



Allgemeine Hinweise zur Anbieterkennzeichnungspflicht im Internet („Impressumpflicht“)

Vorbemerkung

Die nachfolgenden Hinweise beziehen sich auf die Kennzeichnungspflichten, die sich aus dem Telemediengesetz (TMG) ergeben. Im Einzelfall bestehen möglicherweise weitergehende Informationspflichten mit unterschiedlichen Rechtsfolgen (beispielsweise nach § 55 des Rundfunkstaatsvertrags oder bei Fernabsatzverträgen nach dem Bürgerlichen Gesetzbuch), die hier nicht behandelt werden.

**Die Hinweise können nicht alle denkbaren Fallgestaltungen abdecken
und keinesfalls eine rechtliche Beratung im Einzelfall ersetzen.**

I. Warum überhaupt ein „Impressum“?

Das TMG erlegt bestimmten Diensteanbietern Anbieterkennzeichnungspflichten auf. Diese dienen vor allem dem Verbraucherschutz.

Die telemedienrechtlichen Anbieterkennzeichnungspflichten werden von Anbietern häufig unter der Überschrift „Impressum“ erfüllt. Genau genommen handelt es sich aber nicht um ein Impressum im presserechtlichen Sinn. Vielmehr geht es um Informationen, die Handelsunternehmen im traditionellen Rechts- und Geschäftsverkehr beispielsweise auf Geschäftsbriefen ohnehin seit langem erfüllen müssen. Diese Anbietertransparenz muss auch im elektronischen Geschäftsverkehr gewährleistet sein. Statt von einem „Impressum“ ist daher im Folgenden von der „Anbieterkennzeichnung“ die Rede.

Verbraucher sind mit Hilfe der Anbieterkennzeichnung in der Lage, Diensteanbieter auf ihre Seriosität zu überprüfen (z. B. durch Anruf bei den zuständigen Aufsichtsstellen), bevor sie deren Dienste in Anspruch nehmen. Aber auch Unternehmen haben ein erhebliches Interesse daran, die erforderlichen Informationen über andere Marktteilnehmer zu erlangen, um ein wettbewerbsrechtlich einwandfreies Verhalten durchsetzen zu können.

II. Erstellen einer Anbieterkennzeichnung

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

Wichtiger aber noch: Er begeht auch einen Wettbewerbsverstoß, der u. a. zu Ansprüchen auf Unterlassung führt, die in der Regel auf dem Weg über kostenpflichtige Abmahnungen durchgesetzt werden. Das kann teuer werden und besonders kleine und mittlere Unternehmen erheblich belasten.

**Das Risiko einer Abmahnung lässt sich nicht vollständig vermeiden.
Auch die nachfolgenden Erläuterungen können keinen absoluten Schutz davor bieten,
wegen fehlerhafter Angaben rechtmäßig abgemahnt zu werden, denn letztlich
beurteilen die Gerichte, ob im Einzelfall eine Rechtsverletzung vorliegt oder nicht.**

1. Muss ich die Anbieterkennzeichnungspflicht nach dem Telemediengesetz erfüllen?

Die Anbieterkennzeichnungspflicht ist vor allem in § 5 des TMG geregelt. Sie trifft *Diensteanbieter*, die *geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene Telemedien* bereithalten.

Diensteanbieter sind nach § 2 Satz 1 Nummer 1 TMG natürliche oder juristische Personen, die eigene oder fremde Telemedien zur Nutzung bereit halten oder den Zugang zur Nutzung vermitteln.

Der Begriff **Telemedien** ist sehr weit und umfasst alle Informations- und Kommunikationsdienste, die nicht Telekommunikation im engeren Sinn oder Rundfunk sind. So ist praktisch jeder Online-Auftritt ein Telemedium.

- ➔ Telemedien sind z. B. private Websites und Blogs, Online-Shops, Online-Auktionshäuser, Suchmaschinen, Informationsdienste und Chatrooms.
- ➔ Keine Telemedien sind dagegen z. B. die reine Datenübertragung bzw. Telefonie auf Basis von VoIP, Bücher, Zeitschriften und andere körperliche Druckwerke, direkte telefonische Beratungen über Live-Operator („Call-Center“) oder entsprechende Mehrwertdienste (telefonische premium-rate-services, die beispielsweise über 0900- oder 0180-Nummern direkt angerufen werden).

Was unter das „**Bereithalten zur Nutzung**“ fällt, ist von den Gerichten noch nicht abschließend geklärt.

