

Das Impressum meiner Unternehmens-Homepage – was muss ich rechtlich beachten?

Leitfaden zum Erstellen eines Internet-Impressums mit praktischen Anwendertipps



Inhalt

1. Die Impressumspflicht – um was geht es?	S. 3
2. Wer benötigt ein Impressum?	S. 4
3. Wie muss das Impressum gestaltet sein?	S. 6
4. Welche Angaben müssen ins Impressum?	S. 8
5. Treffen mich weitere Informationspflichten?.....	S. 12
6. Welche Folgen kann es haben, wenn ich die Impressumspflicht nicht (ausreichend) beachte?.....	S. 13
7. Checkliste: Impressumsangaben nach § 5 TMG	S. 14
8. Beispiel für ein Internet-Impressum einer Finanzanlagenvermittler-GmbH nach Erlaubniserteilung und Registrierung.....	S. 14
Impressum	S. 15

1. Die Impressumspflicht – um was geht es?

Heutzutage spielt eine Internetpräsenz (Homepage) für die gewerbliche Vermarktung von Waren und Dienstleistungen – sei es nun im Wege eines Online-Shops oder schlicht aus dem Grunde, um auf das eigene stationäre Geschäft aufmerksam zu machen – eine immer größere Rolle. Das Internet bietet die Möglichkeit, einen deutlich größeren Personenkreis zu erreichen, als dies über herkömmliche Printwerbung möglich ist. Auf der anderen Seite birgt das Internet allerdings die Gefahr, dass „schwarze Schafe“ unter dem Deckmantel der Anonymität die neuen Möglichkeiten der Vermarktung missbrauchen und dann für Geschädigte nicht greifbar sind.

Vor diesem Hintergrund hat der europäische Gesetzgeber die sogenannte Impressumspflicht eingeführt. In den Rechtsordnungen der europäischen Mitgliedstaaten ist diese jeweils in nationalen Gesetzen umgesetzt worden. In Deutschland befinden sich die relevanten Regelungen insbesondere in § 5 Telemediengesetz (TMG). In § 5 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 2 TMG sind die Grundangaben aufgelistet, die alle Diensteanbieter betreffen. § 5 Abs. 1 Nr. 3 bis Nr. 7 TMG gilt nur für bestimmte Diensteanbieter.

Mit der Verpflichtung, ein Impressum zu verwenden, verfolgt der Gesetzgeber mehrere Ziele. Einerseits soll dem potenziellen Vertragspartner des Homepagebetreibers ermöglicht werden, sich einen Überblick darüber zu verschaffen, an wen er sich im Falle eines Vertragsschlusses wenden muss, um seine Ansprüche durchzusetzen. Außerdem soll er hinreichende Informationen über denjenigen erhalten, an wen er selbst seine Leistung zu erbringen hat. Dabei geht es einerseits um Verbraucherschutz, wenn es sich beim potenziellen Vertragspartner des Diensteanbieters um einen Verbraucher handelt. Ein Interesse an Transparenz gilt aber genauso im Business-to-Business-Bereich (B2B-Bereich) und im Wettbewerbsverhältnis. Auch der geschäftlich tätige Nutzer hat ein berechtigtes Interesse, sich über potenzielle Vertragspartner sowie andere Marktteilnehmer und damit die Marktsituation zu informieren.

Abgesehen von der gesetzlichen Verpflichtung, für geschäftsmäßige Telemedien ein Impressum verfügbar zu halten, kann und sollte die Erstellung eines ansprechenden Impressums aber auch als Chance begriffen werden, sich von Mitbewerbern positiv abzusetzen.

2. Wer benötigt ein Impressum?

Nach der gesetzlichen Regelung des § 5 Abs. 1 Telemediengesetz (TMG) haben Diensteanbieter für geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene Telemedien im Einzelnen aufgeführte Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten.

Was heißt geschäftsmäßig?

Damit regelt das Gesetz, dass die Impressumspflicht nur geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene Telemedien betrifft. Allerdings findet sich im TMG keine exakte Definition des Merkmals „Geschäftsmäßigkeit“. Fest steht nur: Für rein private Internetauftritte gibt es keine Impressumspflicht. Außerdem erfordert ein geschäftsmäßiges Handeln wohl eine gewisse nachhaltige Tätigkeit, die sich nicht lediglich auf einen Einzelfall beschränkt. Allerdings ist in der Praxis oftmals unklar, ob ein Fall von „Geschäftsmäßigkeit“ vorliegt oder nicht. Jedenfalls ist davon auszugehen, dass der Begriff der „Geschäftsmäßigkeit“ mehr Konstellationen erfasst als der Begriff der „Gewerbsmäßigkeit“. Anders als für „Gewerbsmäßigkeit“ – diese setzt ein Handeln mit Gewinnerzielungsabsicht voraus – ist für das Vorliegen von „Geschäftsmäßigkeit“ nicht erforderlich, dass der Diensteanbieter mit Gewinnerzielungsabsicht handelt.

In der Regel (aber nicht zwingend!) gegen Entgelt angeboten

Für die Impressumspflicht spielt es keine Rolle, ob der Diensteanbieter die Telemedien unentgeltlich oder gegen Entgelt bereithält; für jede Unternehmenshomepage gilt die Impressumspflicht des § 5 TMG. Nur solche Internetseiten, die ausschließlich privaten Zwecken dienen und keine Dienstleistungen bereitstellen, die sonst nur gegen Entgelt verfügbar sind, sowie entsprechende Informationsangebote von Idealvereinen benötigen kein Impressum.

