

# **EU Data Act**

**Paschke / Schumacher**

2026

ISBN 978-3-406-82815-7  
C.H.BECK

schnell und portofrei erhältlich bei  
[beck-shop.de](http://beck-shop.de)

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Bei dem begründet allein der Wortlaut des Art. 3 Abs. 1 keine allgemeine Pflicht zur Interoperabilität der vernetzten Produkte und verbundenen Dienste, da die Daten allein für den Nutzer (und nicht für einen Dritten) direkt zugänglich sein müssen (Marly SoftwareR-HdB/Hartl § 13 Rn. 224).

Weiterhin wird kritisiert, dass bei der Einrichtung eines reinen in-situ-Zugangs **61** die **Kontrolle über die Daten** beim Dateninhaber verbleiben würde und somit keine gerechte Verteilung der Wertschöpfung möglich wäre (Kerber GRUR Int. 2023, 120 (124); Specht-Riemenschneider MMR 2022, 809 (816)). Demgegenüber steht der positive Effekt, dass der Dateninhaber mehr Kontrolle über den Schutz der Daten hat und etwaige Risiken eines direkten Datentransfers minimiert werden können (Kerber GRUR Int. 2023, 120 (124); Steinrötter GRUR 2023, 216 (220); Podszun/Pfeifer GRUR 2022, 953 (957); Ehlen/Sebulke CR 2024, 84 (86)). Die Tendenz des Gesetzgebers zugunsten von Datenminimierung und Datenschutz wird auch in Erwgr. 8 deutlich, wonach Algorithmen direkt am Ort der Datengenerierung gesetzt und wertvolle Erkenntnisse gewonnen werden sollen, ohne dass die Daten zwischen den Parteien übertragen bzw. die Rohdaten oder strukturierten Daten selbst unnötig kopiert werden. Dies entspricht auch dem Grundsatz der Datenminimierung nach Art. 5 Abs. 1 lit. c DS-GVO, der nach Art. 1 Abs. 5 S. 1 Vorrang vor dem DA genießt (→ Rn. 19).

Zudem ermöglicht ein direkter in-situ-Zugang die effektivere Wahrung der **62** **Geschäftsgeheimnisse** Dritter (Specht-Riemenschneider ZEuP 2023, 638 (668)).

Letztlich bleibt aufgrund des insofern **unergiebigen** **Wortlauts** des Art. 3 **63** Abs. 1 unklar, in welcher Form der direkte Datenzugang gewährt werden muss. Es bleibt abzuwarten, ob die zuständige Aufsichtsbehörde (→ Rn. 158) entsprechende Leitlinien veröffentlicht bzw. die Rechtsprechung ggf. entsprechende Klärung herbeiführen wird.

**bb) Einrichtung von Nutzerkonten.** Für die Konzipierung eines direkten **64** Datenzugangs wird sich für Hersteller und Entwickler oftmals die Bereitstellung einer Möglichkeit zur Einrichtung von **Nutzerkonten** für die Nutzer anbieten (Erwgr. 21 S. 2). Ob der direkte Datenzugang sogar von der Einrichtung eines solchen Kontos abhängig gemacht werden kann, ist nicht geklärt. Dies dürfte jedenfalls dann zulässig sein, wenn ein Nutzerkonto die einzige Möglichkeit bietet, sicherzustellen, dass der Nutzer und nicht etwa ein Dritter Datenzugang erhält (SPS Der neue Data Act § 4 Rn. 54).

Art. 3 Abs. 1 besagt, dass die Daten für den Nutzer zugänglich sein müssen. Die **65** Daten dürfen daher gerade nicht auch für jeden beliebigen Dritten zugänglich sein (SPS Der neue Data Act § 4 Rn. 54). Nach Erwgr. 21 S. 3 ermöglicht ein Nutzerkonto insbesondere eine **eindeutige Identifikation** des Nutzers. Die Kehrseite der Einrichtung eines Nutzerkontos wäre indes, dass dadurch regelmäßig ein Personenbezug hergestellt würde, wo bislang keiner gegeben war, eine anonyme Nutzung nicht mehr möglich wäre und faktisch jede Nutzung eines smarten Geräts die vorherige Einrichtung eines Nutzerkontos bedürfte (Steinrötter GRUR 2023, 216 (222); Podszun/Pfeifer GRUR 2022, 953 (960); Schemmel CB 2024, 301 (304)).

