BGH: Keine generelle Pflicht zur Nennung der Telefonnummer

Im Juli letzten Jahres hat der EuGH auf Vorlage des BGH entschieden, dass Online-Händler nicht zwangsläufig eine Telefonnummer angeben müssen. Das deutsche Recht verstoße in diesem Punkt gegen EU-Recht. Ausreichend seien auch Call-Back-Funktionen oder andere effiziente Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme. Nun hat der BGH (Urt. v. 19.12.2019 – I ZR 163/16) in dieser Frage entschieden.

Der Bundesverband der Verbraucherzentralen (vzbv) hatte Amazon auf Unterlassung in Anspruch genommen, weil vermeintlich unzureichend über die Telefonnummer informiert werde. 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 ihr angerufen zu werden. Alternativ wird auf „allgemeine Hilfenummern“ verwiesen. Über diesen Verweis „allgemeine Hilfenummern“ lässt sich ein Fenster mit Telefonnummern der Bekl. 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. Damit habe Amazon nach Ansicht des Klägers gegen die Informationspflichten nach Art. 6 Abs. 1 c) VRRL verstoßen. Die Klage war bereits in den Vorinstanzen (LG Köln, Urt. v. 13.10.2015 – 33 O 233/14 und OLG Köln, Urt. v. 8.7.2016 – 6 U 180/15) ohne Erfolg geblieben.

Der BGH setzte das Verfahren aus und legte dem EuGH die entsprechenden Fragen zur Vorabentscheidung vor.

Deutsches Recht strenger als EU-Recht

In dem Verfahren ging es um die Auslegung der Formulierung „gegebenenfalls” in Bezug auf das Vorhandensein einer Telefonnummer sowie die Zulässigkeit der deutschen Regelung, die Unternehmer dazu verpflichtet, dem Verbraucher im Rahmen des Abschlusses von Fernabsatzverträgen stets seine Telefonnummer zur Verfügung zu stellen.

Im deutschen Recht (Art. 246a § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 EGBGB) heißt es aktuell:

> *Der Unternehmer ist […] verpflichtet, dem Verbraucher folgende Informationen zur Verfügung zu stellen: […] seine Telefonnummer und gegebenenfalls seine Telefaxnummer und E-Mail-Adresse […]*

Hingegen bezieht sich das Wort „gegebenenfalls“ in Art. 6 Abs. 1 lit. c) VRRL (Verbraucherrechterichtlinie; RL [EU] 2011/83/EU) auch auf die Telefonnummer:

> *informiert der Unternehmer den Verbraucher in klarer und verständlicher Weise über Folgendes: […] gegebenenfalls seine Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse, damit der Verbraucher schnell Kontakt zu ihm aufnehmen und effizient mit ihm kommunizieren kann […]*

Bereits die Vorinstanzen hatten bemängelt, dass der deutsche Gesetzgeber das EU-Recht nicht korrekt umgesetzt habe, da hierbei wegen des Vollharmonisierungs-Grundsatzes der VRRL kein Spielraum besteht. Der EuGH (Urt. v. 10.7.2019 – C-649/17) bestätigte die Ansicht der deutschen Gerichte.

Keine grenzenlose Pflicht zur Angabe der Telefonnummer

Dem folgte nun auch der BGH. Der Unternehmer sei nur zur Angabe verpflichtet, wenn er bereits über eine Telefon- oder Faxnummer verfügt und er diese nicht allein zu anderen Zwecken als dem Kontakt mit den Verbrauchern verwendet.

> *Die Wendung „gegebenenfalls“ in Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83/EU ist nach dem Kontext der Bestimmung und dem von der Richtlinie verfolgten Zweck dahin auszulegen, dass sie die Fälle erfasst, in denen der Unternehmer über eine Telefonnummer oder Telefaxnummer verfügt und er diese nicht allein zu anderen Zwecken als dem Kontakt mit den Verbrauchern verwendet. Anderenfalls verpflichtet ihn diese Bestimmung nicht, den Verbraucher über diese Telefonnummer zu informieren oder gar einen Telefon- oder Faxanschluss bzw. ein E-Mail-Konto neu einzurichten, damit die Verbraucher mit ihm in Kontakt treten können (EuGH, GRUR 2019, 958 Rn. 37 ff., Rn. 51 – Bundesverband/Amazon EU).*

Auch andere Kommunikationsmittel möglich

Zudem könne der Unternehmer frei wählen, welche Mittel er für die Kommunikation zur Verfügung stellt, solange diese die Kriterien einer direkten und effizienten Kommunikation erfüllen. Möglich seien auch solche, die nicht in der VRRL genannt werden wie z.B. ein Internet-Chat oder ein Rückrufsystem. Art. 6 Abs. lit. c VRRL verpflichte den Unternehmer lediglich, jedem Verbraucher ein Kommunikationsmittel zur Verfügung zu stellen, über das dieser schnell mit ihm in Kontakt treten und effizient mit ihm kommunizieren kann.

> *Die Bestimmung gemäß Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83/EU erlaubt es zudem, dass der Unternehmer andere Kommunikationsmittel zur Verfügung stellt als solche für die Kommunikation per Telefon, Telefax oder E-Mail, um die Kriterien einer direkten und effizienten Kommunikation zu erfüllen. Dies kann beispielsweise durch ein elektronisches Kontaktformular geschehen, durch das sich die Verbraucher über das Internet an den Unternehmer wenden können und über das sie eine schriftliche Antwort erhalten oder schnell zurückgerufen werden können. Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83/EU steht insbesondere einer Praxis nicht entgegen, nach der ein Unternehmer, der Waren oder Dienstleistungen online anbietet und eine Telefonnummer hat, die nach wenigen Klicks verfügbar ist, den Verbraucher ermuntert, andere, nicht in dieser Bestimmung angeführte Kommunikationsmittel zu benutzen, wie einen Internet-Chat oder ein Rückrufsystem, damit der Verbraucher schnell mit ihm in Kontakt treten und effizient mit ihm kommunizieren kann, sofern die Informationen, die der Unternehmer nach Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83/EU zur Verfügung stellen muss, insbesondere die genannte Telefonnummer, in klarer und verständlicher Weise zugänglich gemacht werden. Geht es – wie im Streitfall – um den Verkauf verschiedener Waren online über eine Internetseite, steht es der Erfüllung der Anforderungen an eine klare und verständliche Information im Sinne von Art. 6 Abs. 1 der Richtlinie 2011/83/EU nicht entgegen, wenn die Telefonnummer erst nach einer Reihe von Klicks verfügbar ist (EuGH, GRUR 2019, 958 Rn. 37 ff., Rn. 52 – Bundesverband/Amazon EU).*

Von Amazon bereitgestellte Möglichkeiten genügten

Der BGH stellte klar, dass die von Amazon vor Vertragsschluss zur Verfügung gestellten Informationen zu einer Kontaktaufnahme den gesetzlichen Anforderungen genügten.

> *Der Verbraucher hatte beim Bestellvorgang im Onlineshop der Beklagten vor Abschluss der Bestellung die Möglichkeit, einen mit „Kontaktieren Sie uns“ gekennzeichneten*

elektronischen Verweis („Link“) zu betätigen und so mit der Beklagten in schriftlicher Form durch eine E-Mail oder einen Internet-Chat Kontakt aufzunehmen oder aber sich von der Beklagten über ein Rückrufsystem sofort oder innerhalb von fünf Minuten und damit zeitnah zurückrufen zu lassen. Da diese Möglichkeiten den Anforderungen an eine schnelle Kontaktaufnahme genügen und eine effektive Kommunikation sicherstellen (vgl. BGH, GRUR 2018, 100 Rn. 27 – Rückrufsystem I), reichten sie nach den dargelegten Grundsätzen des Gerichtshofs der Europäischen Union bereits für sich genommen aus, um die im Lichte des Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83/EU ausgelegten Anforderungen des Art. 246a § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 und § 4 Abs. 1 EGBGB zu erfüllen.

Information muss klar und verständlich erfolgen

Diese Informationen nach Art. 246a § 1 EGBGB muss der Unternehmer gem. Art. 246a § 4 Abs. 1, 3 EGBGB vor Abgabe der Vertragserklärung des Verbrauchers in klarer und verständlicher Weise zur Verfügung stellen. Dies muss in einer dem benutzten Fernkommunikationsmittel angepassten Weise geschehen. Der BGH stellte klar, dass auch diese Anforderung erfüllt sei, obwohl mehrere Klicks erforderlich waren, um die Telefonnummer in Erfahrung zu bringen. Auch in diesem Punkt folgte er dem Urteil des EuGH.

Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union impliziert der Umstand, dass die Telefonnummer erst nach einer Reihe von Klicks verfügbar ist, als solcher nicht, dass die verwendete Art und Weise bei einer Situation wie der im Streitfall in Rede stehenden, die einen Unternehmer betrifft, der den Verkauf verschiedener Waren ausschließlich online über eine Internetseite betreibt, nicht klar und verständlich ist (EuGH, GRUR 2019, 958 Rn. 37 ff., Rn. 52 – Bundesverband/Amazon EU). Andere Umstände, die gegen die Klarheit und Verständlichkeit der Information über die Telefonnummer sprechen könnten, hat das Berufungsgericht nicht festgestellt. Sie sind auch sonst nicht ersichtlich.

sergign/Shutterstock.com