Aber Achtung:

Setzen eines Hyperlinks auf eine kommerzielle Seite

Wird auf einer rein privaten Homepage ein Hyperlink gesetzt, der auf eine kommerzielle Seite führt, bedeutet dies für sich allein gesehen noch nicht, dass für die besagte private Homepage eine Impressumspflicht besteht. Etwas anderes gilt aber dann, wenn der Hyperlink gegen Entgelt gesetzt wurde. Dann liegt keine rein private beziehungsweise ausschließlich privat genutzte Internetseite mehr vor, sodass von „Geschäftsmäßigkeit“ auszugehen ist. Das ist beispielsweise auch dann der Fall, wenn mit Werbeanzeigen oder Werbebannern auf privaten Internetseiten – wenn auch nur geringe – Einkünfte erzielt werden.

Internetportale

Bei Internetportalen ist zwischen dem Portalbetreiber auf der einen Seite und den einzelnen Anbietern, die sich des Portals bedienen, zu unterscheiden. Die Impressumspflicht trifft sowohl den Portalbetreiber als auch die Anbieter für ihre Unterseiten, sofern sie geschäftsmäßige Teledienste anbieten. Dies gilt trotz der Tatsache, dass die einzelnen Anbieter das Portal als solches selbst nicht betreiben. Wer beispielsweise als Immobilienmakler auf einem Immobilien-Suchportal Immobilien einstellt, unterliegt damit selbst der Impressumspflicht. Gleiches gilt für einen KFZ-Händler, der auf einer Gebrauchtwagenplattform seine Autos anbietet. Ebenso muss derjenige, der geschäftsmäßig Waren über die Auktionsplattform eBay versteigert, über ein eigenes Impressum verfügen.

AKTUELLE RECHTSPRECHUNG

Landgericht Stuttgart,

Urteil vom 24.04.2014, Az.: 11 O 72/14:

Das Gericht entschied, ein Anwalt müsse ein Impressum vorhalten, wenn er Werbung auf einer Anwaltssuchseite platziert. Der Link auf die Homepage genüge nicht.

Landgericht München I,

Urteil vom 19.11.2013, Az.: 33 O 9802/13:

Das LG urteilte, dass ein Immobilienmakler, der auf einer Vermittlungsplattform konkrete Angebote bewirbt, ein Impressum vorhalten müsse. Der Link auf die Homepage des Maklers reiche nicht aus.

Social Media und M-Commerce

Die Impressumspflicht beschränkt sich nicht nur auf Internetseiten, sondern geht weiter: Auch bei einem Unternehmensaccount auf dem Kurznachrichtendienst twitter.com oder der Social-Media-Plattform facebook.com ist von der Rechtsprechung eine Impressumspflicht bejaht worden. Gleiches gilt für Anwendungen im Rahmen des sogenannten M-Commerce (Geschäftsverkehr über mobile Endgeräte auf Basis ortsunabhängig nutzbarer Mobilfunksysteme). Dabei geht es sowohl um den mobilen Abruf von Internet-Diensten als auch um rein mobile Anwendungen wie Ortungsdienste.



AKTUELLE RECHTSPRECHUNG

LG München I,

Urteil vom 03.06.2014, Az.: 33 O 4149/14:

Das Gericht urteilte, auch bei einer Basis-Mitgliedschaft auf dem Portal XING bestehe eine Impressumspflicht. Das Gericht verneinte im konkreten Fall aber einen Unterlassungsanspruch mangels wettbewerbsrechtlicher Relevanz.

LG Dortmund,

Urteil vom 14.05.2014, Az.: 5 O 107/14:

Im konkreten Fall entschied das Gericht, ein fehlendes Impressum auf dem XING-Profil eines Rechtsanwalts stelle keinen spürbaren Wettbewerbsverstoß dar.

Anders:

OLG Stuttgart,

Anerkenntnisurteil vom 20.11.2014, Az.: 2 U 95/14:

Nach Auffassung des Oberlandesgerichts Stuttgart seien XING-Personenprofile keine selbstständigen Telemedien im Sinne des § 5 TMG, sondern lediglich unselbstständige Teile der von der XING-AG betriebenen Plattform. Daher werde durch die Teilnahme an dem Onlinedienst keine Impressumspflicht ausgelöst.



PRAXISTIPP: Aufgrund der uneinheitlichen Rechtsprechung in dieser Frage empfiehlt es sich bis auf weiteres, der Auffassung jener Gerichte zu folgen, die eine Anbieterkennzeichnung für erforderlich halten.

3. Wie muss das Impressum gestaltet sein?

Leicht erkennbar

Nach dem Willen des Gesetzgebers sollen die Impressumsangaben als solche leicht erkennbar sein. Das heißt zunächst einmal, dass Nutzer die Informationen einfach und effektiv optisch wahrnehmen können. Die gewählte Schriftgröße und Schriftart sollten so beschaffen sein, dass der Nutzer die Angaben beziehungsweise auch den dorthin führenden Link unabhängig von den individuellen Browser-Einstellungen gut wahrnehmen kann. Daher sollte die Schriftfarbe vom Hintergrund deutlich abgehoben sein.

Leichte Erkennbarkeit setzt zudem voraus, dass die Angaben an gut wahrnehmbarer Stelle stehen und der Nutzer nicht lange nach ihnen suchen muss. Die Informationen sollten nicht ausschließlich in Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder in Datenschutzerklärungen angegeben werden, da dies teilweise als problematisch angesehen worden ist.