Werden die vernetzten Produkte von mehreren, möglicherweise sehr kurzzeitigen Nutzern verwendet, schlägt der Gesetzgeber in Erwgr. 21 S. 4 vor, erforderliche Mechanismen einzurichten, die gegebenenfalls die Einrichtung **getrennter Nutzerkonten** für einzelne Personen oder die Nutzung desselben Nutzerkontos durch mehrere Personen ermöglichen (Wiebe GRUR 2023, 1569 (1571)). Dies könnte

auch die Identifizierung des Nutzers bei einem Secondhand-Kauf sicherstellen (Heinzke BB 2023, 201 (205)) und die Erfüllung der Informationspflichten nach Abs. 2 und Abs. 3 gegenüber dem Wiederkäufer vereinfachen (→ Rn. 85).

**67** Neben der Möglichkeit zur Identifikation des Nutzers kann ein solches Nutzerkonto zudem als **Kommunikationskanal** und zur Einreichung und Bearbeitung von Datenzugangsverlangen verwendet werden (Erwgr. 21 S. 3).

**68** Zudem würde von einem exklusiven Direktzugang der Nutzer auch der **Geschäftsgeheimnisschutz** profitieren (Becker RDi 2024, 615 (620)).

**69 6. Specherdauer der Daten.** Der DA trifft **keine** ausdrücklichen Regelungen zur Specherdauer, dh über welchen Zeitraum direkt zugänglich gemachte Produktdaten und verbundene Dienstdaten vorgehalten bzw. gespeichert werden müssen.

**70** Hinsichtlich der Frage, ob überhaupt eine **Speicherpflicht** besteht, verhält sich der DA widersprüchlich. Einerseits muss nach Art. 3 Abs. 2 lit. c, Abs. 3 lit. a die vorgesehene Specherdauer nur „gegebenenfalls“ angegeben werden. Über die Specherdauer ist damit nur dann zu informieren, wenn es tatsächlich zu einer Speicherung der Daten auf einem Gerät oder einem entfernten Server kommt, und eine Speicherung erwartet wird (→ Rn. 128, 139). Zudem stellt Erwgr. 20 S. 7 klar, dass eine Verpflichtung, Daten auf einer zentralen Rechnereinheit zu speichern, nicht besteht. Allerdings schließt dieser Satz nur eine Verpflichtung zur Speicherung der Daten auf einer zentralen Rechnereinheit aus, enthält aber keine Aussage, ob nicht eine Speicherpflicht bezüglich der Daten an einem anderen Speicherort besteht. Mit Blick auf Erwgr. 24 wird jedoch deutlich, dass eine Speicherpflicht (bestimmter) Daten bestehen muss. Nach Erwgr. 24 S. 6 kann zwar vom Dateninhaber nicht erwartet werden, dass er die Daten mit Blick auf die Bedürfnisse des Nutzers des vernetzten Produkts unbegrenzt speichert, jedoch sollte er eine **angemessene Regelung** in Bezug auf die Dauer der Datenspeicherung anwenden, die die wirksame Anwendung der Datenzugangsrechte gemäß der VO ermöglicht. Sind personenbezogene Daten betroffen, muss der Grundsatz der Datenminimierung gem. Art. 5 Abs. 1 lit. e DS-GVO beachtet werden (Erwgr. 24 S. 6). Dies dürfte wohl die Möglichkeit, sich durch die schlichte Löschung der Daten der Stellung als Dateninhaber iSd Art. 2 Nr. 13 und somit der Zugangspflichten nach Art. 3 ff. zu entledigen (Schemmel CB 2024, 301 (306); Bomhard/Merkle RDi 2022, 168 (177)), zunichthemachen (Hennemann/Steinrötter NJW 2024, 1 (3); Etzkorn RDi 2024, 116 (119)).

**71** Anders als das Recht auf Löschung nach Art. 17 Abs. 1 DS-GVO gewährt der DA **kein Recht auf Vergessenwerden** (Kommission, FAQ Data Act, 3.2.2025, Version 1.2, Frage 33), sodass von dem Dateninhaber zwar keine unbegrenzte Speicherung erwartet werden kann, diese Möglichkeit für ihn jedoch zumindest hinsichtlich der nicht-personenbezogenen Daten und vorbehaltlich entsprechender Vereinbarungen mit dem Nutzer besteht.

**72 7. Rechtsfolgen bei Verstoß.** Die Rechtsfolgen eines Verstoßes gegen die Pflicht des Herstellers aus Art. 3 Abs. 1 für den Fall, dass der Hersteller die Modalitäten des Datenzugangs nicht beachtet, sind nicht ausdrücklich geregelt. Da Art. 3 Abs. 1 dem Nutzer kein originäres Recht auf direkten Zugang gewährt (→ Rn. 42 f.), steht dem Nutzer auch **kein einklagbarer Anspruch** zu (Henke VuR 2024, 403 (406); Metzger/Schweitzer ZEuP 2023, 42 (79)). Der Nutzer hat jedoch einen Anspruch auf Bereitstellung der Daten nach Art. 4 Abs. 1 DA, der in diesem Falle ausnahmsweise nicht subsidiär zu Art. 3 Abs. 1 anzuwenden ist, sondern neben die Pflicht aus Art. 3 Abs. 1 tritt (→ Art. 4 Rn. 21).

In der Literatur wird zudem diskutiert, ob ein Verstoß gegen Art. 3 Abs. 1 einen **Sachmangel** nach § 434 Abs. 3 S. 1 Nr. 2 lit. a BGB – bei Verbraucherverträgen in Verbindung mit § 475b Abs. 4 Nr. 1 BGB (Art. 7 Abs. 1 lit. d Warenkauf-RL (RL (EU) 2019/771)) – darstellen kann (siehe dazu insbesondere Henke VuR 2024, 403 (406)). Die Einordnung des direkten Zugangs als Beschaffenheit, die bei Sachen derselben Art üblich ist und die der Käufer erwarten kann (§ 434 Abs. 3 S. 1 Nr. 2 lit. a BGB) hätte zur Folge, dass bei Nichtvorliegen dieser Beschaffenheit das Produkt als mangelhaft einzustufen wäre, soweit nicht Verkäufer und Käufer eine Vereinbarung über die abweichende Beschaffenheit getroffen haben. Im Verbrauchsgüterkauf wäre eine solche Vereinbarung über die Abweichung von der objektiven Beschaffenheit nur unter den erschwerenden Voraussetzungen des § 476 Abs. 1 S. 2 BGB möglich. Für digitale Produkte gilt entsprechendes gemäß §§ 327e, 327h BGB.

Die Bestimmung der objektiven, üblichen Beschaffenheit ist jedoch insbesondere vor dem Hintergrund des **weiten Ermessensspielraums** der Hersteller bzw. Entwickler bei der Konzipierung des vernetzten Produkts oder verbundenen Dienstes (→ Rn. 44 ff.) problematisch.

Hersteller sollten ihre Entscheidung gegen einen direkten Zugang daher gut dokumentieren, um der **Darlegungslast** in potenziellen Gewährleistungs- oder Regressfällen nachkommen zu können.

Sollte Art. 3 Abs. 1 als **Marktverhaltensregel** im Sinne des § 3a UWG eingordnet werden, käme daneben die Geltendmachung von Beseitigungs- und/oder Unterlassungsansprüchen nach § 8 UWG durch Mitbewerber und andere nach § 8 Abs. 3 UWG Anspruchsberechtigte in Betracht (Metzger/Schweitzer ZEuP 2023, 42 (52); Henke VuR 2024, 403 (407)).

Neben der Möglichkeit des individuellen Rechtsschutzes kommt auch eine **kollektive Rechtsdurchsetzung** in Betracht. Grundlage hierfür bildet Art. 48, der den DA in Anhang I der Verbandsklagen-RL verankert (→ Art. 48 Rn. 2). Wird § 2 Abs. 2 UKlaG entsprechend um den DA erweitert, könnten Verstöße gegen den DA mit Verbandsklagen verfolgt werden, da hinsichtlich des Art. 3 Abs. 1 wohl von einem hinreichenden verbraucherschützenden Charakter ausgegangen werden kann (Henke VuR 2024, 403 (407)).

## II. Vorvertragliche Informationspflichten für vernetzte Produkte und verbundene Dienste (Abs. 2 und Abs. 3)

**1. Sinn und Zweck.** Art. 3 Abs. 2 und Abs. 3 ergänzen Art. 3 Abs. 1 um jeweils umfassende Informationspflichten für vernetzte Produkte (Art. 3 Abs. 2) und verbundene Dienste (Art. 3 Abs. 3) vor Abschluss eines Vertrags (**vorvertragliche Informationspflichten**).

Entsprechend des **nutzerzentrierten Ansatzes** des Datenzugangs unter dem DA und der damit bezweckten Kontrolle des Nutzers über seine Daten soll die Informationspflicht eine „Entscheidungsgrundlage des Nutzers sicherstellen“ (Hennemann/Steinrötter NJW 2022, 1481 (Rn. 12); so auch Etzkorn RDi 2024, 116 (Rn. 17)). Denn nur ein über die Datengenerierung und Datennutzung informierter Nutzer kann eine Entscheidung darüber treffen, inwiefern eine Datennutzung- und Datenweitergabe für ihn sinnvoll ist und ggf. die Datenzugangsansprüche gemäß Art. 4 Abs. 1 und Art. 5 Abs. 1 gegenüber den Dateninhabern geltend machen. Sinn und Zweck der als „Transparenzpflichten“ (Kommission, FAQ Data Act, 3.2.2025, Version 1.2, Frage 17) bezeichneten Informationspflichten ist mit-

hin die Steigerung der Datenkompetenz der Nutzer (→ Rn. 3 f.). Hierzu zählt auch eine Vereinfachung des Datenzugangs für den Nutzer (Erwgr. 24).

