Zur Belehrung über das Widerrufsrecht im Fernabsatzrecht auf einer Bestellpostkarte mittels Hyperlinks

Europäischer Gerichtshof

Urteil vom 23.01.2019

Az.: C-430/17

In der Rechtssache C-430/17

betreffend ein Vorabentscheidungsersuchen nach Art. 267 AEUV, eingereicht vom Bundesgerichtshof (Deutschland) mit Entscheidung vom 14. Juni 2017, beim Gerichtshof eingegangen am 17. Juli 2017, in dem Verfahren

Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG

gegen

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e. V.

erlässt

DER GERICHTSHOF

unter Mitwirkung des Präsidenten der Vierten Kammer (…) in Wahrnehmung der Aufgaben des Präsidenten der Dritten Kammer sowie der Richter (…)
Generalanwalt: (…)

Kanzler: (…)

aufgrund des schriftlichen Verfahrens und auf die mündliche Verhandlung vom 7. Juni 2018,

(…)

nach Anhörung der Schlussanträge des Generalanwalts in der Sitzung vom 20. September 2018

folgendes Urteil

Das Vorabentscheidungsersuchen betrifft die Auslegung von Art. 6 Abs. 1 Buchst. h und Art. 8 Abs. 4 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).

Dieses Ersuchen ergeht im Rahmen eines Rechtsstreits zwischen der Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG, einer Gesellschaft deutschen Rechts, und der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e. V. (im Folgenden: Zentrale) über die Information über das Widerrufsrecht des Verbrauchers in der Werbung, die von dieser Gesellschaft in Form eines Werbeprospekts als Beilage zu verschiedenen Zeitungen und Zeitschriften gemacht wurde.

Rechtlicher Rahmen

Unionsrecht

Charta

Art. 11 („Freiheit der Meinungsäußerung und Informationsfreiheit“) der Charta der Grundrechte der Europäischen Union (im Folgenden: Charta) sieht in Abs. 1 vor:

„Jede Person hat das Recht auf freie Meinungsäußerung. Dieses Recht schließt die Meinungsfreiheit und die Freiheit ein, Informationen und Ideen ohne behördliche Eingriffe und ohne Rücksicht auf Staatsgrenzen zu empfangen und weiterzugeben.“

Art. 16 („Unternehmerische Freiheit“) der Charta lautet:

„Die unternehmerische Freiheit wird nach dem Unionsrecht und den einzelstaatlichen Rechtsvorschriften und Gepflogenheiten anerkannt.“

Art. 38 („Verbraucherschutz“) der Charta bestimmt:

„Die Politik der Union stellt ein hohes Verbraucherschutzniveau sicher.“

Richtlinie 2011/83

In den Erwägungsgründen 3 bis 5, 7, 34, 36 und 44 der Richtlinie 2011/83 heißt es:

„(3) Artikel 169 Absatz 1 und Artikel 169 Absatz 2 Buchstabe a [AEUV] sehen vor, dass die Union durch Maßnahmen, die sie nach Artikel 114 [AEUV] erlässt, einen Beitrag zur Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzniveaus leistet.

(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 bei gleichzeitiger Wahrung des Subsidiaritätsprinzips 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 beitragen.

(7) Die vollständige Harmonisierung einiger wesentlicher Aspekte der einschlägigen Regelungen sollte die Rechtssicherheit für Verbraucher wie Unternehmer erheblich erhöhen. … Darüber hinaus sollten die Verbraucher in den Genuss eines hohen, einheitlichen Verbraucherschutzniveaus in der gesamten Union kommen.

(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. …

(36) Bei Fernabsatzverträgen sollten die Informationspflichten so angepasst werden, dass den technischen Beschränkungen, denen bestimmte Medien unterworfen sind, Rechnung getragen werden kann, wie zum Beispiel der beschränkten Anzahl der Zeichen auf bestimmten Displays von Mobiltelefonen oder dem Zeitrahmen für Werbespots im Fernsehen. In diesen Fällen sollte sich der Unternehmer an Mindestanforderungen hinsichtlich der Information halten und den Verbraucher an eine andere Informationsquelle verweisen, beispielsweise durch Angabe einer gebührenfreien Telefonnummer oder eines Hypertext-Links zu einer Webseite des Unternehmers, auf der die einschlägigen Informationen unmittelbar abrufbar und leicht zugänglich sind.

