

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

WhatsApp Business mit Katalogfunktion: Was haben Händler rechtlich zu beachten?

Wurde WhatsApp bis vor Kurzem noch vorwiegend für private Chats genutzt, weitet der App-Anbieter sein Angebot nun auch für Unternehmer aus. Da Millionen von Menschen den Messenger-Service bereits auf ihrem Smartphone installiert haben und mit seiner Anwendung vertraut sind, bietet er für Unternehmer die Möglichkeit, unkompliziert und direkt Kontakt mit Kunden aufzunehmen. Ein neues Feature der App erlaubt es Händlern nun auch, ein virtuelles Produktschaufenster in das WhatsApp-Business-Profil einzubinden. Der nachfolgende Beitrag soll Händlern einen Überblick darüber verschaffen, was sie in rechtlicher Hinsicht bei der Verwendung von WhatsApp Business mit der neuen Katalogfunktion zu beachten haben, und Umsetzungshilfen geben.

A. Was ist WhatsApp Business und wie kann es eingesetzt werden?

WhatsApp Business wurde speziell für kleinere und mittelständische Unternehmen entwickelt. Insbesondere für kleinere Händler, Freiberufler oder Handwerker bietet die App einen Mehrwert, da private und geschäftliche Kommunikation nun klar getrennt werden können.

Sie können über die App direkt und unkompliziert mit Kunden oder potenziellen Kunden in Kontakt treten und beispielsweise mit ihnen chatten, um Angebote zu versenden, Kundensupport zu bieten oder individuelle Wünsche entgegenzunehmen. Neben Telefon und E-Mail wird so für Unternehmer ein weiterer Kanal eröffnet, um Kunden zu umwerben und mit ihnen zu kommunizieren.

Die WhatsApp Business App ist relativ neu und wird beständig weiterentwickelt und ausgebaut. Folgende Funktionen sind bis dato besonders relevant für die Nutzer:

- Unternehmensprofil: Ein Unternehmen kann sich über die App ein Profil anlegen und dieses mit allen wichtigen Informationen (Adresse, Telefonnummer, E-Mailadresse, Website) versehen. Auch eine Kurzbeschreibung und ein Foto oder Logo können eingestellt werden
- Messenger-Dienst: Die App bietet, wie man es auch von WhatsApp gewohnt ist, eine Chatfunktion, mit der man mit Kunden direkt kommunizieren kann. Diese Funktion ist in WhatsApp Business jedoch mit zusätzlichen Features ausgestattet und erlaubt beispielsweise die Erstellung mehrerer vorgefertigter

Textbausteine bzw. Standardnachrichten. Auch können automatische Abwesenheitsnotizen oder Begrüßungsnachrichten eingerichtet werden. Kundenstämme können zudem mit verschiedenen Labels z.B. Neukunden, Neue Bestellungen etc.

- Katalogfunktion: Seit kurzem ist es Unternehmen über die App möglich eine Auswahl ihrer Produkte in ihrem Unternehmensprofil zu hinterlegen. Hier können Produktbilder samt Preisen, Produktnummern und Links zur Shopseite hinterlegt werden. Die so hinterlegten Produkte können dann auch direkt im Chat geteilt werden. (Diese Funktion ist bis jetzt nur testweise, in wenigen Ländern, darunter Deutschland, verfügbar.)
- Statistiken: Die App erlaubt es den Nutzern Statistiken anzuzeigen, wie viele Nachrichten erfolgreich gesendet, zugestellt und gelesen wurden

B. Rechtliche Anforderungen bei der Nutzung von WhatsApp Business

I. Impressumspflicht

Wie sämtliche Seiten, Blogs, Profile und Tools im Internet, die einen geschäftsmäßigen Bezug haben, herrscht auch für das Unternehmerprofil von WhatsApp-Business-Nutzern eine Impressumspflicht. § 5 des Telemediengesetzes (TMG) schreibt für die geschäftsmäßige Nutzung von Telemedien die Pflicht vor, gewisse Informationen für den Verwender leicht erkennbar und verfügbar bereit zu halten.

Von dieser Pflicht sind folglich sämtliche Onlinedienste umfasst. Da auch der WhatsApp Messenger ein Telemedium ist, und über das WhatsApp Businessprofil geschäftsmäßige Handlungen vorgenommen werden, hat jedes Profil ein Impressum zu enthalten.

Zwar bietet WhatsApp Business über "Unternehmenseinstellungen" > "Profil bearbeiten" maßgebliche Eingabefelder für diverse Pflichtangaben des Impressums.