- 80 Besonders relevant dürften die Informationen nach Art. 3 Abs. 2 und Abs. 3 zudem für Nutzer oder Dritte sein, die tatsächlich eine **Weitergabe** bzw. Weiterverarbeitung der Daten anstreben. So kann es etwa für die Entwicklung einer Anschlussdienstleistung ausschlaggebend sein, bereits vor Vertragsschluss Kenntnis darüber zu haben, zu welchen Daten und mit welchen Mitteln gem. Art. 3 Abs. 1 bzw. Art. 4 Abs. 1 und Art. 5 Abs. 1 realistischerweise Zugang erlangt werden kann.
- 81 **2. Normadressaten.** Art. 3 Abs. 2 und 3 richten sich ausdrücklich an die entsprechenden **Vertragspartner** der Nutzer (→ Rn. 90). Im Fall des Art. 3 Abs. 2 sind dies der Verkäufer, Vermieter oder Leasinggeber, bei dem es sich im Fall von Personenidentität auch jeweils um den Hersteller handeln kann. Adressat des Art. 3 Abs. 3 ist der Anbieter eines verbundenen Dienstes. Keiner der genannten Normadressaten ist im DA legaldefiniert.
- 82 Die Verpflichtung der Vertragspartner der Nutzer lässt sich auch teleologisch begründen, da die Hersteller im Falle der **Personenverschiedenheit** mit dem Vertragspartner keine direkte schuldrechtliche Beziehung eingehen und keine Beührungspunkte mit dem Nutzer haben. Die Vertragspartner können in einem solchen Fall sicherstellen, dass die Informationen den Nutzern tatsächlich vor Vertragsschluss – etwa im Rahmen einer Online-Verkaufsstrecke – zur Verfügung gestellt werden. Auf die Gestaltung von Verkaufsvorgängen – sei es analog oder digital – haben die Hersteller in der Regel keinen Einfluss. Gleichzeitig haben die Vertragspartner als Verpflichtete zumeist keine Kenntnis von den in Art. 3 Abs. 2 und 3 geforderten Informationen. Die mangelnde Normierung einer korrespondierenden Herstellerpflicht zur Informationsweitergabe an die Vertragspartner (vgl. DAV, Stellungnahme Nr. 40/2022 v. Juli 2022, 16) sollten diese mithin im Rahmen der Lieferketten durch entsprechende vertragliche Regelungen mit den Herstellern sicherstellen (so auch BeckOK DatenschutzR/Schemmel DA Art. 3 (51); vertieft hierzu → Rn. 90).
- 83 **a) Abs. 2.** Die Aufzählung der nach Art der verschiedenen **Vertragstypen** unterschiedenen Normadressaten – Verkäufer, Vermieter oder Leasinggeber – ist dem Wortlaut nach abschließend.
- 84 Parallel zu der Diskussion in der Literatur, ob neben dem Mieter und Leasingnehmer auch **andere schuldrechtlich Nutzungsberchtigte** als Nutzer im Sinne des DA zu qualifizieren sind (→ Art. 2 Rn. 85 ff.), stellt sich die Frage, ob die Aufzählung in Art. 3 Abs. 2 entgegen dem klaren Wortlaut exemplarischer Natur ist und auch Vertragspartner anderer Überlassungsverträge (etwa der unentgeltlichen Leih- , §§ 598 ff. BGB) Adressaten der Informationspflichten nach Art. 3 Abs. 2 sind. Im Ergebnis sprechen die überzeugenderen Argumente dafür, neben Miet- und Leasingverträgen auch andere Vertragsverhältnisse für die Begründung einer Informationspflicht des Überlassenden ausreichen zu lassen, solange dem Nutzer vertraglich ein Nutzungsrecht für die Vertragsdauer eingeräumt wird. Hierfür spricht insbesondere die Definition des Nutzers gemäß Art. 2 Nr. 12, die – entgegen der Entwurfssatzung des DA – eine Übertragung „vertraglich zeitweiliger Rechte für die Nutzung des vernetzten Produkts“ ausreichen lässt (→ Art. 2 Rn. 85 f.). Auch Erwgr. 18 lässt andere Vertragsverhältnisse ausdrücklich ausreichen, solange der Nutzer „Inhaber bestimmter befristeter Rechte auf Zugang zu Daten aus dem vernetzten Produkt oder auf deren Nutzung ist“. Entsprechend müssen Nutzer, die zwar nicht Mieter oder Leasingnehmer, jedoch anderweitig

