

Telemedien
Anbieterkennzeichnung
Pflichtangaben
Natürliche Person
Erkennbarkeit
Registernummer
Aktualisierung
eCommerce
Verbraucherschutz
Juristische Person
Erreichbarkeit
Wettbewerb
Fehlerhaftes Impressum
Ordnungswidrigkeit
Unterlassung
Abmahnung
Domain-Inhaber
Geschäftsmäßigkeit
Firmenname
Kontaktinformationen
Gesellschaftskapital
Vollständigkeit



Das Impressum im Internet

Ein Leitfaden für die Anbieterkennzeichnung auf Websites

Aufsichtsbehörde
Handelsregister
Reglementierter Beruf
Umsatzsteuer-ID-Nummer
Verfügbarkeit
Online-Shop



eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland

– Nationale Anlaufstelle für Nutzer und Anbieter –

Die eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland wurde zum 1. Januar 2003 beim Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V. (vormals Euro-Info-Verbraucher e.V.) eingerichtet.

Dies beruht auf einer Entscheidung des Bundesministeriums der Justiz, welches diese nationale Verbindungsstelle für den elektronischen Geschäftsverkehr seit seiner Gründung auch finanziert.

Die eCommerce-Verbindungsstelle befasst sich mit allen Fragen rund um den Vertrieb von Waren oder Dienstleistungen über das Internet und richtet ihr Beratungsangebot gleichermaßen an Anbieter wie Verbraucher.

Auf unserer Homepage finden Sie umfangreiche ergänzende und vertiefende Informationen zum Recht im Internet und Hinweise auf diverse Organisationen und weitere Ansprechpartner zu speziellen Themen des eCommerce.

Bei konkreten Fragen können Sie gerne direkt Kontakt mit uns aufnehmen:

eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland
beim Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.
Bahnhofplatz 3 | D - 77694 Kehl am Rhein
Telefon: +49 (0)7851 9 91 48-0
Telefax: +49 (0)7851 9 91 48-11

E-Mail: info@ecommerce-verbindungsstelle.de

www.ecommerce-verbindungsstelle.de

oder ganz einfach: www.ecom-stelle.de

Inhaltsverzeichnis

Einleitung: Sinn und Zweck des „Impressums“ und Umgang mit diesem Leitfaden	7
Wer ist Adressat der Impressumspflicht?	9
Diensteanbieter	10
Geschäftsmäßigkeit	10
Regelmäßige Entgeltspflichtigkeit	10
Keine Impressumspflicht!	11
Welche Angaben muss wer machen?	12
Pflichtangaben nach § 5 Abs. 1 TMG	13
Grundangaben nach § 5 Abs. 1 Nrn. 1 und 2 TMG	13
a) Grundangaben für natürliche Personen	14
b) Grundangaben für juristische Personen	15
Zusätzliche Pflichtangaben für bestimmte Gruppen von Diensteanbietern	17
Dienst im Rahmen einer Tätigkeit, die der behördlichen Zulassung bedarf (§ 5 Abs. 1 Nr. 3)	18
Diensteanbieter, der in ein Handels-, Vereins- Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister eingetragen ist (§ 5 Abs. 1 Nr. 4)	18
Diensteanbieter, die einen reglementierten Beruf ausüben (§ 5 Abs. 1 Nr. 5)	19
Diensteanbieter mit Umsatzsteuer- Identifikationsnummer oder Wirtschafts- Identifikationsnummer (§ 5 Abs. 1 Nr. 6)	19
Diensteanbieter ist Kapitalgesellschaft (AG, Kommanditgesellschaft auf Aktien oder GmbH), die sich in der Abwicklung oder Liquidation befindet, (§ 5 Abs. 1 Nr. 7)	20
Weitere Pflichtangaben	21

Wahrheitsgehalt, Vollständigkeit und Aktualisierung der Pflichtangaben	22
Wie ist das Impressum auf der Seite anzubringen?	23
Leichte Erkennbarkeit	23
Unmittelbare Erreichbarkeit	24
Ständige Verfügbarkeit	25
Die Rechtsfolgen bei fehlendem oder fehlerhaftem Impressum	26
Ordnungswidrigkeit nach § 16 Abs. 2 Nr. 1, Abs. 3 TMG	26
Unterlassungsanspruch nach § 3 UKlaG	26
Wettbewerbsrechtliche Abmahnungen nach UWG	26
Weitere Hilfe beim Online-Shopping	28
Anhang I: Gesetzestext § 5 TMG	29
Anhang II: Gesetzestext § 55 RStV	30

Einleitung: Sinn und Zweck des „Impressums“ und Umgang mit diesem Leitfaden

Betreiber einer Internetseite, die geschäftsmäßig Telemediendienste anbieten, müssen ausführliche Angaben zu ihrer Identität machen. Damit trifft diese Pflicht stets Online-Händler. Man nennt sie **Anbieterkennzeichnungs- oder Impressumspflicht**.

Wenn es also um den Aufbau einer korrekt gestalteten Internetpräsenz geht, ist sie **für Unternehmer von großer Bedeutung**. Fehler bei der Umsetzung dieser Pflicht bergen zum Beispiel das Risiko von Abmahnungen. Die Angaben im Impressum anderer Marktteilnehmer erleichtern es einem Unternehmer aber umgekehrt, bei wettbewerbsrechtlichen Verstößen (etwa einer fehlenden Widerrufsbelehrung) gegen diese vorzugehen.

