

Sie möchten keine Telefonnummer in Ihrem Shop angeben? Müssen Sie auch nicht!

Der deutsche Gesetzgeber verpflichtet alle Online-Händler, eine Telefonnummer in ihrem Shop anzugeben. Dass dies klar europarechtswidrig ist, ist offensichtlich. Das hat nun auch das OLG Köln festgestellt: Eine Pflicht zur Angabe einer Telefonnummer existiert nicht.

Das OLG Köln (Urt. v. 8.7.2016, 6 U 180/15) hatte sich in einem Verfahren des vzbv gegen amazon mit der Frage zu beschäftigen, wie konkret die Kontaktmöglichkeiten auf einer Website angegeben werden müssen.

Amazon gab zwar Telefonnummern an, aber zu versteckt und zu kompliziert, wie der Kläger meinte:

„Beim Bestellvorgang erscheint vor Abschluss der Bestellung eine Seite, auf der der Verweis „kontaktieren Sie uns“ angeklickt werden kann. Darauf öffnet sich eine Seite mit verschiedenen Auswahloptionen „E-Mail (Schicken Sie uns eine E-Mail)“, „Telefon (Rufen Sie uns an)“ oder „Chat (Einen Chat beginnen)“.

Wird dort die Schaltfläche mit der Aufschrift „Rufen Sie uns an“ angeklickt, öffnet sich die nächste Seite, auf der die Beklagte die Möglichkeit bietet, von der Beklagten angerufen zu werden. Alternativ wird auf „allgemeine Hilfsnummern“ verwiesen.

Über diesen Verweis „allgemeine Hilfsnummern“ lässt sich ein Fenster mit Telefonnummern der Beklagten erreichen.

Im Impressum sind ebenfalls weder Telefon- noch Faxnummer zu finden. Durch Anklicken der Schaltfläche „Kontaktieren Sie uns“ gelangt man zu der oben beschriebenen Seite mit der Rückrufoption.“

Neben den klassischen Impressumspflichten aus § 5 TMG – in dem keine Pflicht zu Nennung einer Telefonnummer vorgesehen ist – schreibt Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 2 EGBGB vor, dass der Online-Händler anzugeben hat:

„seine Identität, beispielsweise seinen Handelsnamen sowie die Anschrift des Ortes, an dem er niedergelassen ist, seine Telefonnummer und gegebenenfalls seine Telefaxnummer und E-Mail-Adresse sowie gegebenenfalls die Anschrift und die Identität des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt.“

Europarechtswidrige Umsetzung

Diese Pflicht kommt ursprünglich aus der Verbraucherrechterichtlinie. Allerdings steht doch etwas ganz anderes als der deutsche Gesetzgeber ins Gesetz geschrieben hat. In Art. 6 Abs. 1 c der Richtlinie heißt es nämlich, dass anzugeben sind:

„die Anschrift des Ortes, an dem der Unternehmer niedergelassen ist, und gegebenenfalls seine Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse, damit der Verbraucher schnell Kontakt zu ihm aufnehmen und effizient mit ihm kommunizieren kann, sowie gegebenenfalls die Anschrift und die Identität des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt;“

Schon das „Verrücken“ des Wortes gegebenenfalls hinter die Telefonnummer stand dem deutschen Gesetzgeber nicht zu, da die Richtlinie eine Vollharmonisierung vorsieht.

Das sah nun auch das OLG Köln so und legte die deutsche Vorschrift europarechtskonform aus.

„Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 EGBGB weicht daher insoweit von Art. 6 Abs. 1 VerbraucherRRL ab, als nach dem Wortlaut des Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 EGBGB die Telefonnummer immer anzugeben ist, Faxnummer und E-Mail-Adresse dagegen nur „gegebenenfalls“.