[← Zurück](#)

Profil bearbeiten

UNTERNEHMENSNAME

Onlineshop It Recht



TELEFONNUMMER

+34

UNTERNEHMENSBESCHREIBUNG

Beschreibung hinzufügen



GESCHÄFTSZEITEN

Geschäftszeiten hinzufügen



ADRESSE

Adresse hinzufügen



E-MAIL-ADRESSE

Allerdings lassen sich teilweise notwendige Pflichtinformationen nicht in eigenständigen Reitern, sondern nur in dem allgemeinen Reiter "Unternehmensbeschreibung" hinterlegen. Dies betrifft etwa Angaben zur Umsatzsteuer-Identifikationsnummer, zu Registereinträgen und zur behördlichen Aufsicht.

Gleichsam problematisch ist die Darstellung von Streitschlichtungsinformationen und insbesondere diejenige des klickbaren OS-Links. Wird dieser im Feld "Unternehmensbeschreibung" hinterlegt, ist er gerade nicht klickbar.

Die IT-Recht Kanzlei empfiehlt - unabhängig vom Ausfüllen des Business-Profiles - daher für die ordnungsgemäße Einbindung des Impressums auf WhatsApp-Business die **Einbindung eines externen Impressums per klickbarem Link**. Nach der Rechtsprechung genügt die Impressumsverlinkung über einen **klickbaren** Link in jedem Fall den Vorgaben des § 5 TMG in Bezug auf die leichte Erkennbarkeit und unmittelbare Erreichbarkeit

Hinweis: Nicht abschließend geklärt ist, ob der Link auf ein externes Impressum zwingend klickbar sein muss. Vieles spricht vor dem Hintergrund des unmittelbaren Erreichbarkeitserfordernisses aber dafür.

Klickbare Links können auf WhatsApp Business über "Unternehmenseinstellungen" > "Profil bearbeiten" > Weltsymbol mit vorformuliertem Eintrag "https://" hinterlegt werden.

Da neben dem Link aber keine zusätzlichen Angaben erlaubt sind, ist erforderlich, dass der Link auf das externe Impressum sprechend ist, also in der URL bereits die Bezeichnung "Impressum" enthält.

So ist sichergestellt, dass der Verbraucher den Link als maßgeblichen Anknüpfungspunkt für die Impressumsangaben eindeutig identifizieren kann:

 Sonstiges


 <https://www.xyz.de/impressum>

About

Verfügbar

Wer einen sprechenden Link auf ein externes Impressum nicht bereitstellen kann, hat die (mit einer verbleibenden Rechtsunsicherheit behaftete) Möglichkeit, einen nicht sprechenden und nicht klickbaren Link im Feld "Unternehmensbeschreibung" einzufügen und diesen mit einem entsprechenden Hinweis wie folgt zu versehen:

Unternehmens-Account

 Impressum und
Streitschlichtungsinformationen:
www.xyz.de

 Sonstiges

About

Verfügbar

Ungeachtet der Einbindung eines externen Impressums ist dennoch zu raten, die Angaben zum Unternehmen in den von WhatsApp bereitgestellten Eingabefeldern im Profil zu vervollständigen.

Detaillierte Ausführungen zur Impressumspflicht finden sich **in diesem Leitfaden der IT-Recht Kanzlei.**

II. Datenschutz

Die Nutzung von WhatsApp Business für die Kundenkommunikation entfaltet besondere datenschutzrechtliche Relevanz und unterfällt dabei vollständig dem Regelungsbereich der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Hierfür müssen zwei Ebenen getrennt beleuchtet werden. Einerseits muss erörtert werden, inwiefern die durch die bloße betriebliche Nutzung von WhatsApp eingeleiteten Datenübertragungen an WhatsApp selbst den strengen Zulässigkeitsmaßstäben der DSGVO standhalten. Auf zweiter Stufe ist sodann zu klären, ob und inwiefern sich die tatsächliche Kundenkommunikation über WhatsApp Business datenschutzrechtlich zulässig ist.

1.) Datenübertragung an WhatsApp bei Nutzung der App

Weil für den Kontakt als personenbezogenes Datum die Mobilfunknummer des Kunden ausgelesen, zum Versenden von Nachrichten verwendet und darüber hinaus gegebenenfalls zusätzlich im elektronischen Telefonbuch des Händlers gespeichert wird, stellen sämtliche Kontaktmaßnahmen mit Blick auf die Mobilfunknummer des Kunden tatbestandliche Datenverarbeitungen im Sinne des Art. 4 Nr. 2 DSGVO dar.

Nutzt ein Unternehmer die WhatsApp Business muss er der App zwangsweise Zugriff auf das Adressbuch gestatten und ausweislich der Nutzungsbedingungen zulassen, dass sämtliche gespeicherte Telefonnummern automatisch an Whatsapp übertragen werden.

Hinweis: je nach Betriebssystem kann der Nutzer Whatsapp zwar den Zugriff auf das Adressbuch versagen und so nur Nachrichten empfangen und beantworten, die auf Initiative von Dritten versendet werden. Sobald ein angefangener Chat aber auf Whatsapp registriert wird, wird auch die externe Nummer eines Absenders gegebenenfalls an Whatsapp übertragen.

Dies greift in die Rechte der betroffenen Kunden aus dem Adressbuch des Unternehmers regelmäßig so ein, dass die Übertragungen nur durch eine ausdrückliche Einwilligung des jeweiligen Kunden gerechtfertigt werden könnte. Zu einer datenschutzrechtlichen Problematik avanciert das Übertragungsverhalten der App allerdings nur dann, wenn der Unternehmer neben Kundenkontakten, die selbst bei WhatsApp registriert sind, in seinem Adressbuch auch Kunden führt, die keinen WhatsApp-Account besitzen.

Sind im Adressbuch hingegen nur Kunden mit eigenem WhatsApp-Account gespeichert, haben die Kunden bei Aktivierung ihres eigenen WhatsApp-Accounts durch Akzeptanz der Nutzungsbedingungen bereits eine hinreichende Einwilligung in die Übertragung ihrer Rufnummer(n) aus dem Adressbuch des jeweiligen Chatpartners an WhatsApp erteilt, welche nicht nur die WhatsApp-fähige Nummer, sondern

auch alle anderen mit ihr verknüpften Nummern umfasst.

Unternehmern, die WhatsApp Business verwenden, ist daher auf erster Stufe zu raten, im Adressbuch des mobilen Endgerätes nur Rufnummern solcher Kunden zu speichern, die mit ihm über WhatsApp auch in Kontakt treten. Dadurch ist gewährleistet, dass alle Kontakte des Adressbuchs bereits vorab (bei Aktivierung ihrer WhatsApp-Accounts) in die app-internen Übertragungen eingewilligt haben und keine nicht autorisierten Rufnummerübermittlungen vollzogen werden.

Die Speicherung von Kunden-Telefonnummern, etwa aus den Kundenkonten des Online-Shops, im Adressbuch desselben Endgeräts, welches für WhatsApp Business verwendet wird, ist demgegenüber mit dem Risiko von Datenschutzverstößen behaftet, weil der Unternehmer hier nicht zuverlässig ermitteln kann, ob derlei Kunden ebenfalls WhatsApp nutzen und insofern in Datenübertragungen eingewilligt haben.

2.) Kundenkontakt über WhatsApp Business

Weil WhatsApp Unternehmen mit seiner Business-Version die Möglichkeit eröffnet, das Instant-Messaging für sämtliche geschäftliche Zwecke zu nutzen, herrscht im Online-Handel die Überzeugung vor, dass der zulässige Einsatz der App gegenüber Kunden deren ausdrückliche Generaleinwilligung voraussetzt. Tatsächlich aber kann der Großteil an mit Kommunikationsmaßnahmen verbundenen Datenvorgängen unter Berufung auf gesetzliche Rechtfertigungstatbestände einwilligungslos erfolgen und reduziert so den rechtlichen Aufwand. Ausgegangen davon, dass erstmaliger Initiator des Kontakts regelmäßig der Kunde und nicht der Unternehmer ist, der anfängliche über die WhatsApp-fähige Mobilfunknummer des Kunden überhaupt nicht verfügen wird, sind drei Konstellationen zu unterscheiden.

a) Konkret geschäftsbezogene Kontaktaufnahme

Treten Kunden per WhatsApp mit dem Unternehmer in Kontakt, werden auf Unternehmenseite hierdurch angestoßene Datenverarbeitungen auf WhatsApp wie das Speichern der Telefonnummer und die Beantwortung des Anliegens regelmäßig durch Art. 6 Abs. 1 lit. b DSGVO gerechtfertigt, ohne dass es einer vorherigen des Anfragenden bedürfte. Immerhin dienen die Datenverarbeitungsvorgänge der einzuleitenden Kommunikation unmittelbar der Anbahnung und/oder Durchführung eines Vertragsverhältnisses.

b) Allgemeine, nicht geschäftsbezogene Kontaktanfragen

Greifen Kunden oder bloße Interessenten auf die WhatsApp-Business-Nummer des Unternehmers zurück, um mit diesem in Bezug auf allgemeine, kein konkretes Geschäft betreffende Anfragen in Kontakt zu treten, greift die Rechtfertigung über die vertragliche Erforderlichkeit nach Art. 6 Abs. 1 lit. b DSGVO zwar grundsätzlich nicht ein.