(44) Durch Unterschiede in der Art und Weise der Ausübung des Widerrufsrechts in den Mitgliedstaaten sind den im grenzüberschreitenden Handel tätigen Unternehmern Kosten entstanden. Die Einführung eines harmonisierten Musterformulars für den Widerruf, das der Verbraucher benutzen kann, sollte das Widerrufsverfahren vereinfachen und für Rechtssicherheit sorgen. Aus diesen Gründen sollten die

Mitgliedstaaten über das unionsweit einheitliche Musterformular hinaus keine weiteren Anforderungen an die optische Gestaltung des Widerrufs – etwa in Bezug auf die Schriftgröße – stellen. Dem Verbraucher sollte es jedoch nach wie vor freistehen, den Vertrag mit seinen eigenen Worten zu widerrufen, vorausgesetzt, seine an den Unternehmer gerichtete Erklärung, aus der seine Widerrufsentscheidung hervorgeht, ist unmissverständlich. Diese Anforderung könnte durch einen Brief, einen Telefonanruf oder durch die Rücksendung der Waren, begleitet von einer deutlichen Erklärung, erfüllt sein; die Beweislast, dass der Widerruf innerhalb der in der Richtlinie festgelegten Fristen erfolgt ist, sollte jedoch dem Verbraucher obliegen. …“

Art. 1 („Gegenstand“) dieser Richtlinie bestimmt:

„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.“

In Art. 2 („Begriffsbestimmungen“) der Richtlinie heißt es:

„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;“

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:

h) im Falle des Bestehens eines Widerrufsrechts die Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung dieses Rechts gemäß Artikel 11 Absatz 1 sowie das Muster-Widerrufsformular gemäß Anhang I Teil B;

(4) Die Informationen nach Absatz 1 Buchstabe… h … können mittels der Muster-Widerrufsbelehrung gemäß Anhang I Teil A gegeben werden. Die Informationspflicht des Unternehmers gemäß Absatz 1 Buchstabe… h … 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. …“

In Art. 8 („Formale Anforderungen bei Fernabsatzverträgen“) der Richtlinie 2011/83 heißt es:

„(1) Bei Fernabsatzverträgen erteilt der Unternehmer die in Artikel 6 Absatz 1 vorgeschriebenen Informationen dem Verbraucher in klarer und verständlicher Sprache in einer den benutzten Fernkommunikationsmitteln angepassten Weise bzw. stellt diese Informationen entsprechend zur Verfügung. Soweit diese Informationen auf einem dauerhaften Datenträger bereitgestellt werden, müssen sie lesbar sein.

(4) Wird der Vertrag mittels eines Fernkommunikationsmittels geschlossen, auf dem für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung steht, so hat der Unternehmer über das jeweilige

Fernkommunikationsmittel vor dem Abschluss des Vertrags zumindest diejenigen vorvertraglichen Informationen zu erteilen, die die in Artikel 6 Absatz 1 Buchstaben a, b, e, h und o genannten wesentlichen Merkmale der Waren oder Dienstleistungen, die Identität des Unternehmers, den Gesamtpreis, das Widerrufsrecht, die Vertragslaufzeit und die Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge betreffen. Die anderen in Artikel 6 Absatz 1 genannten Informationen hat der Unternehmer dem Verbraucher in geeigneter Weise im Einklang mit Absatz 1 dieses Artikels zu erteilen.