vertraglich nutzungsberechtigt sind, auch die in Art. 3 Abs. 2 genannten Informationen erhalten. Es ist kein triftiger Grund ersichtlich, entsprechende Nutzer von dem Informationsanspruch nach Art. 3 Abs. 2 auszuschließen und ihre Vertragspartner von der Informationspflicht zu befreien. Eine Grenze muss jedoch dort gezogen werden, wo es sich bei dem zugrundeliegenden schuldrechtlichen Verhältnis um bloße Gefälligkeitsverhältnisse oder unentgeltliche Nutzungsverträge (wie etwa der Leih-, §§ 598 ff. BGB) handelt. Im ersten Fall mangelt es bereits an einem erforderlichen Rechtsbindungswillen von Nutzer und Vertragspartner (→ Art. 2 Rn. 87), während im Falle der Unentgeltlichkeit der Nutzer keine wirtschaftlichen Aufwände hat und der Vertragspartner keinen nennenswerten wirtschaftlichen Vorteil aus der Nutzungsüberlassung zieht (Dannhausen/Abel MMR 2024, 931 (933); vertieft hierzu → Art. 2 Rn. 92). Auf die Dauer der (entgeltlichen) Nutzung im Sinne einer Erheblichkeitsschwelle kommt es hingegen nicht an (→ Art. 2 Rn. 89).

Nach den Ausführungen in den FAQs der Europäischen Kommission zum DA 85 sollen die Informationspflichten aus Art. 3 Abs. 2 und Abs. 3 auch den **Wiederverkäufer** treffen. Dies entspräche auch dem Wortlaut des DA, welcher nicht zwischen „firsthand“ und „secondhand“ IoT-Produkten unterscheide (Kommission, FAQ Data Act, 3.2025, Version 1.2, Frage 11). Danach wären auch Verbraucher im Falle von C2C-Wiederverkäufen von der Informationspflicht nach Art. 3 Abs. 2 und 3 betroffen. Dies entspricht grundsätzlich dem Telos der Vorschrift, welche die Transparenz der Datenverarbeitungsprozesse für Nutzer und damit eine ausreichende Entscheidungsgrundlage für Vertragsschlüsse sicherstellen soll (→ Rn. 3, 79 f.). In der Literatur wird hingegen diskutiert, den Verbraucher mithilfe einer teleologischen Reduktion von den Informationspflichten zu befreien (so BeckOK DatenschutzR/Schemmel DA Art. 3 Rn. 52). Dies ergäbe sich insbesondere aus einer Zusammenschau mit Art. 7 Abs. 1, wonach KMU von den Informationspflichten des Art. 3 Abs. 2 und 3 befreit seien. Dies müsste im Sinne eines Erst-Recht-Schlusses auch für Verbraucher gelten (BeckOK DatenschutzR/Schemmel DA Art. 3 Rn. 52). Art. 7 Abs. 1 befreit KMU, die in Ansehung der betroffenen Daten nicht selbst Dateninhaber sind, seinem Wortlaut nach jedoch lediglich von den Pflichten zur Datenweitergabe aus Kapitel II (vgl. auch die Überschrift von Art. 7), jedoch nicht von den Informationspflichten aus Art. 3 Abs. 2 und 3 (so auch Hartmann/McGuire/Schulte-Nölke RDi 2023, 49 (54) und im Widerspruch zu der eigenen Kommentierung von Art. 3 BeckOK DatenschutzR/Schemmel DA Art. 7 Rn. 10; (→ Art. 7 Rn. 7)). Eine Klärung wird hier wohl erst durch die Rechtsprechung herbeigeführt werden. Zudem wird sich die Diskussion in der Praxis wohl häufig als bloßes dogmatisches Problem erweisen, da davon auszugehen ist, dass die Informationen nach Abs. 2 und 3 von den Herstellern und/oder Vertragspartnern grundsätzlich online zugänglich gemacht werden (→ Rn. 105). Daher wird es keinen zusätzlichen Aufwand für Verbraucher darstellen, die Informationen, die sie „firsthand“ von dem Verkäufer/Anbieter über das vernetzte Produkt oder die verbundene Dienstleistung erhalten haben, bei einem Weiterverkauf „secondhand“ weiterzugeben.

**b) Abs. 3.** Die vorvertragliche Informationspflicht gemäß Art. 3 Abs. 3 trifft die 86 **Anbieter** verbundener Dienste unabhängig davon, ob zusätzlich ein Vertrag über die Nutzung eines vernetzten Produkts geschlossen wurde (Erwgr. 24). Während die Informationspflichten im Entwurf des DA in Art. 3 Abs. 2 DA-E noch unterschiedslos für vernetzte Produkte und verbundene Dienste normiert waren, diffe-

renziert Art. 3 nun je nach Vertragsschluss über die Nutzung eines vernetzten Produkts (Art. 3 Abs. 2) und Vertragsschluss über die Erbringung eines verbundenen Dienstes (Art. 3 Abs. 3).

- 87 Die Aufteilung steht vor dem Hintergrund, dass oftmals „smart services“ zusätzlich zu „smart products“ angeboten werden, oder gar in diese integriert sind, wobei hinter Produkt und Service aber jeweils **unterschiedliche Anbieter** stehen. Die Informationspflicht des Anbieters eines verbundenen Dienstes nach Art. 3 Abs. 3 soll nicht dadurch umgangen werden, dass der Nutzer bereits ein vernetztes Produkt verwendet und hierüber vorvertragliche Informationen von seinem personenidentischen Vertragspartner (gem. Art. 3 Abs. 2) erhalten hat.
- 88 Zur möglichen **Gestaltung der Informationen** bei Personenidentität der Verpflichteten gemäß Art. 3 Abs. 2 und 3 → Rn. 81.
- 89 **3. Zeitlicher Anwendungsbereich.** Anders als für Art. 3 Abs. 1 gibt es für die vorvertraglichen Informationspflichten nach Abs. 2 und Abs. 3 keine spezielle Regelung hinsichtlich des zeitlichen Anwendungsbereichs (→ Rn. 35). Somit gelten diese gem. Art. 50 S. 2 ab dem **12.9.2025**.
- 90 **4. Umsetzung in Vertriebsketten.** Wie im Wortlaut des Art. 3 Abs. 2 angedeutet, sind der Vertragspartner des Nutzers und der Hersteller nicht in allen Fällen personenidentisch („wobei es sich auch um den Hersteller handeln kann“). Dies wird **zumindest außerhalb von Direktvertriebssystemen** die Regel sein. In diesen Fällen ist anzunehmen, dass der Hersteller gegenüber dem Vertragspartner des Nutzers Kenntnishaft über die Datenverarbeitungsmodalitäten seines vernetzten Produktes hat. Jdoch besteht zwischen Nutzer und Hersteller kein direktes Rechtsverhältnis, sodass sich der Vertragspartner des Nutzers im Falle einer mangelhaften Informationsbereitstellung nicht darauf berufen kann, er habe die erforderlichen Informationen nicht von dem Hersteller bzw. den direkten Vertriebsmittlern oder sonstigen Abnehmern des Herstellers erhalten (so auch Metzger/Schweitzer ZEuP 2023, 42 (53), BeckOK DatenschutzR/Schemmel DA Art. 3 Rn. 51). Vielmehr hat der Vertragspartner des Nutzers zukünftig darauf zu achten, dass entlang der **Lieferkette** alle Informationen weitergegeben werden, damit er seine vorvertraglichen Informationspflichten erfüllen kann. Wie der Vertragspartner dies umsetzt, ist ihm überlassen (Heinzke/Herbers/Kraus BB 2024, 649 (651)), am sinnvollsten erscheint jedoch, dass der Vertragspartner die Zurverfügungstellung der nach Abs. 2 erforderlichen Informationen seinerseits zum Vertragsbestandteil gegenüber den Herstellern bzw. Entwicklern macht (BeckOK DatenschutzR/Schemmel DA Art. 3 Rn. 51). Sofern gegenüber den übrigen Beteiligten in der Vertriebskette durchsetzbar, bietet es sich für die gem. Art. 3 Abs. 2 Verpflichteten zudem an, **Freistellungsvereinbarungen** für den Fall zu treffen, dass sie aufgrund ausgebliebener oder mangelnder Informationsbereitstellung bußgeldpflichtig werden.
- 91 Hieran hat der Hersteller in der Regel auch ein **Eigeninteresse**. Zwar trifft ihn eine unmittelbare Informationspflicht nur dann, wenn er selbst Vertragspartner der Nutzer ist und die vernetzten Produkte an Endkunden verkauft, allerdings wird er schon aus wirtschaftlichen Erwägungen heraus nicht wollen, dass seine Vertriebsmittler und Abnehmer aufgrund des Verkaufs seiner vernetzten Produkte bußgeldpflichtig werden.
- 92 Diese Überlegungen gelten auch bezüglich der Informationspflichten **der verbundenen Dienstanbieter** gem. Art. 3 Abs. 3. In Abs. 3 fehlt zwar eine entsprechende Klarstellung, dass der Dienstanbieter und Entwickler nicht dieselbe Person

sein müssen, jedoch ist kein Grund für eine unterschiedliche Behandlung ersichtlich.

**5. Zeitpunkt.** Die Informationen gemäß Art. 3 Abs. 2 lit. a–d bzw. Art. 3 Abs. 3 lit. a–i sind dem Nutzer **vor Vertragsschluss** bereitzustellen. Eine weitere Konkretisierung was mit „vor Abschluss“ des Vertrages gemeint ist, ist weder dem Gesetzestext noch den Erwgr. zu entnehmen.

Die in der Literatur vertretene Ansicht, wonach es nicht ausreichend ist, dem Nutzer die Informationen **kurz vor Vertragsschluss** zur Verfügung zu stellen (so BeckOK DatenschutzR/Schemmel DA Art. 3 Rn. 53 und HEKLW/Ebner/Wienroeder Data Act S. 57 f., die eine Bereitstellung vor Finalisierung des Vertrags fordern), kann bereits aus praktischen Erwägungen nicht gefolgt werden. Zwar ist anzunehmen, dass dem Nutzer ausreichend Zeit zur Kenntnisnahme und Überlegung gegeben werden sollte, um ihm entsprechend dem Telos der Regelung eine Entscheidungsgrundlage an die Hand zu geben. Bei der Mehrzahl der Kaufverträge über vernetzte Produkte und verbundene Dienste dürfte es sich jedoch um – häufig über das Internet geschlossene – Massenverträge (AGB) handeln, sodass keine „Vertragsfinalisierung“ im Sinne einer Vertragsverhandlung stattfindet. Auch im Falle von Ladenverkäufen werden dem Nutzer typischerweise kurz vor Vertragsschluss unverhandelbare Allgemeine Geschäftsbedingungen vorgelegt.

Es sollte daher ausreichend sein, wenn die Datenschutzinformationen gem. Art. 3 Abs. 2 und 3 den Nutzern zusammen mit dem Vertragstext kurz vor Vertragsschluss zur Verfügung gestellt werden. Hierfür spricht auch, dass die Informationen aufgrund ihres **reinen Informationscharakters** (aA wohl Etzkorn RDi 2024, 116 (19)) grundsätzlich nicht verhandelbar sind.

Wie die Informationsbereitstellung in der Praxis technisch bzw. faktisch am sinnvollsten umgesetzt werden kann, wird insbesondere davon abhängig sein, ob das vernetzte Produkt online oder analog erworben wird. Im **E-Commerce** dürfte die Anforderung daher erfüllt sein, wenn dem Nutzer parallel zu den AGB und Datenschutzinformationen (zum Verhältnis zu Art. 13, 14 DS-GVO → Rn. 116 ff.) die Informationen über die Datenverarbeitung gem. Art. 3 Abs. 2 und 3 in der Online-Verkaufsstrecke zur Verfügung gestellt werden, bevor er seine Bestellung durch Klick eines entsprechenden Buttons bestätigt. Alternativ könnten die Informationen nach Art. 3 Abs. 2 bzw. Abs. 3 bereits über einen Link beim entsprechenden Produkt zugänglich gemacht und ein deutlicher Hinweis vor Abschluss des Vertrags gegeben werden (Ebner ZD 2022, 364 (367)). Dies entspricht auch den Anforderungen an den Zeitpunkt der Erfüllung der Informationspflichten im elektronischen Geschäftsverkehr gemäß § 312i Abs. 1 Nr. 2 BGB, wonach dem Kunden die in Art. 246c EGBGB bestimmten Informationen rechtzeitig vor Abgabe von dessen Bestellung klar und verständlich mitzuteilen sind. Dafür genügt es, wenn sichergestellt ist, dass der Kunde die Informationen vor Abgabe der Bestellung und zu einem Zeitpunkt ausreichend zur Kenntnis nimmt, zu dem noch nicht der Eindruck entstanden ist, dass er von der Bestellung keinen Abstand mehr nehmen kann (MüKo BGB/Wendehorst BGB § 312i Rn. 85; HK-BGB/Schulte-Nölke BGB § 312i Rn. 8; BeckOGK ZivilR/Busch BGB § 312i Rn. 19).

In **Geschäften** dürfte ein Hinweis direkt an den ausgestellten vernetzten Produkten am zielführendsten sein, um dem potenziellen Nutzer ausreichend Überlegungszeit zu gewähren und die organisatorisch unmögliche Situation zu verhindern, für jedes Gerät ein Heft mit den entsprechenden Informationen an der Kasse hinterlegen zu müssen (Ebner ZD 2022, 364 (367)).

