



Sammlung der Rechtsprechung

URTEIL DES GERICHTSHOFS (Erste Kammer)

10. Juli 2019*

„Vorlage zur Vorabentscheidung – Verbraucherschutz – Richtlinie 2011/83/EU – Art. 6 Abs. 1 Buchst. c – Informationspflichten bei Fernabsatzverträgen und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen – Pflicht des Unternehmers, „gegebenenfalls“ seine Telefonnummer und seine Telefaxnummer anzugeben – Umfang“

In der Rechtssache C-649/17

betreffend ein Vorabentscheidungsersuchen nach Art. 267 AEUV, eingereicht vom Bundesgerichtshof (Deutschland) mit Entscheidung vom 5. Oktober 2017, beim Gerichtshof eingegangen am 21. November 2017, in dem Verfahren

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.

gegen

Amazon EU Sàrl

erlässt

DER GERICHTSHOF (Erste Kammer)

unter Mitwirkung des Kammerpräsidenten J.-C. Bonichot, des Präsidenten des Gerichtshofs K. Lenaerts in Wahrnehmung der Aufgaben eines Richters der Ersten Kammer, der Richterin C. Toader sowie der Richter L. Bay Larsen und M. Safjan (Berichterstatter),

Generalanwalt: G. Pitruzzella,

Kanzler: R. Șereș, Verwaltungsrätin,

aufgrund des schriftlichen Verfahrens und auf die mündliche Verhandlung vom 22. November 2018,

unter Berücksichtigung der Erklärungen

- des Bundesverbands der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e. V., vertreten durch die Rechtsanwälte J. Kummer und P. Wassermann,
- der Amazon EU Sàrl, vertreten durch Rechtsanwalt C. Rohnke,
- der deutschen Regierung, zunächst vertreten durch T. Henze und M. Hellmann, dann durch M. Hellmann und U. Bartl als Bevollmächtigte,

* Verfahrenssprache: Deutsch.

- der französischen Regierung, vertreten durch J. Trabant und A.-L. Desjonquères als Bevollmächtigte,
- der Europäischen Kommission, vertreten durch C. Hödlmayr, N. Ruiz García und C. Valero als Bevollmächtigte,

nach Anhörung der Schlussanträge des Generalanwalts in der Sitzung vom 28. Februar 2019

folgendes

Urteil

- 1 Das Vorabentscheidungsersuchen betrifft die Auslegung von Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. 2011, L 304, S. 64).
- 2 Es ergeht im Rahmen eines Rechtsstreits zwischen dem Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (Deutschland) (im Folgenden: Bundesverband) und der Amazon EU Sàrl wegen einer Unterlassungsklage des Bundesverbands, die gegen die Praktiken von Amazon EU bei der Angabe von Informationen gerichtet ist, anhand derer der Verbraucher mit diesem Unternehmen in Kontakt treten kann.

Rechtlicher Rahmen

Unionsrecht

- 3 In den Erwägungsgründen 4, 5, 7, 12, 21 und 34 der Richtlinie 2011/83 heißt es:
 - „(4) ... Die Harmonisierung bestimmter Aspekte von im Fernabsatz und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verbraucherverträgen ist unabdingbar, wenn ein echter Binnenmarkt für Verbraucher gefördert werden soll, in dem ein möglichst ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen ... gewährleistet ist.
 - (5) ... [D]ie vollständige Harmonisierung der Verbraucherinformation und des Widerrufsrechts in Verträgen, die im Fernabsatz oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen werden, [dürfte] zu einem hohen Verbraucherschutzniveau und zum besseren Funktionieren des Binnenmarkts für Geschäfte zwischen Unternehmen und Verbrauchern beitragen.
 - ...
 - (7) Die vollständige Harmonisierung einiger wesentlicher Aspekte der einschlägigen Regelungen sollte die Rechtssicherheit für Verbraucher wie Unternehmer erheblich erhöhen. Sowohl die Verbraucher als auch die Unternehmer sollten sich auf einen einheitlichen Rechtsrahmen stützen können, der auf eindeutig definierten Rechtskonzepten basiert und bestimmte Aspekte von Verträgen zwischen Unternehmen und Verbrauchern unionsweit regelt. Durch eine solche Harmonisierung sollte es zur Beseitigung der sich aus der Rechtszersplitterung ergebenden Hindernisse und zur Vollendung des Binnenmarkts auf diesem Gebiet kommen. Die betreffenden

Hindernisse lassen sich nur durch die Einführung einheitlicher Rechtsvorschriften auf Unionsebene abbauen. Darüber hinaus sollten die Verbraucher in den Genuss eines hohen, einheitlichen Verbraucherschutzniveaus in der gesamten Union kommen.

...

- (12) Die in dieser Richtlinie vorgesehenen Informationspflichten sollten die Informationspflichten nach der Richtlinie 2006/123/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über Dienstleistungen im Binnenmarkt [(ABl. 2006, L 376, S. 36)] und nach der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“) [(ABl. 2000, L 178, S. 1)] ergänzen. Die Mitgliedstaaten sollten weiterhin die Möglichkeit haben, den in ihrem Hoheitsgebiet niedergelassenen Dienstleistungserbringern zusätzliche Informationspflichten aufzuerlegen.

...

- (21) ... Außerhalb von Geschäftsräumen steht der Verbraucher möglicherweise psychisch unter Druck oder ist einem Überraschungsmoment ausgesetzt, wobei es keine Rolle spielt, ob der Verbraucher den Besuch des Unternehmers herbeigeführt hat oder nicht. ...

...

- (34) Bevor der Verbraucher durch einen Fernabsatzvertrag oder einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag, durch einen anderen als einen Fernabsatzvertrag oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag oder ein entsprechendes Vertragsangebot gebunden ist, sollte der Unternehmer den Verbraucher in klarer und verständlicher Weise informieren. Bei der Bereitstellung dieser Informationen sollte der Unternehmer den besonderen Bedürfnissen von Verbrauchern Rechnung tragen, die aufgrund ihrer geistigen oder körperlichen Behinderung, ihrer psychischen Labilität, ihres Alters oder ihrer Leichtgläubigkeit in einer Weise besonders schutzbedürftig sind, die für den Unternehmer vernünftigerweise erkennbar ist. Die Berücksichtigung dieser besonderen Bedürfnisse sollte jedoch nicht zu unterschiedlichen Verbraucherschutzniveaus führen.“

- 4 Art. 1 („Gegenstand“) der Richtlinie 2011/83 lautet:

„Zweck dieser Richtlinie ist es, durch Angleichung bestimmter Aspekte der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten in Bezug auf Verträge, die zwischen Verbrauchern und Unternehmern geschlossen werden, ein hohes Verbraucherschutzniveau zu erreichen und damit zum ordnungsgemäßen Funktionieren des Binnenmarkts beizutragen.“

- 5 Art. 2 („Begriffsbestimmungen“) dieser Richtlinie sieht vor:

„Im Sinne dieser Richtlinie bezeichnen die Ausdrücke

...

7. ‚Fernabsatzvertrag‘ jeden Vertrag, der zwischen dem Unternehmer und dem Verbraucher ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit des Unternehmers und des Verbrauchers im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- bzw. Dienstleistungssystems geschlossen wird, wobei bis einschließlich zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses ausschließlich ein oder mehrere Fernkommunikationsmittel verwendet wird/werden;

8. ‚außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossener Vertrag‘ jeden Vertrag zwischen dem Unternehmer und dem Verbraucher,
- a) der bei gleichzeitiger körperlicher Anwesenheit des Unternehmers und des Verbrauchers an einem Ort geschlossen wird, der kein Geschäftsraum des Unternehmers ist;
 - b) für den der Verbraucher unter den unter Buchstabe a genannten Umständen ein Angebot gemacht hat;
 - c) der in den Geschäftsräumen des Unternehmers oder durch Fernkommunikationsmittel geschlossen wird, unmittelbar nachdem der Verbraucher an einem anderen Ort als den Geschäftsräumen des Unternehmers bei gleichzeitiger körperlicher Anwesenheit des Unternehmers und des Verbrauchers persönlich und individuell angesprochen wurde; oder
 - d) der auf einem Ausflug geschlossen wird, der von dem Unternehmer in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert wurde, dass er für den Verkauf von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen beim Verbraucher wirbt und entsprechende Verträge mit dem Verbraucher abschließt;

...“

- 6 Art. 4 („Grad der Harmonisierung“) der Richtlinie 2011/83 lautet:

„Sofern diese Richtlinie nichts anderes bestimmt, erhalten die Mitgliedstaaten weder von den Bestimmungen dieser Richtlinie abweichende innerstaatliche Rechtsvorschriften aufrecht noch führen sie solche ein; dies gilt auch für strengere oder weniger strenge Rechtsvorschriften zur Gewährleistung eines anderen Verbraucherschutzniveaus.“

- 7 Art. 5 der Richtlinie 2011/83 ist in deren Kapitel II („Information der Verbraucher bei anderen als Fernabsatzverträgen oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen“) enthalten.

- 8 In diesem Art. 5 („Informationspflichten bei anderen als Fernabsatzverträgen oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen“) heißt es:

„(1) Bevor der Verbraucher durch einen anderen als einen Fernabsatzvertrag oder einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag oder ein entsprechendes Vertragsangebot gebunden ist, informiert der Unternehmer den Verbraucher in klarer und verständlicher Weise über Folgendes, sofern sich diese Informationen nicht bereits unmittelbar aus den Umständen ergeben:

...

- b) die Identität des Unternehmers, beispielsweise seinen Handelsnamen und die Anschrift des Ortes, an dem er niedergelassen ist, sowie seine Telefonnummer;

...

(4) Die Mitgliedstaaten können für Verträge, auf die dieser Artikel anwendbar ist, zusätzliche vorvertragliche Informationspflichten einführen oder aufrechterhalten.“

- 9 Kapitel III („Information der Verbraucher und Widerrufsrecht bei Fernabsatz- und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen“) der Richtlinie 2011/83 enthält deren Art. 6 bis 16.

- 10 Art. 6 („Informationspflichten bei Fernabsatz- und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen“) dieser Richtlinie bestimmt:

„(1) Bevor der Verbraucher durch einen Vertrag im Fernabsatz oder einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag oder ein entsprechendes Vertragsangebot gebunden ist, informiert der Unternehmer den Verbraucher in klarer und verständlicher Weise über Folgendes:

...

- c) 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;

...

(4) Die Informationen nach Absatz 1 Buchstaben h, i und j können mittels der Muster-Widerrufsbelehrung gemäß Anhang I Teil A gegeben werden. Die Informationspflicht des Unternehmers gemäß Absatz 1 Buchstaben h, i und j ist erfüllt, wenn der Unternehmer dieses Informationsformular zutreffend ausgefüllt dem Verbraucher übermittelt hat.

(5) Die Informationen nach Absatz 1 sind fester Bestandteil des Fernabsatzvertrags oder des außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossenen Vertrags und dürfen nicht geändert werden, es sei denn, die Vertragsparteien vereinbaren ausdrücklich etwas anderes.

...

(8) Die in dieser Richtlinie festgelegten Informationspflichten gelten zusätzlich zu den Informationspflichten nach der Richtlinie 2006/123... und der Richtlinie 2000/31... und hindern die Mitgliedstaaten nicht daran, zusätzliche Informationspflichten im Einklang mit jenen Richtlinien vorzusehen.

Unbeschadet des Unterabsatzes 1 hat bei Kollisionen zwischen einer Bestimmung der Richtlinie 2006/123... oder der Richtlinie 2000/31... betreffend den Inhalt der Information und die Art und Weise, wie die Information bereitzustellen ist, und einer Bestimmung dieser Richtlinie die Bestimmung dieser Richtlinie Vorrang.

...“

- 11 Art. 21 („Telefonische Kommunikation“) Abs. 1 der Richtlinie 2011/83 sieht vor:

„Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass der Verbraucher nicht verpflichtet ist, bei einer telefonischen Kontaktaufnahme mit dem Unternehmer mehr als den Grundtarif zu zahlen, wenn der Unternehmer eine Telefonleitung eingerichtet hat, um mit ihm im Zusammenhang mit dem geschlossenen Vertrag telefonisch Kontakt aufzunehmen.“

- 12 Anhang I („Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“) dieser Richtlinie enthält einen Teil A („Muster-Widerrufsbelehrung“) und einen Teil B („Muster-Widerrufsformular“).

- 13 Teil A dieses Anhangs liefert insbesondere Hinweise, die der Unternehmer zu befolgen hat, um dem Verbraucher die Muster-Widerrufsbelehrung zu übermitteln, und konkret folgenden Hinweis:

„Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse ein.“

14 Teil B dieses Anhangs enthält einen Absatz mit folgendem Wortlaut:

„An [hier ist der Name, die Anschrift und gegebenenfalls die Faxnummer und E-Mail-Adresse des Unternehmers durch den Unternehmer einzufügen]“.

Deutsches Recht

15 § 312d („Informationspflichten“) Abs. 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs bestimmt:

„Bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und bei Fernabsatzverträgen ist der Unternehmer verpflichtet, den Verbraucher nach Maßgabe des Artikels 246a des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche [(im Folgenden: EGBGB)] zu informieren. Die in Erfüllung dieser Pflicht gemachten Angaben des Unternehmers werden Inhalt des Vertrags, es sei denn, die Vertragsparteien haben ausdrücklich etwas anderes vereinbart.“

16 Art. 246a („Informationspflichten bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und Fernabsatzverträgen mit Ausnahme von Verträgen über Finanzdienstleistungen“) EGBGB bestimmt in seinem § 1 Abs. 1 Nr. 2:

„Der Unternehmer ist nach § 312d Absatz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs verpflichtet, dem Verbraucher folgende Informationen zur Verfügung zu stellen:

...

2. 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.“

Ausgangsverfahren und Vorlagefragen

17 Amazon EU betreibt unter der Internetadresse www.amazon.de einen Onlineshop für verschiedene Waren.

18 Beim Bestellvorgang auf dieser Internetseite hatte der Verbraucher im August 2014 vor Abschluss der Bestellung die Möglichkeit, einen mit „Kontaktieren Sie uns“ gekennzeichneten elektronischen Verweis (Link) zu betätigen. Dadurch gelangte der Verbraucher auf eine Internetseite, auf der er unter der Überschrift „Kontaktieren Sie uns“ und dem Hinweis „Wie möchten Sie uns kontaktieren?“ zwischen drei Optionen wählen konnte, nämlich dem Senden einer E-Mail, der telefonischen Kontaktaufnahme oder dem Beginnen eines Online-Austauschs per Sofortnachrichtenübermittlung (Chat). Eine Faxnummer war dagegen auf dieser Seite nicht angegeben. Wählte der Verbraucher die Option der telefonischen Kontaktaufnahme, öffnete sich eine weitere Internetseite, auf der er die Möglichkeit erhielt, seine Telefonnummer anzugeben und sich anrufen zu lassen. Auf derselben Seite befand sich außerdem der Hinweis „Wenn Sie es vorziehen, können Sie auch unsere allgemeine Hilfsnummer anrufen“. Über den Verweis „allgemeine Hilfsnummer“ öffnete sich ein Fenster mit Telefonnummern von Amazon EU, das folgenden Text enthielt:

„Allgemeine Hilfsnummer

Bitte beachten Sie: Wir empfehlen stattdessen die Verwendung der Funktion ‚Jetzt anrufen‘, um schnell Unterstützung zu erhalten. Wir können Ihnen auf der Grundlage Ihrer bereits zur Verfügung gestellten Informationen sofort helfen.

Sollten Sie es vorziehen, die allgemeine Hilfsnummer anzurufen, beachten Sie bitte, dass Sie eine Reihe von Fragen zur Überprüfung Ihrer Identität beantworten müssen.

Sollten Sie uns auf die herkömmliche Weise kontaktieren wollen, erreichen Sie uns auch unter folgenden Rufnummern: ...“

- 19 Unter der auf der Internetseite www.amazon.de zu findenden Angabe „Impressum“ konnte der Verbraucher über die Schaltfläche „Kontaktieren Sie uns“ auch zu der Seite mit der Option gelangen, sich anrufen zu lassen.
- 20 Nach Ansicht des Bundesverbands verstößt Amazon EU gegen ihre gesetzliche Verpflichtung, dem Verbraucher effiziente Mittel zur Kontaktaufnahme zur Verfügung zu stellen, weil das Unternehmen die Verbraucher nicht in rechtlich ausreichender Weise über seine Telefon- und Telefaxnummer informiere. Darüber hinaus gebe Amazon EU nicht klar und verständlich eine Telefonnummer an. Der Rückrufservice erfülle die Informationspflichten nicht, da für den Verbraucher eine Vielzahl von Schritten erforderlich sei, um mit einem Ansprechpartner des Unternehmens in Kontakt zu treten.
- 21 Der Bundesverband erhob beim Landgericht Köln (Deutschland) eine Klage, die auf Unterlassung der Praktiken von Amazon EU bei der Angabe von Informationen auf der Internetseite des Unternehmens gerichtet war.
- 22 Nachdem diese Klage mit Urteil vom 13. Oktober 2015 abgewiesen worden war, legte der Bundesverband hiergegen Berufung beim Oberlandesgericht Köln (Deutschland) ein.
- 23 Mit Urteil vom 8. Juli 2016 wies das Oberlandesgericht Köln (Deutschland) die Berufung des Bundesverbands zurück. Nach Auffassung dieses Gerichts erfüllt Amazon EU die vorvertraglichen Informationspflichten dadurch, dass das Unternehmen den Verbrauchern über sein Rückrufsystem und die Ermöglichung der Kontaktaufnahme durch Chat oder E-Mail ausreichende Kommunikationsmöglichkeiten anbiete.
- 24 Der Bundesverband legte daraufhin Revision beim vorlegenden Gericht, dem Bundesgerichtshof (Deutschland), ein.
- 25 Das vorlegende Gericht ist der Ansicht, dass es für eine Entscheidung des bei ihm anhängigen Rechtsstreits insbesondere erforderlich sei, die Tragweite der Wendung „lorsqu’ils sont disponibles“, „gegebenenfalls“, oder „where available“ in der französischen, der deutschen bzw. der englischen Sprachfassung von Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 zu bestimmen.
- 26 Insoweit gehe aus einem im Juni 2014 veröffentlichten Leitfaden der Europäischen Kommission zur Richtlinie 2011/83 hervor, dass die genannte Wendung für alle drei in Art. 6 Abs. 1 Buchst. c dieser Richtlinie genannten Fernkommunikationsmittel gelte, nämlich Telefon, Telefax und E-Mail.
- 27 Daher brauchen nach Auffassung des vorlegenden Gerichts die vom Unternehmer bereitzustellenden Informationen nur die Kommunikationsmittel zu betreffen, die in seinem Unternehmen bereits vorhanden sind. Dagegen sei der Unternehmer nicht gehalten, einen Telefon- oder Telefaxanschluss bzw. ein E-Mail-Konto neu einzurichten, wenn er sich entschlöße, auch Fernabsatzverträge abzuschließen.
- 28 In diesem Zusammenhang stelle sich die Frage, ob ein Unternehmer, der zwar über einen Kommunikationskanal wie Telefon, Telefax oder E-Mail verfügt, diese Kommunikationsmittel jedoch ausschließlich für die Kommunikation mit Gewerbetreibenden oder Behörden einsetzt, nach Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 verpflichtet ist, über diese Kommunikationsmittel auch im Rahmen des Abschlusses von Fernabsatzverträgen mit Verbrauchern zu informieren.

- 29 Bejahendenfalls wäre ein Unternehmer bei Aufnahme des Fernabsatzes mit Verbrauchern verpflichtet, seine betriebliche Organisation zu ändern und weitere Mitarbeiter einzustellen, was gegen seine in Art. 16 und Art. 17 Abs. 1 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union (im Folgenden: Charta) verankerte unternehmerische Freiheit verstoßen könnte.
- 30 Darüber hinaus liefe eine solche Auslegung dem im vierten Erwägungsgrund zum Ausdruck kommenden Ziel der Richtlinie zuwider, ein möglichst ausgewogenes Verhältnis zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen zu gewährleisten.
- 31 Unter diesen Umständen hat der Bundesgerichtshof beschlossen, das Verfahren auszusetzen und dem Gerichtshof folgende Fragen zur Vorabentscheidung vorzulegen:
1. Können die Mitgliedstaaten eine Bestimmung vorsehen, die – wie die Bestimmung des Art. 246a § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 EGBGB – den Unternehmer verpflichtet, dem Verbraucher im Rahmen des Abschlusses von Fernabsatzverträgen vor Abgabe von dessen Vertragserklärung (nicht nur gegebenenfalls, sondern) stets seine Telefonnummer zur Verfügung zu stellen?
 2. Bedeutet die in (der deutschen Sprachfassung des) Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 verwendete Wendung „gegebenenfalls“, dass ein Unternehmer nur über in seinem Unternehmen bereits tatsächlich vorhandene Kommunikationsmittel informieren muss, er also nicht gehalten ist, einen Telefon- oder Telefaxanschluss bzw. ein E-Mail-Konto neu einzurichten, wenn er sich entschließt, in seinem Unternehmen auch Fernabsatzverträge abzuschließen?
 3. Falls die Frage 2 bejaht wird:

Bedeutet die in (der deutschen Sprachfassung des) Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 angeführte Wendung „gegebenenfalls“, dass nur solche Kommunikationsmittel bereits in einem Unternehmen vorhanden sind, die vom Unternehmer tatsächlich jedenfalls auch für den Kontakt zu Verbrauchern im Rahmen des Abschlusses von Fernabsatzverträgen eingesetzt werden, oder sind auch solche Kommunikationsmittel im Unternehmen vorhanden, die vom Unternehmer bislang ausschließlich zu anderen Zwecken, wie etwa der Kommunikation mit Gewerbetreibenden oder Behörden, genutzt werden?
 4. Ist die in Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 erfolgte Aufzählung der Kommunikationsmittel Telefon, Telefax und E-Mail abschließend, oder kann der Unternehmer auch andere, dort nicht genannte Kommunikationsmittel – wie etwa ein Internet-Chat oder ein telefonisches Rückrufsystem – einsetzen, sofern dadurch eine schnelle Kontaktaufnahme und eine effiziente Kommunikation sichergestellt ist?
 5. Kommt es bei der Anwendung des Transparenzgebots des Art. 6 Abs. 1 der Richtlinie 2011/83, nach dem der Unternehmer den Verbraucher in klarer und verständlicher Weise über die in Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 genannten Kommunikationsmittel informieren muss, darauf an, dass die Information schnell und effizient erteilt wird?

Zu den Vorlagefragen

- 32 Mit seinen Fragen, die zusammen zu prüfen sind, möchte das vorlegende Gericht wissen, ob Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 dahin auszulegen ist, dass er einer nationalen Regelung wie der im Ausgangsverfahren streitigen entgegensteht, nach der ein Unternehmer verpflichtet ist, vor Abschluss eines Vertrags mit einem Verbraucher im Fernabsatz oder außerhalb von Geschäftsräumen im Sinne von Art. 2 Nrn. 7 und 8 dieser Richtlinie stets seine Telefonnummer anzugeben, und ob diese Bestimmung den Unternehmer verpflichtet, einen Telefon- oder Telefaxanschluss bzw. ein E-Mail-Konto neu einzurichten, damit die Verbraucher mit ihm in Kontakt treten können. Das

vorliegende Gericht möchte auch wissen, ob ein Unternehmer unter Umständen wie den im Ausgangsverfahren in Rede stehenden Kommunikationsmittel verwenden darf, die nicht in Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 genannt sind, wie etwa einen Internet-Chat oder ein Rückrufsystem.

- 33 Zunächst ist daran zu erinnern, dass nach Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 der Unternehmer den Verbraucher, bevor dieser durch einen Fernabsatzvertrag oder einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag oder ein entsprechendes Vertragsangebot gebunden ist, in klarer und verständlicher Weise über die Anschrift des Ortes, an dem der Unternehmer niedergelassen ist, und gegebenenfalls seine Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse informiert, damit der Verbraucher schnell Kontakt zu ihm aufnehmen und effizient mit ihm kommunizieren kann, sowie gegebenenfalls über die Anschrift und die Identität des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt.
- 34 Aus der Vorlageentscheidung sowie den Erklärungen der Parteien des Ausgangsverfahrens und der anderen Beteiligten in der vorliegenden Rechtssache geht hervor, dass zwei Auslegungen des Wortlauts von Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 denkbar sind. Einerseits könnte diese Bestimmung so verstanden werden, dass sie den Unternehmer verpflichtet, den Verbraucher über seine Telefonnummer und seine Telefaxnummer zu informieren, wenn der Unternehmer über solche Nummern verfügt. Andererseits könnte der Unternehmer hierzu nur verpflichtet sein, wenn er Telefon und Telefax im Kontakt mit den Verbrauchern benutzt.
- 35 Die Tragweite dieser Bestimmung lässt sich allein anhand ihres Wortlauts und insbesondere anhand der darin enthaltenen Wendung „gegebenenfalls“ nicht genau feststellen.
- 36 Diese Frage wird auch durch die Analyse der verschiedenen Sprachfassungen von Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 nicht beantwortet. Die meisten Sprachfassungen, insbesondere die englische („where available“), die französische („lorsqu’ils sont disponibles“), die italienische („ove disponibili“), die niederländische („indien beschikbaar“), die polnische („o ile jest dostępny“) und die finnische („jos nämä ovat käytettävissä“) Sprachfassung, deuten nämlich zwar darauf hin, dass die dem Unternehmer nach dieser Bestimmung obliegende Verpflichtung, den Verbraucher über seine Telefon- und Telefaxnummer zu informieren, nur gilt, wenn der Unternehmer über diese Kommunikationsmittel verfügt. Doch erlauben es einige andere Fassungen dieser Bestimmung, insbesondere die spanische („cuando proceda“) und die deutsche („gegebenenfalls“) Sprachfassung, nicht, festzustellen, unter welchen Umständen diese Verpflichtung nicht gilt.
- 37 Die Bestimmung ist daher nach ihrem Kontext und den Zielen auszulegen, die mit der Regelung, zu der sie gehört, verfolgt werden (vgl. entsprechend Urteile vom 24. Januar 2019, Balandin u. a., C-477/17, EU:C:2019:60, Rn. 31, sowie vom 26. Februar 2019, Rimšēvičs und EZB/Lettland, C-202/18 und C-238/18, EU:C:2019:139, Rn. 45).
- 38 Hinsichtlich des Kontexts, in den sich Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 einfügt, und der allgemeinen Systematik dieser Richtlinie ist festzustellen, dass diese Bestimmung eine vorvertragliche Informationspflicht in Bezug auf Fernabsatzverträge und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge im Sinne von Art. 2 Nrn. 7 und 8 der genannten Richtlinie vorsieht.
- 39 Wie aus Art. 1 der Richtlinie 2011/83 im Licht ihrer Erwägungsgründe 4, 5 und 7 hervorgeht, verfolgt sie den Zweck, ein hohes Verbraucherschutzniveau dadurch sicherzustellen, dass die Information und die Sicherheit der Verbraucher bei Geschäften mit Unternehmern garantiert wird. Zudem ist der Schutz der Verbraucher in der Politik der Union in Art. 169 AEUV und in Art. 38 der Charta verankert.

- 40 Die Richtlinie 2011/83 zielt darauf ab, den Verbrauchern einen weitreichenden Schutz zukommen zu lassen, indem ihnen insbesondere beim Abschluss von Verträgen im Fernabsatz und außerhalb von Geschäftsräumen bestimmte Rechte gewährt werden (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 23. Januar 2019, Walbusch Walter Busch, C-430/17, EU:C:2019:47, Rn. 35).
- 41 Insbesondere ist die Möglichkeit für den Verbraucher, mit dem Unternehmer schnell Kontakt aufzunehmen und effizient mit ihm zu kommunizieren, wie dies in Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 vorgesehen ist, von grundlegender Bedeutung für die Wahrung und wirksame Durchsetzung der Verbraucherrechte, insbesondere des Widerrufsrechts, dessen Modalitäten und Ausübungsvoraussetzungen in den Art. 9 bis 16 dieser Richtlinie genannt werden.
- 42 Aus diesem Grund übrigens sieht Teil A („Muster-Widerrufsbelehrung“) des Anhangs I der Richtlinie 2011/83, der in dessen Teil B („Muster-Widerrufsformular“) zum Teil übernommen wird, die Angabe der Anschrift des Unternehmers und soweit verfügbar seiner Telefonnummer, seiner Faxnummer und seiner E-Mail-Adresse vor.
- 43 Vor diesem Hintergrund soll Art. 6 Abs. 1 der Richtlinie 2011/83 sicherstellen, dass dem Verbraucher vor Abschluss eines Vertrags sowohl die Informationen über dessen Bedingungen und die Folgen des Vertragsschlusses übermittelt werden, die dem Verbraucher die Entscheidung ermöglichen, ob er sich vertraglich an einen Unternehmer binden möchte (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 23. Januar 2019, Walbusch Walter Busch, C-430/17, EU:C:2019:47, Rn. 36), als auch die Informationen, die zur ordnungsgemäßen Vertragserfüllung und vor allem zur Ausübung seiner Rechte, insbesondere seines Widerrufsrechts, erforderlich sind (vgl. entsprechend Urteil vom 5. Juli 2012, Content Services, C-49/11, EU:C:2012:419, Rn. 34).
- 44 Insoweit ist zwar, wie in Rn. 41 des vorliegenden Urteils ausgeführt worden ist, die Möglichkeit für den Verbraucher, gemäß Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 mit dem Unternehmer schnell in Kontakt zu treten und effizient mit ihm zu kommunizieren, von grundlegender Bedeutung für den Schutz seiner Rechte. Gleichwohl ist bei der Auslegung dieser Bestimmung ein ausgewogenes Gleichgewicht zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen sicherzustellen, wie aus dem vierten Erwägungsgrund dieser Richtlinie hervorgeht, und dabei die unternehmerische Freiheit des Unternehmers, wie sie in Art. 16 der Charta gewährleistet wird, zu wahren (vgl. entsprechend Urteil vom 23. Januar 2019, Walbusch Walter Busch, C-430/17, EU:C:2019:47, Rn. 41 und 42).
- 45 In diesem Zusammenhang ist festzustellen, dass der Unionsgesetzgeber durch den Erlass der Bestimmungen der Richtlinie 2011/83 und insbesondere ihres Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Ansicht war, dass, wie im 34. Erwägungsgrund dieser Richtlinie ausgeführt ist, der Unternehmer bei der Bereitstellung vorvertraglicher Informationen den besonderen Bedürfnissen von Verbrauchern Rechnung tragen sollte, die aufgrund ihrer geistigen oder körperlichen Behinderung, ihrer psychischen Labilität, ihres Alters oder ihrer Leichtgläubigkeit in einer Weise besonders schutzbedürftig sind, die für den Unternehmer vernünftigerweise erkennbar ist.
- 46 Aus den vorstehenden Ausführungen ergibt sich, dass Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 zwar nicht die genaue Art des vom Unternehmer bereitzustellenden Kommunikationsmittels festlegt, diesen jedoch verbindlich dazu verpflichtet, jedem Verbraucher ein Kommunikationsmittel zur Verfügung zu stellen, über das dieser schnell mit ihm in Kontakt treten und effizient mit ihm kommunizieren kann.
- 47 Es ist Sache des vorlegenden Gerichts, zu beurteilen, ob unter Berücksichtigung aller Umstände, unter denen der Verbraucher mit dem Unternehmer über eine Internetseite Kontakt aufnimmt, insbesondere in Anbetracht der Aufmachung und Funktionalität dieser Seite, die dem Verbraucher von diesem

Unternehmer zur Verfügung gestellten Kommunikationsmittel es dem Verbraucher ermöglichen, mit dem Unternehmer im Einklang mit Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 schnell in Kontakt zu treten und effizient mit ihm zu kommunizieren.

- 48 Zudem erscheint eine unbedingte Verpflichtung, dem Verbraucher stets eine Telefonnummer zur Verfügung zu stellen oder gar einen Telefonanschluss, Faxanschluss oder ein E-Mail-Konto neu einzurichten, damit die Verbraucher mit dem Unternehmer in Kontakt treten können, unverhältnismäßig, insbesondere im wirtschaftlichen Kontext des Betriebs bestimmter, vor allem kleinerer, Unternehmen, die ihre Betriebskosten möglicherweise dadurch zu reduzieren suchen, dass sie den Vertrieb oder die Dienstleistungserbringung im Fernabsatz oder außerhalb ihrer Geschäftsräume organisieren.
- 49 Darüber hinaus sieht Art. 5 Abs. 1 Buchst. b der Richtlinie 2011/83 bezüglich der Informationspflichten des Unternehmers bei anderen als Fernabsatzverträgen oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen eindeutig vor, dass der Unternehmer dem Verbraucher, bevor dieser durch einen solchen Vertrag oder ein entsprechendes Vertragsangebot gebunden ist, „in klarer und verständlicher Weise über Folgendes [informiert], sofern sich diese Informationen nicht bereits unmittelbar aus den Umständen ergeben: ... die Identität des Unternehmers, beispielsweise seinen Handelsnamen und die Anschrift des Ortes, an dem er niedergelassen ist, sowie seine Telefonnummer“. Es erscheint daher plausibel, dass der Unionsgesetzgeber, hätte er beabsichtigt, der Verpflichtung des Unternehmers, nach Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 seine Telefonnummer anzugeben, dieselbe Tragweite zu verleihen wie der Verpflichtung, der der Unternehmer nach Art. 5 Abs. 1 Buchst. b der Richtlinie eindeutig unterliegt, dieselbe Formulierung verwendet hätte.
- 50 Schließlich spricht, wie der Generalanwalt in Nr. 76 seiner Schlussanträge ausgeführt hat, auch Art. 21 der Richtlinie 2011/83, der die Mitgliedstaaten verpflichtet, es nicht zuzulassen, dass der Unternehmer, der eine Telefonleitung für den Kontakt mit dem Verbraucher eingerichtet hat, höhere Tarife als den Grundtarif anwendet, wenn der Verbraucher im Zusammenhang mit dem geschlossenen Vertrag zu ihm Kontakt aufnimmt, dafür, Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 dahin auszulegen, dass die Verwendung des Telefons durch einen Unternehmer als Kommunikationsmittel mit dem Verbraucher bei Fernabsatzverträgen auch im Kontext einer vorvertraglichen Beziehung nicht verpflichtend ist.
- 51 Nach alledem ist die Wendung „gegebenenfalls“ in Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 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.
- 52 Darüber hinaus steht diese Bestimmung dem nicht entgegen, 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, wie etwa ein elektronisches Kontaktformular, durch das sich die Verbraucher über das Internet an die Unternehmer wenden können und über das sie eine schriftliche Antwort erhalten oder schnell zurückgerufen werden können. Insbesondere steht sie dem nicht entgegen, dass 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 zur Verfügung stellen muss, insbesondere die genannte Telefonnummer, in klarer und verständlicher Weise zugänglich gemacht werden. Dies zu prüfen, ist Sache des vorlegenden Gerichts. Insoweit 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 Ausgangsverfahren in Rede stehenden, die einen Unternehmer betrifft, der den Verkauf verschiedener Waren ausschließlich online über eine Internetseite betreibt, nicht klar und verständlich ist.

53 Nach alledem sind die Vorlagefragen wie folgt zu beantworten:

- Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 ist zum einen dahin auszulegen, dass er einer nationalen Regelung wie der im Ausgangsverfahren streitigen entgegensteht, nach der ein Unternehmer verpflichtet ist, vor Abschluss eines Vertrags mit einem Verbraucher im Fernabsatz oder außerhalb von Geschäftsräumen im Sinne von Art. 2 Nrn. 7 und 8 dieser Richtlinie stets seine Telefonnummer anzugeben. Zum anderen impliziert diese Bestimmung keine Verpflichtung des Unternehmers, einen Telefon- oder Telefaxanschluss bzw. ein E-Mail-Konto neu einzurichten, damit die Verbraucher mit ihm in Kontakt treten können. Sie verpflichtet den Unternehmer nur dann zur Übermittlung der Telefon- oder Telefaxnummer bzw. seiner E-Mail-Adresse, wenn er über diese Kommunikationsmittel mit den Verbrauchern bereits verfügt.
- Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 ist dahin auszulegen, dass diese Bestimmung zwar den Unternehmer verpflichtet, dem Verbraucher ein Kommunikationsmittel zur Verfügung zu stellen, das geeignet ist, die Kriterien einer direkten und effizienten Kommunikation zu erfüllen, doch steht diese Bestimmung dem nicht entgegen, dass der Unternehmer andere Kommunikationsmittel als die in ihr genannten bereitstellt, um diese Kriterien zu erfüllen.

Kosten

54 Für die Parteien des Ausgangsverfahrens ist das Verfahren ein Zwischenstreit in dem beim vorlegenden Gericht anhängigen Rechtsstreit; die Kostenentscheidung ist daher Sache dieses Gerichts. Die Auslagen anderer Beteiligter für die Abgabe von Erklärungen vor dem Gerichtshof sind nicht erstattungsfähig.

Aus diesen Gründen hat der Gerichtshof (Erste Kammer) für Recht erkannt:

Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates ist zum einen dahin auszulegen, dass er einer nationalen Regelung wie der im Ausgangsverfahren streitigen entgegensteht, nach der ein Unternehmer verpflichtet ist, vor Abschluss eines Vertrags mit einem Verbraucher im Fernabsatz oder außerhalb von Geschäftsräumen im Sinne von Art. 2 Nrn. 7 und 8 dieser Richtlinie stets seine Telefonnummer anzugeben. Zum anderen impliziert diese Bestimmung keine Verpflichtung des Unternehmers, einen Telefon- oder Telefaxanschluss bzw. ein E-Mail-Konto neu einzurichten, damit die Verbraucher mit ihm in Kontakt treten können. Sie verpflichtet den Unternehmer nur dann zur Übermittlung der Telefon- oder Telefaxnummer bzw. seiner E-Mail-Adresse, wenn er über diese Kommunikationsmittel mit den Verbrauchern bereits verfügt.

Art. 6 Abs. 1 Buchst. c der Richtlinie 2011/83 ist dahin auszulegen, dass diese Bestimmung zwar den Unternehmer verpflichtet, dem Verbraucher ein Kommunikationsmittel zur Verfügung zu stellen, das geeignet ist, die Kriterien einer direkten und effizienten Kommunikation zu erfüllen, doch steht diese Bestimmung dem nicht entgegen, dass der Unternehmer andere Kommunikationsmittel als die in ihr genannten zur Verfügung stellt, um diese Kriterien zu erfüllen.

Bonichot

Lenaerts

Toader

Bay Larsen

Safjan

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 10. Juli 2019.

Der Kanzler
A. Calot Escobar

Der Präsident der Ersten Kammer
J.-C. Bonichot