(7) Der Unternehmer stellt dem Verbraucher die Bestätigung des geschlossenen Vertrags innerhalb einer angemessenen Frist nach dem Abschluss des Fernabsatzvertrags auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung, und zwar spätestens bei der Lieferung der Waren oder bevor die Ausführung der Dienstleistung beginnt. Diese Bestätigung enthält:

a) alle in Artikel 6 Absatz 1 genannten Informationen, es sei denn, der Unternehmer hat dem Verbraucher diese Informationen bereits vor dem Abschluss des Fernabsatzvertrags auf einem dauerhaften Datenträger zukommen lassen …“

Art. 9 („Widerrufsrecht“) dieser Richtlinie sieht in seinen Abs. 1 und 2 vor:

„(1) Sofern nicht eine der Ausnahmen gemäß Artikel 16 Anwendung findet, steht dem Verbraucher eine Frist von 14 Tagen zu, in der er einen Fernabsatz- oder einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag ohne Angabe von Gründen und ohne andere Kosten als in Artikel 13 Absatz 2 und Artikel 14 vorgesehen widerrufen kann.

(2) Unbeschadet des Artikels 10 endet die in Absatz 1 dieses Artikels vorgesehene Widerrufsfrist [14 Tage ab dem Tag] …“

Art. 11 („Ausübung des Widerrufsrechts“) dieser Richtlinie lautet:

„(1) Der Verbraucher informiert den Unternehmer vor Ablauf der Widerrufsfrist über seinen Entschluss, den Vertrag zu widerrufen. Der Verbraucher kann zu diesem Zweck entweder

a) das Muster-Widerrufsformular des Anhangs I Teil B verwenden oder

b) eine entsprechende Erklärung in beliebiger anderer Form abgeben, aus der sein Entschluss zum Widerruf des Vertrags eindeutig hervorgeht.

Die Mitgliedstaaten legen für das Muster-Widerrufsformular keine weiteren Formvorschriften außer den in Anhang I Teil B genannten fest.

(3) Der Unternehmer kann dem Verbraucher zusätzlich zu den in Absatz 1 genannten Möglichkeiten auch die Wahl einräumen, entweder das Muster-Widerrufsformular des Anhangs I Teil B oder eine entsprechende eindeutige Erklärung in beliebiger anderer Form auf der Webseite des Unternehmers elektronisch auszufüllen und abzuschicken. In diesen Fällen hat der Unternehmer dem Verbraucher unverzüglich auf einem dauerhaften Datenträger eine Bestätigung über den Eingang eines solchen Widerrufs zu übermitteln. …“

Art. 12 („Wirkungen des Widerrufs“) dieser Richtlinie lautet:

„Mit der Ausübung des Widerrufsrechts enden die Verpflichtungen der Vertragsparteien

a) zur Erfüllung des Fernabsatz- oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrags oder

b) zum Abschluss des Fernabsatz- oder außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossenen Vertrags, sofern der Verbraucher dazu ein Angebot abgegeben hat.“

Anhang I dieser Richtlinie, der die „Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts“ betrifft, enthält einen Teil A („Muster-Widerrufsbelehrung“) und einen Teil B

(„Muster-Widerrufsformular“).

Deutsches Recht

§ 355 („Widerrufsrecht bei Verbraucherverträgen“) des Bürgerlichen Gesetzbuchs (im Folgenden: BGB) bestimmt in Abs. 1:

„Wird einem Verbraucher durch Gesetz ein Widerrufsrecht nach dieser Vorschrift eingeräumt, so sind der Verbraucher und der Unternehmer an ihre auf den Abschluss des Vertrags gerichteten Willenserklärungen nicht mehr gebunden, wenn der Verbraucher seine Willenserklärung fristgerecht widerrufen hat. Der Widerruf erfolgt durch Erklärung gegenüber dem Unternehmer. Aus der Erklärung muss der Entschluss des Verbrauchers zum Widerruf des Vertrags eindeutig hervorgehen. Der Widerruf muss keine Begründung enthalten. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs.“

§ 312g („Widerrufsrecht“) BGB sieht in Abs. 1 vor:

„Dem Verbraucher steht bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und bei Fernabsatzverträgen ein Widerrufsrecht gemäß § 355 [BGB] zu.“

In Art. 246a („Informationspflichten bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und Fernabsatzverträgen mit Ausnahme von Verträgen über Finanzdienstleistungen“) des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuch heißt es in § 1:

(2) Steht dem Verbraucher ein Widerrufsrecht nach § 312g Absatz 1 [BGB] zu, ist der Unternehmer verpflichtet, den Verbraucher zu informieren

