

WhatsApp – Ein attraktives Kommunikationsmedium für Online-Händler?

Facebook – der Mutterkonzern von WhatsApp – will zukünftig Geld von Unternehmen verlangen, die WhatsApp für die Kundenkommunikation einsetzen, berichtet das Wall Street Journal. Das macht diesen Kanal sicher für einige unattraktiv. Aber was sagt eigentlich das deutsche Recht zur geschäftlichen Nutzung von WhatsApp?

Keine WhatsApp-Nachricht ohne Einwilligung

Zunächst einmal gilt, dass der Unternehmer den Kunden nicht per WhatsApp anschreiben darf, wenn der Kunde keine ausdrückliche Einwilligung hierfür erteilt hat. Insoweit gelten die gleichen Regeln wie bei der Kommunikation per E-Mail.

Dabei reicht es aber nicht aus, dass der Kunde die allgemeine Newsletter-Einwilligung erteilt hat, weil davon Nachrichten per WhatsApp gerade nicht erfasst sind.

Wendet sich der Kunde mit einer Frage direkt an die WhatsApp-Nummer des Händlers, darf dieser natürlich antworten – ohne in der Antwort Werbung für seine Produkte zu machen.

Kundenservice vs. Verkaufsverhandlungen

Hat der Kunde allgemeine Fragen zum Angebot oder zum Shop stellt dies die Kommunikation via WhatsApp noch nicht auf die harte Probe.

Schwierig kann es aber werden, wenn das Gespräch in konkretere Verkaufsbahnen kommt.

Es ist also ein Unterschied, ob der Kunde allgemein fragt, welche Zahlungsarten angeboten werden, oder ob er fragt, ob es den Stuhl mit der Artikelnummer 1234 auch in beige-schwarz gestreift gibt, zu welchem Preis und bis wann der Stuhl geliefert werden kann.

Impressumspflicht in der WhatsApp-Nachricht?

Die Impressumspflicht nach § 5 TMG gilt für alle geschäftsmäßig genutzten Telemedien. Zu den Telemedien gehören alle Informations- und Kommunikationsdienste, sofern sie nicht unter § 3 Nr. 24 TKG fallen oder Rundfunk sind.

Im Zweifel wird man also die verschickte WhatsApp-Nachricht als Telemedium ansehen müssen, sodass bei jeder einzelnen Nachricht die gleichen **Impressumsanforderungen** gelten, wie an eine Website.

In einfachen WhatsApp-Nachrichten sollte eine Verlinkung auf das Impressum der eigenen Website ausreichen, in bestimmten Fällen (dazu unten unter dem Punkt zu Geschäftsbriefen) müssen die Informationen aber unmittelbar in der Nachricht enthalten sein.

Klare Info über den Absender

Gemäß § 6 TMG dürfen die Versender von kommerzieller Kommunikation per elektronischer Post in der "Kopf- und Betreffzeile weder den Absender noch den kommerziellen Charakter der Nachricht verschleiern oder verheimlichen".

Bieten Unternehmer einen Kundenservice über WhatsApp an, fallen die Nachricht unter diese Vorschrift. Denn dann handelt es sich um kommerzielle Kommunikation, die per elektronischer Post versendet wird.

Da es bei WhatsApp keinen Betreff gibt, muss zumindest der Absender klar erkennbar sein – und zwar ohne, dass der Empfänger die Nachricht dafür öffnen muss!

Angabe auf Geschäftsbriefen

Entwickelt sich ein Gespräch über WhatsApp von einem reinen Service-Gespräch hin zu einer Bestell- oder Verkaufssituation, können aus solchen Nachrichten schnell Geschäftsbriefe im Sinne des Handelsgesetzbuches (HGB) werden.

Als Geschäftsbrief werden alle schriftlichen Formen der Kommunikation, egal ob per Brief, Fax, Mail oder eben WhatsApp verstanden, die eine Firma versendet und die sich auf einen bestimmten geschäftlichen Vorgang beziehen.

Beispiele für Geschäftsbriefe von Online-Händlern:

Bestellbestätigungsmail

Preisverhandlungen zu einem bestimmten Produkt

Einräumung von Rabatten oder anderen Sonderkonditionen für einen bestimmten Kunden

Bestätigung des Eingangs des Widerrufs

Dieser Übergang von bloßer Service-Kommunikation hin zur Geschäftsanbahnung kann fließend sein und schnell ist man von den Pflichten über Handelsbriefangaben erfasst. Handels- oder Geschäftsbriefe liegen nicht erst vor, wenn eine konkrete Bestellung getätigt oder bestätigt wird.