- 98 6. Art und Weise der Informationsbereitstellung. a) klar und verständlich.** Die vorvertraglichen Informationen müssen gem. Art. 3 Abs. 2 und 3 jeweils „in klarer und verständlicher Weise“ bereitgestellt werden. Diese Modalitäten der Informationsbereitstellung dienen in besonderem Maße dem **Transparenzgebot**: Werden Informationen zwar vollständig, jedoch unverständlich und kompliziert bereitgestellt, kann der Sinn und Zweck der Vorschrift (Stärkung der Datenkompetenz und Entscheidungsgrundlage der Nutzer) nicht erfüllt werden. Welche konkreten Anforderungen erfüllt sein müssen wird weder im Gesetzestext noch in den Erwgr. weiter ausgeführt.
- 99** Die Anforderung, Informationen in klarer und verständlicher Weise zur Verfügung zu stellen, ist dennoch nicht unbekannt und findet sich auch in **anderen EU-Rechtsakten**. So sieht etwa Art. 6 Verbraucherrechte-EL (RL 2011/83/EU) (in nationales Recht umgesetzt in § 312d Abs. 1 BGB, Art. 246a EGBGB) vor, dass Verbraucher bei Fernabsatz- und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen in klarer und verständlicher Weise zu informieren sind und Art. 10 E-Commerce-RL (RL 2000/31/EG) (in nationales Recht umgesetzt in § 312i Abs. 1 Nr. 2 BGB, Art. 246c EGBGB) bestimmt, dass „Informationen klar, verständlich und unzweideutig erteilt werden“ müssen.
- 100** Diese Voraussetzung ist jeweils gewahrt, wenn in Gesamtschau von Druckbild, Aufbau, Formulierung und Umfang der Informationen davon ausgegangen werden kann, dass ein rechtsunkundiger, verständiger **Durchschnittskunde** die Informationen ohne unzumutbaren Aufwand (oder die Einholung von Rechtsrat) versteht (MüKo BGB/Wendehorst BGB § 312i Rn. 86; MüKo BGB/Wendehorst BGB § 312d Rn. 80; BeckOK BGB/Martens EGBGB Art. 246a § 4 Rn. 3 f.). Auch in der Gesetzesbegründung zu Art. 246a § 4 EGBGB (BT-Drs. 17/12637, S. 75) wird ausdrücklich klargestellt, dass nicht nur die Darstellung der Informationen (→ Rn. 104 ff.), sondern auch die gewählte Sprache an die Bedürfnisse und Verständigkeit von Durchschnittsverbrauchern angepasst sein muss.
- 101** Zwar richten sich die vorvertraglichen Informationspflichten des DA nicht ausschließlich an Verbraucher, der Wortlaut des Art. 3 Abs. 2 und 3 differenziert jedoch nicht nach Verbrauchern und Unternehmern. Um dem gesamten **Adressatenkreis** der Vorschriften Rechnung zu tragen, müssen die Informationen mithin auch für den Durchschnittsverbraucher als gegenüber dem Durchschnittsunternehmer häufig unverständigeren Adressaten klar und verständlich sein. Für Art. 3 Abs. 2 und 3 bedeutet dies insbesondere, dass auch die technischen Informationen für einen Laien sprachlich gut verständlich aufbereitet sein müssen.
- 102** Dieses Verständnis deckt sich auch mit den **Anforderungen im Datenschutzrecht**. Art. 12 Abs. 1 S. 1 DS-GVO konkretisiert die Anforderungen an die Informationspflichten der Art. 13 und 14 DS-GVO hinsichtlich der Verarbeitung von personenbezogenen Daten. Danach muss die Übermittlung der erforderlichen Informationen in präziser, transparenter, verständlicher und leicht zugänglicher Form in einer klaren und einfachen Sprache erfolgen. Auch hier ist anerkannt, dass es hinsichtlich der Verständlichkeit der Datenschutzinformationen auf den Durchschnittsadressaten ankommen muss (Taeger/Gabel/Pohle/Spittka DS-GVO Art. 12 Rn. 10; Paal/Pauly/Paal/Hennemann DS-GVO Art. 12 Rn. 30; Sydow/Marsch/Greve DS-GVO Art. 12 Rn. 12; aA Ehmann/Selmayr/Heckmann/Paschke DS-GVO Art. 12 Rn. 13, die nicht auf den Durchschnittsnutzer, sondern auf einen unterm Durchschnittlichen Maßstab abstellen, da das Datenschutzrecht jedem Menschen gerecht werden müsse).