1. über die Bedingungen, die Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts nach § 355 Absatz 1 [BGB] sowie das Muster-Widerrufsformular in der Anlage 2, …“

Ausgangsrechtsstreit und Vorlagefragen

Walbusch Walter Busch ließ 2014 einen sechsseitigen Werbeprospekt im Format von 19 x 23,7 cm als Beilage zu verschiedenen Zeitschriften und Zeitungen verbreiten. Dieser Prospekt enthielt einen Bestellschein in Form einer heraustrennbaren Postkarte. Auf das Widerrufsrecht wurde sowohl auf der Vorder- als auch auf der Rückseite der Postkarte, auf der auch die Telefon- und Faxnummer, die Internetadresse und die Postanschrift von Walbusch Walter Busch genannt waren, hingewiesen. Auf der angegebenen Website www.klepper.net erschienen unter dem Link „AGB“ (Allgemeine Geschäftsbedingungen) die Widerrufsbelehrung und das Muster-Widerrufsformular.

Die Zentrale war der Auffassung, dass der betreffende Prospekt unlauter sei, weil es an einer ordnungsgemäßen Widerrufsbelehrung über das Widerrufsrecht des Verbrauchers fehle und dem Prospekt das Muster-Widerrufsformular nicht beigefügt gewesen sei.

Sie erhob daher Klage beim Landgericht Wuppertal (Deutschland) auf Unterlassung der Verbreitung des Prospekts und auf Erstattung von ihr getragener vorgerichtlicher Kosten.

Das Landgericht Wuppertal gab der Klage statt, diese Entscheidung wurde jedoch vom Oberlandesgericht Düsseldorf (Deutschland) teilweise abgeändert.

Walbusch Walter Busch legte gegen das Urteil des Oberlandesgerichts Düsseldorf Revision zum Bundesgerichtshof (Deutschland) ein.

Das vorlegende Gericht führt aus, dass die Postkarte, die Teil des betreffenden Prospekts sei, auf ihrer Vorder- und Rückseite zwar auf das Bestehen eines gesetzlichen Widerrufsrechts hinweise, in dem Prospekt jedoch kein Hinweis zu den Bedingungen, den Fristen und den Verfahren für die Ausübung dieses Rechts zu finden sei und er kein

Muster-Widerrufsformular enthalte.

Bei der Auslegung von Art. 8 Abs. 4 der Richtlinie 2011/83 könne im Fall eines Fernkommunikationsmittels, auf dem für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung stehe, hinsichtlich des Umfangs der Pflicht, den Verbraucher zu informieren, insoweit zwei verschiedenen Ansätzen gefolgt werden.

Gemäß einem ersten Ansatz komme diese Bestimmung zur Anwendung, wenn, abstrakt betrachtet, das Fernkommunikationsmittel seiner Art nach nur begrenzten Raum oder begrenzte Zeit zur Verfügung stelle. So müssten etwa in Katalogen und Broschüren stets sämtliche Angaben zum Widerrufsrecht gemacht werden, während bei einer Zeitungsanzeige oder einem Flyer im Postkartenformat, die eine Bestellmöglichkeit eröffneten, der bloße Hinweis auf das Bestehen eines Widerrufsrechts ausreichen könnte.

Nach einem zweiten Ansatz wäre die konkrete Ausgestaltung des Fernkommunikationsmittels durch den Unternehmer maßgeblich, insbesondere seine Entscheidung zum Design, zum Layout, zur Grafik oder zum Umfang des Werbeträgers. Die in Art. 8 Abs. 4 der Richtlinie 2011/83 vorgesehene Ausnahme könne zur Anwendung kommen, wenn die vollständige Darstellung der Informationen zum Widerrufsrecht und seinen Modalitäten einen nennenswerten Anteil des Werbeträgers, beispielsweise mehr als 10 % seiner Fläche, einnehmen würde.

Zudem müsse die Auslegung dieser Bestimmung der Richtlinie 2011/83 die in Art. 16 der Charta gewährleistete unternehmerische Freiheit berücksichtigen. Wie aus dem Urteil des Gerichtshofs vom 17. Dezember 2015, Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823, Rn. 67), hervorgehe, umfasse diese Freiheit insbesondere die Werbefreiheit, da die Freiheit des Unternehmers bei der Wahl seiner Werbemittel gemäß Art. 52 Abs. 1 der Charta nicht unverhältnismäßig eingeschränkt werden dürfe.

Einerseits könnte die Pflicht, in einer Werbung alle erforderlichen Informationen zum Widerrufsrecht anzugeben, den Nutzen bestimmter Formen von Werbebotschaften für den Unternehmer negativ beeinträchtigen, weil die Gefahr bestehe, dass diese Informationen die Werbebotschaften dominierten. Andererseits wäre der Verbraucher in einer solchen Situation mit einer großen Menge an Informationen konfrontiert, die er nicht in gebotener Weise zur Kenntnis nehmen könne.

Vor diesem Hintergrund hat der Bundesgerichtshof beschlossen, das Verfahren auszusetzen und dem Gerichtshof folgende Fragen zur Vorabentscheidung vorzulegen:

1. Kommt es bei der Anwendung von Art. 8 Abs. 4 der Richtlinie 2011/83 für die Frage, ob bei einem Fernkommunikationsmittel (hier: Werbeprospekt mit Bestellpostkarte) für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum oder begrenzte Zeit zur Verfügung steht, darauf an,

a) ob das Fernkommunikationsmittel (abstrakt) seiner Art nach nur begrenzten Raum oder begrenzte Zeit zur Verfügung stellt,

oder darauf,

b) ob es (konkret) in seiner vom Unternehmer gewählten Gestaltung nur begrenzten Raum oder begrenzte Zeit bietet?

2. Ist es mit Art. 8 Abs. 4 und Art. 6 Abs. 1 Buchst. h der Richtlinie 2011/83 vereinbar, die Information über das Widerrufsrecht im Fall begrenzter Darstellungsmöglichkeit im Sinne von Art. 8 Abs. 4 der Richtlinie 2011/83 auf die Information über das Bestehen eines Widerrufsrechts zu beschränken?

3. Ist es nach Art. 8 Abs. 4 und Art. 6 Abs. 1 Buchst. h der Richtlinie 2011/83 vor einem Vertragsabschluss im Fernabsatz auch im Fall begrenzter Darstellungsmöglichkeit stets zwingend geboten, dem Fernkommunikationsmittel das Muster-Widerrufsformular gemäß Anhang I Teil B der Richtlinie

2011/83 beizufügen?

Zu den Vorlagefragen

Mit seinen Fragen, die zusammen zu prüfen sind, möchte das vorlegende Gericht wissen, nach welchen Kriterien zu beurteilen ist, ob ein Vertrag als mittels eines Fernkommunikationsmittels im Sinne von Art. 8 Abs. 4 der Richtlinie 2011/83 geschlossen angesehen werden kann, auf dem für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung steht, und gegebenenfalls, welchen Umfang die Informationspflicht zum Widerrufsrecht nach Art. 6 Abs. 1 Buchst. h dieser Richtlinie hat.

Vorab ist darauf hinzuweisen, dass der Unternehmer nach Art. 6 Abs. 1 der Richtlinie 2011/83 den Verbraucher, bevor er durch einen Vertrag im Fernabsatz oder einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag oder ein entsprechendes Vertragsangebot gebunden ist, in klarer und verständlicher Weise über diesen Vertrag oder dieses Angebot informiert. Insbesondere verpflichtet Art. 6 Abs. 1 Buchst. h dieser Richtlinie im Fall des Bestehens des Widerrufsrechts den Unternehmer, den Verbraucher über die Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung dieses Rechts gemäß Art. 11 Abs. 1 dieser Richtlinie zu informieren und ihm das Muster-Widerrufsformular gemäß deren Anhang I Teil B zur Verfügung zu stellen.