Der Diensteanbieter muss die Information in einem Dateiformat angeben, das mit den Standardeinstellungen gängiger Internet-Browser lesbar ist, ohne dass etwa vorher eine besondere Lesesoftware installiert werden muss. Besonders verbreitete Formate, wie etwa PDF-Dateien, sind aber möglich. Es genügt, wenn die Seite des Impressums den HTML-Spezifikationen entspricht, sodass Nutzer die Seite mit jedem HTML-konformen Browser lesen können. Bisweilen stellt sich die Frage, in welcher Sprache beziehungsweise in welchen Sprachen das Impressum zu verfassen ist. Insoweit dürfte es ausreichend sein, wenn die Informationen in der Sprache gehalten sind, in der auch die übrigen Inhalte der Seite erscheinen.

Ob ein vorheriges Scrollen des Bildschirms, um die Information lesen zu können, der leichten Erkennbarkeit entgegensteht, ist in Rechtsprechung und Rechtsliteratur umstritten. Diverse Gerichte haben dies jedenfalls bejaht. Auch wenn die Beurteilung letztlich von den Gegebenheiten im Einzelfall abhängen dürfte, sollte vor dem Hintergrund der zitierten kritischen Rechtsprechung aus Gründen der Vorsicht darauf geachtet werden, dass das Impressum ohne vorheriges Scrollen des Bildschirms erkennbar ist.



PRAXISTIPP: Für den Link zum Impressum gelten die gleichen Anforderungen wie für die Information selbst.

Das Gesetz gibt nicht vor, welche Bezeichnung der Link tragen soll. Es kommt jedenfalls darauf an, dass der Nutzer anhand der Bezeichnung des Links erkennen kann, dass er dort die gesuchten Impressumsangaben findet. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (BGH) ist dem durchschnittlich informierten Benutzer des Internets mittlerweile bekannt, dass mit den Begriffen „Kontakt“ und „Impressum“ Links bezeichnet werden, über die der Nutzer zu einer Internetseite mit den Angaben der Anbieterkennzeichnung gelangt. Heutzutage dürfte es üblich sein, die zwingenden Angaben unter dem Link „Impressum“ zugänglich zu machen. Hier sollte man keine unnötigen Experimente wagen und daher ebenfalls den Begriff „Impressum“ verwenden.



Unmittelbar erreichbar

Ferner müssen die Impressumsangaben unmittelbar erreichbar sein. Damit ist eine kostenlose Zugangsmöglichkeit ohne wesentliche Zwischenschritte gemeint. Sinn dieser Regelung ist es, dem Nutzer ein langes Suchen nach den Impressumsangaben zu ersparen. Ausreichend ist die Möglichkeit, durch Anklicken eines entsprechenden Links eine Seite mit den Informationen aufzurufen. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs genügt es, wenn der Nutzer über zwei Links, also nach zwei Klicks mit der Maus, zu den Informationen nach § 5 TMG gelangt.

Da es keine gesetzliche Verpflichtung gibt, den Link unter der gleichen Domain bereitzuhalten, unter der auch die Inhalte abrufbar sind, genügt auch ein externer Link den Anforderungen. Das Gesetz sieht in § 5 Abs. 1 TMG lediglich eine einfache

Informationsmöglichkeit vor, ohne weitergehende Anforderungen festzuschreiben. Jedenfalls darf der Link nicht so versteckt oder in andere Links eingebettet sein, dass er nicht mehr einfach auffindbar und damit nicht mehr unmittelbar erreichbar ist.

Ständig verfügbar

Schließlich verlangt § 5 Abs. 1 TMG, dass der Impressumsinhalt ständig verfügbar ist. Damit soll sichergestellt werden, dass der Nutzer jederzeit darauf zugreifen kann. Dieser Anforderung genügt der Diensteanbieter, wenn er die Informationen über einen dauerhaft funktionstüchtigen Link bereitstellt. Ein Verstoß gegen die Impressumspflicht liegt allerdings noch nicht vor, wenn lediglich während der Dauer der Bearbeitung der Impressumssseite für wenige Minuten die Impressumssseite vom Netz genommen wird und das Impressum folglich für diesen kurzen Zeitraum nicht erreichbar ist. Ob die Möglichkeit bestehen muss, die Impressumssseite auszudrucken, ist derzeit umstritten.



PRAXISTIPP: Aus Gründen der Vorsicht und Rechtssicherheit sollten Diensteanbieter sicherstellen, dass ein Ausdrucken der Seite möglich ist.



4. Welche Angaben müssen ins Impressum?

Name und Anschrift (§ 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG)

Zunächst einmal hat der Diensteanbieter seinen Namen anzugeben. Ist er eine natürliche Person (also keine juristische Person und auch keine Personengesellschaft), muss mindestens ein vollständig ausgeschriebener Vorname sowie der Nachname genannt werden. Tritt eine juristische Person oder Personengesellschaft als Diensteanbieter auf, reicht wegen der Gefahr fehlender Identifizierbarkeit eine Firmenkurzbezeichnung nicht aus. Der Diensteanbieter muss dann vielmehr die korrekte und vollständige, ausgeschriebene Firmierung angeben.

Nach dem Wortlaut der Vorschrift muss bei juristischen Personen (z.B. GmbH, UG (haftungsbeschränkt), AG) auch die Rechtsform angegeben werden. Nach dem Telemediengesetz ist einer juristischen Person eine Personengesellschaft gleichgestellt, die mit der Fähigkeit ausgestattet ist, Rechte zu erwerben und Verbindlichkeiten einzugehen (vgl. § 2 Satz 2 TMG). Das bedeutet: Bei solchen Personengesellschaften (z.B. OHG, KG, GbR) muss die Rechtsform im Impressum ebenfalls angegeben werden.

Bei juristischen Personen sowie Personengesellschaften, die mit der Fähigkeit ausgestattet sind, Rechte zu erwerben und Verbindlichkeiten einzugehen (vgl. § 2 Satz 2 TMG), muss außerdem der volle Name des oder der Vertretungsberechtigten angegeben werden. Maßgeblich sind hierbei die gesetzlichen Vertreter. Ob die Angabe eines rechtsgeschäftlichen Vertreters (insbesondere Prokurist oder Handlungsbevollmächtigter) ausreicht, ist umstritten. Teilweise wird dies als ausreichend angesehen, sofern es sich bei diesen Vertretern um natürliche Personen (d.h. nicht um juristische Personen wie etwa eine GmbH) handelt.



PRAXISTIPP: Zur eigenen Rechtssicherheit empfehlen wir die Angabe des gesetzlichen Vertreters. Als erforderlich ist die Nennung des Namens zumindest einer natürlichen Person angesehen worden, an die die Zustellung erfolgen kann.

Außer der Angabe seines Namens muss der Diensteanbieter auch seine vollständige und korrekte ladungsfähige Adresse angeben (Straße, Hausnummer, Postleitzahl und Ort). Bei juristischen Personen und Personengesellschaften ist der Sitz

anzugeben. Hingegen genügt die Angabe eines Postfachs oder der einem Großunternehmen zugewiesenen Postleitzahl nicht.

Nach dem Gesetzeswortlaut müssen dann, wenn 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 angegeben werden. Diese zusätzlichen Pflichten gelten nur dann, wenn überhaupt Angaben zum Stamm- beziehungsweise Grundkapital gemacht werden, was nach deutschem Recht nicht vorgeschrieben ist. Allerdings stellt sich die Frage, ob eine Erwähnung des Kapitals auch in anderem Zusammenhang als dem Impressum genügt. Denkbar ist beispielsweise, dass der Diensteanbieter in einem Geschäftsbericht auf der Homepage Angaben zum Stammkapital macht. Wiederum ist hier aus Gründen der Vorsicht zu raten, die relevanten Angaben auch im Impressum selbst dann zu machen, wenn an anderer Stelle Angaben zum Kapital der Gesellschaft gemacht werden.

AKTUELLE RECHTSPRECHUNG

OLG München,

Urteil vom 14.11.2013, Az.: 6 U 1888/13:

Im konkreten Fall bejahte das Gericht eine wettbewerbsrechtlich relevante Irreführung durch einen Einzelunternehmer, der sich im Impressum als „Geschäftsführer“ bezeichnete. Es bestehe die Gefahr, dass Verbraucher davon ausgingen, dass es sich beim Verkäufer um eine juristische Person handle, deren Geschäftsführer die im Impressum ausgewiesene Person sei.

Angaben zur schnellen elektronischen Kontaktaufnahme und unmittelbaren Kommunikation (§ 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG)

Gemäß § 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG hat der Diensteanbieter Angaben zu machen, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit ihm ermöglichen, „einschließlich der Adresse der elektronischen Post“. Aus letzterer Formulierung lässt sich entnehmen, dass die Angabe einer E-Mail-Adresse zwar erforderlich ist, aber für sich allein nicht ausreicht.

Im Hinblick auf die Art der Angabe der E-Mail-Adresse genügt es, dass die E-Mail-Adresse im Impressum in einem gängigen und verbreiteten Internetformat grafisch angegeben ist. Hingegen muss die E-Mail-Adresse im Impressum nicht so beschaffen sein, dass beim Anklicken der E-Mail-Adresse unmittelbar ein E-Mail-Programm aufgerufen wird (Mail-to-Funktion). Wichtig ist aber, dass die E-Mail-Adresse tatsächlich angegeben wird. Eine bloße technische Vorrichtung, durch die faktisch eine Verbindung hergestellt wird, reicht daher für sich allein nicht aus.

Lange Zeit war in Rechtsprechung und Rechtsliteratur umstritten, ob der Diensteanbieter neben der Angabe seiner E-Mail-Adresse zusätzlich auch eine Telefonnummer anzugeben hat. Nach Vorlage dieser Rechtsfrage durch den Bundesgerichtshof hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) entschieden, dass die Pflicht des Diensteanbieters zur Einräumung der Möglichkeit der schnellen Kontaktaufnahme und einer „unmittelbaren und effizienten Kommunikation“ nicht zwingend die Angabe einer Telefonnummer einschließt. Sie können auch in einer elektronischen Anfragemaske bestehen, über die sich die Nutzer des Dienstes im Internet an den Diensteanbieter wenden können, woraufhin dieser mit elektronischer Post (innerhalb von 30 bis 60 Minuten) antwortet. Wenn der Nutzer des Dienstes nach elektronischer Kontaktaufnahme mit dem Diensteanbieter aber keinen Zugang zum elektronischen Netz hat, etwa weil er im Anschluss verweist, und er ausdrücklich um Zugang zu einem anderen, nichtelektronischen Kommunikationsweg ersucht, trifft den Diensteanbieter nach Auffassung des EuGH jedoch die Verpflichtung zur Angabe der Telefonnummer.

Die vom Gesetz geforderte Möglichkeit einer „unmittelbaren“ Kommunikation mit dem Diensteanbieter meint nicht zwingend einen echten Dialog (Rede und Gegenrede). Der EuGH hat klargestellt, dass es ausreicht, dass kein Dritter zwischen den Beteiligten eingeschaltet ist. In der Praxis werden aber insbesondere kleinere Diensteanbieter die vom EuGH geforder-

te Reaktionszeit von 30 bis 60 Minuten nicht gewährleisten können. Dann besteht allerdings die Verpflichtung, neben der E-Mail-Adresse auch eine Telefonnummer anzugeben. Auch die Angabe einer Telefaxnummer statt einer Telefonnummer dürfte ebenfalls nicht ausreichen.

Da der Gesetzgeber eine „schnelle elektronische Kontaktaufnahme“ sicherstellen wollte, müssen alle Kommunikationsmittel auch tatsächlich und schnell erreichbar sein. Dazu müssen alle Anschlüsse tatsächlich verbunden und freigeschaltet sein. Ferner muss der Diensteanbieter sicherstellen, dass ein Kontaktaufnahmeversuch auch tatsächlich innerhalb angemessener Zeit angenommen wird. Im Falle ständig besetzter Anschlüsse oder Warteschleifen kann dies durchaus zweifelhaft sein. Eine kostenlose telefonische Kontaktaufnahme muss der Diensteanbieter aber nicht bereitstellen.

AKTUELLE RECHTSPRECHUNG

OLG Frankfurt a.M., Urteil vom 02.10.2014, Az.: 6 U 219/13:

Nach Auffassung des Gerichts erfülle ein Onlineanbieter seine gesetzliche Verpflichtung, im Impressum seiner Internetseite neben der E-Mail-Adresse auch eine Telefonnummer anzugeben, nicht, wenn er hierzu eine Mehrwertdienstnummer benennt, deren Nutzung Kosten bis zu 2,99 Euro pro Minute verursacht.

LG Berlin, Urteil vom 28.08.2014, Az.: 52 O 135/13:

Das Gericht befand, die Angabe einer E-Mail-Adresse im Impressum eines Internetanbieters, die bei Versand von elektronischer Post lediglich eine automatisch erzeugte Antwortmail generiert, über die jedoch keine direkte Kommunikation mit dem Anbieter möglich ist, reiche auch dann nicht aus, wenn in der automatischen Antwortmail auf online vorhandene Kontaktformulare der Internetseiten des Anbieters verwiesen wird.

LG Koblenz, Urteil vom 03.11.2014, Az.: 15 O 318/13:

Das Gericht urteilte, es sei unzulässig, wenn ein Unternehmen zur „schnellen Kontaktaufnahme“ nach dem Telemediengesetz eine E-Mail-Adresse verwende, die automatisiert auf weitere Kommunikationsmittel verweist.



Nennung der zuständigen Aufsichtsbehörde

(§ 5 Abs. 1 Nr. 3 TMG)

§ 5 Abs. 1 Nr. 3 TMG enthält eine spezielle Regelung für solche Dienste, die im Rahmen einer Tätigkeit angeboten werden, für die eine behördliche Zulassung erforderlich ist. Dies betrifft etwa – um nur einige herauszugreifen – Gastronomiebetriebe, Banken, Versicherungsunternehmen, Bauträger, Makler, Spielhallenbetreiber, Versteigerer, Bewachungsunternehmen und Rechtsanwälte.



In solchen Fällen einer zulassungspflichtigen Tätigkeit muss der Diensteanbieter die zuständige Aufsichtsbehörde angeben. Diese zu benennende Aufsichtsbehörde kann – muss aber nicht zwingend – identisch mit der Zulassungsbehörde sein. Fallen die Behörden auseinander, muss nur die Aufsichtsbehörde genannt werden. Wenn es keine Aufsicht im engeren Sinne gibt, dann muss der Diensteanbieter die Zulassungsbehörde angeben, wenn durch diese gegebenenfalls geprüft wird, ob der Gewerbetreibende zwischenzeitlich als unzuverlässig anzusehen ist.

Nicht eindeutig geklärt ist, welche Einzelheiten neben der reinen Bezeichnung der Aufsichtsbehörde anzugeben sind. Mit der Regelung wollte der Gesetzgeber dem Nutzer ermöglichen, sich über den Anbieter zu erkundigen und sich im Falle von Rechtsverstößen gegen Berufspflichten bei der Behörde zu beschweren.



PRAXISTIPP: Mangels klarer Angaben im Gesetz wird empfohlen, die Postanschrift sowie ggf. die Internet-Adresse der Behörde anzugeben.

Auch wenn für einen Dienst im Rahmen einer zulassungspflichtigen Tätigkeit tatsächlich (noch) keine Zulassung erteilt worden ist, muss der betreffende Diensteanbieter im Impressum die zuständige Aufsichtsbehörde angeben.



AKTUELLE RECHTSPRECHUNG

LG Leipzig, Urteil vom 12.06.2014, Az.: 5 O 848/13:

Das Gericht urteilte, die fehlende Angabe der Aufsichtsbehörde nebst Kontaktdaten in der Anbieterkennzeichnung (Impressum) sei wettbewerbswidrig. Dabei handle es sich nicht lediglich um einen Bagatelverstoß.

