbewerb, vor allem auf den Sekundärmärkten, können durch die Implementierung dieser Verordnung grundsätzlich angepasst werden. Die geforderte einfache Umsetzung in die Praxis führt jedoch noch zu zukünftigen Herausforderungen. Dennoch bietet der Data Act als Teil der europäischen Datenstrategie einen harmonisierten Rahmen für einen fairen und einheitlichen Datenmarkt innerhalb der europäischen Union.

Die Ausgangsfrage, ob Mobilitätsdaten den Automobilherstellern gehöre oder Eigentum aller sei, lässt sich jedoch abschließend klar beantworten. Jeder Verbraucher, dessen Daten durch die Nutzung von IoT-Geräten stammen, soll einen Anspruch auf seine Daten haben. Dies hat die EU-Verordnung ebenso durch den Data Act bejaht. Inwieweit der Einzelne jedoch seinen Anspruch geltend machen kann, bleibt noch ungewiss. Die Balance zwischen den rechtlichen Vorschriften und der praktischen Umsetzbarkeit wird die große Herausforderung der EU-Kommission sein. Fortlaufende Anpassungen sind dazu ausschlaggebend, um diese Balance aufrecht zu erhalten. Dadurch kann eine Zukunft geschaffen werden, in der harmonisierte Vorschriften für fairen Zugang und Nutzung von Daten umsetzbar sind und dies zu einem wichtigen Baustein des Datenmarkts werden kann.

Anhang

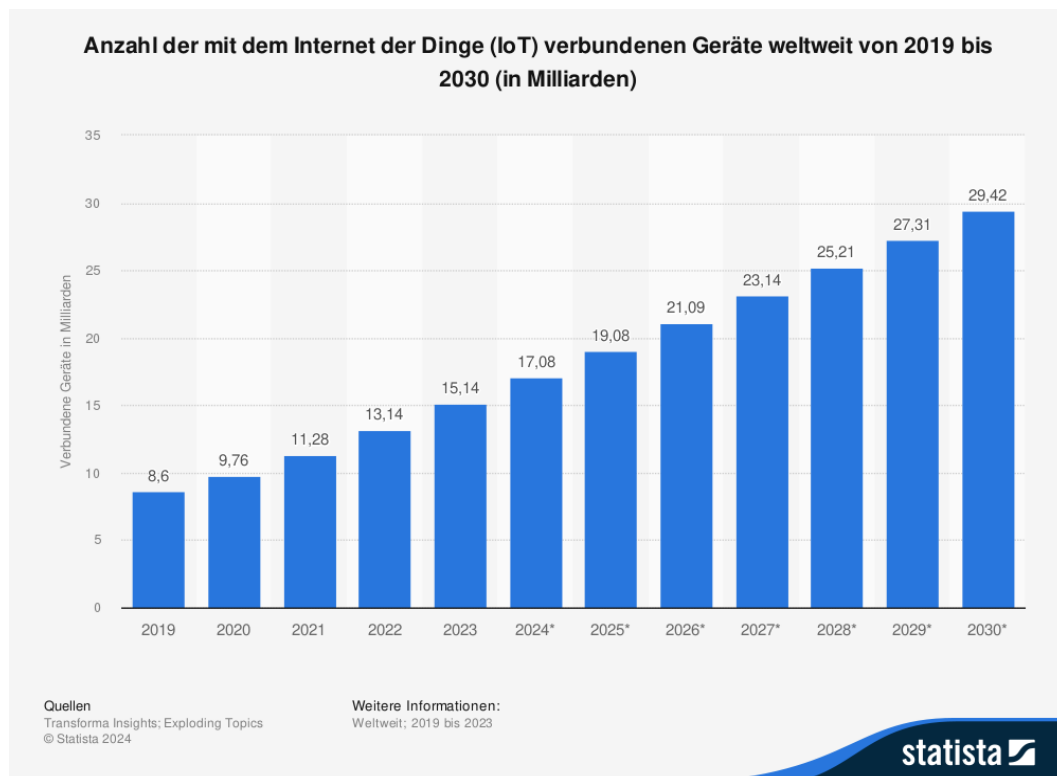
Anhang 1:

Zitierte Statistik von Matthias Brandt (Statista Digital Market Outlook)



Anhang 2:

Zitierte Statistik von Transforma Insights; Exploding Topics



Literaturverzeichnis

- ACEA*, European Automobile Manufacturers' Association; Position Paper – Proposal for a Data Act, Brüssel, Mai 2022.
- ADAC*, Stellungnahme des Allgemeinen Deutschen Automobil-Club zum Vorschlag für eine Verordnung über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung („Datengesetz“), COM(2022) 68 final, München, Mai 2022.
- Bomhard, David*, Der Anwendungsbereich des Data Act, MMR, Heft MMR-Beilage 2024, S. 71.
- Bomhard, David/Merkle, Marieke*, Entwurf eines EU Data Acts, RDi 2022, S. 168.
- Ehlen, Theresa/Sebulke, Philipp*, Der Data Act: Zwischen Markt- und Vertragsgestaltung – Auswirkungen auf die Ausgestaltung von Datenüberlassungsverträgen aus der Perspektive von Nutzern, Computer und Recht, 2024, S. 84.
- Etzkorn, Philipp*, (Vertragliche) Datenzugangsansprüche nach dem Data Act, RDi 2024, S. 116.
- Hennemann, Moritz/Steinrötter, Björn*, Data Act – Fundament des neuen EU-Datenwirtschaftsrechts?, NJW, 2022, S. 1481.
- Hennemann, Moritz/Steinrötter, Björn*, Der Data Act, NJW 2024, S. 1.
- Holznagel, Bernd/Freese, Benedikt*, EU Data Act: Ein wichtiger Baustein in der Europäischen Datenstrategie, EuZ, 2023, A 2.
- Jost, Theresa/Wagner, Fred*, 2023, Grundlagen: Mobilitätsmarkt, Mobilitätsdaten und Anspruchsberechtigte von Mobilität in: Gatzert, Nadine et al. (Hrsg.), Big Data in der Mobilität, 1. Auflage, Wiesbaden, S. 5-48.
- Kerber, Wolfgang*, Governance of IoT Data: Why the EU Data Act Will not Fulfill Its Objectives, GRUR Int. 2023, S. 120.
- Kloth, Matthias/Briske, Robert*, Wem gehört eigentlich das Auto? – Aktuelle Fragestellungen zum urheberrechtlichen Schutz von Fahrzeugsoftware, GRUR-Prax 2017, S. 228.
- Louven, Sebastian*, Vorschriften im Data Act zur Ausgestaltung und Kompensation von Datenbereitstellungspflichten, MMR, 2024, S. 82.
- Mehnert, Victor*: Reparaturen für alle? – Rechtliche Perspektiven des „Right to repair“, ZRP 2023, S. 9.
- Metzger, Alex/Schweitzer, Heike*, Metzger/Schweitzer: Shaping Markets: A Critical Evaluation of the Draft Data Act, ZEuP 2023, S. 42.
- Nürnbergger, Stefan*, Datenverarbeitung im (vernetzten) Fahrzeug, DuD, 2018, S. 79.
- Podszun, Rupprecht*, Der EU Data Act und der Zugang zu Sekundärmärkten am Beispiel des Handwerks, Bd. 8, 1. Aufl. 2023, Nomos, Baden-Baden.
- Podszun, Rupprecht*, Handwerk in der digitalen Ökonomie, Bd. 5, 1. Aufl. 2021, Nomos, Baden-Baden

- Podszun, Rupprecht/Pfeifer, Clemens*, Datenzugang nach dem EU Data Act: Der Entwurf der Europäischen Kommission, GRUR, 2022, S. 953.
- Reiter, Julius*, Verbraucher sitzen vorne: Für einen fairen Zugang zu Fahrzeugdaten, DAR 2022, S. 123.
- Reiter, Julius/Methner, Olaf/Schenkel, Bénédicte*, Einführung eines „Mobilitätsdatenwächters“ für eine verbrauchergerechte Datennutzung, Notwendigkeit, Modell, gesetzliche Grundlagen, Düsseldorf, 15.11.2022.
- Schaloske, Henning*, Kap. D, 2. Aufl. 2020, in: Sassenberg/Faber (Hrsg.), RechtsHdB Industrie 4.0 und Internet of things, Rn. 27, zit. nach *Spittka*, § 12 Datenschutz in der Privatversicherung, 1. Aufl., in: Specht/Mantz (Hrsg.), Handbuch Europäisches und deutsches Datenschutzrecht, 2019.
- Schmidt-Kessel, Martin*, Heraus- und Weitergabe von IoT-Gerätedaten, MMR, 2024, S. 75.
- Schrader, Paul T.*, Kraftfahrzeuge mit digitalen Elementen: Kundenbindung 2.0?, NZV 2021, S. 19.
- Specht-Riemenschneider, Louisa*, Data Act – Auf dem (Holz-)Weg zu mehr Dateninnovation?, ZRP 2022, S. 137.
- Specht-Riemenschneider, Louisa*, Der Entwurf des Data Act, MMR, 2022, S. 809.
- Steinrötter, Björn*, Gegenstand und Bausteine eines EU-Datenwirtschaftsrechts, RDi 2021, S. 480.
- Steinrötter, Björn*, Verhältnis von Data Act und DS-GVO, GRUR, 2023, S. 216.
- VDA*, Position des Verbands der Automobilbranche zum ADAXO: Automotive Data Access – Extended and Open, VDA-Konzept für den Zugriff auf fahrzeuggenerierte Daten, Berlin, Version 1.0, Dezember 2021.
- VDA*, Position des Verbands der Automobilbranche zum Zugang zum Fahrzeug und im Fahrzeug generierten Daten, Das Konzept „NEVADA-Share & Secure, Berlin, 2017 zit. nach. *Reiter, Julius*, Verbraucher sitzen vorne: Für einen fairen Zugang für Fahrzeugdaten, DAR 2022, S. 123.
- VDA*, Position des Verbands der Automobilindustrie zum Entwurf der EU-Verordnung Data Act vom 23.02.2022, Regulierung und Privatautonomie für die Datenwirtschaft, Berlin, Version 1.0, Mai 2022.
- Wolf, Gunnar*, Kartellrechtliche Grenzen von Produktinnovationen, 1. Auflage 2004, Nomos, Baden-Baden, zit. nach *Conrad/Licht*, § 39 Kartellrechtliche Bezüge, 3. Aufl., in: Auer-Reinsdorff/Conrad (Hrsg.), Handbuch IT- und Datenschutzrecht, 2019.