

von Dr. Bea Brünen

## Online-Shop eröffnen: Was ist rechtlich zu beachten? - Teil 2: Impressum

**Immer wieder erfolgten in der Vergangenheit wettbewerbsrechtliche Abmahnungen gegenüber gewerblichen Anbietern im Internet mit der Begründung, dass deren Internetpräsenzen gar keine oder nur unvollständige Impressen enthielten. Dabei ist es keine Kunst, ein rechtssicheres Impressum zu erstellen und korrekt auf der Shop-Seite zu implementieren. Im zweiten Teil der Serie der IT-Recht Kanzlei erläutern wir, auf was künftige Shop-Betreiber bei der Gestaltung eines rechtssicheren Impressums achten müssen.**

Immer wieder erfolgten in der Vergangenheit wettbewerbsrechtliche Abmahnungen gegenüber gewerblichen Anbietern im Internet mit der Begründung, dass deren Internetpräsenzen gar keine oder nur unvollständige Impressen enthielten. Dabei ist es keine Kunst, ein rechtssicheres Impressum zu erstellen und korrekt auf der Shop-Seite zu implementieren. Im zweiten Teil der Serie der IT-Recht Kanzlei erläutern wir, auf was künftige Shop-Betreiber bei der Gestaltung eines rechtssicheren Impressums achten müssen.

### A. Was ist ein Impressum?

Das Telemediengesetz (TMG), Nachfolger des Teledienstgesetzes, statuiert in § 5 gegenüber Diensteanbietern von geschäftsmäßig betriebenen Internetpräsenzen besondere identitätsbezogene Ausweispflichten. Durch die Pflicht zur Anbieterkennzeichnung (Impressumsangabe) soll ein Mindestmaß an Transparenz und Information im Internet zum Schutz der Verbraucher sichergestellt und zusätzliches Vertrauen in den E-Commerce (und auch M-Commerce) geschaffen werden. Darüber hinaus dienen die in § 5 TMG enthaltenen allgemeinen Informationspflichten zur Identitätsfeststellung, womit auch etwaige Rechtsverfolgungen im Streitfalle erleichtert werden sollen.

## B. Haftung für fehlerhaftes Impressum

Ein fehlendes oder unzureichendes Impressum stellt eine Ordnungswidrigkeit nach § 16 Abs. 1 Nr. 1 TMG dar und kann mit einer Geldbuße von bis zu 50.000 Euro geahndet werden. Die wirkliche Gefahr für Shop-Betreiber in spe geht jedoch von wettbewerbsrechtlichen Abmahnungen durch Konkurrenten aus.

### I. Vollständig fehlendes Impressum

Lange Zeit war umstritten, ob die sich aus § 5 TMG ergebende Pflicht zur Impressumsangabe wettbewerbsrechtlich zu belangen ist. Der BGH hat mit seinem Urteil vom 20.07.2006 (I ZR 228/03) ein Machtwort gesprochen und festgestellt, dass ein vollständig fehlendes Impressum ein Wettbewerbsverstoß i.S.d. § 4 Nr. 11 Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) a.F. (jetzt in § 3a UWG geregelt) darstellt. Die in § 5 TMG normierte Pflicht zur Anbieterkennzeichnung habe verbraucherschützenden Charakter und soll für gleiche Wettbewerbsbedingungen sorgen.

Ist das Impressum zwar vorhanden, jedoch unzureichend, stellt sich die Frage, welche fehlenden Angaben abmahnfähig sind.

### II. Fehlender Name und fehlende Anschrift

Ein abmahnfähiger Wettbewerbsverstoß liegt vor, wenn etwa ein Online-Shopbetreiber seinen Verpflichtungen aus § 5 Satz 1 TMG nicht nachkommt, indem er seinen Namen und seine Anschrift nicht preisgibt. Schließlich dienen die in § 5 TMG enthaltenen Vorgaben ja gerade dazu, dem Nutzer einen Überblick darüber zu verschaffen, an wen er sich bei einem Vertragsschluss wenden muss, um seine Ansprüche durchzusetzen, sowie darüber, an wen er selbst seine Leistung zu erbringen hat.

### III. Abgekürzte Vornamen

Auch bei abgekürzten Vornamen ist die Rechtsprechung streng. So stelle die Abkürzung des Vornamens nach einem Beschluss des KG Berlins (Beschluss vom 13.02.2007, 5 W 34/07) einen abmahnfähigen Wettbewerbsverstoß dar.

### IV. Fehlende Telefonnummer

Ob die fehlende Angabe einer Telefonnummer im Website-Impressum abmahnfähig ist, wird von der Rechtsprechung unterschiedlich gesehen. Dem OLG Hamm zufolge bedarf es keiner Angabe einer Telefonnummer im Impressum (Urteil vom 17.03.2004, 20 U 222/03). Anders haben jedoch das OLG Oldenburg (Beschluss vom 12.05.2006, 1 W 29/06) sowie das OLG Köln (Urteil vom 13.02.2004, 6 U 109/03) entschieden. Danach habe ein gewerblicher Verkäufer, der im Internet Waren anbietet, auch zwingend eine Telefonnummer in seiner Anbieterkennzeichnung zu veröffentlichen. Fehle diese Angabe, könne dies durchaus zu einer wettbewerbsrechtlichen Abmahnung führen.

### V. Fehlende Angabe der zuständigen Aufsichtsbehörde

Auch die fehlende Angabe der zuständigen Aufsichtsbehörde kann grundsätzlich einen Wettbewerbsverstoß darstellen. Soweit ersichtlich stufte die Rechtsprechung die fehlende Angabe des Namens der zuständigen Aufsichtsbehörde bislang jedoch als sogenannten Bagatelverstoß i.S.d. § 3 UWG ein. Bei jedem Wettbewerbsverstoß ist nämlich zu hinterfragen, inwieweit dieser auch tatsächlich geeignet ist, den "Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber und der Verbraucher nicht nur unerheblich zu beeinflussen" (sog. Bagatellklausel). Die Rechtsprechung wertete die fehlende Angabe der Aufsichtsbehörde dementsprechend als unerhebliche Wettbewerbsbeeinträchtigung, die als solche nicht abmahnfähig ist (OLG Koblenz, Urteil vom 25.04.2006, 4 U 1587/04).

## VI. Fehlende Angabe des Vertretungsberechtigten und des Handelsregisters

Auch die fehlende Angabe des Vertretungsberechtigten einer GmbH und fehlende Informationen zum Handelsregister nebst zugehöriger Registernummer können einen abmahnfähigen Wettbewerbsverstoß darstellen (LG München, Urteil vom 03.02.2005, 7 O 11682/04).

Übrigens: Eine wettbewerbsrechtliche Abmahnung scheitert übrigens nicht an der fehlenden Kenntnis des Diensteanbieters von seinem Wettbewerbsverstoß. Auf die Kenntnis oder Unkenntnis des Verletzers kommt es nicht an.

## C. Wer muss ein Impressum führen?

Aus den vorherigen Aussagen folgt, dass von einem fehlenden oder unzureichenden Impressum eine reale Abmahngefahr ausgeht. Ein rechtssicheres Impressum sollte bei künftigen Shop-Betreibern also ganz oben auf der Agenda stehen. Doch aus welcher gesetzlichen Regelung ergibt sich, wer ein Impressum führen muss?

Diese Frage beantwortet § 5 Abs. 1 TMG. Danach 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.

Daraus folgt für Shop-Betreiber: Indem sie geschäftsmäßig einen auf Dauer gerichteten Internetauftritt zur individuellen Nutzung durch PCs oder mobile Endgeräten (Notebook, Handy, Smartphone etc.) betreiben, bedienen sie sich eines Teledienstes und unterfallen damit auch dem TMG. Sie müssen dementsprechend in aller Regel ein Impressum bereithalten.

## D. Was sollte in einem Impressum stehen?

§ 5 TMG statuiert gleich einen ganzen Katalog von Informationspflichten, die im Impressum umzusetzen sind. Welche Angaben Shop-Betreiber in spe konkret bereithalten müssen, erläutern wir im Folgenden.

### I. Name und Anschrift des Online-Shopbetreibers, besondere Auskünfte

- Der Online-Händler hat seinen kompletten Namen bzw. die vollständige Firmenbezeichnung inklusive Rechtsformzusatz anzugeben.
- Straße, Hausnummer, Postleitzahl und Ort müssen angegeben werden. Die Angabe eines Postfachs genügt dabei gerade nicht.
- Der Sitz juristischer Personen und Personenvereinigungen ist anzugeben.
- Für den Fall, dass mehrere Niederlassungen bestehen, sollte die Hauptniederlassung angegeben werden.
- Bei juristischen Personen ist noch auf eine korrekte Firmierung zu achten.
- Sofern Angaben über das Kapital der Gesellschaft gemacht werden, ist das Stamm- oder Grundkapital sowie, wenn nicht alle in Geld zu leistenden Einlagen eingezahlt sind, der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen anzugeben.

Zudem hat der Shop-Betreiber eine schnelle Kontaktaufnahme zu ermöglichen. Die Gesetzesbegründung zu der dem TMG zugrundeliegenden europäischen Richtlinie versteht darunter, dass neben der elektronischen Post ein weiterer schneller, unmittelbarer und effizienter Kommunikationsweg zur Verfügung stehen muss. Dazu zählen insbesondere die Faxnummer und die E-Mail-Adresse.

### II. Vertretungsberechtigte

Handelt es sich beim Online-Shop um eine juristische Person, Personengesellschaft oder einen sonstigen Personenzusammenschluss, hat die Angabe des Vertretungsberechtigten zwingend zu erfolgen.

Nach Ansicht des OLG München (Urteil vom 26.07.2001, 29 U 3265/01) ist unter dem Begriff "Vertretungsberechtigter" keine Person zu verstehen, die allein "für den Inhalt verantwortlich" ist. Andererseits muss jedoch auch nicht in jedem Fall der gesetzliche Vertreter im Impressum angegeben werden. So kann bereits die Angabe eines Prokuristen oder eines anderen Bevollmächtigten ausreichen.

### III. Aufsichtsbehörde, Register und Registernummer, Umsatzsteuer-Identifikationsnummer, Wirtschafts-Identifikationsnummer

Die zuständige Aufsichtsbehörde nebst Kontaktdaten ist für den Fall aufzuführen, dass die Tätigkeit des Shop-Betreibers der behördlichen Zulassung bedarf (wie z.B. bei Gastronomiebetrieben oder auch Maklern der Fall). Wenn der Anbieter im Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister eingetragen ist, so ist das entsprechende Register zu benennen und die Registernummer anzugeben. Falls vorhanden, ist auch die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer (nach § 139c der Abgabenordnung) anzugeben.

### IV. Weitere Pflichten für besondere Berufsgruppen

Zuletzt bestehen für besondere Berufsgruppen zusätzliche Informationspflichten. So müssen z.B. die jeweiligen Berufsordnungen (s. § 5 Nr. 5c TMG) angegeben werden.

Tipp: Um wirklich auf Nummer sicher zugehen, sollte man auf jeden Fall in seinem Impressum neben der Faxnummer auch seine Telefonnummer mit angeben. Sollte es sich dabei um eine sog. Mehrwertdienstnummer handeln, wäre zudem zu beachten, dass zusätzlich der jeweils geltende Tarif mitanzugeben ist.

### E. Platzierung und Gestaltung des Impressums

Wo und wie das Impressum auf der Shop-Seite implementiert werden muss, gibt § 5 Abs. 1 TMG vor. Dieser fordert, dass das Impressum leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar bereitzuhalten ist. Auf was Gründer von Online-Shops bei der Gestaltung des Impressums achten müssen, erläutern wir im Folgenden.

## I. Bezeichnung des Impressums

Nach § 5 Abs. 1 TMG müssen die notwendigen Informationen zur Anbieterkennzeichnung optisch leicht wahrnehmbar sein. Der einfache Zugriff auf das Impressum kann jedoch auch durch die Verwendung unverständlicher Bezeichnungen vereitelt werden. Shop-Betreiber sollten sich bei der Art und Weise der Darstellung der Impressumsangaben in erster Linie von Praktikabilität und nicht von Kreativität leiten lassen. Das bedeutet konkret, dass sich Online-Händler bei der Wahl eines geeigneten Namens für die Anbieterkennzeichnung an den Gepflogenheiten der angesprochenen Verkehrskreise orientieren sollten. Mittlerweile anerkannt ist, dass neben dem Wort "Impressum" vor allem die Angabe "Kontakt" einen zulässigen, unmissverständlichen Indikator darstellen kann (so schon das OLG München, Urteil vom 11.09.2003, 29 U 2681/03, bestätigt durch den BGH, Urteil vom 20.07.2006, I ZR 228/03).

Shop-Betreiber sollten hingegen auf Formulierungen verzichten, die dem jeweiligen Nutzer nach dem objektiven Verkehrsverständnis nicht hinreichend signalisieren, dass er an der vorgesehenen Stelle auf relevante Anbieterinformationen zurückgreifen kann. Bezeichnungen, unter denen der durchschnittliche Nutzer mit einem Impressum vernünftigerweise nicht zu rechnen braucht, verstoßen gegen das Deutlichkeitserfordernis des § 5 Abs. 1 TMG und können wettbewerbsrechtlich geahndet werden.

Beispiele für unzulässige Impressumsbezeichnungen:

- "Backstage", da diese im allgemeinen Sprachgebrauch eher mit der Musikbranche in Verbindung gebracht wird - so das OLG Hamburg, Beschluss vom 20.11.2002, 5 W 80/02)
- "Information"/"Info", da in Bezug auf die angeführten Informationen nicht hinreichend aussagekräftig und spezifisch - insofern können identitätsbezogene Kontakthinweise nicht erwartet werden (LG Aschaffenburg, Urteil vom 19.08.2011, 2 HK O 54/11; OLG Düsseldorf, Beschluss vom 13.8.2013, I-20 U 75/13)
- Link mit Bezeichnung "Ich freue mich auf E-Mails", da in keiner Form erkennbarer Hinweis auf Anbieterinformationen (OLG Naumburg, Urteil vom 13.8.201, 1 U 28/10)

Tipp: Um Abmahnungen wegen wahrnehmungserschwerenden Fehlbezeichnungen vorzubeugen, empfiehlt sich, die notwendigen Angaben nach § 5 Abs. 1 TMG unter der Bezeichnung "Impressum" oder auch "Anbieterkennzeichnung" aufzuführen.

## II. Einbindung des Impressums auf der Webseite

Wie bereits dargestellt verlangt § 5 Abs. 1 TMG, dass das Impressum leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar bereitzuhalten ist. Das bedeutet, dass das Impressum an gut wahrnehmbarer Stelle und ohne langes Suchen jederzeit auffindbar sein muss.

Was darunter konkret zu verstehen ist, war lange Zeit mit der umstrittenste Punkt beim Thema "Impressum". Mit Urteil vom 20.07.2006 (I ZR 228/03) hat der BGH entschieden, dass es seit Ende 2006 wettbewerbsrechtlich nicht mehr zu beanstanden ist, wenn das Impressum erst durch mehrere Links von der Startseite aus zu erreichen ist. Dementsprechend ist es gerade nicht erforderlich, die Angaben eines Impressums auf der Startseite bereitzuhalten; es genügt vielmehr, wenn die Erreichbarkeit im Sinne §5 Abs. 1 TMG über zwei Links gewährleistet ist.

Das Bereitstellen der notwendigen Anbieterinformationen in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen genügt den Anforderungen des § 5 Abs. 1 TMG hingegen nicht (LG Stuttgart, Urteil vom 11.03.2003, 20 O 12/03). Das Impressum sei üblicherweise nicht Bestandteil von Geschäftsbedingungen; es müsse vielmehr nach kaufmännischen Grundsätzen (vgl. § 37a HGB) auf allen Geschäftspapieren enthalten sein, auch wenn deren Verwendung nicht im Zusammenhang mit Vertragsabschlüssen stehe. Das Impressum würde daher nicht auf der Seite einer Website erwartet, deren Überschrift sie als Platz lediglich für die Allgemeinen Geschäftsbedingungen ausweise.

Tipp: Idealerweise ist das Impressum von jeder Seite der Website aus mit nur einem Klick erreichbar. Es empfiehlt sich eine Linkanführung am unteren Seitenrand, die auf jeder Seite einer Web-Präsenz unverändert existiert. Es sollte zudem darauf geachtet werden, dass die Erreichbarkeit des Impressums nicht von bestimmten Scripts oder Browser-Plug-Ins abhängig gemacht wird (z.B. Impressum per JavaScript-Popup). Die leichte Erkennbarkeit und Erreichbarkeit der Anbieterkennzeichnung wird außerdem technisch dadurch am ehesten gewährleistet, wenn das Impressum bei einer Bildschirmauflösung 1024\*768 Pixel dauerhaft sichtbar ist.



## F. Praxistipps

Um wettbewerbsrechtliche Abmahnungen zu vermeiden, sollten sich Gründer von Online-Shops frühzeitig um ein rechtssicheres Impressum bemühen. Die IT-Recht Kanzlei unterstützt Gründer von Online-Shops bei Erstellung ihres Impressums. Dafür müssen lediglich einige Fragen beantwortet werden. Der **Impressums-Generator erstellt im Anschluss ein rechtssicheres Impressum.**

Autor:

**Dr. Bea Brünen**

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)