

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

## Verkäufe in WhatsApp-Gruppen: Was ist rechtlich zu beachten?

Vor allem Do-it-yourself-Händler greifen für den Vertrieb ihrer handgefertigten Produkte auf alternative Verkaufskanäle zurück und sind hierbei vermehrt auch in Gruppen auf sozialen Netzwerken und Messenger-Diensten aktiv, in denen sie Ware einem ausgewählten Kreis von Verbrauchern anbieten. Da speziell der Messenger-Dienst „WhatsApp“ diverse Verkaufgruppen verzeichnet, zeigen wir in diesem Beitrag, was beim Verkauf über WhatsApp-Gruppen in rechtlicher Hinsicht zu beachten ist.

### I. Trotz Intimität: WhatsApp-Gruppen kein rechtsfreier Raum

WhatsApp-Verkaufsgruppen zeichnen sich dadurch aus, dass der Zugang zu ihnen von einer begrenzten Zahl an Administratoren verwaltet wird und sie mithin nicht für den Beitritt jedermanns geöffnet sind.

Vielfach wird der Kreis von Verbrauchern, die über WhatsApp Angebote von Händlern erhalten sollen, sorgfältig ausgewählt – nicht selten auch aus dem eigenen Freundes- oder Bekanntenkreis.

In WhatsApp-Verkaufsgruppen herrscht daher eine besondere Intimität und teilweise sogar Vertrautheit, die bei Händlern den Eindruck erwecken könnten, das Anbieten in der Gruppe sei eher dem Bereich privater Lebensführung als der geschäftsmäßigen Tätigkeit zuzurechnen.

Wer so denkt, unterliegt aber einem entscheidenden Irrtum. Die Gewerblichkeit eines Handelns hängt nicht von dem Adressatenkreis oder einer gegenseitigen Bekanntheit, sondern allein davon ab, ob der Auftritt in der Gruppe Ausdruck eines selbstständigen und planmäßigen, auf eine gewisse Dauer angelegten Anbietens entgeltlicher Leistungen am Markt ist.

Wer diese Voraussetzungen erfüllt, also insbesondere im Rahmen einer Geschäftstätigkeit Ware gegen Entgelt anbietet, gilt als Unternehmer (§ 14 BGB) und muss auch in WhatsApp-Gruppen alle rechtlichen Pflichten des Fernabsatzes erfüllen.

### II. Beitritt zur WhatsApp-Verkaufsgruppe und Konfrontation mit Produktvorstellungen: Einwilligung, sonst Spam?

WhatsApp-Nachrichten zählen rechtlich als „elektronische Post“. Wird über eine WhatsApp-Gruppe ein konkretes Angebot kommuniziert, dient dies der Absatzförderung des Händlers und stellt tatbestandliche Werbung dar, die nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG über WhatsApp grundsätzlich nur mit ausdrücklicher Einwilligung der Empfänger (Gruppenmitglieder) versandt.

Nun könnte man sich auf den Standpunkt stellen, dass jedes Gruppenmitglied gegenüber den

anbietenden Händlern vor dem Erhalt von Verkaufsnachrichten über WhatsApp individuell einwilligen müsste, damit sich die unternehmerische Kommunikation in der Gruppe nicht als Spam darstellt.

Dies ist nach hier vertretener Auffassung aber nicht erforderlich, sofern die folgenden Voraussetzungen eingehalten werden:

- Die Gruppe ist eindeutig als Verkaufsgruppe bezeichnet und macht deutlich, dass Mitglieder dort mit Verkaufsangeboten konfrontiert werden
- die Aufnahme von Mitgliedern erfolgt nicht eigenmächtig durch den Händler, sondern ausschließlich auf ausdrücklichen Wunsch des Beitretenden hin

In diesem Fall verfügt der Beitretende vor dem Beitritt über die Information, in der Gruppe mit werblicher Kommunikation angesprochen zu werden, und erteilt mit seinem Beitrittswunsch eine ausdrückliche Einwilligung nicht nur für die Gruppenaufnahme, sondern auch für das Empfangen von absatzmotivierten Nachrichten.

## III. Rechtliche Pflichten beim Verkaufen über WhatsApp-Gruppen

### 1.) Impressum

Wer als Händler in einer Verkaufsgruppe auftritt, ist zwingend gehalten, in seinem WhatsApp-Profil ein vollständiges Impressum mit allen Pflichtangaben des § 5 TMG zu führen.

Dazu gehören in jedem Fall:

- der Name und die Anschrift der Niederlassung (bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform, die Vertretungsberechtigten und, sofern Angaben über das Kapital der Gesellschaft gemacht werden, das Stamm- oder Grundkapital sowie, wenn nicht alle in Geld zu leistenden Einlagen eingezahlt sind, der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen)
- Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation ermöglichen, einschließlich der Mailadresse. Der Diensteanbieter ist also verpflichtet, den Nutzern des Dienstes vor Vertragsschluss mit ihnen neben seiner Adresse der elektronischen Post (das meint die E-Mail-Anschrift) einen weiteren schnellen, unmittelbaren und effizienten Kommunikationsweg zur Verfügung zu stellen (vgl. EuGH NJW 2008, 3553 Rn. 25, 40). Es ist also neben der E-Mail-Anschrift eine weitere Kommunikationsmöglichkeit anzugeben. Das Wort „unmittelbar“ erfordert, dass kein Dritter zwischen den Beteiligten eingeschaltet ist (EuGH NJW 2008, 3553 Rn. 29, 31).
- Sofern vorhanden das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister und die entsprechende Registernummer
- soweit der Dienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde

- in Fällen, in denen eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer nach § 139c der Abgabenordnung vorhanden ist, die Angabe dieser Nummer
- ein klickbarer Link auf die Streitschlichtungsplattform der EU-Kommission (<https://ec.europa.eu/odr>)
- die Angabe, ob der Händler zur Teilnahme an Streitbeilegungsverfahren vor Verbraucherschlichtungsstellen verpflichtet oder dazu bereit ist

Um ein vollständiges Impressum im WhatsApp-Profil hinterlegen zu können, empfiehlt sich die Nutzung eines **WhatsApp-Business**-Accounts.

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

[← Zurück](#) **Profil bearbeiten**

UNTERNEHMENSNAME

Onlineshop It Recht



TELEFONNUMMER

+34

UNTERNEHMENSBECHREIBUNG

Beschreibung hinzufügen



GESCHÄFTSZEITEN

Geschäftszeiten hinzufügen



ADRESSE

Adresse hinzufügen



E-MAIL-ADRESSE

E-Mail hinzufügen



Status



Anrufe



Kamera



Chats



Einstellungen

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 Gruppenmitglieder 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](http://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](#).

## 2.) Datenschutzerklärung

Händler, die über WhatsApp-Gruppen mit Interessenten kommunizieren und diesen ihre Waren vorstellen, verarbeiten allein durch die Kommunikation in der Gruppe und spätestens bei konkreten Vertragsverhandlungen und Vertragsabwicklungen Daten anderer Gruppenmitglieder.

Daher sind Händler in Gruppen verpflichtet, ihrem WhatsApp-Profil neben dem Impressum auch eine Datenschutzerklärung beizufügen, die über diese Datenverarbeitungen informiert.

Zwar ermöglicht WhatsApp Business die Erstellung eines Unternehmensprofils, das der Unternehmer mit eigenen Informationen spicken kann. So wäre es grundsätzlich denkbar, die Datenschutzinformationen 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 einer Verkaufspräsenz des Händlers innerhalb des WhatsApp-Unternehmerprofils bereitzustellen, welche

- eine Klausel zu WhatsApp Business enthält und
- Informationen zur Datenverarbeitung im Rahmen von Bestellabwicklungen beinhaltet

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.

### 3.) AGB, Widerrufsbelehrung

Verkäufe über WhatsApp-Gruppen stellen Fernabsatzgeschäfte dar. Händler in WhatsApp-Gruppen müssen alle Pflichten des Fernabsatzes daher so erfüllen, als würden Sie über eine eigene Verkaufspräsenz verkaufen. Insbesondere ist auch Verbrauchern in WhatsApp-Gruppen das gesetzliche **Widerrufsrecht** einzuräumen.

Verkäufe über WhatsApp-Gruppen finden statt, indem ein (privates) Mitglied auf eine Produktvorstellung des Händlers einen Kaufwunsch äußert.

Direkte Online-Bestellfunktionen existieren (bisher) nicht.

Auf den Kaufwunsch des Mitglieds hin unterbreitet der Händler entweder über die Gruppe oder per Privatnachricht ein konkretes Verkaufsangebot, das das Gegenüber annehmen oder ablehnen kann.

Da dieses Verkaufsangebot einen fernabsatzrechtlichen Vertragsprozess einleitet, sind Händler in WhatsApp-Gruppen **zwingend** gehalten, diesen konkreten Angeboten (also der Nachricht an einen Interessenten auf eine Anzeige in der Gruppe hin) Rechtstexte in Form von

- AGB mit fernabsatzrechtlichen Kundeninformationen
- der Widerrufsbelehrung

beizufügen.

Idealerweise sollten diese Rechtstexte als **PDF-Dateien** bereitgestellt werden. Liegen Sie dem Käufer bereits mit dem Vertragsangebot nämlich auf einem dauerhaften Datenträger vor, müssen Sie vom Händler nicht nachvertraglich erneut übermittelt werden.

**Tipp:**

Die IT-Recht Kanzlei bietet [rechtskonforme Rechtstexte für Verkäufe über WhatsApp-Gruppen für nur 9,90€ zzgl. USt. im Monat an](#), welche die Schritte des Vertragsschlusses vollständig abbilden und Händlern auf WhatsApp so ein rechtskonformes Auftreten ermöglichen.

## 4.) Pflichtangaben bei Produktvorstellungen innerhalb der Gruppe

Händler, die in WhatsApp-Gruppen Produkte vorstellen, damit sich Interessenten mit Kaufanfragen an sie wenden, haben schon innerhalb dieser Vorstellungen gewisse Pflichten zu beachten.

Dies gilt deshalb, weil solche Produktvorstellungen als Werbung im Rechtssinne gelten.

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,

- Textilkennzeichnungsvorschriften
- Jugendschutzgesetze
- Vorschriften für gesundheitsbezogene Werbung
- spezielle Kennzeichnungspflichten für die Werbung in bestimmten Produktkategorien (etwa Energieverbrauchsinformationen für relevante Produkte, Warnhinweise für Spielzeug, Warnhinweise für Biozide etc.)

Auch und vor allem im Bereich der Preisangaben sind in der Werbung gewisse Vorgaben zu berücksichtigen. Die Angabe von Preisen in den Produktvorstellungen 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:

### a) Angabe des Gesamtpreises und Hinweis auf Umsatzsteuer

Nach § 3 Abs. 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.

Ist der Händler Kleinunternehmer, muss er stattdessen in seiner Produktvorstellung in der WhatsApp-Gruppe bei Erwähnung eines Preises formulieren: „Kein Ausweis der MwSt. gem. § 19 UStG“.

## b) Hinweis auf Versandkosten

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

## c) Grundpreise

Muss für das Produkt ein Grundpreis angegeben werden, ist dieser gemäß § 4 Abs. 1 PAngV auch in der Produktvorstellung innerhalb der WhatsApp-Gruppe anzuführen, wenn ein Gesamtpreis angegeben wird.

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

## 5.) Pflichtangaben bei konkreten Angeboten an Interessenten

Unterbreiten Händler Mitgliedern auf eine Produktvorstellung innerhalb der Gruppe hin konkrete Angebote, sind dort neben der Pflicht zur Bereitstellung von AGB und Widerrufsbelehrung (s.o.) ebenfalls weitere Pflichten zu beachten.

Konkret muss der Händler in seinem Angebot folgende Informationen bereitstellen:

- die konkreten Versandkosten und die zur Verfügung stehenden Zahlungsmöglichkeiten
- 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 (Textilien
- Kennzeichnungspflichten für Angebote spezieller Produktkategorien (etwa die Textilkennzeichnung, Spielzeugwarnhinweise, Pflicht zur Aufklärung über Inhaltsstoffe von Kosmetika etc.)

## IV. Fazit

WhatsApp-Verkaufsgruppen sind trotz besonderer Intimität zwischen Händlern und privaten Kaufinteressenten kein rechtsfreier Raum. Vielmehr treten Händler auch in solchen Gruppen als Unternehmer im Rechtssinne auf und sind bei Vorstellung Ihrer Produkte innerhalb der Gruppe und beim Unterbreiten konkreter Verkaufsangebote an alle Vorschriften des Verbraucherfernabsatzrechts gebunden. Dieses zwingt auch in WhatsApp-Gruppen zur Vorhaltung vollständiger und rechtskonformer Rechtstexte sowie zur korrekten Umsetzung aller rechtlichen Vorgaben für Angebote und Werbung.

Autor:

**RA Phil Salewski**

Rechtsanwalt