Teilweise wird die Rechtsauffassung vertreten, auch der Verkauf über das Internet außerhalb eines Online-Shops, etwa über ein Internet-Auktionshaus, sei ein solches „Bereithalten zur Nutzung“. Entscheidend ist möglicherweise, dass der Ersteller der Website selbst über deren Inhalt und das Bereithalten bestimmen kann. Dies würde bedeuten, dass auch derjenige Telemedien zur Nutzung bereithält, der als Nutzer eines Internet-Auktionshauses oder eines sonstigen Portals eine eigene, darin eingegliederte Seite betreibt, wenn er diese weitgehend frei gestalten darf. Andererseits würde ein Nutzer nicht schon dadurch Telemedien bereithalten, dass er dort über eine standardisierte Profilseite verfügt, die sich in den Gesamtauftritt des Portalanbieters einfügt.

Auch wer über ein Internet-Auktionshaus oder eine sonstige Internet-Handelsplattform Waren verkauft, ist also möglicherweise ein Diensteanbieter.

Nicht jeder Diensteanbieter ist kennzeichnungspflichtig. Die Anbieterkennzeichnungspflicht besteht nur, wenn der Diensteanbieter das Telemedium **geschäftsmäßig** zur Nutzung bereit hält. „Geschäftsmäßig“ ist ein viel weiterer Begriff als „gewerbsmäßig“. Manche Gerichte vertreten die Ansicht, dass das Angebot schon „geschäftsmäßig“ ist, wenn es aufgrund einer nachhaltigen (d. h. nicht auf einen Einzelfall beschränkten) Tätigkeit erfolgt; eine Gewinnerzielungsabsicht ist danach nicht erforderlich.

Unerheblich ist, ob der Diensteanbieter die Telemedien **gegen Entgelt** bereithält. Es genügt, dass solche Inhalte in der Regel gegen Entgelt bereitgehalten werden. Die Kennzeichnungspflichten treffen demnach alle Diensteanbieter, soweit sie Telemedien bereithalten, mit denen auf dem Markt Einkünfte erzielt werden könnten.

Teilweise wird die Rechtsauffassung vertreten, dass auch rein private Websites geschäftsmäßig und in der Regel gegen Entgelt angeboten werden, soweit sie Werbebanner einblenden und dadurch (auch nur kostendeckende) Einkünfte erzielt werden.

Die Anbieterkennzeichnungspflicht muss praktisch von jedem, der ein Online-Angebot bereithält, erfüllt werden.

Etwas anderes gilt nur bei Angeboten, die ausschließlich privaten oder familiären Zwecken dienen und die keine Auswirkung auf den Markt haben.

Im Zweifel sollten Sie davon ausgehen, dass die Anbieterkennzeichnungspflicht besteht.

2. Welche Angaben muss ich machen?

§ 5 Absatz 1 TMG enthält in seinen Nummern 1 bis 7 eine Reihe von Pflichtangaben, von denen Anbieterkennzeichnungspflichtige jeweils in unterschiedlichem Umfang betroffen sind. Die Angaben aus den Nummern 1 und 2 muss jeder Anbieterkennzeichnungspflichtige machen.

Die zusätzlichen Angaben aus den Nummern 3 bis 7 muss dagegen nur derjenige machen, der zu der jeweils angesprochenen Personengruppe gehört.

a. Grundangaben aus § 5 Absatz 1 Nummer 1 und 2 TMG

Die nachfolgenden Informationen muss jedes „Impressum“ enthalten.

Allerdings unterscheidet sich der Inhalt der Angaben danach, ob es sich bei demjenigen, der die Angaben machen muss, um eine natürliche Person oder eine juristische Person (z. B. Verein, GmbH, AG) handelt. Zu beachten ist, dass nach § 2 Satz 2 TMG den juristischen Personen solche Personengesellschaften gleichgestellt sind, die mit der Fähigkeit ausgestattet sind, Rechte zu erwerben und Verbindlichkeiten einzugehen (z. B. GbR, OHG, KG).