Art. 11 Abs. 1 der Richtlinie 2011/83 sieht vor, dass der Verbraucher, der beabsichtigt, sein Widerrufsrecht auszuüben, den Unternehmer informieren muss, indem er das Muster-Widerrufsformular des Anhangs I Teil B dieser Richtlinie verwendet oder eine entsprechende Erklärung in beliebiger anderer Form abgibt, aus der sein Entschluss zum Widerruf des Vertrags eindeutig hervorgeht. Außerdem bestimmt Art. 11 Abs. 3 dieser Richtlinie, dass der Unternehmer dem Verbraucher zusätzlich zu den in deren Art. 11 Abs. 1 genannten Möglichkeiten auch die Wahl einräumen kann, entweder

das Muster-Widerrufsformular des Anhangs I Teil B oder eine entsprechende eindeutige Erklärung in beliebiger anderer Form auf der Website des Unternehmers elektronisch auszufüllen und abzuschicken.

Für den Fall, dass der Vertrag mittels eines Fernkommunikationsmittels geschlossen wird, auf dem für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung steht, verpflichtet Art. 8 Abs. 4 der Richtlinie 2011/83 den Unternehmer nur, über das jeweilige Fernkommunikationsmittel vor dem Abschluss des Vertrags bestimmte der in Art. 6 Abs. 1 dieser Richtlinie genannten vorvertraglichen Informationen zu erteilen, darunter die in Art. 6 Abs. 1 Buchst. h dieser Richtlinie genannte Information über das Widerrufsrecht. In einem solchen Fall müssen dem Verbraucher die anderen vorvertraglichen Informationen in klarer und verständlicher Sprache in einer den benutzten Fernkommunikationsmitteln angepassten Weise erteilt werden.

Wie aus Art. 1 der Richtlinie 2011/83 im Licht ihrer Erwägungsgründe 4, 5 und 7 hervorgeht, bezweckt sie, 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 (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 2. März 2017, Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main, C-568/15, EU:C:2017:154, Rn. 28).

Die Richtlinie 2011/83 zielt darauf ab, den Verbrauchern einen weitreichenden Schutz zukommen zu lassen, indem ihnen insbesondere bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz bestimmte Rechte gewährt werden. Der Unionsgesetzgeber wollte verhindern, dass die Verwendung von Fernkommunikationstechniken zu einer Verringerung der dem Verbraucher vermittelten Information führt (vgl. entsprechend Urteil vom 5. Juli 2012, Content Services, C-49/11, EU:C:2012:419, Rn. 36).

Die Informationen, die ein Verbraucher vor Abschluss eines Vertrags über dessen Bedingungen und die Folgen des Vertragsschlusses erhalten hat, sind für ihn von grundlegender Bedeutung (Urteil vom 13. September 2018, Wind Tre und Vodafone Italia, C-54/17 und C-55/17, EU:C:2018:710, Rn. 46). Auf der Grundlage dieser Informationen entscheidet der Verbraucher sich nämlich, ob er sich gegenüber dem Unternehmer vertraglich binden möchte.

Wie jedoch aus dem 36. Erwägungsgrund der Richtlinie 2011/83 hervorgeht, sollten bei Fernabsatzverträgen die Informationspflichten so angepasst werden, dass den technischen Beschränkungen, denen bestimmte Medien unterworfen sind, Rechnung getragen werden kann, wie zum Beispiel der beschränkten Anzahl der Zeichen auf bestimmten Displays von Mobiltelefonen oder dem Zeitrahmen für Werbespots im Fernsehen. In diesen Fällen sollte sich der Unternehmer an Mindestanforderungen hinsichtlich der Information halten und den Verbraucher an eine andere Informationsquelle verweisen, beispielsweise durch Angabe einer gebührenfreien Telefonnummer oder eines Hypertext-Links zu einer Internetseite des Unternehmers, auf der die einschlägigen Informationen unmittelbar abrufbar und leicht zugänglich sind.

So kann es dem Unternehmer, wenn er für den Abschluss eines Vertrags mit einem Verbraucher auf ein bestimmtes Fernkommunikationsmittel zurückgreift, unmöglich sein, dem Verbraucher im Rahmen dieser Kommunikation alle in Art. 6 Abs. 1 der Richtlinie 2011/83 genannten Informationen zu erteilen. Zu einer solchen Situation kommt es, wenn auf dem vom Unternehmer gewählten Mittel für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung steht und wenn dies entweder auf die dem betreffenden Mittel innewohnenden Eigenschaften oder auf die Begrenzungen zurückzuführen ist, die sich aus der wirtschaftlichen Entscheidung des Unternehmers u. a. bezüglich der Dauer und dem Raum der Werbebotschaft ergeben.

