

§ BARRIEREFREIHEITSSTÄRKUNGSGESETZ

Aufgrund einer Reihe von Anfragen aus der Mitgliedschaft möchten wir Sie über das zum 28. Juni 2025 in Kraft tretende Barrierefreiheitsstärkungsgesetz informieren. Als Grundlage nutzen wir hierzu den uns dankenswerterweise zur Verfügung gestellten Vortrag der (Syndikus-) Rechtsanwältin Cindy Merz des vdw Rheinland Westfalen e. V. Zudem fügen wir das **Informationsschreiben des GdW vom 24.01.2025** bei.

Vorangestellt werden muss hier die Aussage, dass eine klassische Wohnungsgenossenschaft, die allein Wohnungen vermietet und über die Webseite allein informiert, Wohnungsangebote schaltet und möglicherweise ein Kontaktformular bereithält, nach Ansicht des GdW NICHT unter den Anwendungsbereich des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes fällt.

Welches Ziel hat das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz?

Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) setzt die Europäische Barrierefreiheitsrichtlinie (EU-Richtlinie [EU] 2019/882) um. Damit soll allen Menschen die Teilhabe am Wirtschaftsleben ermöglicht werden. Dies schließt beispielsweise Menschen mit Behinderung, aber auch ältere Personen und Menschen mit wenig Erfahrung im Umgang mit digitalen Medien ein.

Das BFSG verpflichtet zur Barrierefreiheit bestimmter Produkte und Dienstleistungen, die von Verbraucherinnen und Verbrauchern genutzt bzw. in Anspruch genommen werden.

Gefordert ist in erster Linie die digitale Barrierefreiheit, womit daher die Gestaltung der Webseiten betroffen sein kann.

Was ist neu?

Öffentliche Einrichtungen wie Behörden hatten schon bisher die Pflicht, beispielsweise ihre Internetseiten barrierefrei zu gestalten. Dies wird jetzt **auf private Wirtschaftsakteure, also Unternehmen ausgeweitet**. Es geht dabei sowohl um **Produkte** als auch um **Dienstleistungen**.

Unter das BFSG fallen **nicht generell alle** Produkte und Dienstleistungen für Verbraucher. Der Anwendungsbereich ist deckungsgleich mit der Richtlinie (EU) 2019/882, die das Gesetz umgesetzt hat.

Welche Unternehmen sind betroffen?

Unter die Anforderungen des BFSG fallen Hersteller, Händler und Importeure der oben genannten Produkte sowie die Anbieter der oben genannten Dienstleistungen.

„**Dienstleistungserbringer**“ ist nach § 2 Nr. 4 BFSG jede natürliche oder juristische Person oder rechtsfähige Personengesellschaft, die auf dem Unionsmarkt eine (in der Regel entgeltliche) Dienstleistung für Verbraucher erbringt oder anbietet.

Vom Anwendungsbereich des BFSG im Hinblick auf Dienstleistungen erfasst sind demnach nur **Verbraucherverträge**, also solche, die zwischen einem Unternehmer (§ 14 BGB) und einem Verbraucher (§ 13 BGB) geschlossen werden. Dienstleistungserbringer, die ausschließlich „B2B“ agieren, unterliegen den Anforderungen an die Barrierefreiheit nicht.

Das sind nach aktueller Auffassung des GdW auch die Vertragsbeziehungen zwischen Mitglied bzw. Nutzer und Genossenschaft.

Ausgenommen sind zudem **Kleinstunternehmen**, die nur Dienstleistungen erbringen. Kleinstunternehmen beschäftigen weniger als 10 Personen **UND** haben höchstens einen Jahresumsatz von 2 Millionen Euro oder eine Bilanzsumme von höchstens 2 Millionen Euro. Aufgrund der Tätigkeit in der Wohnungsvermietung werden auch viele kleine Wohnungsgenossenschaften die Umsatzgröße reißen und nicht als Kleinstunternehmen zählen.

Welche Produkte und Dienstleistungen fallen gem. § 1 Abs. 2 und 3 unter das BFSG?

Das BFSG gilt für folgende **Produkte**, die nach dem 28. Juni 2025 in den Verkehr gebracht werden:

- Hardwaresysteme einschließlich Betriebssysteme,
- Selbstbedienungsterminals: Zahlungsterminals, Geldautomaten, Fahrausweisautomaten, Check-in-Automaten, Selbstbedienungsterminals zur Bereitstellung von Informationen,
- Verbraucherendgeräte mit interaktivem Leistungsumfang, die für Telekommunikationsdienste oder für den Zugang zu audiovisuellen Mediendiensten verwendet werden,
- E-Book-Lesegeräte.