aa. Grundangaben für natürliche Personen

Personenkreis	Pflichtangaben	Erläuterung
Natürliche Personen	Familienname	
	Vorname	<ul style="list-style-type: none">• Mindestens ein Vorname ausgeschrieben
	vollständige (ladungsfähige) Postanschrift	<ul style="list-style-type: none">• Postleitzahl, Ort, Straße, Hausnummer• Nicht ausreichend: Postfach
	Kontaktinformationen	<ul style="list-style-type: none">• Mindestens Angabe einer E-Mail-Adresse und eines weiteren elektronischen oder eines nicht-elektronischen Kommunikationsmittels (z. B. einer elektronischen Anfragemaske oder einer Telefonnummer)• Zwischen den Gerichten ist strittig, ob bei Angabe einer Telefonnummer die telefonische Erreichbarkeit zwingend

		<p>erforderlich ist oder ob ein Anruferbeantworter ausreicht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipp: Gehen Sie auf Nummer sicher. Geben Sie Ihre E-Mail-Adresse und ein zweites Kommunikationsmittel an, das ebenso effektiv wie eine erreichbare Telefonnummer ist.
--	--	--

bb. Grundangaben für juristische Personen

Personenkreis	Pflichtangaben	Erläuterung
Juristische Personen und Personengesellschaften im Sinne des § 2 Satz 2 TMG	Firmenname	<ul style="list-style-type: none"> • Vollständig, ausgeschrieben • Nicht ausreichend: Postfach, Angabe der einem Großunternehmen zugeteilten Postleitzahl • Bei mehreren Niederlassungen im Zweifel die Hauptniederlassung
	Vertretungsberechtigter	<ul style="list-style-type: none"> • Gesetzlicher oder rechtsgeschäftlicher Vertreter • Sofern dieser eine juristische Person ist, deren Vertreter, bis eine natürliche Person benannt werden kann
	Gesellschaftskapital (freiwillig)	<ul style="list-style-type: none"> • Wenn Angaben gemacht werden, Stamm- bzw. Grundkapital und Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen nennen
	Kontaktinformationen	<ul style="list-style-type: none"> • Mindestens Angabe einer E-Mail-Adresse und eines weiteren elektronischen oder eines nicht-elektronischen Kommunikationsmittels (z. B. einer elektronischen Anfragemaske oder einer Telefonnummer) • Zwischen den Gerichten ist strittig, ob bei Angabe einer Telefonnummer die telefonische Erreichbarkeit zwingend erforderlich ist oder ob ein Anruferbeantworter ausreicht

		<ul style="list-style-type: none"> • Tipp: Gehen Sie auf Nummer sicher. Geben Sie Ihre E-Mail-Adresse und ein zweites Kommunikationsmittel an, das ebenso effektiv wie eine erreichbare Telefonnummer ist.
--	--	---

b. Zusätzliche Pflichtangaben für bestimmte Gruppen von Diensteanbietern

Fallgruppe	Pflichtangabe	Erläuterung
<p>Dienst im Rahmen einer Tätigkeit, die der behördlichen Zulassung bedarf</p> <p>(z. B. Gastronomiebetriebe, Bauträger, Makler, Spielhallenbetreiber, Versicherungsunternehmen)</p>	<p>Zuständige Aufsichtsbehörde</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Die zuständige Aufsichtsbehörde muss auch dann genannt werden, wenn tatsächlich keine Zulassung erteilt worden ist. • Fallen Aufsichts- und Zulassungsbehörde auseinander, ist die Aufsichtsbehörde zu nennen • Strittig ist, ob die postalische Anschrift der zuständigen Aufsichtsbehörde genannt werden muss. Vorsichtshalber sollten Sie die Postanschrift angeben
<p>Diensteanbieter, die in ein Handels-, Vereins-, Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister eingetragen sind</p>	<p>Register Registernummer</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Angegeben werden müssen auch ausländische Registereintragungen und entsprechende Registernummern, soweit vorhanden
<p>Diensteanbieter übt einen reglementierten Beruf aus</p> <p>(freie Berufe, Gesundheitshandwerke sowie Berufe, die zwar nicht reguliert sind, in denen die Führung eines Titels aber von</p>	<p>Kammer, der der Diensteanbieter angehört</p>	
	<p>Gesetzliche Berufsbezeichnung</p>	
	<p>Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist</p>	