LG Düsseldorf, Urteil vom 08.08.2013, Az.: 14c O 92/13 U:

Das Gericht stellte klar, die Impressumspflicht umfasse zwar die Angabe der zuständigen Aufsichtsbehörde, nicht aber die Angabe der Erlaubnisbehörde (relevant, sofern die Behörden nicht identisch sind).



Register und Registernummer (§ 5 Abs. 1 Nr. 4 TMG)

Sofern der Diensteanbieter im Handels-, Vereins-, Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister verzeichnet ist und eine Registernummer besitzt, muss er mindestens die postalische Anschrift des entsprechenden Registers sowie die entsprechende Registernummer angeben. Sinn und Zweck dieser Vorschrift ist die Identifizierung des Diensteanbieters, die Erbringung eines Existenznachweises und die Offenlegung der gesellschaftsrechtlichen Haftungsgrundlagen.

Berufsspezifische Angaben (§ 5 Abs. 1 Nr. 5 TMG)

Eine Sonderregelung für sogenannte „reglementierte Berufe“ im Sinne der EU-Diplomanerkennungsrichtlinien enthält § 5 Abs. 1 Nr. 5 TMG. Gemeint sind diejenigen Berufe, deren Aufnahme oder Ausübung durch Rechtsvorschriften an den Besitz eines Diploms oder eines anderen Befähigungsnachweises gebunden ist, d.h. von bestimmten fachlichen Voraussetzungen abhängen. Umfasst sind auch Regelungen, die die Führung eines beruflichen Titels den Inhabern eines bestimmten Diploms vorbehalten.

„Reglementierte Berufe“ in diesem Sinne sind zunächst einmal alle freien Berufe, deren Zugang gesetzlich geregelt ist. Dies betrifft neben Ärzten, Zahnärzten, Tierärzten und Apothekern insbesondere Rechtsanwälte, Notare, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer. Ebenfalls erfasst sind Psychotherapeuten und Gesundheitshandwerke (Zahntechniker, Orthopädietechniker, Augenoptiker und Hörgeräteakustiker). Betroffen von § 5 Abs. 1 Nr. 5 TMG sind darüber hinaus solche Berufe, die zwar an sich nicht reguliert sind, bei denen aber die Führung eines bestimmten Titels von Voraussetzungen abhängig gemacht wird, wie etwa Architekten, Innenarchitekten, Landschaftsarchitekten, (beratende) Ingenieure, Stadtplaner und Heilhilfsberufe wie Krankenpfleger, medizinisch-technische und pharmazeutisch-technische Assistenten, Physiotherapeuten, Ergotherapeuten, Logopäden, Hebammen, Masseur, medizinische Bademeister und andere mehr.

Betroffene Diensteanbieter haben diverse berufsbezogene Angaben zu machen. Zunächst einmal ist die Kammer anzugeben, der die Diensteanbieter angehören (z.B. Ärztekammer oder Rechtsanwaltskammer). Außerdem müssen die genaue gesetzliche Berufsbezeichnung und der Staat angegeben werden, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist. Überdies müssen betroffene Diensteanbieter die berufsrechtlichen Regelungen bezeichnen. Gemeint sind alle rechtlich verbindlichen Normen, d.h. vor allem Gesetze, Satzungen oder Gebüh-

renordnungen, die die Voraussetzungen für die Ausübung des Berufs oder die Führung des Titels regeln. Relevant sind insbesondere solche Vorschriften, aus denen sich die spezifischen Pflichten der Berufsangehörigen ergeben. Schließlich muss ein Diensteanbieter, der in einem „reglementierten Beruf“ tätig ist, Angaben dazu machen, wie die berufsrechtlichen Regelungen zugänglich sind. Das Gesetz enthält aber keine Aussage zur Art und Weise, wie der Diensteanbieter die Zugänglichkeit zu den Vorschriften sicherstellen muss. Teilweise ist es als ausreichend angesehen worden, wenn die Fundstelle im Bundesgesetzblatt oder einer anderen öffentlich zugänglichen Sammlung, auch in elektronischer Form, genannt wird. Abschließend geklärt ist diese Frage aber noch nicht.

Umsatzsteueridentifikationsnummer oder Wirtschafts-Identifikationsnummer (§ 5 Abs. 1 Nr. 6 TMG)

Sofern Diensteanbieter über eine Umsatzsteueridentifikationsnummer (§ 27a des Umsatzsteuergesetzes) oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer (§ 139c der Abgabenordnung) verfügen, muss diese angegeben werden.



PRAXISTIPP: Die normale Steuernummer muss der Diensteanbieter nicht angeben.

Unternehmen in Abwicklung oder Liquidation (§ 5 Abs. 1 Nr. 7 TMG)

Diensteanbieter, die in Form einer Aktiengesellschaft, Kommanditgesellschaft auf Aktien oder GmbH tätig sind, müssen angeben, wenn sie sich in Abwicklung oder Liquidation befinden. Die Identität des Liquidators oder Insolvenzverwalters muss im Impressum nicht offengelegt werden.

5. Treffen mich weitere Informationspflichten?

Neben den im Telemediengesetz genannten Pflichtangaben können sich Informationspflichten auch aus anderen Rechtsvorschriften ergeben. Beispielsweise kommen in Betracht:

- Vorschriften des Fernabsatzrechts (§ 312d BGB) und des elektronischen Geschäftsverkehrs (§ 312i BGB)
- Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuche (EGBGB)
- Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
- Preisangabenverordnung (PAngV)
- Gesetz über die Beaufsichtigung der Versicherungsunternehmen (VAG)
- handelsrechtliche Vorschriften
- Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung (DL-InfoV)
- § 55 Abs. 2 Rundfunkstaatsvertrag (RStV): Bei journalistisch-redaktionellen Angeboten müssen Name und Anschrift eines hierfür Verantwortlichen genannt werden. Das betrifft z.B. Blogs.

Außerdem gelten die Informationspflichten nach den datenschutzrechtlichen Vorschriften des Telemediengesetzes und des Bundesdatenschutzgesetzes.

Übrigens...

AKTUELLE RECHTSPRECHUNG

LG Essen,

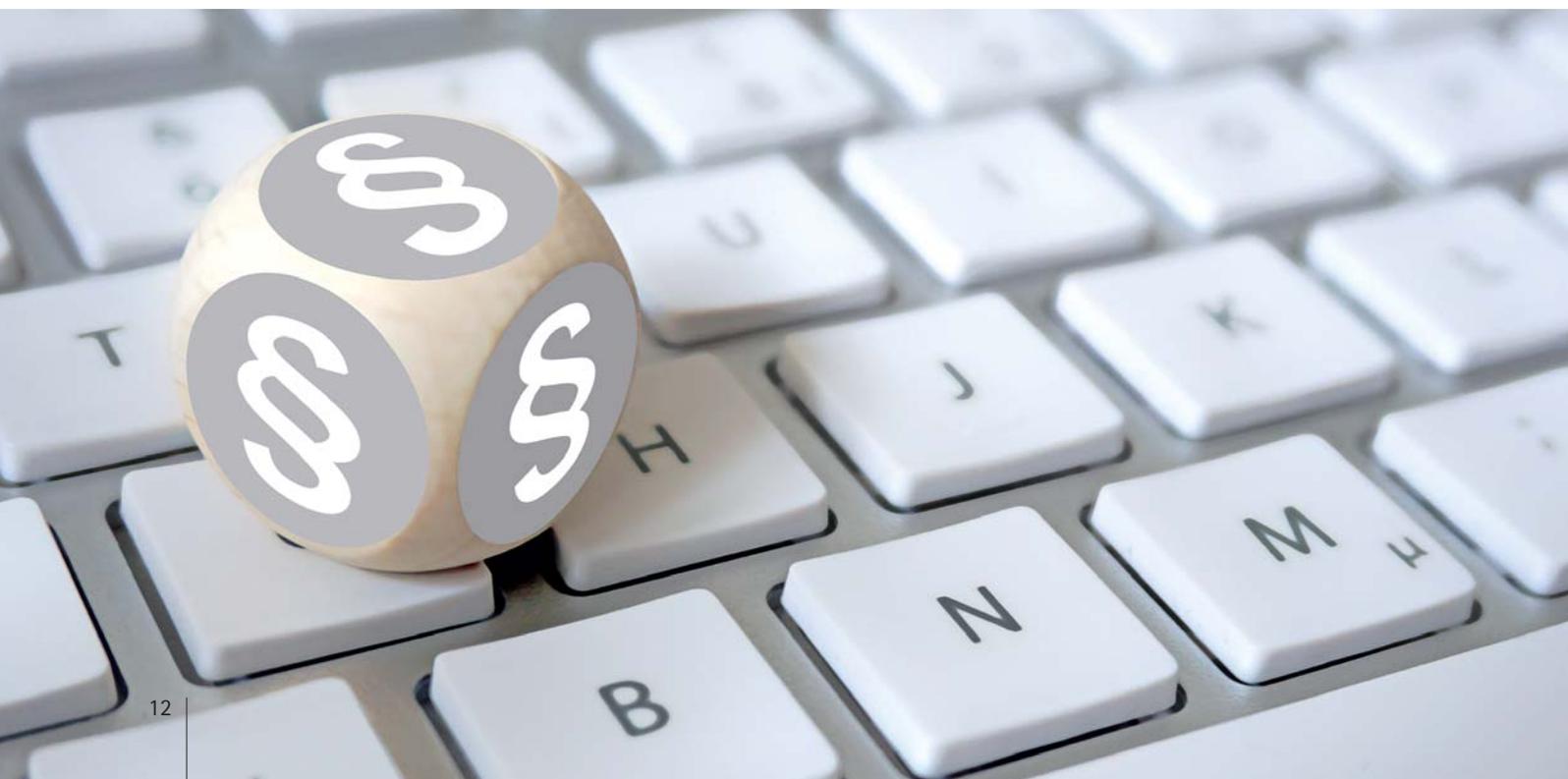
Urteil vom 13.11.2014, Az.: 4 O 97/14:

Nach Auffassung des Gerichts begründe ein fehlendes oder unzureichendes Impressum auch dann einen Wettbewerbsverstoß, wenn die betreffende gewerbliche Website versehentlich online gegangen und in Vergessenheit geraten ist.

LG Dortmund,

Urteil vom 26.03.2013, Az.: 3 O 102/13:

Das Gericht entschied, ein Rechtsanwalt müsse im Impressum seiner Homepage nicht zwingend über seine Haftpflichtversicherung informieren. Es bestehe ein Wahlrecht, auf welche Weise der Pflicht gemäß § 2 DL-InfoV zur Information vor Vertragsabschluss entsprochen werde. Etwas anderes würde allenfalls dann gelten, wenn der Rechtsanwalt auch im Internet selbst seine anwaltlichen Dienstleistungen erbringt.



6. Welche Folgen kann es haben, wenn ich die Impressumspflicht nicht (ausreichend) beachte?

Ein fehlendes beziehungsweise unvollständiges Impressum kann in mehrerlei Hinsicht Probleme mit sich bringen. Regelmäßig liegt beim Verstoß gegen die Impressumspflicht ein Wettbewerbsverstoß vor. Oft erfolgt dann eine Abmahnung des Werbenden.

AKTUELLE RECHTSPRECHUNG

OLG Nürnberg, Urteil vom 03.12.2013, Az.: 3 U 348/13:
Im konkreten Fall (massenhafte Abmahnungen wegen eines fehlerhaften Impressums bei Facebook) wertete das Gericht die Abmahnungen wegen der fehlenden Verfolgung des Unterlassungsanspruchs, wegen des geringen wirtschaftlichen Eigeninteresses des Abmahnenden an der Verfolgung sowie wegen der Tatsache, dass die bisherigen Netto-Erlöse des Abmahnenden geringer als die Abmahnkosten seien, als rechtsmissbräuchlich.

Ansprüche auf Unterlassung und Schadensersatz

Insbesondere handelt auch derjenige unlauter, der einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln (§ 4 Nr. 11 UWG). Nach der Rechtsprechung handelt es sich bei den Informationspflichten des § 5 TMG um solche Marktverhaltensregelungen. Ein Verstoß gegen die Impressumspflicht ist daher gleichzeitig ein Wettbewerbsverstoß. Folge können insbesondere Ansprüche auf Unterlassung und Schadensersatz sein (vgl. §§ 8 ff. UWG).



Bußgeld

Wer vorsätzlich oder fahrlässig entgegen § 5 Abs. 1 TMG eine Information nicht, nicht richtig oder nicht vollständig verfügbar hält, handelt ordnungswidrig (§ 16 Abs. 2 Nr. 1 TMG). Das kann eine Geldbuße von bis zu 50 000 Euro nach sich ziehen (§ 16 Abs. 3 TMG).

7. Checkliste: Impressumsangaben nach § 5 TMG

Erforderliche Angaben	erfüllt	nicht erfüllt	nicht relevant
Name des Diensteanbieters			
Anschrift des Diensteanbieters			
Rechtsform des Diensteanbieters			
Vertretungsberechtigter			
Stamm- oder Grundkapital			
Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen			
Telefonnummer, E-Mail-Adresse, ggf. Faxnummer			
Zuständige Aufsichtsbehörde			
Register und Registernummer			
Kammer, gesetzliche Berufsbezeichnung und Verleihungsstaat, berufsrechtliche Regelungen			
Umsatzsteueridentifikationsnummer/ Wirtschafts-Identifikationsnummer			
Angabe über Abwicklung oder Liquidation			

8. Beispiel für ein Internet-Impressum einer Finanzanlagenvermittler-GmbH nach Erlaubniserteilung und Registrierung

Mustermann Finanzanlagenvermittler GmbH
 Geschäftsführer Max Mustermann
 Hauptstraße 1, 54290 Musterstadt
 Telefon: 0651/12345678
 Telefax: 0651/12345679
 E-Mail: info@MustermannVersicherungen.de

Registergericht und Registernummer: Amtsgericht Wittlich HR B 12345
 Vermittlerregister (www.vermittlerregister.info): Register-Nr. D-F-111-AAA1-23
 USt-Ident-Nummer DE 123456789 (nur soweit vorhanden)
 Erlaubnis nach § 34f Abs. 1 Gewerbeordnung (Finanzanlagenvermittler, Aufsichtsbehörde:
 X-Behörde (mit Angabe der Adresse))

Mitglied der Industrie- und Handelskammer xy (mit Angabe der Adresse)

Berufsbezeichnung: Finanzanlagenvermittler nach § 34f Abs. 1 Gewerbeordnung; Bundesrepublik Deutschland

Berufsrechtliche Regelungen:

- § 34f Gewerbeordnung
- FinVermV

Die berufsrechtlichen Regelungen können über die vom Bundesministerium der Justiz und von der juris GmbH betriebenen Homepage www.gesetze-im-internet.de eingesehen und abgerufen werden.

IMPRESSUM:



Herausgeber

Industrie- und Handelskammer Trier
Herzogenbuscher Straße 12 | 54292 Trier
Verantwortlich: **Dr. Jan Glockauer**
Hauptgeschäftsführer



Redaktion und Ansprechpartner

Michael Kant

Referent Recht
Telefon: (06 51) 97 77-4 10
E-Mail: kant@trier.ihk.de

Bildnachweise

Andrey Popov – Fotolia.com, bluesdesign – Fotolia.com, Marco2811 – Fotolia.com, marog-pixels – Fotolia.com, MH – Fotolia.com, M.Schuppich – Fotolia.com, Picture-Factory – Fotolia.com, pixelrobot – Fotolia.com, vege – Fotolia.com

Hinweis

Die Veröffentlichung dieser Broschüre ist ein Service der IHK Trier für ihre Mitgliedsunternehmen. Dabei handelt es sich um eine zusammenfassende Darstellung der rechtlichen Grundlagen, die keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Eine anwaltliche Beratung im Einzelfall kann dadurch nicht ersetzt werden. Obwohl diese Broschüre mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

Industrie- und Handelskammer Trier
Herzogenbuscher Straße 12
54292 Trier

www.ihk-trier.de

