

Impressumspflicht im Internet- Die Pflicht zur Anbieterkennzeichnung nach §§ 5, 6 TMG und §§ 55, 58 RStV

I. Für wen gilt die Impressumspflicht?

§ 5 des seit dem 01.03.2007 geltenden Telemediengesetzes (TMG) statuiert wie die alten Regelungen in TDG und MDSStV umfassende Informationspflichten (auch „Impressumspflicht“ genannt), die zu mehr Transparenz von Angeboten im Internet führen sollen. Nach der seit dem 01.03.2007 geltenden Rechtslage setzt die Informationspflicht nach dem TMG voraus, dass es sich um geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene Telemedien handelt. Nach der Gesetzesbegründung sollen damit solche Telemedien vom Anwendungsbereich ausgenommen werden, die - wie z. B. private Homepages – ohne den Hintergrund einer Wirtschaftstätigkeit bereitgehalten werden.

Bei Internetseiten von Schulen handelt es sich in der Regel nicht um geschäftsmäßige, gegen Entgelt angebotene Telemedien, denn sie werden ohne Hintergrund der Wirtschaftstätigkeit bereitgehalten. Daher gilt § 5 TMG nicht für Schulen. Jedoch unterliegen diese den Informationspflichten des § 55 Abs. 1 RStV, wenn sie Telemedien anbieten, die nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen. Internetseiten der Schulen dienen hauptsächlich der Information der Schüler, Lehrer und Eltern über das Schulgeschehen und sollen die Schule Dritten gegenüber präsentieren. Demnach dienen sie nicht ausschließlich den oben genannten Zwecken, so dass § 55 Abs. 1 RStV Anwendung findet. Die Schulen haben daher Name und Anschrift in das Impressum aufzunehmen.

Die Voraussetzung „geschäftsmäßig“ ist streng von einer etwaigen gewerblichen Tätigkeit zu trennen. Geschäftsmäßig tätig ist schon derjenige, der mit einer gewissen Nachhaltigkeit Telemedien erbringt, ohne Rücksicht darauf, ob eine Gewinnerzielungsabsicht damit verbunden ist oder nicht. Da jede Internetpräsenz auf eine gewisse Dauer angelegt ist und damit als nachhaltig eingestuft werden kann, muß abgewartet werden, welche Abgrenzungskriterien die Rechtsprechung im Einzelnen entwickeln wird. Es ist zu erwarten, dass sie eine gewisse unternehmerische Tätigkeit voraussetzt und auf den Gesamteindruck der Website abstellt.

Lediglich private Gelegenheitsgeschäfte sind vom Anwendungsbereich ausgeschlossen. In jedem Fall muss eine Website, auf der Bannerwerbung geschaltet ist, ein Impressum bereithalten.

II. Welche Informationen sind in das Impressum aufzunehmen?

Im Einzelnen ergibt sich aus § 5 TMG, dass folgende Angaben ständig verfügbar zu halten sind:

1. Name und Anschrift des Anbieters

Der vollständige Name bzw. die komplette Firmenbezeichnung inklusive Rechtsformzusatz ist anzugeben. Weiterhin muß die ladungsfähige Adresse (Straße, Hausnummer, Postleitzahl und Ort) genannt werden. Die Angabe eines Postfaches genügt nicht. Bei juristischen Personen sind der Sitz und der Name eines Vertretungsberechtigten anzugeben.

2. Informationen zur schnellen Kontaktaufnahme

Telefonnummer, Faxnummer und E-Mailadresse gehören, falls vorhanden, in jedes Impressum

3. Angabe der Aufsichtsbehörde

Sofern die Tätigkeit des Anbieters der behördlichen Zulassung bedarf, ist die zuständige Aufsichtsbehörde nebst Kontaktdaten aufzuführen

4. Register und Registernummer, Umsatzsteuer-Identifikationsnummer

Ist der Anbieter im Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister eingetragen, so ist das Register mit der entsprechenden

Registernummer zu nennen. Gegebenenfalls ist auch die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer anzugeben.

5. Besondere Berufsgruppen

Angehörige freier Berufe, bei denen die Berufsausübung geregelt oder die Berufsbezeichnung geschützt ist (Rechtsanwälte, Steuerberater, Ärzte, Architekten, Wirtschaftsprüfer etc.) müssen zusätzlich die Berufsbezeichnung und den Staat, in dem diese verliehen wurde, angeben. Außerdem sind berufsrechtliche Regelungen zu nennen und im Volltext oder durch Link verfügbar gehalten werden.

6. Weitere Angaben

Weitergehende Informationspflichten gibt es für den Bereich der kommerziellen Kommunikation (Werbung). § 6 TMG bestimmt, dass Werbung klar als solche erkennbar sein muss. Die Person, in deren Auftrag geworben wird, muss klar identifizierbar; Preisnachlässe, Zugaben und Geschenke müssen klar als solche erkennbar sein und die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme müssen leicht zugänglich und klar und unzweideutig angegeben werden. Gleiches gilt für Preisausschreiben und Gewinnspiele mit Werbecharakter.

Ferner ist § 58 Abs. 1 RStV zu beachten. Auch hiernach muss Werbung als solche klar erkennbar und vom übrigen Inhalt der Angebote eindeutig getrennt sein. In der Werbung dürfen keine unterschweligen Techniken eingesetzt werden.

III. Was bedeutet das für die Hochschulen?

Als Vertretungsberechtigter ist bei Hochschulen auf jeden Fall der Rektor zu nennen, bei Instituten und Lehrstühlen, die ihre Internetseiten in eigener Verantwortung erstellen, der Institutsleiter bzw. der Lehrstuhlinhaber. Darüber hinaus kann eine weitere Person zur Kontaktaufnahme (beispielsweise Webmaster usw.) genannt werden. Allerdings ist zu beachten, dass Dinge, die dieser Kontaktperson mitgeteilt werden, dann auch gegen die Institution als solche wirken. Ergeht also z.B. ein Hinweis auf rechtswidrige Inhalte an den Webmaster, kann sich der Institutsleiter als Verantwortlicher im Sinne des TMG nicht darauf berufen, dass er keine Kenntnis von rechtswidrigen Inhalten gehabt habe, da ihn insoweit ein Organisationsverschulden trifft. Er hätte dafür sorgen müssen, dass seine Mitarbeiter ihn auf dem Laufenden halten oder gebotene Maßnahmen ergreifen.

IV. An welche Stelle der Website gehört das Impressum?

Die Angaben müssen nicht auf jeder einzelnen HTML-Seite bereitgehalten werden. Ein gut sichtbarer Link von der Startseite mit der Bezeichnung „Kontakt“ oder „Impressum“ dürfte hier genügen, wenn die Startseite von jeder Unterseite aus erreichbar ist. Allerdings müssen die Informationen leicht erkennbar sein. Auf vielen Seiten finden sich beispielsweise neben „Kontakt“ und „Impressum“ noch Punkte wie „Über uns“ o.ä. Es sollte darauf geachtet werden, dass die Anbieterkennzeichnung zusammengehalten und nicht auf mehrere Seiten verteilt wird.

V. Was gilt für Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten?

Für journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote, in denen vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben oder in denen in periodischer Folge Texte verbreitet werden, gelten zusätzlich die Anforderungen aus § 55 Abs. 2 Rundfunkstaatsvertrag (RStV). Bei solchen Angeboten muss zusätzlich ein für den Inhalt Verantwortlicher mit Name und Anschrift benannt werden. Bei mehreren Verantwortlichen muss gekennzeichnet werden, wer für welchen Teil des Angebots verantwortlich ist. Als Verantwortlicher kann nur benannt werden, wer voll geschäftsfähig ist, seinen ständigen Aufenthalt im Inland hat, nicht infolge Richterspruchs die Fähigkeit zur Bekleidung öffentlicher Ämter verloren hat und unbeschränkt strafrechtlich verfolgt werden kann.

VI. Abmahnung

Ob der Verstoß gegen § 5 TMG Konkurrenten wirklich zu einer kostenpflichtigen Abmahnung berechtigt, ist umstritten. Insbesondere ist zweifelhaft, ob die unzureichende Anbieterkennzeichnung zu einer Besserstellung im Wettbewerb führt. Nach §§ 1, 3 UWG sollte ein Unterlassungsanspruch nur in den Fällen bejaht werden, in denen die Identität des Anbieters verschleiert wird. Anderes gilt für Abmahnungen durch Industrie- und Handelskammer, Handwerkskammer oder einen Abmahnverein, der den Status einer qualifizierten Einrichtung nach dem Unterlassungsklagengesetz (UKlaG) besitzt. Diese sind zur Abmahnung berechtigt, wenn gegen eine verbraucherschützende Norm (§5 TMG ist eine solche) verstoßen wird. Verstöße gegen die Anbieterkennzeichnungspflicht können nach § 16 Abs. 3 TMG mit einer Geldbuße bis zu 50.000 € geahndet werden.

Vorsicht: Jede Abmahnung sollte zwar ernst genommen und einer fachkundigen Überprüfung unterzogen werden. Aber selbst dann, wenn die Abmahnung berechtigt ist und tatsächlich ein Verstoß gegen die Impressumspflicht vorliegt, folgt daraus nicht automatisch die rechtliche Pflicht zur Abgabe der Unterlassungserklärung und Zahlung der Kosten. In jedem Fall sollte rechtlicher Rat eingeholt und nicht vorschnell durch Unterschrift eine Verpflichtung eingegangen werden. Dies gilt insbesondere im Fall von Serienabmahnungen. Dort gilt der Verdacht, dass es mehr um das Kassieren der Summe als um Ahndung des Rechtsverstoßes geht. In so einem Fall wäre die Abmahnung mißbräuchlich und damit unbeachtlich. Unter Umständen berechtigt eine solche mißbräuchliche Abmahnung ihrerseits zur Gegenabmahnung durch den Betroffenen.