Sehr wichtig ist das Impressum aber auch für Verbraucher, dient es doch gerade auch ihrem Schutz. Es bietet Verbrauchern zum Beispiel die Möglichkeit, sich über den Anbieter und dessen Identität zu informieren, noch bevor sie etwas bei ihm bestellen oder geschäftlich mit ihm in Verbindung treten.

Gerade bei einem Einkauf im Netz, bei dem Käufer und Verkäufer typischerweise weit voneinander entfernt leben, sind diese Informationen entscheidend und bieten einen Anhaltspunkt, „mit wem man es eigentlich zu tun hat“.

So lässt sich nicht immer aus der Sprache, die auf der Internetseite verwendet wird, ohne weiteres auf den Geschäftssitz in einem bestimmten Staat schließen; ebenso wenig aus einer Top-Level-Domain mit entsprechendem Länderkürzel (wie zum Beispiel „.de“). Im Impressum hingegen findet man diese und andere wichtige Informationen. Dies kann wichtig sein in Hinblick auf das Verbraucherschutzniveau des Vertrages, aber auch auf Steuern und Zölle, wenn der Online-Shop seinen Sitz außerhalb der EU hat.

Die Angabe der Anschrift ist aber auch aus anderen Gründen wichtig. Natürlich soll damit sichergestellt werden, dass versendete Post ihren Adressaten erreicht. Im Streitfall ist sie aber auch zwingend nötig, um rechtliche Ansprüche gegen den Online-Shop-Betreiber notfalls gerichtlich geltend machen zu können. Ein bloßes Postfach kann nicht verklagt werden.

Zudem müssen Online-Händler im Impressum nutzbare Telekommunikationsverbindungen (Telefon, Telefax, E-Mail-Adresse, etc.) angeben, die eine schnelle und einfache Kontaktaufnahme sicherstellen.

Das Impressum ist also von großer Bedeutung sowohl für Online-Shop-Betreiber als auch für Verbraucher. Der vorliegende Leitfaden richtet sich daher an beide Seiten.

Er gibt einen umfassenden Überblick über den von der Impressumspflicht betroffenen Personenkreis und die jeweils unterschiedlichen Informationspflichten, die korrekte Platzierung des Impressums, sowie die Konsequenzen eines fehlenden oder fehlerhaften Impressums.



© Lupo / PIXELIO

Eine Impressumspflicht gibt es übrigens in allen Staaten der EU, da sie in der europäischen E-Commerce-Richtlinie verankert ist.

Obwohl der Leitfaden ein großes Spektrum möglicher Konstellationen berücksichtigt und eine Hilfe zur Selbsthilfe darstellt, kann er nicht sämtliche Fallgestaltungen abdecken und selbstverständlich keine Beratung im Einzelfall ersetzen.

Diensteanbieter

Der Begriff des „Diensteanbieters“ ist in § 2 Satz 1 Nr. 1 TMG näher definiert.

Typischerweise ist ein solcher Diensteanbieter der **Inhaber einer Internetseite**, also die für die Website insgesamt verantwortliche natürliche (Einzelperson) oder juristische Person (z.B. Unternehmen).

Wichtig zu wissen ist aber, dass **im Falle eines Portals, das weitere Personen nutzen** (z. B. Internet-Auktion, Shopping-Portal, Online-Autobörse etc.) die **Impressumspflicht meist doppelt zu beachten** ist.

Sowohl der Betreiber eines Internet-Portals ist, als auch derjenige, der auf einer solchen von einem anderen betriebenen Plattform ein Angebot einstellt und Waren oder Dienstleistungen anbietet, trifft die Anbieterkennzeichnungspflicht. Zusätzlich zum Impressum des Portalbetreibers ein weiteres bei dem Angebot, bzw. der Unterseite des Unternehmers anzubringen. In den Allgemeinen Geschäftsbedingungen vieler Portal-Betreiber wird zudem darauf hingewiesen.

An ein Impressum im Sinne von § 5 Abs. 1 TMG sollte auch bei einer Nutzung von social media wie Facebook durch Unternehmer gedacht werden.

Geschäftsmäßigkeit

Dieses Kriterium erfüllt jeder Online-Shop.

Im Einzelnen gilt: Das Merkmal der „Geschäftsmäßigkeit“ ist nicht mit dem Begriff „gewerblich“ gleichzusetzen. Es kann sogar an der Gewinnerzielungsabsicht fehlen und die „Geschäftsmäßigkeit“ dennoch bejaht werden.

Eine Nachhaltigkeit der Tätigkeit ist aber immer erforderlich. Nachhaltigkeit heißt, dass sich die Tätigkeit auf einen längeren Zeitraum ausrichten muss.

Für Verbraucher von Bedeutung: Private Gelegenheitsverkäufe auf einer Auktionsplattform sind also nicht erfasst und führen nicht zu einer Impressumspflicht.

Regelmäßige Entgeltspflichtigkeit

Wichtig zu wissen ist, dass dieser Begriff nicht dahingehend missverstanden werden darf, dass die Nutzung der Internetseite auch tatsächlich mit Kosten verbunden sein muss.

„Regelmäßig“ heißt - vereinfacht ausgedrückt - „normalerweise“. Eine Impressumspflicht besteht also, wenn die Angebote typischerweise mit einem Entgelt, also Kosten, verbunden sind. **Dabei reicht es aus, wenn dem Kunden im Ergebnis eine entgeltliche Leistung über die Internetseite angeboten wird, die Seite also das Einstiegstor für einen entsprechenden Geschäftskontakt darstellt.**

Für eine unter einer Internetadresse abrufbare **"Baustellenseite"** kann bereits eine Impressumspflicht bestehen, sofern auf dieser Seite bereits ein solches Angebot stattfindet.

Keine Impressumspflicht!

Websites, welche ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, sind von der Impressumspflicht befreit, auch von der vereinfachten Pflicht nach § 55 RStV.

Allerdings kann durch das Schalten von Werbebannern dieser private Charakter der Seite zurücktreten und ein Impressum nach § 5 TMG erforderlich werden, wenn dadurch Einnahmen generiert werden.

Welche Angaben muss wer machen?

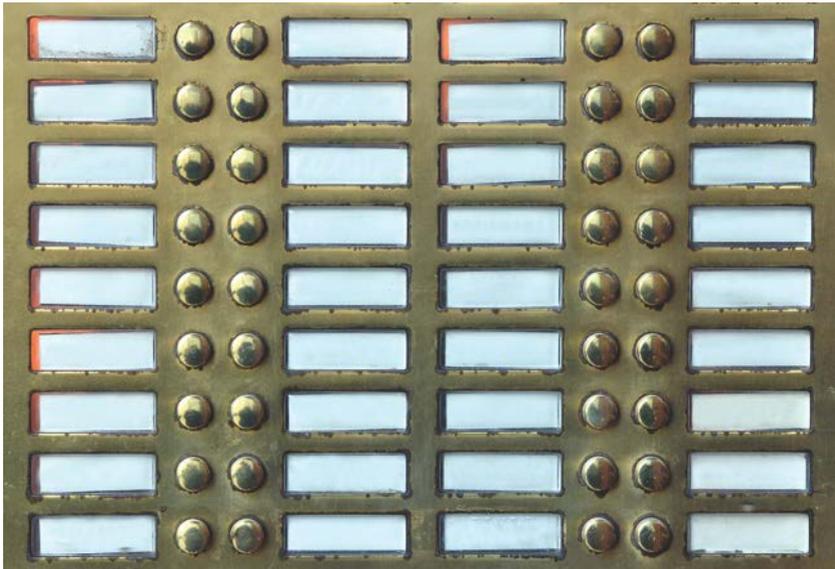
Soweit eine Anbieterkennzeichnungspflicht nach den soeben beschriebenen Kriterien besteht, sind die nachstehenden Angaben auf der Homepage anzubringen.

Nicht jeden treffen die Informationspflichten im gleichen Maße.

Die folgenden, listenartigen Aufzählungen der jeweiligen Pflichtangaben dienen zum einen der schnelleren und besseren Übersicht.

Zum anderen können sie beim Lesen dieser Broschüre von Anbietern auch als Checkliste herangezogen werden und quasi „abgehakt“ werden, um alle erforderlichen Angaben vollständig zu machen und so ein ordnungsgemäßes Impressum zu erstellen.

Verbraucher können sie für sich nutzen, um einen besseren Überblick zu erhalten, welche Angaben in einem Impressum nicht fehlen sollten und um die praktische Bedeutung hinter den einzelnen Informationen besser zu verstehen.



Pflichtangaben nach § 5 Abs. 1 TMG

Nicht jeder, den eine Impressumspflicht nach § 5 TMG trifft, muss sämtliche dort in den Nummern 1 bis 7 aufgeführten Angaben machen.

Wichtig ist: Die Angaben aus den Nummern 1 und 2 muss jeder machen.

Die zusätzlichen Angaben aus den Nummern 3 bis 7 müssen hingegen nur diejenigen im Impressum aufführen, die zu der jeweils angesprochenen Personengruppe gehören.

Grundangaben nach § 5 Abs. 1 Nrn. 1 und 2 TMG

Die Informationen nach Nummern 1 und 2 spielen für jedes „Impressum“ nach § 5 TMG eine Rolle und müssen daher immer beachtet werden.



© Svilen Milev (svilen001) / stock.xchng

Allerdings unterscheiden sich Inhalt und Umfang der Angaben danach, ob es sich bei dem „Diensteanbieter“ um eine „natürliche Person“, also einen bestimmten Menschen, oder eine „juristische Person“ (z. B. Verein, GmbH, AG) handelt.

Den juristischen Personen sind dabei solche Personengesellschaften gleichgestellt, die mit der Fähigkeit ausgestattet sind, Rechte zu erwerben und Verbindlichkeiten einzugehen (z. B. GbR, OHG, KG, GmbH & Co. KG); sie treffen also die gleichen Pflichten wie die juristischen Personen.

a) Grundangaben für natürliche Personen

Familiennamen

- Individueller vollständiger Familienname (§ 12 BGB)
- bei Ehegatten: EheName, sofern ein solcher besteht (§ 1355 BGB)
- bei eingetragenen Lebenspartnern: Name der eingetragenen Lebenspartnerschaft, sofern ein solcher besteht (§ 3 LPartG)

Vorname

- mindestens ein ausgeschriebener Vorname

Vollständige Anschrift

- (private) Straße, Hausnummer, Postleitzahl, Ort
Sinn dieser Regelung: eine ladungsfähige Anschrift im Streitfall, ohne eine solche kann keine Klage eingereicht werden.
Daher nicht ausreichend: Postfach oder Postleitzahl eines Großunternehmens

Kontaktinformationen

Angaben zur „schnellen elektronischen Kontaktaufnahme und unmittelbaren Kommunikation“:

- **immer:** E-Mail-Adresse
- **zusätzlich:** mindestens ein weiteres effizientes Kommunikationsmittel, z.B. elektronische Anfragemaske, Telefonnummer, Anrufbeantworter, Telefaxnummer, **darunter immer ein nicht-internet-basiertes, effizientes Kommunikationsmittel, insbesondere Telefonnummer**

Beachte: Die Telefonnummer muss zwar nicht gebührenfrei sein, es dürfen aber auch keine Gewinne hierüber erzielt werden.

b) Grundangaben für juristische Personen

Firmenname

- vollständig, ausgeschrieben
- (zumindest abgekürzte) Rechtsform, also zum Beispiel GmbH oder Gesellschaft mit beschränkter Haftung
- bei mehreren Niederlassungen: im Zweifel den Sitz der Hauptniederlassung angeben, bzw. Rat einholen

Vertretungsberechtigter

- gesetzlicher oder rechtsgeschäftlicher Vertreter mit vollständigem Vor- und Familiennamen; sofern eine juristische Person Vertreter ist, deren Vertreter, bis eine natürliche Person benannt werden kann
- bei mehreren Vertretungsberechtigten: zumindest ein Vertreter
- bei GmbH & Co. KG: Angabe der Komplementär-GmbH und deren Geschäftsführer
- bei GbR: zumindest ein Vertreter sollte angegeben werden, im Zweifel hierzu weiteren Rat einholen

Vollständige Anschrift (Geschäftsanschrift)

(geschäftliche) Straße, Hausnummer, Postleitzahl, Ort (Sinn: eine ladungsfähige Anschrift im Streitfall, ohne eine solche kann keine Klage eingereicht werden)

nicht ausreichend: Postfach oder PLZ eines Großunternehmens



Gesellschaftskapital (freiwillige Angabe!)

Dies ist eine freiwillige Angabe. Wenn aber solche Angaben gemacht werden, dann Stamm- bzw. Grundkapital und unter Umständen auch Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen

Kontaktinformationen

Angaben zur „schnellen elektronischen Kontaktaufnahme und unmittelbaren Kommunikation“:

- immer: E-Mail-Adresse
- zusätzlich: mindestens ein weiteres effizientes Kommunikationsmittel, z.B. elektronische Anfragemaske, Telefonnummer, Anrufbeantworter, Telefaxnummer
- darunter ein nicht-internet-basiertes, effizientes Kommunikationsmittel, insb. Telefonnummer

Beachte:

Die Telefonnummer muss zwar nicht gebührenfrei sein, es dürfen aber auch keine Gewinne hierüber erzielt werden.



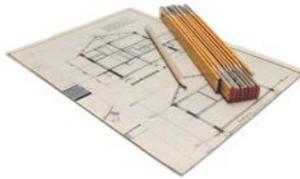
© Michael Grabscheit / PIXELIO

Zusätzliche Pflichtangaben für bestimmte Gruppen von Diensteanbietern

Anbieter, welche für die Ausübung ihrer geschäftsmäßigen Tätigkeit, mit der sie sich auf ihrer Website präsentieren,

- der besonderen Zulassung durch eine Behörde oder Aufnahme in ein bestimmtes öffentliches Verzeichnis (Register) bedürfen oder
- einen sog. „reglementierten Beruf“ ausüben oder
- eine Umsatzsteuer- oder Wirtschafts-Identifikationsnummer besitzen oder
- sich als Kapitalgesellschaft in vermögensrechtlich geordneter Auflösung befinden,

müssen über die oben aufgeführten grundlegenden Informationen hinaus weitere Angaben machen.



vlnr © Rike / PIXELIO © Jean Scheijen (vierdrie) / stock.xchng © Christian Nährung (www.mitarbeiter-blog.de)/PIXELIO

Wichtig: Die jeweiligen Informationspflichten aus den verschiedenen Fallkategorien von § 5 Abs. 1 Nr. 3 bis Nr. 7 können sich bei bestimmten Berufsgruppen überschneiden, d.h. dass mehrere dieser Angaben gemacht werden müssen. Es sollte daher bei genau geprüft werden, welche der Angaben im Einzelfall einzufügen sind.

Dienst im Rahmen einer Tätigkeit, die der behördlichen Zulassung bedarf (§ 5 Abs. 1 Nr. 3)

Beispiele für solche Tätigkeiten:

- Gastronomiebetrieb
- Bauträger
- Makler
- Spielhallenbetreiber
- Versicherungsunternehmen

Pflichtangaben

Zuständige Aufsichtsbehörde

- **Aufsichtsbehörde**, gleichgültig ob tatsächlich Zulassung erteilt wurde
- sind Aufsichts- und Zulassungsbehörde nicht identisch: **Aufsichtsbehörde**
- bei fehlender Aufsichtsbehörde: **Zulassungsbehörde**
- Unterliegt der einzelne Diensteanbieter keiner „Aufsicht“ im engeren Sinn, so ist sie Zulassungsbehörde anzugeben, wenn diese ggf. prüfen muss, ob sich der Gewerbetreibende zwischenzeitlich als unzuverlässig erwiesen hat
- **Internet-Adresse**, vorsichtshalber auch (aktuelle!) **Postanschrift** der Behörde

Sinn und Zweck: Der Verbraucher bzw. Nutzer der Internetseite soll im Falle von Beschwerden gegen Berufspflichten eine Anlaufstelle haben.

Diensteanbieter, der in ein Handels-, Vereins- Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister eingetragen ist (§ 5 Abs. 1 Nr. 4)

Registername und Registernummer

- Name der registerführenden Stelle
- Die Angabe des Gewerberegisters und die der Gewerberegisternummer erscheint ebenfalls empfehlenswert

Diensteanbieter, die einen reglementierten Beruf ausüben (§ 5 Abs. 1 Nr. 5)

Solche Berufe sind:

- Freie Berufe, deren Zugang rechtlich geregelt ist, z.B. Rechtsanwälte, Notare, Steuerberater, etc.
- Berufe, die grundsätzlich nicht reguliert sind, bei denen aber die Führung eines bestimmten Titels von Voraussetzungen abhängig gemacht wird, z.B. Heilberufe, Architekten, (beratende) Ingenieure, etc.

Anzugeben sind:

- **Kammer**, welcher der Diensteanbieter angehört, sofern eine Pflichtmitgliedschaft besteht
(umstritten: Berufsverband und freiwillige Mitgliedschaft im einem solchen)

- **gesetzliche Berufsbezeichnung**

Zweck: Transparenz bezüglich Qualifikation, Befugnisse und besonderer Pflichtenstellung des Diensteanbieters

- **Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen wurde**

- **Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und des Zugangs zu den berufsrechtlichen Regelungen**

Angabe aller rechtlich verbindlichen Normen, welche die Voraussetzungen für die Ausübung des Berufes oder die Führung des Titels sowie ggf. spezielle Pflichten der Berufsangehörigen regeln

Ausreichend: Benennung der Gesetzes- oder Satzungsbezeichnung sowie der Fundstelle in der öffentlichen Sammlung (z.B. auf der Website der entsprechenden Kammer)

Diensteanbieter mit Umsatzsteuer-Identifikationsnummer oder Wirtschafts-Identifikationsnummer (§ 5 Abs. 1 Nr. 6)

Diensteanbieter mit **Umsatzsteuer-Identifikationsnummer** (§ 27 a UStG) oder **Wirtschafts-Identifikationsnummer** (§ 139 c AbgO):

Angabe folgender Nummer, sofern tatsächlich vorhanden:

- USt-Ident.-Nr.: für Auslandsgeschäfte (vergeben auf Antrag vom Bundesamt für Finanzen)
- Wi.-Ident.-Nr.: für Inlandsgeschäfte (vergeben ohne Antrag von den Finanzbehörden)

nicht: Angabe der Steuernummer (auch nicht, wenn der Diensteanbieter keine der beiden vorgenannten Identifikationsnummern besitzt)

Diensteanbieter ist Kapitalgesellschaft (AG, Kommanditgesellschaft auf Aktien oder GmbH), die sich in der Abwicklung oder Liquidation befindet (§ 5 Abs. 1 Nr. 7)

Angabe, dass Diensteanbieter sich in Abwicklung oder Liquidation befindet.

- ergänzend: laufendes Insolvenzverfahren

Weitere Pflichtangaben

Selbstverständlich können Diensteanbieter weitere Informationspflichten über das Impressum hinaus treffen, wenn sie ihre Internetseiten aufbauen. § 5 Abs. 2 TMG weist ausdrücklich hierauf hin.

Wichtig ist dies gerade auch für Online-Händler.

Derartige darüber hinausreichende Informationspflichten sind z. B.:

- Pflichtangaben im Fernabsatzhandel und E-Commerce (§§ 312 b ff. BGB i. V. m. EGBGB)
- vollständige Preisangaben (PAngV): End-/Grundpreisangabe sowie besondere Angaben zur Umsatzsteuer und Versandkosten im Fernabsatzhandel
- Impressum bei journalistisch-redaktionellen Angeboten (§ 55 Abs. 2 RStV)

Eine vollständige Liste und ausführlichere Darstellung solcher Pflichtangaben würde den Rahmen dieser Broschüre sprengen.

Sie finden jedoch zahlreiche weitere Informationen zu diesen und anderen Themen im Angebot der eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland unter www.ecom-stelle.de; auch sie sind gleichermaßen für die Verbraucher- und Anbieterseite wichtig.



Wahrheitsgehalt, Vollständigkeit und Aktualisierung der Pflichtangaben

Sämtliche Pflichtangaben, die in ein Impressum aufzunehmen sind, müssen wahrheitsgemäß und vollumfänglich wiedergegeben werden. Das folgt aus § 16 Abs. 2 Nr. 1 TMG.

Danach handelt ordnungswidrig, „wer vorsätzlich oder fahrlässig entgegen § 5 Abs. 1 TMG eine Information nicht, nicht richtig oder nicht vollständig verfügbar hält“. Die Rechtsfolgen eines fehlenden oder fehlerhaften Impressums - insbesondere Abmahnung und Bußgeld - werden weiter unten in einem eigenen Kapitel dargestellt.

Diese Anforderungen gelten für alle in § 5 Abs. 1 TMG gelisteten Informationen.

Zu beachten ist hierbei:

- Sie gelten übrigens auch dann, wenn freiwillig mehr Angaben gemacht wurden (z.B. die freiwillige Angabe von sowohl Umsatzsteuer- als auch Wirtschafts-Identifikationsnummer, obwohl der Unternehmer hier ein gewisses Wahlrecht hat).
- Das Gebot der richtigen und erschöpfenden Information innerhalb des Impressums entsteht für jede einzelne Auskunft gesondert. Entscheidend ist der Zeitpunkt, in welchem sich die der jeweiligen Angabe zugrundeliegenden Tatsachen verwirklichen, ändern oder entfallen. So ist der vollständige Name (Vor- und Familienname) des Anbieters sofort mit der Inbetriebnahme der Website korrekt anzugeben. Ändert sich später der Familienname des Betreibers (z. B. durch Heirat), so erwächst daraus die Verpflichtung, nunmehr den geänderten Namen mitzuteilen. Gleiches gilt etwa für die Umwandlung der Firmenstruktur (z. B. vom Einzelkaufmann zur GmbH, von einer GmbH in eine AG, etc.) und Änderungen im Zusammenhang mit der Vertretungsberechtigung juristischer Personen und Personengesellschaften (z. B. Personalwechsel im Vorstand).
- Aus der Pflicht zur Gewährleistung der fortdauernden Richtigkeit und Lückenlosigkeit der veröffentlichten Anbieterkennzeichnung folgt deren laufende Aktualisierung im Bedarfsfall. Jede Änderung im Hinblick auf veröffentlichungspflichtige – wie auch *freiwillige* – Angaben muss unverzüglich in das Impressum „eingepflegt“ werden. Das betrifft übrigens auch Informationen, die außer im Impressum auch an anderer Stelle der Website (z. B. in der Widerrufsbelehrung) aufgeführt sind.

Wie ist das Impressum auf der Seite anzubringen?

Nach § 5 Abs. 1 TMG müssen Anbieter ihre Angaben auf ihrer Internetseite so anbringen, dass sie „leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar“ sind.

Dies gilt sowohl für die Angaben nach § 5 TMG als auch für diejenigen nach § 55 RStV.

Deshalb sollte das Impressum ausschließlich in Textform erstellt werden. Völlig ungeeignet zur Erfüllung der Impressumspflicht sind damit sogenannte Pop-up-Fenster (Bildschirmfenster, die sich unaufgefordert und zusätzlich zum Browserfenster öffnen), da das Anzeigen dieser Fenster über eine entsprechende Browsereinstellung unterbunden werden kann.

Leichte Erkennbarkeit

Die Angaben sind „leicht erkennbar“, wenn sie einfach und optisch ohne Schwierigkeiten wahrnehmbar sind. Das ist unter folgenden Voraussetzungen gegeben:

- In jedem Fall sind die Informationen „leicht erkennbar“, wenn sie vollständig auf jeder Webseite am jeweiligen Seitenanfang angebracht sind. Es genügt allerdings, wenn ein Link gesetzt wird, der auf eine Seite mit den gesammelten Anbieterinformationen führt und der von jeder Webseite – einschließlich der Hauptseite – aus erreichbar ist. Dies ist in der Praxis weit verbreitet.
- Auch der Link selbst muss leicht erkennbar sein. Das ist zumindest dann anzunehmen, wenn der Querverweis so auf der Seite platziert wird, dass er durchgängig sichtbar ist. Umstritten ist, ob ein Link auch dann noch „leicht erkennbar“ ist, wenn er so auf der Webseite angebracht wird, dass er erst dann ins Blickfeld gerät, wenn der Bildschirmabschnitt gescrollt wird. Zumindest längeres Scrollen sollte vermieden werden.
- Die Bezeichnung des Links, der zum Impressum führt, ist gesetzlich nicht vorgeschrieben. Weit verbreitet sind die Begriffe „Impressum“ und „Kontakt“. Von originelleren Bezeichnungen wie zum Beispiel „backstage“ sollte eher abgesehen werden. Richtschnur bei der Entscheidung für eine korrekte Link-Benennung muss die Überlegung sein, ob ein durchschnittlich informierter, aufmerksamer und verständiger Nutzer dahinter die Pflichtangaben nach dem TMG bzw. dem RStV vermuten darf.

- In welcher Sprache die Pflichtangaben abgefasst sein müssen, um „leicht erkennbar“ zu sein, ist bislang nicht eindeutig geklärt. Sinnvoll erscheint aber jedenfalls, das Impressum auch in diejenigen Sprachen zu übersetzen, mit denen der Online-Shop sich auch im Übrigen an seine Kunden wendet.

Nicht zuletzt muss die „leichte Erkennbarkeit“ stets vor dem Hintergrund des Gesamteindrucks der Website beurteilt werden.

Unmittelbare Erreichbarkeit

„Unmittelbar erreichbar“ sind die Pflichtangaben dann, wenn sie ohne wesentliche Zwischenschritte und selbstverständlich kostenlos aufgerufen werden können.

- In diesem Sinne sind die Informationen jedenfalls dann „unmittelbar erreichbar“, wenn sie vollständig auf jeder Webseite am jeweiligen Seitenanfang angebracht sind. Es genügt allerdings, wenn ein Link gesetzt wird, der auf eine Seite mit dem Impressum führt und der von jeder einzelnen Webseite – einschließlich der Hauptseite – aus erreichbar ist.
- Die Erreichbarkeit der Informationsseite über zwei Links („Klicks“) erfordert in der Regel kein langes Suchen und ist daher grundsätzlich als „unmittelbar“ anzusehen, auch wenn neben dem maßgeblichen Link noch andere Links vorhanden sind (Beispiel: auf den einzelnen Webseiten gibt es einen Link „Kontakt“, nach dessen Anklicken man auf eine Seite mit dem Link „Impressum“ gelangt).
- Vorsicht ist bei Links in Form einer Grafik geboten, weil die Darstellung von Graphiken im Browser deaktiviert sein könnte. Ebenfalls nicht unmittelbar erreichbar sind Angaben, wenn sie – wenn auch in vollständiger Form – z. B. nur in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) des Online-Händlers gemacht werden.



© Robert Müller / PIXELIO

Ständige Verfügbarkeit

„Ständig verfügbar“ sind Informationen dann, wenn auf sie jederzeit, also über einen dauerhaft funktionstüchtigen Link, zurückgegriffen werden kann. Ein solches Impressum sollte zudem mit den Standardeinstellungen gängiger Internet-Browser kompatibel sein, ohne dass weitere Leseprogramme installiert werden müssten.

Ist das Impressum nur vorübergehend und für kurze Zeit nicht erreichbar, weil es beispielsweise gerade bearbeitet und deshalb „abgeschaltet“ wird, schadet dies grundsätzlich nicht.

Die Rechtsfolgen bei fehlendem oder fehlerhaftem Impressum

Die Folgen einer fehlenden oder fehlerhaften Anbieterkennzeichnung sind vielfältig und reichen von der Verhängung eines Ordnungsgeldes über die mögliche wettbewerbsrechtliche Abmahnung bis hin zur gerichtlichen Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs.

In Deutschland stellt sich die Rechtslage bei Verstößen gegen die Anbieterkennzeichnungspflicht im Internet wie folgt dar:

Ordnungswidrigkeit nach § 16 Abs. 2 Nr. 1, Abs. 3 TMG

Zuwerhandlungen gegen die Informationspflichten des § 5 Abs. 1 TMG und des § 55 Abs. 1 RStV können nach Maßgabe des § 16 Abs. 2 Nr. 1 TMG mit einem Ordnungsgeld belegt werden. Danach handelt ordnungswidrig, wer vorsätzlich oder fahrlässig eine erforderliche Anbieterinformation nicht, nicht richtig oder nicht vollständig verfügbar hält. Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu 50.000 Euro geahndet werden (§ 16 Abs. 3 TMG).

Unterlassungsanspruch nach § 3 UKlaG

Verstöße gegen die Informationspflichten des § 5 TMG berechtigen die nach § 3 UKlaG befugten Stellen (Wettbewerbsvereine und Verbraucherschutzverbände), gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 2 UKlaG einen Unterlassungsanspruch gegen den entsprechenden Anbieter geltend zu machen, weil ein Zuwiderhandeln gegen die Impressumspflicht auch einen Verstoß gegen eine verbraucherschützende Vorschrift bedeutet.



Wettbewerbsrechtliche Abmahnungen nach UWG

Regelmäßig stellt nach ganz überwiegender Auffassung der Rechtsprechung ein Zuwiderhandeln gegen die Informationspflichten des § 5 Abs. 1 TMG auch einen Wettbewerbsverstoß dar.

Anspruchsberechtigt sind die Konkurrenten des unredlichen Wettbewerbers, bestimmte Wirtschafts- und Verbraucherverbände sowie die Industrie- und Handelskammern und die Handwerkskammern.

Zu prüfen ist allerdings – jedenfalls nach überwiegender Auffassung – ergänzend, ob es sich um ein marginales, also lediglich geringfügiges Vergehen gegen das Mitteilungsgebot handelt, der als „Bagatelverstoß“ von eventuellen Wettbewerbern des betreffenden Anbieters nicht verfolgt werden kann.



© flown / PIXELIO

Weitere Hilfe beim Online-Shopping

Wenn es beim Online-Shopping Probleme gibt, haben Verbraucher zahlreiche Möglichkeiten, dennoch zu ihrem Recht zu gelangen.

Selbstverständlich können sie ihre Ansprüche immer gerichtlich verfolgen; sei es über einen klassischen Prozess oder in Form eines Mahnverfahrens. Es besteht aber oft auch die Möglichkeit, ein Schlichtungsverfahren einzuleiten, um auf diesem Weg den Streit gütlich mit geringen oder ohne Kosten beizulegen, z.B. kostenlos unter www.online-schlichter.de (bitte begrenzte Zuständigkeit beachten). Rechtlichen Rat bieten auch die Verbraucherkzentralen.

Handelt es sich um einen grenzüberschreitenden Fall, wenn also der Händler im EU-Ausland sitzt, können Sie sich als Verbraucher an das Netzwerk der Europäischen Verbraucherkzentren ECC-Net wenden. Eine außergerichtliche Streitbelegung ist in vielen Fällen erfolgversprechend.

Klappt es doch nicht außergerichtlich, stehen Ihnen auf europäischer Ebene zwei vereinfachte Gerichtsverfahren zur Verfügung, wenn Sie Ansprüche gegen jemanden aus dem EU-Ausland (mit Ausnahme von Dänemark) geltend machen wollen:

Das Europäische Mahnverfahren findet ausschließlich bei Geldforderungen Anwendung. Dieses Verfahren kann mit europaweit einheitlichen Formblättern eingeleitet werden. Der Europäische Zahlungsbefehl, der nach einem erfolgreichen Mahnverfahren erteilt wird, wird in allen Mitgliedstaaten mit Ausnahme Dänemarks anerkannt. Er kann ohne Vollstreckbarerklärung vollstreckt werden.

Das Europäische Bagatellverfahren ist bei Forderungen bis zu 2.000 € möglich. Hier können außer Geldforderungen auch andere Ansprüche eingeklagt werden. Es handelt sich ebenfalls ein formularmäßiges Verfahren.

Weitere Informationen zum Online-Shopping allgemein, auch zum Thema „Impressum im Internet“, sind erhältlich über die eCommerce-Verbindungsstelle (www.ecommerce-verbindungsstelle.de).

Auch zu weiteren wichtigen Themenbereichen rund um den elektronischen Geschäftsverkehr sind umfangreiche Broschüren auf dieser Internetseite kostenlos abrufbar.

Anhang I: Gesetzestext § 5 TMG

§ 5 Allgemeine Informationspflichten

(1) Diensteanbieter haben für geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene Telemedien folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:

1. den Namen und die Anschrift, unter der sie niedergelassen sind, bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform, den Vertretungsberechtigten und, sofern Angaben über das Kapital der Gesellschaft gemacht werden, das Stamm- oder Grundkapital sowie, wenn nicht alle in Geld zu leistenden Einlagen eingezahlt sind, der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen,
2. Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit ihnen ermöglichen, einschließlich der Adresse der elektronischen Post,
3. soweit der Dienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde,
4. das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister, in das sie eingetragen sind, und die entsprechende Registernummer,
5. soweit der Dienst in Ausübung eines Berufs im Sinne von Artikel 1 Buchstabe d der Richtlinie 89/48/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 über eine allgemeine Regelung zur Anerkennung der Hochschuldiplome, die eine mindestens dreijährige Berufsausbildung abschließen (ABl. EG Nr. L 19 S. 16), oder im Sinne von Artikel 1 Buchstabe f der Richtlinie 92/51/EWG des Rates vom 18. Juni 1992 über eine zweite allgemeine Regelung zur Anerkennung beruflicher Befähigungsnachweise in Ergänzung zur Richtlinie 89/48/EWG (ABl. EG Nr. L 209 S. 25, 1995 Nr. L 17 S. 20), zuletzt geändert durch die Richtlinie 97/38/EG der Kommission vom 20. Juni 1997 (ABl. EG Nr. L 184 S. 31), angeboten oder erbracht wird, Angaben über
 - a) die Kammer, welcher die Diensteanbieter angehören,
 - b) die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist,
 - c) die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und dazu, wie diese zugänglich sind,
6. in Fällen, in denen sie eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer nach § 139c der Abgabenordnung besitzen, die Angabe dieser Nummer,
7. bei Aktiengesellschaften, Kommanditgesellschaften auf Aktien und Gesellschaften mit beschränkter Haftung, die sich in Abwicklung oder Liquidation befinden, die Angabe hierüber.

(2) Weitergehende Informationspflichten nach anderen Rechtsvorschriften bleiben unberührt.

Anhang II: Gesetzestext § 55 RStV

§ 55 Informationspflichten und Informationsrechte

(1) Anbieter von Telemedien, die nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, haben folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:

1. Namen und Anschrift sowie
2. bei juristischen Personen auch Namen und Anschrift des Vertretungsberechtigten.

(2) Anbieter von Telemedien mit journalistisch redaktionell gestalteten Angeboten, in denen insbesondere vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben werden, haben zusätzlich zu den Angaben nach den §§ 5 und 6 des Telemediengesetzes 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.
- (3) Für Anbieter von Telemedien nach Absatz 2 Satz 1 gilt § 9a entsprechend.

© Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.
www.cec-zev.eu

Bahnhofplatz 3 | D – 77694 Kehl am Rhein

Fotos:

Titelseite: © Rainer Sturm #328615 / www.pixelio.de
Seite 7: © Corinna Dumat #562961 / www.pixelio.de
Seite 8: © Blödmannsgehilfe # 477471 / www.pixelio.de
Schaubilder: Dirk Minuth 2012

Diese Broschüre erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern soll einen verständlichen Überblick über wesentliche Problem- und Themenfelder bieten. Für die Richtigkeit die in dieser Broschüre enthaltenen Angaben können wir trotz sorgfältiger Prüfung keine Gewähr übernehmen.

Stand dieser Information: **10. Januar 2014**

eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland



**Bahnhofplatz 3
D - 77694 Kehl am Rhein**

**Telefon: +49 (0)7851 9 91 48-0
Telefax: +49 (0)7851 9 91 48-11**

**Öffnungszeiten und telefonische Erreichbarkeit:
Di – DO von 9:00 – 12:00 und 13:00 – 17:00 Uhr**

eMail: info@ecommerce-verbindungsstelle.de

www.ecommerce-verbindungsstelle.de

angesiedelt beim

Centre Européen de la Consommation
Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.
www.cec-zev.eu

Bahnhofplatz 3 | D - 77694 Kehl am Rhein
Telefon: +49 (0)7851 9 91 48-0 | Telefax: +49 (0)7851 9 91 48-11
E-Mail: info@cec-zev.eu