

INTERNETRECHT

Impressumpflicht

Firmen verfügen mehrheitlich über Webpräsenzen und nutzen diesen Kanal nicht nur zur Selbstdarstellung sondern zunehmend auch zur Anbahnung und Abwicklung von Verträgen. Informationen werden über das Internet eingeholt, Vergleiche angestellt, Einkäufe getätigt, Angebote verschickt oder Verkäufe abgeschlossen. Damit avanciert das Internet zu einer "Drehscheibe" die vertragsrechtlich ebenso bedeutsam wie risikobehaftet ist. Unsicherheiten zur „Impressumpflicht“ führen häufig zu unliebsamen Überraschungen in Form von Abmahnungen und Unterlassungsklagen. Das Streben nach Rechtsicherheit in diesem Sektor hat also mehrere griffige Gründe.

Angaben im Impressum und dessen Gestaltung

Wer im Internet aktiv ist, unterliegt einer Anbieterkennzeichnungspflicht, die regelmäßig über das Impressum realisiert wird. Obwohl zumeist am Ende der Internetseite platziert, gehören die Überlegungen zum Impressum an den Anfang bei der geschäftlichen Nutzung dieses Mediums. Geregelt sind die Grundlagen einer Anbieterkennzeichnung im Telemediengesetz (TMG) mit dem Zweck des Verbraucherschutzes.

Firmen, die Produkte oder Leistungen über das Internet anbieten, müssen die Angaben, die ansonsten auch schon auf Geschäftspapieren und Kopfbögen als rechtlich vorgeschrieben gelten, nun auch in die Webpräsenz bringen.

Verbraucher sollen in die Lage versetzt werden, Internetanbieter auf ihre Seriosität zu überprüfen und im Geschäftsverkehr dienen die Informationen nicht zuletzt auch der Bewertung wettbewerbsrechtlicher Fragen. Dass es der Staat ernst meint mit der Anbieterkennzeichnungspflicht, lässt sich an den Ordnungsanktionen festmachen:

Wer als Telemedienanbieter seine Anbieterkennzeichnungspflicht nicht den gesetzlichen Anforderungen entsprechend erfüllt, handelt ordnungswidrig und kann mit einer Geldbuße (bis zu 50.000 Euro) belangt werden.

Es ist aber nicht nur der Staat, der ein nachhaltiges Interesse an der Einhaltung der Gesetze hat, sondern auch all diejenigen, die sich gesetzestreu verhalten und durch Verstöße in ihrer Geschäftstätigkeit beeinträchtigt sind. Diesbezügliche Wettbewerbsverstöße führen zu kostenpflichtigen Abmahnungen, mit denen Ansprüchen auf Unterlassung geltend gemacht werden.

Im § 5 Absatz 1 Nummer 1 und 2 TMG sind die Grundangaben eines Impressums definiert. Abgesehen davon, dass von der Kennzeichnungspflicht auch natürliche Personen erfasst sind, soll es im Weiteren um die für Firmen praxisrelevanten Fragen gehen. Folgende Angaben müssen im Impressum vermerkt werden:

- vollständig ausgeschriebene und korrekte Firmenbezeichnung (nicht ausreichend wären die Angabe nur eines Postfaches oder nur die Angabe einer Mobiltelefonnummer)
- Unternehmen, die Niederlassungen führen, haben die Hauptniederlassung anzugeben
- die gesetzlichen oder rechtsgeschäftlichen vertretungsberechtigten Personen
- bei handelnden juristischen Personen Angabe deren vertretungsberechtigter natürlicher Personen
- Kontaktinformationen

Mindestens die Angabe einer E-Mail-Adresse und eines weiteren elektronischen oder eines nicht-elektronischen Kommunikationsmittels sind erforderlich. Hierbei könnte es sich um ein elektronisches Kontaktformular, eine Anfragemaske oder eine Telefonnummer handeln. Ziel dieser Angaben ist die Sicherstellung der schnellen Erreichbarkeit. Deshalb sehen Gerichte die Angabe einer Telefonnummer mit geschaltetem Anrufbeantworter ohne direkte Erreichbarkeit auch problematisch. Empfohlen wird deshalb die Angabe der E-Mail-Adresse und eines zweites Kommunikationsmittels, das ebenso effektiv wie eine erreichbare Telefonnummer ist.

Angaben zum Gesellschaftskapital z.B. zum Stamm- bzw. Grundkapital oder etwaigen ausstehenden Einlagen sind freiwillig. Was im ersten Moment wie eine unliebsame „Nabelschau“ aussieht, hat allerdings in der Praxis durchaus auch positive Wirkungen, weil der offene Umgang mit Grundsätzen der Transparenz und Fairness zur Vertragssicherheit beiträgt.

INTERNETRECHT

Impressumspflicht

Die Platzierung der Anbieterkennzeichnung

Insbesondere vor dem Hintergrund des Verbraucherschutzes legt § 5 Absatz 1 TMG fest, dass die Angaben des Impressums

- leicht erkennbar
- unmittelbar erreichbar und
- ständig verfügbar

gehalten werden müssen.

Wenn die Angaben gut wahrnehmbar sind, optisch demnach nicht versteckt, sondern sich z.B. bereits auf der Eingangsseite des Internetauftritts ein Hinweis zum Impressum befindet, welches dann mit nur einem Klick geöffnet werden kann, wäre von einer **leichten Erkennbarkeit** auszugehen. Langes Suchen wäre ein k.o.-Kriterium. Wie lang man scrollen darf, bis man zum Impressum gelangt, ist noch nicht abschließend entschieden. Der BGH hat die Verwirklichung der Anbieterkennzeichnung über einen Button mit den Bezeichnungen „Kontakt“ oder „Impressum“ abgesegnet. Dem Erfindungsreichtum zu den Begriffen sind aber Grenzen gesetzt. Das OLG Hamburg sah die Bezeichnung „backstage“ als nicht hinreichend klar an.

Angaben müssen ohne wesentliche Zwischenschritte aufgerufen werden können. Dann sind sie **unmittelbar erreichbar**. „Kein Versteck erfreut sich so großer Beliebtheit, wie das Kleingedruckte.“ Deshalb wird immer wieder versucht, die Kennzeichnungsangaben in AGB unterzubringen. Die Rechtsprechung hat sich dazu ausgelesen, dass Impressums-Angaben, die nur in Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) erscheinen, nicht als „unmittelbar erreichbar“ einzustufen sind. Links zum Impressum sollten demnach deutlich sichtbar und auf kurzem Weg erreichbar sein.

Des Weiteren muss der Link zum Impressum **dauerhaft funktionsstüchtig** sein. Dazu gehört die Herstellung der Kompatibilität mit den Standardeinstellungen gängiger Internet-Browser. Wenn Spezialprogramme zur Einsicht in das Impressum erforderlich werden, kann das selbstverständlich nichts mit ständiger Verfügbarkeit zu tun haben.



Autor:

Dr. jur. Hans-Michael Dimanski

Dr. Dimanski & Partner, Rechtsanwälte

Sternstr. 24

39104 Magdeburg

Tel.: (0391) 53 55 96-16

Fax: (0391) 53 55 96-13

Email: dimanski@ra-dp.de

www.ra-dp.de