In diesem Bereich besteht also keine Betroffenheit der Wohnungsgenossenschaften.

Das BFSG gilt zudem für folgende **Dienstleistungen**, die für Verbraucherinnen und Verbraucher nach dem 28. Juni 2025 erbracht werden:

- Telekommunikationsdienste,
- Elemente von Personenbeförderungsdiensten,

- Bankdienstleistungen für Verbraucher,
- E-Books und hierfür bestimmte Software,
- **Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr.**

Allein für den letzten Punkt ist eine Betroffenheit der Wohnungsgenossenschaften denkbar, wenn diese Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr, also über Webseiten oder per E-Mail anbieten.

Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr

Für den Begriff gibt es eine Definition in § 2 Nr. 26 BFSG:

„Dienstleistungen der Telemedien, die über Webseiten und über Anwendungen auf Mobilgeräten angeboten werden und elektronisch und auf individuelle Anfrage eines Verbrauchers im Hinblick auf den Abschluss eines Verbrauchervertrags erbracht werden.“

Erfasst ist damit der gesamte E-Commerce von Produkten und Dienstleistungen, die Bestandteil eines Verbraucher**vertrages** werden sollen.

Der Nutzungsvertrag für eine Wohnung wird jedoch nicht als ein davon erfasster Vertrag verstanden, da es sich nicht um eine Ware oder ein Produkt handelt.

Betroffenheit der Wohnungsgenossenschaften

Das Gesetz und seine Begründung treffen keine Aussagen über die Anwendbarkeit auf Wohnungsinserate oder den Abschluss von Nutzungsverträgen.

Wohnungsinserate, die auf einer Webseite eingestellt werden, fallen nach Ansicht des GdW nicht unter den Anwendungsbereich des BFSG, jedoch wird eine barrierefreie Gestaltung angeraten.

Der Abschluss von Nutzungsverträgen erfolgt aktuell seltenst auf elektronischem Weg, so dass auch dieser nicht unter den Anwendungsbereich fällt. Allein wenn die Genossenschaft die anbietet oder noch andere Produkte, Kauf- und Dienstleistungen – wie Schulungen, Reisen, Werbeartikel etc. – elektronisch anbietet, dann ist der Anwendungsbereich eröffnet.

Soweit dann im Zusammenhang mit dem klassisch schriftlich geschlossenen Nutzungsvertrag einzelne Abwicklungsschritte elektronisch erfolgen (UVI, Betriebskostenabrechnung, Reparaturanfragen über Mieter-App) wird hierin keine entgeltliche Dienstleistung verstanden, sondern einfach nur die Erfüllung der Vermieterpflichten aus dem – nicht unter das BFSG fallenden – Nutzungsvertrag.

Weitere Ausnahmen

Das BFSG **gilt nicht** für den folgenden Inhalt von Webseiten und mobilen Anwendungen:

- aufgezeichnete zeitbasierte Medien, die **vor** dem 28. Juni 2025 veröffentlicht wurden,
- Dateiformate von Büro-Anwendungen, die **vor** dem 28. Juni 2025 veröffentlicht wurden,
- **Online-Karten** und Kartendienste, sofern bei Karten für Navigationszwecke wesentliche Informationen barrierefrei zugänglich in digitaler Form bereitgestellt werden,
- **Inhalte von Dritten**, die von dem betreffenden Wirtschaftsakteur weder finanziert noch entwickelt werden, noch dessen Kontrolle unterliegen,
- Inhalte von Webseiten und mobilen Anwendungen, die als **Archive** gelten, da ihre Inhalte nach dem 28. Juni 2025 weder aktualisiert noch überarbeitet werden.

Gibt es Übergangsregelungen?

Das BFSG ist grundsätzlich ab dem **28. Juni 2025** anzuwenden. Für einige Produkte und Dienstleistungen gibt es Übergangsbestimmungen, nach denen die Barrierefreiheitsanforderungen erst zu einem späteren Zeitpunkt erfüllt sein müssen.

Die **Übergangsfristen** sind in § 38 Abs. 1 und 2 BFSG geregelt. Diese gelten für **Produkte**, die bereits **vor dem 28. Juni 2025 in Verkehr gebracht** wurden, maximal **15 Jahre**.

Für **Dienstleistungen**, deren **Verträge vor dem 28. Juni 2025 geschlossen** wurden, gilt eine Übergangsfrist von **fünf Jahren** (bis 27. Juni 2030).

Bestehende **Webseiten und Onlineshops** werden bei den Übergangsfristen in § 38 BFSG nicht aufgeführt. Die Barrierefreiheitsanforderungen gelten hier ab **28. Juni 2025**.

Welche Anforderungen zur Barrierefreiheit gelten?

Auch wenn keine Betroffenheit besteht, sollten die Genossenschaften überlegen, ob sie nicht freiwillig die Anforderungen des BFSG umsetzen und dies als positives Marketing nutzen.

Dienstleistungen und Produkte sind laut **Definition in § 3 Abs. 1 BFSG** dann **barrierefrei**, wenn sie

- für Menschen mit Behinderung in der allgemein üblichen Weise,
- ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe,
- auffindbar, zugänglich und nutzbar sind.

Grundsätzlich zeichnet sich ab, dass eine Wahrnehmung immer über mindestens **zwei Sinne** möglich sein muss. Bei der Erfüllung der Anforderungen ist der **Stand der Technik** zu beachten.

Konkrete Anforderungen ergeben sich aus verschiedenen Normen und Standards, die über die Bundesfachstelle Barrierefreiheit veröffentlicht werden.

Aktuell gibt es keinen abschließenden Katalog entsprechender Dienstleistungen, die das BFSG erfasst. **Webseiten und Onlineshops werden ebenfalls nicht explizit benannt.** Ausführungen in der EU-Richtlinie 2019/882 weisen jedoch darauf hin, dass z. B. der Onlinehandel als elektronischer Geschäftsverkehr barrierefrei möglich sein muss (§ 2 Nr. 26 BFSG).

Werden auf der Webseite Produkte verkauft oder Buchungen ermöglicht und ist der **Hauptzweck** der Seite der Verkauf oder die Buchung, dann muss die Seite **vollständig** barrierefrei gestaltet werden.

Wenn die Webseite **auch anderen Zwecken** dient, beispielsweise der Präsentation des Unternehmens, muss **mindestens der Navigationsweg** zu einem angeschlossenen Shop- oder Buchungsbereich barrierefrei gestaltet sein.

Eine genaue Abgrenzung von Verkaufs- und Präsentationszwecken bleibt der Einschätzung der Marktüberwachungsbehörden überlassen. Der **sicherste Weg** wäre, **alle Bereiche** der Webseite barrierefrei zu gestalten.

Richtlinien für barrierefreie Webinhalte („Web Content Accessibility Guidelines“ – WCAG)

In diesem Zusammenhang sind die **„Web Content Accessibility Guidelines“ (WCAG)** zu beachten. Die WCAG sind eine Sammlung von Prinzipien, Richtlinien und Kriterien, mit denen sich die Barrierefreiheit einer Website und auch Apps überprüfen lassen. Webseiten und Onlineshops werden nach den WCAG-Guidelines in vier Kategorien der Barrierefreiheit bewertet:

Wahrnehmbarkeit

Funktionen und Informationen sollen mindestens über zwei unterschiedliche Sinneskanäle (Zwei-Kanal-Prinzip) wahrnehmbar sein. D. h., neben der optischen Gestaltung muss auch die Verarbeitung der Inhalte durch Screenreader unterstützt und Bilder und Icons mit Alt-Texten und Labels beschriftet werden.

Bedienbarkeit

Alle Elemente auf der Webseite müssen steuerbar und erreichbar sein. D. h. u. a., dass Scrollen und Navigieren neben Touch- und Mausklicks auch per Tastatur möglich sein müssen. Menüs müssen vollständig auf dem Gerät sichtbar sein und nicht von anderen Elementen verdeckt werden. Links und Steuerelemente sollen klar gekennzeichnet sein, beispielsweise durch eine eindeutige Farbgebung, Unterstreichung, Umrandung und Mouseover-Effekte.

Benutzer mit kognitiven, motorischen und visuellen Einschränkungen benötigen mehr Zeit, um Inhalte zu erfassen. Intervalle für Interaktionen müssen ausreichend getaktet sein.

Verständlichkeit

Inhalte sollen so gestaltet sein, dass sie für ein möglichst großes Publikum klar und einfach erfassbar sind. Der Sprachstil sollte auch für Nicht-Muttersprachler oder kognitiv eingeschränkte Personen verständlich sein. Eine selbsterklärende Navigationsstruktur sollte sichergestellt sein. Die Gliederung sollte logisch und nachvollziehbar sein. Linktexte sollten so formuliert sein, dass bereits vor einem Klick deutlich wird, welche Inhalte auf der verlinkten Seite zu erwarten sind. Buttons sollen eindeutig beschriftet sein, statt vager Begriffe wie „Weiter“ oder „Absenden“ präzisere Formulierungen wie „Weiter zum Checkout“ oder „Anfrage absenden“.

Robustheit

Die Webseite sollte auf verbreiteten Geräten und Browsern (Benutzeragenten) fehlerfrei funktionieren und assistive Technologien wie Screenreader unterstützen. Es sollen spezielle Auszeichnungen im Quellcode, wie Alt-Texte oder Aria-Attribute genutzt werden, um dies zu gewährleisten.

Texte auf Webseiten

Weder das BFSG noch die BFGV fordern von den adressierten Unternehmen eine „Übersetzung“ der verwendeten Texte in die sogenannte „leichte Sprache“.

Vielmehr fordert das BFSG von den Privatunternehmen, dass Informationen in **„verständlicher Weise“** dargestellt werden.

Hierbei ist „verständliche Weise“ auf zwei Ebenen zu begreifen: Zum einen dahingehend, dass in **gestalterischer** Hinsicht die relevanten Informationen **geordnet** und einem **logischen** System folgend aufbereitet werden. Zum anderen insoweit, dass **verworrene Schachtelsätze vermieden** werden sollten und das vorausgesetzte **Sprachniveau B2** nicht überstiegen werden sollte.

Was droht bei Verstößen?

Betroffene Verbraucher können sich selbst an die **Marktüberwachungsbehörde** (die Bundesländer) wenden, wenn sie einen Verstoß gegen die Vorschriften des BFSG geltend machen wollen.

Auch nach Behindertengleichstellungsgesetz anerkannten Verbänden und Einrichtungen steht dieses Recht eigenständig zu.

Schließlich können auch Mitbewerber im Wege der wettbewerbsrechtlichen **Abmahnung** gegen Verstöße vorgehen (Marktverhaltensregelungen im Sinne von § 3a Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb [UWG]). In diesem Falle droht **Unterlassung** und **Schadenersatz**.

Werden die Erfordernisse der Barrierefreiheit nicht erfüllt, kann die Marktüberwachungsbehörde anordnen, die Dienstleistung einzustellen.

Darüber hinaus drohen **Bußgelder** von bis zu 100.000 Euro.

Welche Hilfestellungen gibt es?

Für Unternehmen hat das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) Leitlinien zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz erstellt. Darin werden viele Fragen rund um das Gesetz beantwortet, beispielsweise ob man als Unternehmen in den Anwendungsbereich des Gesetzes fällt oder was passieren kann, wenn man die Barrierefreiheitsanforderungen nicht einhält. Diese „Leitlinien für die Anwendung des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes“ erläutern den Inhalt des Gesetzes anhand von praktischen Beispielen. Zudem erklären die Leitlinien, weshalb Barrierefreiheit für Unternehmen eine lohnende Investition sein kann.

https://www.bundesfachstelle-barrierefreiheit.de/SharedDocs/Downloads/DE/Externe-Veroeffentlichungen/bmas-leitlinien-bfsg.pdf?__blob=publicationFile

To do's

Wohnungsgenossenschaften sollten zunächst ihre Betroffenheit prüfen. Kleinstunternehmen sind von der Verpflichtung ausgenommen. Ist man kein Kleinstunternehmen, sind die Webseiten zu überprüfen und zu schauen, ob man Dienstleistungen oder Produkte anbietet. Ist das der Fall, sollte Rücksprache mit dem Webseitenersteller bzw. dem Betreuer der Seite genommen werden, um zu prüfen, welche Anpassungen erfolgen müssen.

Für die Planung und Umsetzung können, abhängig vom aktuellen Status, mehrere Monate erforderlich sein.

- Audit des aktuellen Status der Webseite, einschließlich aller Drittanbieter-Plugins und verwendeten Services
- Ableitung und Priorisierung der erforderlichen Maßnahmen in den Bereichen Design, Content und Coding
- Planung und Freigabe der notwendigen Budgets
- Bereitstellung der erforderlichen internen und externen Personalressourcen für Projektmanagement, Webdesign, Entwicklung und Contentpflege
- Aktualisierung der Webseite, einschließlich Drittanbieter-Plugins, Services und Inhalten, basierend auf dem Maßnahmenplan