Eine weitere Abweichung besteht darin, dass das von der Richtlinie vorgesehene Erfordernis einer schnellen Kontaktaufnahme und effizienten Kommunikation vom deutschen Gesetzestext nicht übernommen worden ist.“

EuGH-Urteil zur Telefonnummer im Impressum

Das Gericht bezieht sich zunächst auf ein älteres EuGH-Urteil, in welchem bereits festgestellt wurde, dass ein Online-Händler im Impressum keine Telefonnummer angegeben werden muss, wenn der Unternehmer neben der E-Mail-Adresse noch einen weiteren Weg der schnellen und effizienten Kontaktaufnahme ermöglicht.

Ausschlaggebend ist der Umstand, dass in dem Text des Art. 6 Abs. 1 lit. c) VerbraucherRRL ausdrücklich der Grund für diese Regelung genannt wird: „damit der Verbraucher schnell Kontakt zu [dem Unternehmer] aufnehmen und effizient mit ihm kommunizieren kann“.

Damit steht Art. 6 Abs. 1 lit. c) in Übereinstimmung sowohl mit Art. 22 Abs. 1 lit. b) der Richtlinie über Dienstleistungen im Binnenmarkt sowie Art. 5 Abs. 1 lit. c) der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr. Beide Bestimmungen enthalten ebenfalls den Hinweis, dass die Informationen „eine schnelle Kontaktaufnahme und eine direkte Kommunikation“ ermöglichen sollen beziehungsweise dem Verbraucher erlauben sollen, „unmittelbar und effizient mit [dem Unternehmer] zu kommunizieren“.

Für Art. 5 Abs. 1 lit. c) der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr hat, wie erwähnt, der europäische Gerichtshof bereits entschieden, dass dieser ausdrücklich genannte Zweck die Angabe einer Telefonnummer nicht zwingend erfordert. Gleiches gilt für Art. 22 Abs. 1 lit. b) der Richtlinie über Dienstleistungen im Binnenmarkt, in dem überhaupt keine konkreten Kommunikationsmittel genannt sind.

Es lassen sich damit im Europarecht zwei Typen von Informationspflichten feststellen: Solche, die primär die Identifikation des Unternehmers erlauben sollen (Art. 5 Abs. 1 lit. b) VerbraucherRRL) und solche, die vorrangig die Kontaktaufnahme und die Kommunikation mit dem Unternehmer bezwecken (Art. 5 Abs. 1 lit. c) RL 200/31/EG, Art. 22 Abs. 1 lit. a) RL 2006/123/EG und Art. 6 Abs. 1 lit. c) VerbraucherRRL).

Diese Bestimmungen sind dadurch gekennzeichnet, dass sie das Erfordernis einer schnellen Kontaktaufnahme und effizienten Kommunikation ausdrücklich aufstellen; für sie gilt, dass, soweit schnelle Kontaktaufnahme und effiziente Kommunikation anderweitig gewährleistet sind, die Angabe einer Telefonnummer fakultativ ist.“

Gleiches gelte eben auch für Art. 6 der Verbraucherrechtlicherichtlinie.

Chat-Funktion reicht aus

Die Vorgaben aus Art. 6 der Richtlinie hat amazon auch dadurch erfüllt, dass es eine Rückruffunktion und eine Chat-Möglichkeit bzw. die Kommunikation per E-Mail anbot.

Fazit

Der deutsche Gesetzgeber hat die Verbraucherrechtlicherichtlinie in diesem Punkt sehr schlecht umgesetzt, das macht die Entscheidung deutlich. Der Unternehmer ist nicht verpflichtet, eine Telefonnummer anzugeben, sofern er andere Möglichkeiten anbietet, mit denen man schnell mit ihm in Kontakt treten kann. Der Gesetzgeber ist gefragt, die deutschen Umsetzungsvorschriften an europäisches Recht anzupassen, damit für Händler mehr Rechtssicherheit herrscht. Der Senat hat

die Revision zugelassen, es kann also gut sein, dass sich der BGH noch mit der Sache beschäftigen wird. (mr)

Bildnachweis: Kunertus/shutterstock.com