Das betrifft aber nur Unternehmen, die im Handelsregister eingetragen sind. Ein eingetragener Kaufmann muss z.B. zwingend folgende Angaben auf Geschäftsbriefen machen:

Firma des Unternehmens

Rechtsform des Unternehmens

Unternehmenssitz

Registergericht

Nummer, unter der die Firma im Handelsregister eingetragen ist

Name(n) des (der) Geschäftsführer(s) / der Vorstandsmitglieder

Hier ist keine Verlinkung mehr möglich. Diese Angaben müssten also in jeder WhatsApp-Nachricht, die als Geschäftsbrief zu qualifizieren ist, enthalten sein.

Bei Verstößen gegen die Pflichtangaben auf Handelsbriefen kann das Registergericht ein Zwangsgeld festsetzen.

Speicherpflicht von Geschäftsbriefen in Deutschland

Werden die WhatsApp-Nachrichten als Geschäftsbrief qualifiziert, gelten außerdem besondere steuerrechtliche Anforderungen. § 146 Abs. 2 der Abgabenordnung (AO) schreibt nämlich vor, dass bestimmte Dokumente in Deutschland aufzubewahren sind.

Hierzu zählen gemäß § 147 Abs. 1 Nr. 3 AO auch die Wiedergaben der abgesandten Handels- und Geschäftsbriefe.

Das Problem: Die Server von WhatsApp befinden sich nicht in Deutschland, nicht einmal in der EU – sondern in den USA.

Um den steuerrechtlichen Aufbewahrungspflichten nachzukommen, müssen Sie die entsprechenden Nachrichten also im Inland speichern.

Achtung:

Durch die Wiedergabe der Nachrichten auf einem Smartphone, welches sich im Inland befindet, sind die Speicherpflichten noch nicht erfüllt, da es sich hierbei in der Regel nur um eine Anzeige der auf dem Server von WhatsApp gespeicherten Nachrichten handelt.

Bestellungen über WhatsApp

Besonders kompliziert wird es, wenn ein Kunde über WhatsApp eine Bestellung abgeben möchte.

Denn dann besteht die folgende Kommunikation definitiv aus Geschäftsbriefen und die oben genannten Impressum- und Speicherpflichten gelten ohne jeden Zweifel.

Aber der Kunde muss dann auch noch über die Verbraucherschützenden Rechte aufgeklärt werden. So muss z.B. vor Abschluss der Bestellung die Widerrufsbelehrung inkl. Muster-Widerrufsformular an den Verbraucher übermittelt werden.

Es müssen auch die wesentlichen Merkmale der Ware inkl. sämtlicher "Sonder-Produktkennzeichnungen" (wie z.B. bei Lebensmitteln, Textilien oder Elektronik-Produkten erforderlich) mitgeteilt werden.

Jeder Händler will natürlich auch, dass seine AGB wirksam in den Vertrag mit einbezogen werden. Dafür muss der Verbraucher auf diese hingewiesen werden und er muss die Möglichkeit der Einsichtnahme, der Reproduktion und der Speichermöglichkeit erhalten.

Dazu kommen alle anderen Informationspflichten, die ein Online-Händler auch im Shop erfüllen muss.

Preisangaben

Auch für die Preisangaben in einer WhatsApp-Nachricht gelten die gleichen Regeln wie für andere Medien im Fernabsatz.

In der WhatsApp-Nachricht müssen Sie z.B. auch Brutto-Preise nennen. Außerdem ist auch hier die Angabe von Grundpreisen Pflicht, sofern es sich um grundpreispflichtige Waren handelt. Daneben müssen alle zwingend anfallenden Zusatzkosten mit angegeben werden.

Button-Lösung bei WhatsApp-Bestellungen?

Soll zwischen einem Verbraucher und einem Unternehmer per WhatsApp ein Vertrag geschlossen werden, handelt es sich um einen Fernabsatzvertrag im elektronischen Geschäftsverkehr.

Dabei gelten eigentlich die Regeln der Button-Lösung genauso wie im Online-Shop.

Der deutsche Gesetzgeber hat die entsprechende Vorschrift der Verbraucherrechterichtlinie aber europarechtswidrig umgesetzt und entschieden, dass die Button-Lösung nicht gilt, wenn es sich um individuelle Kommunikation handelt, die bei WhatsApp durchaus vorliegt.

Fazit

Aus rechtlicher Sicht ist die Kommunikation per WhatsApp zwischen Kunden und Unternehmern heute schon als äußerst unattraktiv einstufen, wobei natürlich auch hier wieder gilt, dass jeder Unternehmer für sich eine eigene Risiko-Nutzen-Abwägung vornehmen muss. In diese Abwägung muss nun auch noch mit eingerechnet werden, dass WhatsApp zukünftig kostenpflichtig für die geschäftliche Kommunikation werden soll. Ein Schritt, den man durchaus nachvollziehen kann, denn schließlich ist auch der Anbieter von WhatsApp ein Wirtschaftsunternehmen.(mr)
Bildnachweis: LittlePigPower/shutterstock.com