Allerdings kann der Unternehmer die Speicherung der Rufnummer und deren sonstige Verarbeitung zum Beantworten des Anliegens regelmäßig auf sein berechtigtes Interesse an der bedarfsgerechten, betreffenspezifischen Information von Interessenten nach Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO stützen und muss nicht auf eine Einwilligung zurückgreifen.

Die zusätzliche Voraussetzung des Überwiegens des Unternehmerinteresses gegenüber dem Betroffeneninteresse an der Integrität seiner Daten wird regelmäßig schon deshalb gewahrt sein, weil der Betroffene im Wege seiner Anfrage den Kontakt zum Unternehmer per Whatsapp initiiert und mithin implizit gerade eine Verarbeitung seiner Daten zur Beantwortung der Anfrage anstößt.

c) Werbliche Ansprachen

Will der Unternehmer die Business-Version von WhatsApp nicht ausschließlich zum Beantworten von Anfragen nutzen, sondern im Adressbuch gespeicherten Kunden und Interessenten proaktiv ansprechen, so ist er in diesem Fall bereits gehalten, wie für den Versand von Newslettern eine ausdrückliche Einwilligung des jeweiligen Kunden einzuholen. Weil auch über einen Instant Messenger versendete Nachrichten als "elektronische Post" im Sinne des § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG zu qualifizieren sind, sind werbliche Ansprachen über WhatsApp faktisch Newslettern gleichzustellen.

Anders als beim Newsletter-Versand per Mail, für dessen Zulässigkeit sich das zweigliedrige "Double Opt In"-Verfahren etabliert hat, muss für Werbung über WhatsApp ein solches ein solches nicht zwingend durchgeführt werden und ist aus organisatorischen Gründen auch nicht ratsam. Denkbar wäre zwar, den Interessenten zur Eintragung seiner mit WhatsApp verknüpften Telefonnummer aufzufordern und an diese zunächst eine Aktivierungsanfrage zu versenden, welche der Interessent für die Einleitung des Newsletter-Versandes sodann bestätigen muss. Dies würde aber erfordern, dass der Händler über die Website registrierte Telefonnummern stets manuell auf ein WhatsApp-fähiges mobiles Endgerät übertragen müsste, um sodann die individuelle Aktivierungsanfrage abzuschicken.

Um den organisatorischen und zeitlichen Aufwand für Unternehmer zu minimieren, empfiehlt es sich also, eine anfängliche Registrierung der Telefonnummer des Interessenten direkt über WhatsApp zu erreichen. Etabliert hat sich hierfür ein Prozedere, bei dem der Interessent dazu aufgefordert wird, die WhatsApp-fähige Nummer des Unternehmers einzuspeichern und an diese eine Nachricht mit dem Text

"Start" zu senden. Dadurch, dass der Interessent durch Einspeichern der Nummer zunächst selbst aktiv werden muss und durch die "Start"-Nachricht die Kommunikation über seine persönliche Nummernkennung überhaupt erst einleitet, wird automatisch sichergestellt, dass es sich bei diesem um den empfangsbereiten Inhaber der Telefonnummer handelt. Diese Nachricht stellt die elektronische ausdrückliche Einwilligung dar, die zusammen mit der Telefonnummer hinreichend personenbezogen dokumentiert werden kann. Erhält der Unternehmer die Nachricht, kann er die verwendete Telefonnummer direkt auf WhatsApp einer Newsletter-Broadcasting-Liste hinzufügen, ohne dass er vorher gehalten wäre, sie manuell abzuspeichern.

