Mail-Adresse im Impressum darf kein toter Briefkasten sein

Websiten-Betreiber sind verpflichtet, umfangreiche Angaben in ihrem Impressum bereit zu halten. Unter anderem ist im Impressum die E-Mail Adresse zu nennen. Dahinter darf sich allerdings kein toter Briefkasten befinden, wie das LG Berlin entschieden hat. Die Entscheidung wurde jetzt vom Kammergericht bestätigt.

Stellte ein Nutzer über die im Google-Impressum angegebene E-Mail eine Anfrage, erhielt er eine lange, automatisch generierte Mail, in der u.a. stand:

> *"Dieses ist eine automatisch generierte E-Mail. Antworten auf diese E-Mail sind aus technischen Gründen nicht möglich. […] Bitte beachten Sie, dass aufgrund der Vielzahl von Anfragen E-Mails, die unter dieser E-Mail-Adresse support-de@google.com eingehen, nicht gelesen oder zur Kenntnis genommen werden können."*

Anschließend folgte eine lange Liste mit Links zu verschiedenen Hilfe-Seiten und Kontaktformularen, über die der Nutzer seine Anfrage dann noch einmal stellen könne.

Der vzbv war der Auffassung, dass diese Ausgestaltung gegen § 5 TMG verstoße, da Google damit die Kommunikation per Mail verwehre. Vielmehr müsse es auch möglich sein, den Diensteanbieter zu kontaktieren, ohne zuvor ein Formular ausfüllen zu müssen.

Google war dagegen der Ansicht, dass die Ausgestaltung des Impressums die Erfordernisse von § 5 TMG erfülle.

> *"Über die in der automatisch generierten E-Mail gegebenen Hinweise werde eine schnelle und unmittelbare Kommunikation mit der Beklagten gewährleistet."*

Die Ausgestaltung des Impressums war darüber hinaus von der Medienanstalt Hamburg-Schleswig-Holstein gebilligt worden.

> *"Insbesondere sei es nicht möglich und auch angesichts der Tatsache, dass die Dienste kostenlos angeboten würden, nicht zumutbar, jede einzelne individuell formulierte E-Mail von einem Mitarbeiter beantworten zu lassen. § 5 TMG begründe weder eine Pflicht, einen Kundendienst vorzuhalten noch, an die im Impressum angegebene E-Mail-Adresse gerichtete E-Mails generell oder innerhalb einer bestimmten Frist zu beantworten. […]*
>
> *Die E-Commerce-Richtlinie begründe Informations-, aber keine Handlungspflichten."*

Impressum genügt nicht den Anforderungen

Das LG Berlin (Urt. v. 28.8.2014, 52 O 135/13) entschied, dass die Ausgestaltung des Impressums ein Verstoß gegen § 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG darstelle.

Die Angabe einer E-Mail-Adresse, über die keine individuelle Kommunikation mit einem Mitarbeiter der Beklagten möglich ist, stelle keine "Angabe, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation" ermögliche, so das Gericht.

Aus diesen Tatbestandsmerkmalen folge,

> *"dass die Angabe einer E-Mail-Adresse nicht allein der Identifikation des Telemedienanbieters dient, sondern dass Sinn und Zweck dieses Erfordernisses ist, dass der*

Verbraucher einfach Kontakt zu dem Anbieter aufnehmen kann.

Dies wird über die von der Beklagten im Impressum angegebene E-Mail-Adresse nicht gewährleistet.

Die von § 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG geforderte 'schnelle Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation" wird durch die von der Beklagten angegebene E-Mail-Adresse in Kombination mit dem System aus automatisierter Antwort und Weiterleitung auf die Hilfeseiten mit den entsprechenden Kontaktformularen nicht gewahrt."

Dabei verkannte das Gericht nicht, dass eine Vielzahl von Anfragen per Mail bei Google eintreffen dürfte. Aber es dürfte auch zahlreiche Möglichkeiten geben, diese Anfragen zu kanalisieren und zu sortieren, so das Gericht weiter. Außerdem dürfte Google wohl über entsprechende Ressourcen verfügen, ein solches System zu entwickeln und umzusetzen.

Das Gericht fordert zur Erfüllung der Pflichten aus § 5 TMG die Angabe einer funktionierenden E-Mail-Adresse, die gewährleistet, dass der Inhalt eingehender Mails zu Kenntnis genommen wird. Dies folge aus dem Sinn und Zweck des Gesetzes.

"Entgegen der Auffassung der Beklagten wird hierdurch keine persönliche Prüfpflicht dergestalt aufgestellt, dass jede einzelne E-Mail von einem Mitarbeiter individuell geprüft und bearbeitet werden müsse. Es darf lediglich nicht von vorneherein feststehen, dass keine einzige über die angegebene Adresse eingehende E-Mail gelesen wird. […]

Es geht nicht um eine Prüfpflicht, sondern darum, dass über die im Impressum genannte E-Mail-Adresse Kommunikation stattfinden kann. Wenn von vorneherein klar ist, dass eingehende E-Mails nicht gelesen werden, kann nicht von Kommunikation gesprochen werden.

Kommunikation mag zwar keine individuell reflektierte Antwort erfordern – ein vorformuliertes Standardschreiben kann im Einzelfall genügen – es muss aber zumindest vom System vorgesehen sein, dass eine Kontaktaufnahme möglich ist, und zwar auf dem angegebenen Weg über E-Mail und nicht auf irgendeinem anderen Weg."

Update: KG Berlin bestätigt die Entscheidung

Das KG Berlin (Urt. v. 23.11.2017, 23 U 124/14) hat die Entscheidung des LG Berlin nun bestätigt.

Das Gericht schließt sich insoweit einer Entscheidung des OLG Koblenz (Urt. v. 1.7.2015, 9 U 1339/14) an:

"§ 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG soll eine individuelle unmittelbare Kommunikation auf elektronischem Wege über die angegebene E-Mail-Adresse ermöglichen.

Die Vorschrift verlangt nicht, dass Mitteilungen oder Anfragen von Seiten des Anbieters in jedem Fall beantwortet werden. Es werden auch keine Prüfpflichten statuiert. Entscheidend ist, dass die E-Mail-Adresse die Kontaktaufnahme mit dem Anbieter auf diesem Wege ermöglicht und der Anbieter seine Erreichbarkeit nicht einschränkt, indem er etwa von vornherein durch Regeln zur Behandlung der E-Mail ausschließt, dass eingehende Mails zur Kenntnis genommen werden oder die Kommunikationsmöglichkeiten der Kunden auf bestimmte Fragen inhaltlich eingeschränkt, oder dem Kunden nur anderweitige Möglichkeiten der Kommunikation mitgeteilt werden.

Eine solche unzulässige Einschränkung der Kommunikaiton stellt es auch dar, wenn das System so angelegt ist, dass auf Kundenanfragen ausschließlich mit einem für alle Fälle von Anfragen vorformulierten Standardschreiben reagiert wird.

Denn bei solchen Reaktionen handelt es sich nicht um eine individuelle Antwort, sondern letztlich nur um ein generelles Zurückweisen des Kommunikationsanliegens des Kunden.

Andererseits überlässt § 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG es dem Anbieter, wie er ohne die zuvor dargestellten Beschränkungen mit seinen Kunden kommuniziert.

Ebenso, wie er auf dem Postweg an ihn gerichtete Anfragen im Einzelfall unbeantwortet

> *lassen kann, ohne dadurch wettbewerbswidrig zu handeln, braucht er auch nicht jede an ihn gerichtete E-Mail zu beantworten.”*

Die Standard-Mail, mit der Google dem Anfragenden mitteilte, dass E-Mail nicht gelesen werden, wäre mit der Situation vergleichbar, dass diese Information bereits direkt im Impressum statt der Mail-Adresse stehen würde. Dies wäre klar wettbewerbswidrig, so das Gericht. An dieser Einschätzung ändere sich auch nichts, weil pro forma eine Mail dazwischen geschaltet ist, die diese Information enthält.

Das Verfahren, so das Gericht weiter, das Google hier anwendet, mag im Ergebnis den Verbraucherinteressen mehr dienen, als wenn Mails einfach unbeantwortet blieben. Allerdings sei der Wortlaut des Gesetzes eindeutig.

> *“Es mag zutreffen, dass mit dem von der Beklagten praktizierten Verfahren den Verbraucherinteressen im Ergebnis besser gedient sei als mit der Eröffnung einer individuellen Kommunikationsmöglichkeit, bei der viele, die meisten oder alle eingehenden E-Mails unbeantwortet blieben.*
>
> *Das ändert aber nichts daran, dass nach dem eindeutigen Wortlaut von § 5 Abs. 1 NR. 2 TMG die Angabe einer E-Mail-Adresse, die eine schnelle elektronische Kommunikation ermöglicht, zwingend vorgeschrieben ist.*
>
> *Die Beklagte kann sich nicht als Ersatzgesetzgeber gerieren und unter Hinweis auf Sinn und Zweck der Vorschrift eine zwingend vorgeschriebene Angabe durch eine ihr geeigneter erscheindende Angabe ersetzen.”*

Fazit

Die Vorgaben der Gerichte sind relativ eindeutig. Eine automatische Antwortmail auf Anfragen, in der zur Kontaktaufnahme auf diverse Kontaktformulare verwiesen wird, genügt nicht den Anforderungen des § 5 TMG, das gilt auch für Online-Händler. Ein Verstoß gegen § 5 TMG ist immer wettbewerbswidrig, hier drohen also Abmahnungen. Das KG Berlin hat die Revision zugelassen. Es ist also davon auszugehen, dass sich der BGH (und vielleicht auch noch der EuGH?) mit dieser Sache beschäftigen wird. (mr)

Bildnachweis: Kunertus/shutterstock.com