Voraussetzungen abhängig ist - z. B. Architekten, [beratende] Ingenieure und Heilhilfsberufe)	Bezeichnung der berufs- rechtlichen Regelungen und des Zugangs zu den berufs- rechtlichen Regelungen	<ul style="list-style-type: none">• Angegeben werden müssen alle rechtlich verbindlichen Normen, die die Voraussetzungen für die Ausübung des Berufes oder die Führung des Titels sowie ggf. spezielle Pflichten der Berufsangehörigen regeln• Ausreichend ist die Benennung der Gesetzes- oder Satzungsbezeichnung sowie der Fundstelle in einer öffentlichen Sammlung (z. B. auf der Website der betreffenden Kammer)
Diensteanbieter besitzt eine Umsatz- steueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuer- gesetzes oder eine Wirtschafts- Identifikationsnummer nach § 139c der Abgabenordnung	Angabe der Nummer, sofern tatsächlich vorhanden	
Diensteanbieter ist Kapitalge- sellschaft (AG, KGaA oder GmbH), die sich in der Abwicklung oder Liquidation befindet	Angabe, dass Diensteanbieter sich in Abwicklung oder Liquidation befindet	

3. Wie muss ich die Anbieterkennzeichnung platzieren?

§ 5 Absatz 1 TMG gibt vor, dass die Angaben *leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar* gehalten werden müssen.

Leicht erkennbar sind sie, wenn sie an gut wahrnehmbarer Stelle stehen und ohne langes Suchen auffindbar sind. Die Rechtsprechung hält Angaben für leicht erkennbar, die optisch ohne Schwierigkeiten wahrnehmbar und durch Links auffindbar sind und die aufgrund ihrer Bezeichnung auch als Hinweis auf die Anbieterkennzeichnung verstanden werden. Der Bundesgerichtshof hat es als unschädlich erachtet, dass eine Anbieterkennzeichnung mit „Kontakt“ und „Impressum“ bezeichnet war.

Die Bezeichnung „backstage“ soll nach Ansicht des Oberlandesgerichts Hamburg dagegen nicht hinreichend klar sein. Ob bereits die Notwendigkeit jeglichen Scrollens bewirkt, dass ein Impressum nicht mehr leicht erkennbar ist, oder ob dies erst bei einem umfangreichen Scrollen der Fall ist, ist noch nicht vollends geklärt.

Unmittelbar erreichbar sind Angaben, die ohne wesentliche Zwischenschritte aufgerufen werden können.

Nach der Rechtsprechung des BGH kann als gesichert gelten, dass das Erreichen einer Internetseite über zwei Links in der Regel kein langes Suchen erfordert und damit als unmittelbar gilt, auch wenn neben dem maßgeblichen Link noch andere Links vorhanden sind. Nicht unmittelbar erreichbar sind die Angaben, wenn sie nur in Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gemacht werden. Es genügt deshalb z. B. nicht, den vollständigen Namen des Anbieters nur in den AGB zu nennen, auf der Startseite dagegen nur den Nachnamen zwischen dem Firmennamen und der Anschrift der Firma abzubilden.

**Bleiben Sie im Zweifel also bei den klassischen Bezeichnungen
und bringen Sie die Links deutlich sichtbar an.**

Ständig verfügbar sind Informationen, auf die jederzeit, also über einen dauerhaft funktionstüchtigen Link zurückgegriffen werden kann, und die kompatibel mit den Standardeinstellungen gängiger Internet-Browser sind. Eine Anbieterkennzeichnung, die nur unter Nutzung zusätzlicher Leseprogramme einzusehen ist, dürfte den gesetzlichen Anforderungen nicht genügen. Eine Möglichkeit, die Anbieterkennzeichnung auszudrucken, wird nicht einheitlich gefordert.

III. Weiterführender Hinweis

Generell empfehlenswert sind Gütesiegel für den Online-Handel, die von einer ständig wachsenden Zahl von Anbietern erworben werden. Solche Gütesiegel geben sowohl den Unternehmen als auch den Verbrauchern mehr Rechtssicherheit. Die Initiative D 21 hat Qualitätskriterien für Online-Angebote entwickelt und führt eine Liste empfehlenswerter Gütesiegelanbieter, die die Qualitätskriterien gewährleisten (<http://www.internet-guetesiegel.de>).

Weitere ausführliche Informationen zum Impressum sowie für eine Vielzahl von anderen Fragen, die sowohl für Verbraucher wie Unternehmen wichtig sind, sind erhältlich über die E-Commerce-Verbindungsstelle (<http://www.ecommerce-verbindungsstelle.de/>).

Die E-Commerce-Verbindungsstelle ist die nationale Verbindungsstelle für den elektronischen Geschäftsverkehr gemäß den Anforderungen der europäischen E-Commerce-Richtlinie. Sie wird vom Bundesministerium der Justiz finanziert.