Freilich muss der Interessent - bestenfalls auf einer Unterseite der Webseite des Unternehmers - über dieses Prozedere sowie darüber informiert werden, dass es ihm möglich ist, dem Newsletter-Versand durch eine entsprechende Kurznachricht (etwa "Stop") jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu widersprechen. Auch ist eine erläuternde Klausel, welche sämtliche Informationen über das Anmeldeverfahren und den Widerspruch enthält, in der Datenschutzerklärung notwendig.

d) Konsequenz und Einbindung der Datenschutzerklärung

Unabhängig davon, für welche der oben benannten Konstellationen der Unternehmer die Business-Version von WhatsApp nutzen möchte, ist er verpflichtet, seine Datenschutzerklärung um Informationen zu den Datenvorgängen beim Nutzen der App zu erweitern und Betroffene insofern hinreichend zu informieren. Neben den von WhatsApp selbst initiierten Datenübertragungen muss er deutlich und im gebotenen instruktiven Umfang über die von ihm verfolgten Nutzungszwecke belehren und die hierfür einschlägigen Rechtsgrundlagen benennen.

Zugleich ist es erforderlich, auf die maßgebliche Datenschutzklausel innerhalb von WhatsApp Business hinreichend transparent zu verweisen. Nur so ist gewahrt, dass Kontakthelfer über die maßgeblichen datenschutzrechtlichen Informationen vor Einleitung der Verarbeitungsvorgänge im Sinne des Art. 13 Abs. 4 DSGVO bereits verfügen.

Zwar ermöglicht WhatsApp Business die Erstellung eines Unternehmensprofils, das der Unternehmer mit eigenen Informationen spicken kann. So wäre es grundsätzlich denkbar, die Datenschutzzinformationen zu WhatsApp Business im Freitextfeld der Unternehmensbeschreibung zu hinterlegen. Dem steht allerdings eine Zeichenbegrenzung entgegen.

Der momentan praktikabelste Weg besteht insofern darin, einen Link auf die Datenschutzerklärung des Online-Shops innerhalb des WhatsApp-Unternehmerprofils bereitzustellen, welche eine Klausel zu WhatsApp Business enthält. Noch ist nicht abschließend geklärt, ob ein Link auf eine externe Datenschutzerklärung innerhalb eines datenschutzerklärungspflichtigen Mediums auch unter der DSGVO zwingend "klickbar" ausgestaltet sein muss. Um Rechtsunsicherheiten vorzubeugen, empfiehlt sich aber die Verweisung auf die Datenschutzerklärung im URL-Feld für die Unternehmensseite, das einen

klickbaren Link generiert.

Notwendig für diese Link-Verweisung ist aber, dass der Link "sprechend" ist, aufgrund seiner Bezeichnung für den Kontaktinteressenten also erkennbar wird, dass er zur Datenschutzerklärung führt.

Ist ein sprechender Link nicht verfügbar, sollte er - unter Inkaufnahme von Rechtsunsicherheiten - dann immerhin zusammen mit einem vorangestellten Indikator (etwa in der Form: "Datenschutzerklärung: [www.xyz.de](#)") in der Unternehmensbeschreibung des Business-Profils in nicht klickbarer Form hinterlegt werden.

III. AGB, Widerrufsbelehrung und fernabsatzspezifische Pflichtangaben

Insbesondere die neue Katalogfunktion für WhatsApp Business, die derzeit erst testweise in ausgewählten Ländern (unter anderem Deutschland) verfügbar ist, wirft die Frage auf, ob hier, ähnlich wie für Online-Shops, AGB und andere Pflichtangaben eingestellt werden müssen.

1.) Was ist die Katalogfunktion und wie funktioniert sie?

Mussten früher die Unternehmer zu ihren Produkten Informationen und Fotos in jedem Chat einzeln senden, können sie nun ihre Kunden auf den Katalog hinweisen. Hier kann sich der Kunde, ohne auf die Website des Unternehmens verwiesen werden zu müssen, einen Überblick über die angebotenen Produkte und Dienstleistungen verschaffen und der Unternehmer kann ausgewählte Einträge direkt im Chat versenden.

Entscheidet sich der Unternehmer für die Nutzung der Katalogfunktion, findet er unter "Einstellungen" > "Unternehmenseinstellungen" die Option "Katalog".

[< Einst.](#) **Unternehmenseinstellungen**

Unternehmensprofil



Katalog



Kurzlink



NACHRICHTEN-TOOLS

Abwesenheitsnachricht



Begrüßungsnachricht



Schnellantworten




Der Unternehmer kann hier mit ausgewählten Produkten oder Dienstleistungen eine Art Katalog erstellen. Hierfür kann er

- Bilder hochladen
- den Namen von Produkt oder Dienstleistung hinzufügen
- einen Preis für das Produkt angeben
- eine Beschreibung erstellen
- einen Link (z.B. auf Online-Shop) einfügen (optional)
- den Produkt- oder Dienstleistungscode zur Verfügung stellen (optional)

Um einen neuen Katalog zu erstellen, tippt man auf "Produkt oder Dienstleistung hinzufügen". Sodann wählt man das blaue Plus-Zeichen bzw. "Zu Katalog hinzufügen" aus und nun auf "Bilder hinzufügen". Hier können nun Bilder aus der Fotogalerie des Unternehmers ausgewählt und hinzugefügt werden, oder ein neues Foto aufgenommen werden. Pro Eintrag können bis zu 10 Bilder hochgeladen werden.

Abbrechen Zu Katalog hinzufügen Sichern



Bilder hinzufügen

Name von Produkt oder Dienstleistung

Preis € (optional)

Beschreibung

Link

Produkt- oder Dienstleistungscode

1	2	3
4	5	6
7	8	9
🌐	,	0
		✕

Kunden können bei Besuch des Unternehmerprofils den Katalog einsehen, die einzelnen Katalogeinträge beispielsweise an Freunde und Bekannte versenden, oder dem Unternehmer direkt über den Katalogeintrag eine Nachricht senden. Der Unternehmer hingegen kann interessierten Kunden im Chat einzelne Katalogeinträge senden und beispielsweise so gezielt auf Angebote aufmerksam machen.



Der "Katalog" soll, laut WhatsApp, Kunden und Unternehmen als "digitales Schaufenster" dienen. Diese Beschreibung enthält auch gleich die Abgrenzung dafür, was die Katalogfunktion nicht ist - ein digitaler Marktplatz bzw. Verkaufsportal. Es ist daher nicht möglich, direkt über die Anzeigen in der App die ausgestellten Produkte auch zu kaufen.

2.) Rechtliche Konsequenz für AGB, Widerrufsbelehrung und Pflichtinformationen des Fernabsatzes?

Direkte Bestellungen über den Katalog sind nicht möglich. Die Anzeigen über den Katalog gelten nicht als konkretes Kaufangebot, sondern sind als Werbeanzeigen zu qualifizieren. Aus diesem Grund ist es grundsätzlich auch nicht erforderlich, AGB, die Widerrufsbelehrung oder für den Fernabsatzverträge relevante Pflichtangaben (insbesondere diejenigen des § 312d Abs. 1 BGB i.V.m. Art. 246a EGBGB) für die Katalogfunktion bereitzustellen. Eine Ausnahme besteht dann, wenn dem Käufer die Möglichkeit des Vertragsschlusses über die Nachrichtenfunktion eingeräumt wird (s. dazu unten).

Ruft ein Kunde eine Anzeige aus dem Katalog auf, öffnet sich eine Detailseite. Hier werden alle Bilder und Infos, die der Unternehmer eingepflegt hat angezeigt. Sollte ein Kunde den Artikel nun kaufen wollen, kann er dem Kunden entweder einen Link zur Shopseite seines Onlineshops empfehlen, oder den Kaufvertrag direkt im Chat mit dem Kunden schließen.

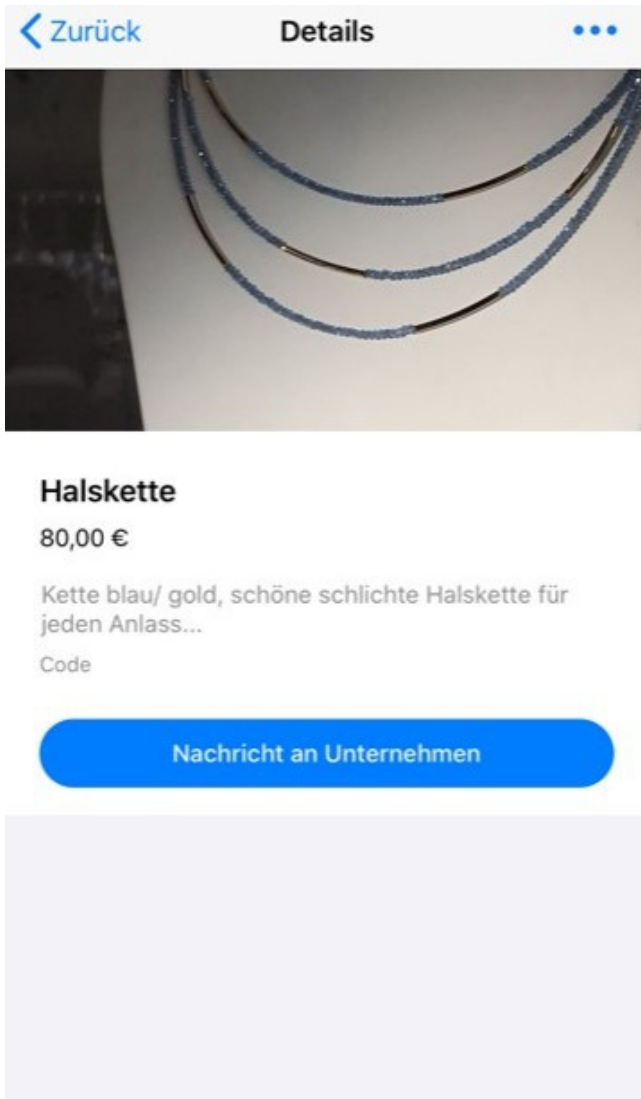
Hinweis: Der Vertragsschluss im Chat erfordert die Beachtung verschiedener Informationspflichten und Formalien. Da deren Einhaltung durchaus anspruchsvoll ist, rät die IT-Recht Kanzlei grundsätzlich davon ab, Verträge per Chat zu schließen.

a) Link zur Shopseite

Hat der Unternehmer einen Link zum Onlineshop in die Anzeige eingebunden, kann der Kunde die über den Aufruf des Links zur Angebotsseite des Verkaufsportals gelangen und hier den Bestellvorgang durchlaufen. AGB, Widerrufsbelehrung und fernabsatzspezifische Pflichtinformationen sollten dann bereits im Onlineshop rechtskonform eingebunden sein.

b) Vertragsschluss im Chat

Unter jeder Anzeige findet sich der Button "Nachricht an das Unternehmen".



Über diese Schaltfläche gelangt der Kunde in den Chat.

Zudem können Händler dem Kunden auch im Chat konkrete Kataloganzeigen zukommen lassen. Sollte der Kunde in diesem Chat das Produkt direkt bestellen wollen, gibt es für den Händler zwei Möglichkeiten:

Möglichkeit 1:

Der Händler verweist den Kunden auf die Möglichkeit das Produkt im Onlineshop zu erwerben:



Vorteil: Alle für den Kaufvorgang notwendigen Rechtstexte sowie fernabsatzspezifische Informationspflichten sind lediglich auf der Shopseite bereit zu stellen.

Möglichkeit 2:

Der Händler gibt im Chat ein Verkaufsangebot ab.

Hinweis vorweg: Kommt ein Vertrag zwischen Unternehmer und Verbraucher nicht über einen Online-Shop oder, eine sonstige Online-Plattform wie z. B. eBay oder Amazon, sondern per Chat zustande, so gelten einige rechtliche Besonderheiten insbesondere im Hinblick auf die Informationspflichten des Händlers!

Möchte oder kann der Unternehmer den Verbraucher nicht auf seinen Online-Shop verweisen, um der beschriebenen Problematik aus dem Weg zu gehen, kann er dem Kunden auf dessen Anfrage hin zunächst per Chat ein (sinnvollerweise zeitlich befristetes) Vertragsangebot zukommen zu lassen, welches der Kunde annehmen oder ablehnen kann.

Im Zusammenhang mit dem Angebot müsste der Händler dem Kunden schon **vor Vertragsschluss** alle erforderlichen gesetzlichen Pflichtinformationen in Textform mitteilen. Hierzu zählen unter anderem

- AGB mit Kundeninformationen
- Widerrufsbelehrung mit Muster-Widerrufsformular
- Hinweise auf die Zahlungs- und Versandbedingungen
- produktspezifische Informationspflichten nach § 312d Abs. 1 BGB i.V.m. Art. 246a § 1 Abs.1 EGBGB (wesentliche Produkteigenschaften, Lieferzeit, Garantien)
- produktspezifische Kennzeichnungspflichten für bestimmte Produktkategorien
- Kennzeichnungspflichten für Angebote spezieller Produktkategorien (etwa nach der TextilkennzVO)

Nach Vertragsschluss hat der Händler dem Kunden zusätzlich eine elektronische Bestellbestätigung zuzusenden und dieser die AGB sowie die Widerrufsbelehrung mit Musterformular auf einem dauerhaften Datenträger (etwa als PDF-Dateien) zu übermitteln.

Hier zeigt sich, dass Händler für den Vertragsschluss per Chat viele Formalien und Pflichten zu erfüllen haben.

Sollte ein Händler bereits auf ein funktionierendes, rechtskonform eingerichtetes Shopsystem zurückgreifen können, ist der Vertragsschluss per Chat daher nicht empfehlenswert.

IV. Rechtlich korrekte Angaben und Darstellungen in den Kataloganzeigen

Da über die in der Katalogfunktion eingestellten Anzeigen keine direkten Vertragsschlüsse möglich sind, sind an ihre Ausgestaltung keine so hohen rechtlichen Anforderungen zu stellen, wie sie für Angebote in Online-Shops gelten.

Allerdings sind die Anzeigen im Katalog als Werbeanzeigen zu werten.

Dementsprechend haben Händler darauf zu achten, in entsprechend rechtskonformer Weise zu werben.

Hier gilt es zum einen allgemeine Grundsätze zu berücksichtigen, wie beispielsweise irreführende Werbung zu unterlassen. Zum anderen müssen auch je nach Produktgruppe speziellere Werbeverbote und Vorschriften beachtet werden (z.B. Jugendschutzgesetze, Vorschriften für gesundheitsbezogene Werbung etc., spezielle Kennzeichnungspflichten für die Werbung in bestimmten Produktkategorien (etwa Energieverbrauchsinformationen für relevante Produkte)).

Auch und vor allem im Bereich der Preisangaben sind in der Werbung gewisse Vorgaben zu berücksichtigen. Die Angabe von Preisen im Katalog ist lediglich optional, aber:

Sollte sich ein Händler dafür entscheiden Preise anzugeben, ist - wie für alle Werbeanzeigen - auf die korrekte Darstellung von Preisangaben zu achten.

Insbesondere ist dabei das Nachfolgende zu berücksichtigen:

1.) Angabe des Gesamtpreises und Hinweis auf Umsatzsteuer

Nach § 1 Abs. 1 Satz 1 Fall 1 PAngV ist ein Händler zur Angabe von Gesamtpreisen verpflichtet, wenn er als Anbieter von Waren gegenüber Letztverbrauchern unter Angaben von Preisen wirbt. Der Gesamtpreis ist das tatsächlich zu zahlende Gesamtentgelt, einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile. Auch hat der Händler, beispielsweise durch den Zusatz "inkl. MwSt." oder "inkl. USt." darauf hinzuweisen, dass die geforderten Preise die Umsatzsteuer enthalten.

2.) Hinweis auf Versandkosten

Werden im Internet Waren beworben und dabei Preise angezeigt, so ist prinzipiell anzugeben, ob die Preise die Versandkosten enthalten oder nicht.

3.) Grundpreise

Muss für das Produkt ein Grundpreis angegeben werden, ist dieser gemäß § 2 Abs. 1 PAngV auch in den Katalogeinträgen auf WhatsApp-Business darzustellen.

4.) Hinweis zur Umsetzung auf WhatsApp Business

In dem Feld "Preis", der für die Preisangaben für Katalogprodukte zur Verfügung steht, können leider nur Zahlen und Kommata eingefügt werden. Dadurch werden Zusätze bezüglich der Umsatzsteuer sowie der Hinweis auf Versandkosten unmöglich. Daher ist zu raten, entweder gänzlich auf Preisangaben zu verzichten, oder die Preisangabe in der korrekten Darstellung in das Feld "Beschreibung" aufzunehmen.

Eine ausführliche Darstellung der preisbezogenen Informationspflichten sowie Umsetzungsmöglichkeiten finden sich in [diesem Leitfaden der IT-Recht Kanzlei](#).

C. Fazit

WhatsApp Business bietet Unternehmern neue Möglichkeiten, unkompliziert und direkt mit ihren Kunden in Kontakt zu treten. Es bleibt zunächst abzuwarten, ob Kunden diese Art der Kommunikation auch gerne in Anspruch nehmen werden. In rechtlicher Hinsicht gibt es auf WhatsApp Business aber verschiedene Pflichten zu beachten, die sich vor allem in Form der Impressumspflicht, dem Erfordernis einer Datenschutzerklärung und den werblichen Informationspflichten konkretisieren.

Wird darüber hinaus die Nachrichtenfunktion für Vertragsschlüsse genutzt, potenzieren sich die Anforderungen und halten zur Einhaltung des gesamten Informationspflichtprogramms des Fernabsatzrechtes an.

Händlern, die bereits über einen eingerichteten Online-Shop verfügen, ist daher zur Geringhaltung des Aufwandes zu raten, von Vertragsschlüssen über die App abzusehen und Interessenten hierfür auf den

Online-Shop zu verweisen.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt