

von Rechtsanwalt **Arndt Joachim Nagel**

Impressum & Co. auf Online-Marktplätzen richtig darstellen - technische Hürden für Online-Händler

In der vergangenen Woche erreichten uns mehrere Hilferufe von Mandanten, deren Impressen auf dem Online-Marktplatz Etsy nicht mehr vollständig abrufbar waren. Der Betreiber von Etsy begründete dies u. a. mit Maßnahmen zur Vereinfachung der Darstellung von Kontaktinformationen. Zudem sei es ausreichend, wenn der Kunde die vollständigen Kontaktinformationen des Etsy-Händlers erst nach Durchführung des Bestellprozesses erhalte. Dass diese Rechtsauffassung jedenfalls nach EU-Recht nicht zutreffend ist, erläutern wir im folgenden Beitrag.

1) Etsy sorgte für Unruhe

In einer internen Dashboard-Ankündigung hatte die US-Do-it-yourself-Plattform Etsy mitgeteilt, wesentliche Kontaktdaten aus dem Impressumsfeld in Etsy-Shops zu entfernen.

Angekündigt wurde dieses Vorgehen mit folgendem Hinweis im Shop-Dashboard:

“

Wir optimieren die Aktualisierung der Verkäuferinformationen

Du musst deine Kontaktdaten nicht mehr im Impressum deiner AGB angeben. Diese Angaben werden dort entfernt. Du musst nur noch darauf achten, dass die Verkäuferinformationen bei den rechtlichen und steuerlichen Informationen aktuell sind.

”

Über die genauen Hintergründe und die Rechtsfolgen dieser Vorgehensweise von Etsy haben wir [in diesem Beitrag](#) berichtet.

Auf die Beschwerde einer unserer Mandantinnen wegen dieses Vorgehens, antwortete Etsy auszugsweise wie folgt (übersetzt aus dem Englischen):

“

In Übereinstimmung mit „EU-Omnibus“ und anderen Vorschriften, die den Marktplatz betreffen, wie etwa der US INFORM Act oder der EU Digital Services Act, werden wir weiterhin bestimmte Verkäuferinformationen und Kontaktinformationen für Käufer anzeigen.

In diesen Fällen sehen die Käufer Ihre E-Mail-Adresse und Ihre vollständige Geschäftsadresse (sofern sie sich von Ihrer Hauptwohnadresse unterscheidet) auf ihrer

Bestellbestätigung.

(...)

Wir haben diese Änderungen vorgenommen, um das Hinzufügen und Aktualisieren Ihrer Verkäuferinformationen zu vereinfachen. Anstatt Ihre Kontaktinformationen im Abschnitt „Verkäuferdetails“ in den Shop-Richtlinien hinzuzufügen, müssen Sie die Informationen jetzt nur noch auf Ihrer Seite „Recht und Steuern“ auf dem neuesten Stand halten. Wir werden diese Informationen anstelle der Informationen, die im Abschnitt "Verkäuferdetails" hinzugefügt wurden heranziehen, wenn wir Informationen für Käufer anzeigen müssen.

(...)

”

Inzwischen hat der Betreiber von Etsy jedoch einen Rückzieher gemacht und die ursprüngliche Impressum-Darstellung bei Etsy wiederhergestellt.

Warum Händler dennoch zusätzlich an der von uns empfohlenen alternativen Darstellung zur Überbrückung des Impressum-Wegfalls festhalten sollten, zeigt [dieser Beitrag](#).

2) Mangelndes Problembewusstsein bei vielen Marktplatzbetreibern

Der oben beschriebene Fall stellt nach unserer Erfahrung keinen Einzelfall dar. Immer wieder kam es in der Vergangenheit bei großen Marktplatzbetreibern zu technischen Änderungen, die eine fehlerhafte oder zumindest unzureichende Darstellung von Rechtstexten der Händler zur Folge hatten.

Insbesondere die Betreiber großer Online-Marktplätze mit Hauptsitz in den USA zeigen hier manchmal nicht das notwendige Problembewusstsein, soweit Händler mit Sitz in der EU betroffen sind.

Technische Änderungen an der Website werden dabei meist ohne Vorankündigung gegenüber den Händlern vorgenommen, so dass diese vor vollendete Tatsachen gestellt werden und nur noch reagieren können, sobald das Problem entdeckt wurde.

Selbst wenn technische Änderungen vom Marktplatzbetreiber zuvor angekündigt werden, erfolgt dies zumeist nicht in der notwendigen Detailtiefe, so dass der Händler hieraus konkrete Schlüsse für die Darstellung seiner Rechtstexte ziehen könnte. Die Auswirkungen einer solchen Änderung fallen häufig erst später auf, etwa wenn der Händler zufällig bemerkt, dass sein Impressum nicht mehr (vollständig) angezeigt wird oder die Widerrufsbelehrung nicht mehr auffindbar ist. Dann ist häufig Kreativität gefragt, wenn der Händler kurzfristig nach alternativen Darstellungsmöglichkeiten für seine Rechtstexte suchen und diese auch umsetzen muss, was jedoch nicht immer technisch möglich ist.

3) Rechtlicher Hintergrund

Das Gesetz legt Online-Händlern unterschiedliche Informationspflichten auf, deren Nichteinhaltung zu kostenpflichtigen Abmahnungen und teilweise auch zu Bußgeldern führen kann. Dieses Risikos für die Händler scheinen sich einige Betreiber von Online-Marktplätzen nicht bewusst zu sein.

a) Impressumspflicht

Die Pflicht zur Vorhaltung eines Impressums ergibt sich insbesondere aus § 5 Abs. 1 TMG. Danach haben Diensteanbieter für geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene Telemedien bestimmte Informationen wie etwa den Namen und die Anschrift, unter der sie niedergelassen sind, eine E-Mail-Adresse, ggf. Angaben zum Handelsregister, ggf. eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes, leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten.

Zudem bestimmt Art. 246a § 1 EGBGB i. V. m. § 312d Abs. 1 BGB, dass der Unternehmer bei Fernabsatzverträgen verpflichtet ist, dem Verbraucher u. a. folgende Informationen zur Verfügung zu stellen:

- seine Identität, beispielsweise seinen Handelsnamen, sowie die Anschrift des Ortes, an dem er niedergelassen ist, sowie gegebenenfalls die Identität und die Anschrift des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt,
- seine Telefonnummer, seine E-Mail-Adresse sowie gegebenenfalls andere von ihm zur Verfügung gestellte Online-Kommunikationsmittel, sofern diese gewährleisten, dass der Verbraucher seine Korrespondenz mit dem Unternehmer, einschließlich deren Datums und deren Uhrzeit, auf einem dauerhaften Datenträger speichern kann.

aa) Impressumspflicht nach § 5 TMG

Nach § 5 TMG trifft die Impressumspflicht alle Diensteanbieter, die geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene, Telemedien bereithalten.

Ein Diensteanbieter ist jede natürliche oder juristische Personen, die eigene oder fremde Telemedien zur Nutzung bereithält oder den Zugang zur Nutzung vermittelt (vgl. § 2 Nr. 1 TMG). Darunter sind demnach gänzlich alle Domaininhaber zu verstehen, da gemäß § 2 TMG die Personengesellschaften den juristischen Personen gleichgestellt werden, soweit sie rechtsfähig sind.

Telemedien umfassen alle Informations- und Kommunikationsdienste, die keine Telekommunikation im engeren Sinne oder Rundfunk darstellen. Telemedien sind also unter anderem auch private Websites, Blogs oder E-Mails, jedoch nicht die reine Datenübertragung, wie zum Beispiel VoIP. Nahezu alle Angebote im Internet unterfallen damit dem Begriff der Telemedien und alle Anbieter der Impressumspflicht.

Der Anwendungsbereich der Impressumspflicht erschöpft sich nicht beim Betreiber einer bestimmten Domain, sondern ist vom Gesetzgeber bewusst weit gefasst worden. Ein anführungspflichtiger Telediensteanbieter nach § 5 Abs. 1 TMG kann insofern auch sein, wer geschäftsmäßig fremde Telemedien

zur Nutzung bereithält, §2 Nr. 1 TMG.

Eine derartige Konstellation ist regelmäßig bei Auftritten auf externen Verkaufsplattformen einschlägig, die Händlern die Möglichkeit bieten, ihren Vertrieb durch seiteninterne Shop-Profile eigenständig zu organisieren. Innerhalb eines eigenen Handlungsraums könne Gewerbetreibende hier nämlich die fremden Dienste geschäftsmäßig für die Verbreitung eigener oder zumindest eigens zusammengestellter Inhalte nutzen und sind deshalb zur Anführung eines vollständigen Impressums gehalten (so ausdrücklich bereits im Jahre 2012 das LG Bamberg, Urteil v 28.11.2012 – Az.1 HK O 29/12)

Nach dem Sinn und Zweck der Impressumspflicht, im Telekommunikationsbereich die Transparenz gegenüber Verbrauchern zu stärken und durch Informationsobliegenheiten etwaig angestrebte geschäftliche Korrespondenzen zu erleichtern, haben Online-Händler auf Verkaufsplattformen das Impressum unabhängig von der Größe ihres Shops, der Zahl der angebotenen Artikel oder der jeweiligen Kaufzuschlagsmodalitäten (Direktkauf, Auktion etc.) anzuführen.

bb) Platzierung des Impressums

Die erforderlichen Informationen nach § 5 TMG sind vom Anbieter **leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar** zu halten.

Ferner muss der Unternehmer dem Verbraucher die Informationen nach Art. 246a § 1 EGBGB i. V. m. § 312d Abs. 1 BGB **vor Abgabe von dessen Vertragserklärung in klarer und verständlicher Weise** zur Verfügung stellen. Bei einem Fernabsatzvertrag muss der Unternehmer dem Verbraucher die Informationen in einer den benutzten Fernkommunikationsmitteln angepassten Weise zur Verfügung stellen.

Hieraus ist ersichtlich, dass es entgegen der von Etsy geäußerten Rechtsauffassung nicht ausreichen würde, wenn der Kunde die vollständigen Kontaktinformationen des Etsy-Händlers erst nach Durchführung des Bestellprozesses erhält. Vielmehr muss das Impressum des Händlers bereits vorher vollständig dargestellt werden, sodass die Identität des Händlers auch schon vor einer möglichen Bestellung eindeutig festgestellt werden kann.

b) AGB, Widerrufsbelehrung & Co.

Neben der Impressumspflicht erlegt das Gesetz Online-Händlern insbesondere im elektronischen Geschäftsverkehr mit Verbrauchern zahlreiche weitere Informationspflichten auf. Eine Übersicht über die relevantesten Informationspflichten haben wir etwa [in diesem Beitrag](#) erstellt.

Dabei ist zwischen vorvertraglichen Pflichten – also solchen Pflichten, die der Unternehmer noch vor Vertragsschluss mit dem Verbraucher zu erfüllen hat – einerseits und nachvertraglichen Pflichten – also solchen Pflichten, die der Unternehmer nach Vertragsschluss mit dem Verbraucher zu erfüllen hat – andererseits zu unterscheiden. Dies betrifft u. a. auch die Pflicht des Unternehmers zur Darstellung seiner Rechtstexte wie AGB, Widerrufsbelehrung und Datenschutzerklärung. Auch insoweit ist zwischen einer vorvertraglichen und einer nachvertraglichen Informationspflicht zu unterscheiden. Ferner kommt es im Hinblick auf die AGB auch auf eine wirksame Einbeziehung in den Vertrag mit dem Kunden an.

Das Gesetz regelt nicht, wie die einschlägigen Rechtstexte vom Händler konkret in seiner Online-Präsenz eingebunden werden müssen. Das Gesetz beschränkt sich insoweit auf pauschale Regelungen wie etwa „in klarer und verständlicher Weise“ oder „in einer den benutzten Fernkommunikationsmitteln angepassten Weise“. Damit alleine kann der Händler freilich erst einmal wenig anfangen.

Zudem sind die technischen Voraussetzungen für die Darstellung der Inhalte auch nicht immer gleich und können – je nach Vertriebskanal – völlig unterschiedlich sein. Daher kann insoweit auch kein pauschaler Hinweis erfolgen. Es ist vielmehr zu beachten, welche Darstellungsmöglichkeiten sich dem Händler auf dem jeweiligen Vertriebskanal für seine Rechtstexte bieten.

[In diesem Beitrag](#) gehen wir näher auf die Darstellungsmöglichkeiten der Rechtstexte bei unterschiedlichen Online-Vertriebskanälen ein.

4) Haftung für die fehlerhafte Darstellung

Betreiber von Online-Marktplätzen sind verpflichtet, ihren Nutzern im Rahmen des geschlossenen Nutzungsvertrages hinreichende technische Möglichkeiten für die Vorhaltung eines ordnungsgemäßen Impressums bereitzustellen (vgl. OLG Düsseldorf, Urt. v. 18.06.2013 – Az. I-20 U 145/12). Entsprechendes gilt für die Darstellung aller weiteren erforderlichen Rechtstexte des Händlers.

Verletzt der Marktplatzbetreiber diese Verpflichtung schuldhaft und entsteht dem Händler hierdurch ein materieller Schaden, etwa in Gestalt von Abmahnkosten oder Bußgeldern, so kann der Händler beim Marktplatzbetreiber Regress nehmen. Allerdings ist die Durchsetzung solcher Ansprüche in der Praxis häufig mit Schwierigkeiten verbunden, insbesondere dann, wenn der Marktplatzbetreiber seinen Hauptsitz außerhalb der EU hat. Zudem ist der Händler nicht selten auch wirtschaftlich abhängig vom Marktplatzbetreiber und somit auf dessen Gunst angewiesen. Dies könnte ihn zusätzlich davon abhalten, mögliche Schadensersatzansprüche gegen den Marktplatzbetreiber gerichtlich zu verfolgen.

Allerdings haben wir in unserer Beratungspraxis auch schon Fälle erlebt, in denen sich Marktplatzbetreiber einsichtig gezeigt haben und dem betroffenen Händler einen entstandenen Schaden außergerichtlich ersetzt haben.

5) Fazit

Online-Händler müssen aufgrund unterschiedlicher gesetzlicher Regelungen besondere Informationspflichten beachten, wenn sie Online-Marktplätze für den Verkauf ihrer Waren nutzen. Hierzu zählt u. a. auch die Pflicht zur Vorhaltung eines ordnungsgemäßen Impressums sowie ggf. weiterer Rechtstexte wie etwa Widerrufsbelehrung und/oder Datenschutzerklärung. Für die Erfüllung dieser gesetzlichen Informationspflichten sind die Händler auf die Mithilfe des jeweiligen Marktplatzbetreibers angewiesen. Dieser ist wiederum verpflichtet, denjenigen Händlern, die seinen Marktplatz nutzen, hinreichende technische Möglichkeiten für die Vorhaltung der erforderlichen Rechtstexte bereitzustellen.

Wie das oben erwähnte Beispiel von Etsy verdeutlicht, kommt es dabei in der Praxis immer wieder zu Konflikten, wenn der Marktplatzbetreiber eigenmächtig technische Änderungen an dem Marktplatz

durchführt, die dazu führen, dass die Rechtstexte des Händlers nicht mehr (korrekt) angezeigt werden. Für die fehlerhafte Darstellung notwendiger Rechtstexte haftet der Händler grundsätzlich selbst. Er kann jedoch ggf. beim Marktplatzbetreiber Regress nehmen, wenn ihm hierdurch ein materieller Schaden entsteht. Dies gestaltet sich in der Praxis jedoch schwierig, wenn der Marktplatzbetreiber seinen Geschäftssitz außerhalb der EU hat und/oder wenn der Händler wirtschaftlich abhängig vom Marktplatzbetreiber ist.

Die IT-Recht Kanzlei stellt im Rahmen ihrer [Schutzpakete](#) Rechtstexte für unterschiedliche Online-Vertriebskanäle bereit und berät Online-Händler bei der korrekten Einbindung der Rechtstexte. Wenn es – wie im oben genannten Beispiel von Etsy – zu derartigen Konflikten kommt, versuchen wir gemeinsam mit unseren Mandanten eine kurzfristige Lösung des Problems herbeizuführen. In manchen Fällen können wir dabei auch auf direkte Gesprächskanäle zu den Marktplatzbetreibern zurückgreifen. In der Vergangenheit konnten wir betroffenen Mandanten so bereits mehrfach behilflich sein und diese vor (größerem) Schaden bewahren.

Autor:

RA Arndt Joachim Nagel

Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht