

## **Impressumpflicht nach § 5 TMG / § 55 RStV**

Eine Impressumspflicht für Webseiten gibt es bereits seit 1997. Sie dient in erster Linie dem Verbraucherschutz, aber auch Mitbewerbern, die sich über den Inhaber einer Website informieren bzw. gerichtlich gegen diesen vorgehen wollen. 2001 wurde die Impressumspflicht erheblich erweitert und zugleich bußgeldbewehrt.

Sowohl das Teledienstegesetz (TDG) als auch der Mediendienstestaatsvertrag (MDStV) enthielten Vorschriften über eine Anbieterkennzeichnung.

Die Regelungen in § 6 TDG und § 10 MDStV waren dabei nahezu wortgleich. Eine Abgrenzung von Medien- und Telediensten und damit die Bestimmung, welches der beiden Gesetze im konkreten Fall auf eine Webseite anwendbar ist, musste wegen kleiner Abweichungen im Detail aber erfolgen. So enthielt § 10 III MDStV zusätzliche Anforderungen für journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote.

Die in Grenzbereichen schwierige Abgrenzung zwischen Tele- und Mediendiensten, ist mit der Neuregelung abgeschafft.

An Stelle der beiden alten Gesetze treten das **Telemediengesetz (TMG)** und der **Staatsvertrag über Rundfunk und Telemedien (RStV)**.

Das TMG regelt dabei vorwiegend die technischen und wirtschaftlichen Aspekte von Webseiten. Beide Gesetze gelten nebeneinander.

Für das Impressum einer Webseite bedeutsam sind die Bestimmungen in § 5 TMG und § 55 RStV.

## **Von der Impressumspflicht betroffener Personenkreis**

### **1. Keine Impressumspflicht**

Wie sich aus § 55 I RStV ergibt, trifft einen Anbieter keine Impressumspflicht, d.h. er kann seine Webseite völlig anonym ins World Wide Web stellen, wenn das **Angebot ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken** dient.

Blogs werden in den allerwenigsten Fällen erfasst sein und dürfen daher nicht anonym betrieben werden! (Hier liegt also eine Impressumspflicht vor)

### **2. Impressumspflicht nach § 5 TMG**

In diese Gruppe fallen Anbieter geschäftsmäßiger, in der Regel gegen Entgelt angebotener Telemedien.

**Diensteanbieter ist gem. § 2 Nr. 1 TMG** jede natürliche oder juristische Person, die eigene oder fremde Telemedien zur Nutzung bereithält oder den Zugang zur Nutzung vermittelt. **(erfasst sind damit auch alle Betreiber von Webseiten).**

Wie bisher auch schon, werden Webmaster, die ihre Webseite über Werbeeinnahmen finanzieren (z.B. sich am Google AdSense Programm beteiligen), unter den Begriff der Geschäftsmäßigkeit fallen.

Dies gilt unabhängig von der Höhe der Einnahmen und unabhängig davon, ob ein Gewinn erzielt werden soll oder ob nur die Hosting-Kosten kompensiert werden sollen.

Die Formulierung "Dienste bereitstellen, die sonst nur gegen Entgelt verfügbar sind" zeigt, dass es nicht darauf ankommt, ob ein Websitebetreiber mit seinem Angebot wirklich wirtschaftliche Zwecke verfolgt, sondern nur darauf, dass typischerweise mit solchen Angeboten ein Entgelt erstrebt wird.

Ein Anbieter, der aus idealistischen Gründen kostenlos Dienste anbietet, die grundsätzlich nur entgeltlich erfolgen, fällt unter § 5 TMG.

### **3. Eingeschränkte Impressumspflicht, § 55 I RStV**

Gemäß § 1 Abs. 4 TMG, § 55 Abs. 1 RStV haben Anbieter von Telemedien, die nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, **Name und Anschrift** bzw. bei juristischen Personen auch **Namen und Anschrift des Vertretungsberechtigten** verfügbar zu halten.

Diese Gruppe betrifft damit Webmaster, die von den beiden vorangegangenen Gruppen nicht erfasst werden, also nicht nur rein persönlichen Zwecken dienende Webseiten betreiben, aber auch nicht geschäftsmäßig tätig sind, also auch keine Werbeanzeigen schalten. Damit kann als Fazit festgehalten werden: Die Gesetzesänderung lässt anonyme Webseiten nur in Ausnahmefällen zu. Zumindest Name und Anschrift müssen immer angegeben sein.

Bei den geschäftsmäßigen Angeboten kommen E-Mail-Adresse und Telefonnummer hinzu.

### **4. Erweiterte Impressumspflicht, § 55 II RStV**

Anbieter mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen insbesondere vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text und Bild wiedergegeben werden, haben sowohl die Angaben nach § 5 TMG zu machen als auch einen Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift zu benennen.

#### **Hinweis für Blog-Betreiber**

Vollends verwirrend stellt sich die Rechtslage für die Betreiber der zahlreichen Internet-Tagebücher, den sog. Blogs, dar.

Blog-Betreiber, die ihren Auftritt mit Werbeanzeigen finanzieren oder anders entgeltlich tätig werden oder ein Angebot bereitstellen, mit dem typischerweise ein Entgelt angestrebt wird, müssen, wie bisher schon, ein vollständiges Impressum aufweisen.

**Dies gilt ferner für** journalistisch-redaktionell gestaltete Blogs, **bei denen** zusätzlich noch ein Verantwortlicher mit Angabe des Namens und der Anschrift **anzugeben ist**.

Alle anderen müssen zumindest **Name und Anschrift** nennen.

### Die erforderlichen Angaben gemäß § 5 TMG

**Name und die ladungsfähige Anschrift**, unter der sie niedergelassen sind, bei juristischen Personen zusätzlich der **Vertretungsberechtigte**. Anzugeben sind sowohl Vor- als auch Nachname.

Die Angabe einer **bloßen Postfachadresse** wurde schon unter der Fassung des TDG als **nicht genügend** angesehen; mit dem TMG wurde verdeutlicht, dass es sich bei der angegebenen Adresse um eine ladungsfähige Anschrift i.S.V. § 253 II 1 ZPO i.V.m. § 130 Nr. 1 ZPO handeln muss.

Bestehen mehrere Niederlassungen, ist im Zweifel die **Hauptniederlassung** anzugeben

Bei juristischen Personen ist eine **korrekte und vollständige Firmierung** erforderlich.

Die Verpflichtung zur Angabe des **Vertretungsberechtigten** gilt nicht nur für juristische Personen, sondern **auch für Personengesellschaften**, die mit der Fähigkeit ausgestattet sind, Rechte zu erwerben und Verbindlichkeiten einzugehen; dies betrifft damit auch Gesellschaften bürgerlichen Rechts.

"Vertretungsberechtigte" sind nicht schon solche Personen, die "für den Inhalt verantwortlich" sind, es muss sich bei juristischen Personen aber nicht um den gesetzlich Vertretungsberechtigten handeln, die Benennung eines Prokuristen oder eines anderen Bevollmächtigten genügt.

Die **Angabe lediglich des Nachnamens** zwischen dem Firmennamen und der Anschrift der Firma auf der Startseite **genügt selbst dann nicht den gesetzlichen Anforderungen, wenn der vollständige Name** der auf der Homepage **einsehbaren AGB** angegeben ist.

**Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit dem Anbieter ermöglichen, einschließlich der Adresse der elektronischen Post.**

Erforderlich ist in jedem Fall die Angabe einer **Telefonnummer**.

Begründung: Die Angabe der Postanschrift wird bereits von § 6 Nr. 1 TDG (jetzt § 5 Nr. 1 TMG) gefordert, die Angabe der E-Mail-Adresse schreibt § 6 Nr. 2 TDG (jetzt § 5 Nr. 2 TMG) zwingend vor.

Die schnelle elektronische Kontaktaufnahme muss sich darüber hinaus zumindest auf die Angabe der Telefonnummer beziehen; die Angabe einer Telefonnummer, unter der nur ein **Anrufbeantworter** zu erreichen ist, **genügt nicht**.

Potentiellen Interessenten die Möglichkeit zu geben, im Internet online bestimmte Daten einzugeben und dadurch **um Rückruf zu bitten**, stellt **keine Möglichkeit zur unmittelbaren Kontaktaufnahme** im Sinne des § 5 Nr. 2 TMG dar.

Sofern vorhanden, sollte auch eine **Faxnummer** angegeben werden.

**Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde, soweit der Teledienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf**

Angabe der Aufsichts- und/oder Zulassungsbehörde. Die Mitteilung auch der Behördenadresse ist nach dem Gesetzeswortlaut nicht erforderlich. Betroffen von dieser Vorschrift sind u.a. Webseiten von **Bauträgern, Spielhallenbetreibern, Maklern, Gastronomiebetrieben und Versicherungsunternehmen**.

Zulassungspflichtig sind auch **Gaststätten**, so dass auch diese, wenn sie über das Internet Bestellungen entgegennehmen, die nach Landesrecht zuständige Behörde angeben müssen!

**Angabe des Handelsregisters, Vereinsregisters, Partnerschaftsregisters oder Genossenschaftsregisters, in das die Anbieter eingetragen sind, sowie Angabe der entsprechenden Registernummer**

Auch bei im Ausland registrierten Telemedienanbietern, die im Inland ihre Geschäftstätigkeit entfalten, greift das Transparenzgebot; diese müssen daher anstelle des Handelsregisters und der Registernummer das ausländische Gesellschaftsregister und die Registernummer benennen, bei dem und unter der die ausländische Gesellschaft eingetragen ist.

**Ärzte, Zahnärzte, Rechtsanwälte, Steuerberater, Architekten, u.a.**

die Kammer, welcher die Diensteanbieter angehören,  
die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist,  
die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und dazu, wie diese zugänglich sind.

**Die Angaben müssen** nicht zwingend auf der eigenen Homepage **bereit gehalten werden, es genügt eine** Verlinkung eines entsprechenden Angebots.

**In Fällen, in denen Anbieter eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27 a des Umsatzsteuergesetzes besitzen, ist die Angabe dieser Nummer erforderlich**

Anzugeben ist die vom Bundesamt für Finanzen in Saarlouis vergebene USt-ID-Nr. Sie besteht aus den Buchstaben DE sowie 9 weiteren Ziffern.

**Die normale Steuernummer gehört nicht ins Impressum!**

**§ 55 I RStV**

Soweit ein Anbieter nicht unter die Bestimmung des § 5 TMG fällt, aber auch keine ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienende Webseite betreibt, hat er anzugeben:

Namen und Anschrift **sowie bei juristischen Personen auch** Namen und Anschrift des Vertretungsberechtigten.

## § 55 II RStV

**Anbieter mit** journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten **haben die oben dargestellten Angaben nach § 5 TMG zu machen und** einen Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift **zu benennen.**

Werden mehrere Verantwortliche benannt, so ist kenntlich zu machen, für welchen Teil des Dienstes der jeweils Benannte verantwortlich ist. Als Verantwortlicher darf nur benannt werden, wer

1. seinen ständigen Aufenthalt im Inland hat,
2. nicht infolge Richterspruchs die Fähigkeit zur Bekleidung öffentlicher Ämter verloren hat,
3. voll geschäftsfähig ist und
4. unbeschränkt strafrechtlich verfolgt werden kann.

## Die Art der Anbringung

Besteht nach den oben genannten Voraussetzungen die Pflicht zur Führung eines Impressums, müssen die Informationen **leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar** gehalten werden. Dies gilt sowohl für die Angaben nach § 5 TMG als auch für die nach § 55 RStV

### Unmittelbare Erreichbarkeit

An der unmittelbaren Erreichbarkeit fehlt es nicht schon dann, wenn ein Nutzer nach einem Impressum suchen muss und ihm eine gewisse eigene Aktivität abverlangt wird. Lediglich langes Suchen soll nach der Gesetzesbegründung schaden.

Als Anhaltspunkt für die Auslegung des § 5 TMG (bzw. des § 55 RStV) können die Verhaltensregeln für den lautereren elektronischen Handel der Internationalen Liga für Wettbewerbsrecht (LIDC) herangezogen werden; nach diesen - rechtlich allerdings nicht verbindlichen Regelungen - sollen Dienste so beschaffen sein, dass sie dem Nutzer unabhängig vom hierarchischen Rang des Informationssystems, innerhalb dessen die Dienste abgefragt werden, den Zugang zu Identifizierungsinformationen direkt ermöglichen. **Der Nutzer soll nicht mehr als zwei Schritte benötigen, um die Identifizierungsinformation zu erhalten (sog. 2-Klick-Regel).**

Möglich sind daher grundsätzlich folgende drei **Gestaltungsmöglichkeiten:**

- Das **Impressum** wird **auf jeder einzelnen Webseite** angebracht (die Pflichtangaben stehen z.B. auf jeder Seite am untere Ende).

- Es wird **eine Seite mit den Pflichtangaben** angelegt und diese Seite ist **von jeder anderen Seite aus durch einen Link verbunden**
- Es wird **eine Seite mit den Pflichtangaben** angelegt, diese wird **von der Startseite aus verlinkt, die wiederum von jeder anderen Seite aus erreichbar sein muss**; In diesem Fall befindet sich das Impressum auch immer nur 2 Klicks von jeder beliebigen Webseite entfernt.
- **Nicht genügend** ist es, wenn der **Link in Form einer Grafik** auf die Angaben verweist, weil die Darstellung von Grafiken im Browser deaktiviert sein könnte.

### **Ständige Verfügbarkeit**

Ständige Verfügbarkeit setzt auch die Möglichkeit einer dauerhafte Archivierung durch den Nutzer voraus, die **Pflichtangaben** müssen daher **ausdruckbar** sein.

Eine bewusste Erschwerung durch die Verwendung einer fremde Sprache darf nicht erfolgen; es sollte daher die **selbe Sprache für Webauftritt und Impressum** verwendet werden. Bei **Mehrsprachigkeit** ist **auch ein Impressum in mehreren Sprachen** erforderlich.

Die vorherige Installation eines Plugins darf zum Lesen der Angaben nicht erforderlich sein, die Notwendigkeit, PDF-Dateien oder JavaScripte ausführen zu müssen, genügt den gesetzlichen Erfordernissen daher nicht. Dies gilt selbst dann, wenn ein Link zum Download der entsprechenden Software zur Verfügung gestellt wird.

Die **Pflichtangaben** müssen in der **gleichen Sprache** verfasst sein wie der Rest der Homepage, sie müssen **ausdruckbar** sein und **für ihr Lesen dürfen nicht zusätzliche Programme erforderlich** sein (z.B. auch nur ein Acrobat Reader).

### **Leichte Erkennbarkeit**

Es ist die **Verwendung einer gut lesbaren Schriftgröße** erforderlich.  
Die nach § 5 TMG bzw. § 55 RStV erforderlichen Angaben unter der Rubrik AGB aufzuführen, genügt nicht.

Es ist ein **gesonderter Menüpunkt** erforderlich.

Wie der Link zu bezeichnen ist, der zur Webseite mit den Pflichtangaben führt, ist im TMG oder im RStV nicht festgelegt; **das Wort Impressum muss nicht zwingend verwendet werden**. Das Gesetz selbst spricht nur von "Informationen".

Bei der **Kennzeichnung des Links** ist eine Terminologie zu wählen, die ein Nutzer als Hinweis auf die Angaben nach § 5 TMG bzw. § 55 RStV verstehen wird. Als genügend anzusehen sein sollten damit die Bezeichnungen "Anbieterkennzeichnung", "Impressum" oder "Kontakt".

Ob eine Anbieterkennzeichnung bereits dann nicht mehr leicht erkennbar ist, wenn ein Besucher der Seite zunächst über den Bildschirm scrollen muss, ist noch nicht abschließend geklärt. Dies betrifft die Konstellationen, bei denen die notwendigen Angaben bzw. der Link zu diesen auf dem rechten oder unteren Teil der Seite platziert sind und erst dann ins Blickfeld geraten, wenn der Bildschirm-

abschnitt gescrollt wird. Da einem Nutzer immer anhand eines Balkens am rechten bzw. unteren Rand erkennbar ist, dass nicht die ganze Webseite in seinem Blickfeld liegt, muss er dort mit dem Vorhandensein wichtiger Informationen rechnen. Nur dürfen diese Informationen nicht zwischen anderen Informationen völlig versteckt werden, um ihr Auffinden unnötig zu erschweren.

### **Rechtsfolgen bei keinem oder unvollständigem Impressum**

- Ein vorsätzlicher oder fahrlässiger Verstoß gegen § 5 TMG stellt eine **Ordnungswidrigkeit** dar. Diese kann mit einem Bußgeld von bis zu 50.000 EURO geahndet werden (§ 16 II Nr. 1, III TMG).
- Die nach § 3 UKlaG (Unterlassungsklagengesetz) anspruchsberechtigten Stellen (Wettbewerbsvereine und Verbraucherschutzverbände) können einen **Unterlassungsanspruch** geltend machen, weil ein Verstoß gegen die Impressumspflicht eine Zuwiderhandlung gegen eine Vorschrift darstellt, die dem Schutz der Verbraucher dient.
- Es drohen **kostenpflichtige Abmahnungen von Konkurrenten**, wobei allerdings deren rechtliche Zulässigkeit fraglich sein kann, da ein Verstoß gegen § 5 TMG nicht zwingend gleichzeitig zur Wettbewerbswidrigkeit des eigenen Handelns führen muss.

### **Weitergehende Informationspflichten**

- Weitergehende Informationspflichten bleiben unberührt (vgl. § 5 Abs. 2 TMG).