Die Frage, ob in einem konkreten Fall auf dem Kommunikationsmittel für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit im Sinne von Art. 8 Abs. 4 der Richtlinie 2011/83 zur Verfügung steht, ist unter Berücksichtigung sämtlicher technischer Eigenschaften der Werbebotschaft des Unternehmers zu beurteilen. Hierbei ist zu prüfen, ob unter Berücksichtigung des Raumes und der Zeit, die von der Botschaft eingenommen werden, und der Mindestgröße des Schrifttyps, der für einen durchschnittlichen Verbraucher, an den diese Botschaft gerichtet ist, angemessen ist, alle in Art. 6 Abs. 1 der Richtlinie 2011/83 genannten Informationen objektiv in dieser Botschaft dargestellt werden könnten. Hingegen sind die vom betreffenden Unternehmer getroffenen Entscheidungen hinsichtlich der Aufteilung und der Nutzung des Raumes und der Zeit, über die er gemäß dem Kommunikationsmittel verfügt, für das er sich entschieden hat, für diese Beurteilung irrelevant.

Sollte festgestellt werden, dass auf dem Fernkommunikationsmittel für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung steht, ist dann zu prüfen, ob der Unternehmer gemäß Art. 8 Abs. 1 und 4 der Richtlinie 2011/83 dem Verbraucher die anderen in Art. 6 Abs. 1 dieser Richtlinie genannten Informationen auf andere Weise klar und verständlich erteilt hat.

Insoweit ist festzustellen, dass die in Art. 8 Abs. 1 und 4 der Richtlinie 2011/83 gefundene Lösung, wie sie in den Rn. 37 bis 40 des vorliegenden Urteils dargestellt worden ist, darauf abzielt, ein ausgewogenes Gleichgewicht zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen sicherzustellen, wie aus dem vierten Erwägungsgrund dieser Richtlinie hervorgeht.

Die Informationspflicht nach Art. 8 Abs.1 und 4 der Richtlinie 2011/83 ermöglicht dem Verbraucher nämlich, vor Abschluss des Fernabsatzvertrags in angemessener Form die erforderlichen Informationen zu erhalten, anhand deren er entscheiden kann,

den Vertrag abzuschließen oder nicht, und so dem im Allgemeininteresse liegenden legitimen Ziel des Schutzes der Verbraucher gemäß Art. 169 AEUV, auf das im dritten Erwägungsgrund dieser Richtlinie hingewiesen wird, zu genügen, ohne jedoch den Wesensgehalt der Meinungs- und Informationsfreiheit sowie die unternehmerische Freiheit des Unternehmers, wie sie in den Art. 11 und 16 der Charta gewährleistet werden, zu beeinträchtigen.

Insoweit ist Art. 8 Abs. 1 und 4 der Richtlinie 2011/83 zum einen weit davon entfernt, den Gebrauch bestimmter Kommunikationsmittel zu verbieten, sondern begrenzt lediglich in einem klar abgegrenzten Rahmen den Inhalt der Werbebotschaft, die auf den Abschluss eines Fernabsatzvertrags mit einem Verbraucher gerichtet ist. Zum anderen betrifft die Pflicht, unter allen Umständen die in Art. 8 Abs. 4 Satz 1 dieser Richtlinie genannten Informationen zu erteilen, nur bestimmte der Informationen, deren Mitteilung an den Verbraucher vor Abschluss des Fernabsatzvertrags gemäß Art. 6 Abs. 1 dieser Richtlinie verpflichtend ist. Wie in Rn. 40 des vorliegenden Urteils ausgeführt, müssen nämlich in dem in Art. 8 Abs. 4 dieser Richtlinie genannten Fall die anderen Informationen auf andere Weise klar und verständlich erteilt werden.

Zu diesen Informationen, die dem Verbraucher in jedem Fall erteilt werden müssen, gehört diejenige zum Widerrufsrecht, in der in Art. 6 Abs. 1 Buchst. h der Richtlinie 2011/83 genannten Form.

Das Widerrufsrecht soll den Verbraucher nämlich in der besonderen Situation eines Vertragsabschlusses im Fernabsatz schützen, in der er keine konkrete Möglichkeit hat, vor Abschluss des Vertrags das Erzeugnis zu sehen oder die Eigenschaften der Dienstleistung zur Kenntnis zu nehmen. Das Widerrufsrecht soll also den Nachteil ausgleichen, der sich für einen Verbraucher bei einem im Fernabsatz geschlossenen Vertrag ergibt, indem ihm eine angemessene Bedenkzeit

eingeräumt wird, in der er die Möglichkeit hat, die gekaufte Ware zu prüfen und auszuprobieren (vgl. entsprechend Urteil vom 3. September 2009, Messner, C-489/07, EU:C:2009:502, Rn. 20).

Angesichts der Bedeutung des Widerrufsrechts für den Verbraucherschutz ist die vorvertragliche Information über dieses Recht für den Verbraucher von grundlegender Bedeutung und erlaubt ihm, die Entscheidung, ob er den Fernabsatzvertrag mit dem Unternehmer abschließen soll oder nicht, in Kenntnis der Sachlage zu treffen. Um von dieser Information vollumfänglich profitieren zu können, muss der Verbraucher im Vorhinein die Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts kennen. Wird der Vertrag mittels eines Fernkommunikationsmittels geschlossen, auf dem für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung steht, ist der Unternehmer nicht verpflichtet, dem Verbraucher zeitgleich mit dem Einsatz dieses Kommunikationsmittels das Muster-Widerrufsformular gemäß Anhang I Teil B dieser Richtlinie zur Verfügung zu stellen. Zum einen ist nämlich der Umstand, anhand dieses Mittels vor dem Abschluss des Vertrags über ein solches Musterformular zu verfügen, nicht geeignet, die Entscheidung des Verbrauchers zu beeinflussen, einen Fernabsatzvertrag zu schließen oder nicht; zum anderen würde eine Pflicht, dem Verbraucher dieses Musterformular unter allen Umständen zur Verfügung zu stellen, die Gefahr in sich bergen, dem Unternehmer eine unverhältnismäßige – oder in bestimmten Fällen wie insbesondere telefonisch geschlossenen Verträgen – sogar untragbare Last aufzuerlegen. Insoweit ist die Mitteilung dieses Musterformulars auf andere Weise in klarer und verständlicher Sprache ausreichend.

Nach alledem ist auf die Vorlagefragen zu antworten,

– dass die Frage, ob in einem konkreten Fall auf dem Kommunikationsmittel für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung steht im

Sinne von Art. 8 Abs. 4 der Richtlinie 2011/83, unter Berücksichtigung sämtlicher technischer Eigenschaften der Werbebotschaft des Unternehmers zu beurteilen ist. Hierbei hat das nationale Gericht zu prüfen, ob – unter Berücksichtigung des Raumes und der Zeit, die von der Botschaft eingenommen werden, und der Mindestgröße des Schrifttyps, der für einen durchschnittlichen Verbraucher, an den diese Botschaft gerichtet ist, angemessen ist –, alle in Art. 6 Abs. 1 dieser Richtlinie genannten Informationen objektiv in dieser Botschaft dargestellt werden könnten;

– Art. 6 Abs. 1 Buchst. h und Art. 8 Abs. 4 der Richtlinie 2011/83 dahin auszulegen sind, dass – falls der Vertrag mittels eines Fernkommunikationsmittels geschlossen wird, auf dem für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung steht, und wenn ein Widerrufsrecht besteht – der Unternehmer über das jeweilige Fernkommunikationsmittel vor dem Abschluss des Vertrags die Information über die Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung dieses Rechts erteilen muss. In einem solchen Fall muss der Unternehmer dem Verbraucher das Muster-Widerrufsformular gemäß Anhang I Teil B dieser Richtlinie auf andere Weise in klarer und verständlicher Weise zur Verfügung stellen.

Kosten

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.