

Die Anbieterkennzeichnung im Internet (Impressum)

Inhaltsverzeichnis

I. Wozu ein Impressum?
II. Wen trifft die Impressumspflicht?
III. Was bedeutet geschäftsmäßig?
IV. Was gehört ins Impressum?
V. Platzierung des Impressums
VI. Pflichten bei kommerziellen Kommunikationen
VII. Impressumspflicht für ausländische Anbieter
VIII. Strafen bei fehlerhaftem Impressum

Hinweis: Die Inhalte unserer Internetseite, vor allem die Rechtsbeiträge, werden mit größter Sorgfalt recherchiert. Dennoch kann der Anbieter keine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und

I. Wozu ein Impressum?

Gesetzliche Regelungen zu den Informationspflichten und der Anbieterkennzeichnung im Internet finden sich insbesondere in § 6 Teledienstegesetz (TDG) und § 10 Mediendienste-Staatsvertrag (MDStV). Diese Regelungen sollen vor allem für den Internetnutzer bzw. Surfer ein **Mindestmaß an Transparenz und Information über die natürliche oder juristische Person oder Personengruppe, die ihm einen Dienst im Internet anbietet, sicherstellen**, wodurch auch eine etwaige Rechtsverfolgung im Streitfalle erleichtert wird.

II. Wen trifft die Pflicht zur Anbieterkennzeichnung?

Nach § 6 TDG wird **Diensteanbietern geschäftsmäßiger Teledienste** und nach § 10 MDStV **Diensteanbietern von Mediendiensten** eine Anbieterkennzeichnungspflicht auf der Webseite auferlegt.

1. **Diensteanbieter ist** gemäß § 3 Abs. 1 Nr. 1 TDG und § 3 Abs.

*Aktualität der bereit gestellten
Informationen übernehmen.*

1 Nr. 1 MDStV **jede natürliche oder juristische Person, die eigene oder fremde Mediendienste zur Nutzung bereit hält oder den Zugang zur Nutzung vermittelt.** Einer juristischen Person steht nach § 3 S. 2 TDG und § 3 S. 2 MDStV eine Personengesellschaft gleich, die mit der Fähigkeit ausgestattet ist, Rechte zu erwerben und Verbindlichkeiten einzugehen (z.B. GbR, OHG).

2. **Teledienste** sind nach § 2 Abs. 1 TDG generell alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, die für eine individuelle Nutzung von kombinierbaren Daten wie Zeichen, Bilder oder Töne bestimmt sind und denen eine Übermittlung mittels Telekommunikation zugrunde liegt (Teledienste). **Teledienste sind daher meistens Leistungen, die direkt über das Internet erbracht werden.** Teledienste sind nach § 2 Abs. 2 TDG insbesondere:

- Angebote im Bereich der Individualkommunikation (zum Beispiel: Telebanking, Datenaustausch),
- Angebote zur Information oder Kommunikation, soweit nicht die redaktionelle Gestaltung zur Meinungsbildung für die Allgemeinheit im Vordergrund steht (Datendienste, zum Beispiel Verkehrs-, Wetter-, Umwelt- und Börsendaten, Verbreitung von Informationen über Waren und Dienstleistungsangebote),
- Angebote zur Nutzung des Internets oder weiterer Netze,
- Angebote zur Nutzung von Telespielen,
- Angebote von Waren und Dienstleistungen in elektronisch abrufbaren Datenbanken mit interaktivem Zugriff und unmittelbarer Bestellmöglichkeit.

3. **Mediendienste** sind nach § 2 Abs. 1 MDStV generell alle an die Allgemeinheit gerichtete Informations- und Kommunikationsdienste (Mediendienste) in Text, Ton oder Bild, die unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen ohne Verbindungsleitung oder längs oder mittels eines Leiters verbreitet werden. **Bei Mediendiensten werden meistens an viele gleichzeitig gerichtete Informationen aufbereitet (z.B. Internetzeitungen).** Mediendienste sind nach § 2 Abs. 2 MDStV insbesondere:

- Verteildienste in Form von direkten Angeboten an die Öffentlichkeit für den Absatz von Waren oder Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt (Teleshopping),
- Verteildienste, in denen Messergebnisse und Datenermittlungen in Text oder Bild mit oder ohne Begleitton verbreitet werden,

- Verteildienste in Form von Fernsehtext, Radiotext und vergleichbaren Textdiensten,
- Abrufdienste, bei denen Text-, Ton- oder Bilddarbietungen auf Anforderung aus elektronischen Speichern zur Nutzung übermittelt werden, mit Ausnahme von solchen Diensten, bei denen der individuelle Leistungsaustausch oder die reine Übermittlung von Daten im Vordergrund steht, ferner von Telespielen.

Die Abgrenzung von Medien- und Telediensten kann im Einzelfall sehr schwierig sein. Es wird bei einem umfassenden Internetportal oft sogar von einer Mischform auszugehen sein. **Im Zweifel sollte man daher von einem anbieterkennzeichnungspflichtigen Mediendienst ausgehen.**

III. Was bedeutet geschäftsmäßig i.S.d. § 6 TDG? Kein Impressum bei privater Homepage?

Wesentliche Bedeutung erlangt bei Telediensten der Begriff „geschäftsmäßig“. Handelt ein Telediensteanbieter nicht geschäftsmäßig, so trifft ihn nach § 6 TDG keine Anbieterkennzeichnungspflicht.

Die Vorschrift gilt nach der Gesetzesbegründung (Gesetzesentwurf der Bundesregierung, Bundesratsdrucksache BR 136/01 vom 16.02.2001, S. 34) nur für geschäftsmäßige **Angebote, die aufgrund einer nachhaltigen Tätigkeit mit oder ohne Gewinnerzielungsabsicht abgegeben werden.** Bei privaten Gelegenheitsgeschäften ist dagegen kein geschäftsmäßiges Handeln gegeben. Die meisten privaten Homepages sind allerdings bewusst auf Dauer im Internet bereit gestellt und abrufbar, so dass hierin schon eine nachhaltige Tätigkeit gesehen werden kann. Aus diesem Grund wird oft vertreten, dass auch ein Großteil der privaten Homepages unter die Kennzeichnungspflicht nach § 6 TDG fällt. Eine Ausnahme hierzu könnten Webseiten darstellen, die ihre Inhalte nur einmalig und/oder sehr kurzfristig anbieten und diese damit nicht mehr nachhaltig i.S.d. Gesetzesbegründung angeboten werden. **Andererseits wird ebenfalls der Begriff der „Geschäftsmäßigkeit“ auch in der Hinsicht verstanden, dass damit die Absicht, Einnahmen erzielen zu wollen verbunden sein muss** (siehe hierzu das [Web-Doc](#) von Jan Weber: „Der Adressatenkreis der Verpflichtung zur Anbieterkennung im Internet nach der Neufassung des Teledienstegesetzes“)

Einen Grenzfall wird daher vor allem eine private Homepage darstellen, auf der Links zu Klickprogrammen, Partnerprogrammen oder gar Werbebanner platziert sind. Hier könnte man dann sogar von einer Einnahmernerzielungsabsicht, die Jan Weber (aaO) zur Abgrenzung heranzieht, sprechen. **Im Zweifel sollte daher vorerst auch von einer Anbieterkennzeichnungspflicht der dauerhaft online gestellten privaten Homepage ausgegangen werden.**

IV. Was gehört ins Impressum?

Soweit eine Kennzeichnungspflicht nach § 6 TDG und/oder § 10 MDStV bejaht wird, sind folgende Angaben auf der Homepage zu machen:

1. Name und Anschrift des Dienstanbieters

- bei Personen mindestens ein ausgeschriebener Vorname sowie der Nachname
- bei juristischen Personen (z.B. GmbH, AG) und Personengesellschaften, die mit der Fähigkeit ausgestattet sind, Rechte zu erwerben und Verbindlichkeiten einzugehen (z.B. GbR, OHG) die Firmenbezeichnung, die Rechtsformbezeichnung sowie mindestens ein ausgeschriebener Vorname sowie der Nachname des Vertretungsberechtigten.
- Strasse, Hausnummer, Postleitzahl und Ort. Bei juristischen Personen oder ihnen gleichgestellten Personengesellschaften der Sitz.

Achtung: Ein Postfach genügt nicht, da dies keine ladungsfähige Anschrift darstellt.

2. Angaben zur schnellen Kontaktaufnahme

- die E-Mail-Adresse
- die Telefonnummer / Faxnummer (letztere soweit vorhanden)

3. Angaben zur Aufsichtsbehörde

Soweit der (Medien-)Dienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde (z.B. bei Wach- und Schließunternehmen, Maklern und Spielhallenbetreibern)

4. Register und Registernummer

Bei Eintragung in ein öffentliches Register (z.B. Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister) den Ort des Registers und Registernummer (z.B. Amtsgericht München; HRB 1234)

5. Umsatzsteuer-Identifikationsnummer

In Fällen, in denen Sie eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27 a des Umsatzsteuergesetzes besitzen, die Angabe dieser Nummer.

Hinweis: Die Steuernummer muss hingegen nicht ins Impressum aufgenommen werden.

6. Berufsspezifische Angaben

Bei den Freiberuflern, deren Berufsausübung und –bezeichnung besonders geregelt sind, müssen weitere Angaben gemacht werden. Insbesondere bei Rechtsanwälten, Wirtschaftsberatern und Steuerberatern sind daher noch Angaben über

- 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, zu machen.

7. Angaben bei journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten

Diensteanbieter von journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben oder in periodischer Folge Texte verbreitet werden, müssen einen Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift benennen. Werden mehrere Verantwortliche benannt, so ist kenntlich zu machen, für welchen Teil des Mediendienstes der jeweils Benannte verantwortlich ist. Als Verantwortlicher kann nur benannt werden, wer

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

V. Anbieterkennzeichnung erkennbar, erreichbar und ständig verfügbar platzieren

Wie sollen die obigen Angaben im Internet platziert werden? Nach § 10 MDStV und § 6 TDG haben die Diensteanbieter die Informationen **leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar** zu halten.

Die Anbieterkennzeichnung muss als solche erkennbar und gekennzeichnet sein. Probleme treten immer wieder bei der **Bezeichnung der Anbieterkennzeichnung** auf. Diese muss so ausgestaltet sein, dass sie **für jeden Nutzer verständlich** ist. Die Bezeichnungen "Impressum", "Anbieter", "Anbieterkennung" oder "Verantwortlich im Sinne des TDG bzw. MDStV" und "Wir über uns" (vgl. Kaestner/Tews, WRP 2002, 1011, 1016) sind hierbei üblich.

Nicht ausreichend ist das Verstecken der Anbieterkennzeichnung in den allgemeinen Geschäftsbedingungen. Mit [Urteil](#) (Az. 29 U 4564/03) vom 12.02.2004 hat das OLG München entschieden, dass die Platzierung des zu den Informationen gemäß § 6 Satz 1 TDG führenden Links "Impressum" am unteren Seitenende, der bei einer üblichen Bildschirmauflösung von 1024 x 768 Bildpunkten erst mittels Scrollens auf der vierten Bildschirmseite sichtbar wird gegen die Erfordernisse der leichten Erkennbarkeit und der unmittelbaren Erreichbarkeit im Sinne von § 6 S. 1 TDG verstößt. Die Informationen nach § 6 TDG müssten vielmehr nach dem OLG München **an gut wahrnehmbarer Stelle und ohne langes Suchen und jederzeit auffindbar** sein.

Des Weiteren führt das OLG München im obigen Urteil aus, dass die Platzierung von Links mit der Bezeichnung "Über XXX.de" und "Impressum" in unmittelbarer Nachbarschaft übereinander ebenfalls einer leichten Erkennbarkeit entgegenstehe. Der Begriff "Wir über uns" sei ebenfalls zur Anbieterkennzeichnung verbreitet und sei dem der Link "Über XXX.de" sehr ähnlich. Demnach würde die Verkehrsauffassung hinter beiden Links - "Über XXX.de" und "Impressum" - die Anbieterkennzeichnung vermuten, weshalb der Link "Impressum" nicht einschlägiger und leicht erkennbar sei.

Die Nutzer sollten auch am besten von jeder einzelnen Seite der Webseite die Anbieterkennzeichnung erreichen können. **Teilweise wird daher sogar nur ein Klick zur Anbieterkennzeichnung für zulässig erachtet.** Die Erreichbarkeit der Anbieterkennzeichnung sollte auch nicht von bestimmten Scripten oder Browser-Plug-Ins abhängig sein (z.B. Impressum per JavaScript-Popup). Die Anbieterkennzeichnung sollte auch in der gleichen Sprache der Webseite verfasst sein.

Tipps zur Platzierung der Anbieterkennzeichnung:

- Anbieterkennzeichnung muss gut und schnell auffindbar sein, was am besten dadurch gewährleistet wird, wenn sie bei 1024*768 Pixel dauerhaft sichtbar ist;
- Die Anbieterkennzeichnung darf nicht erst durch waagerechtes Scrollen oder Scrollen über 4 Bildschirmseiten bei Platzierung am Seitenende sichtbar sein;
- Bei der Lesbarkeit sollte man auf die richtige Schriftgröße und -farbe sowie Hintergrundfarbe achten;
- Als richtige Bezeichnung bietet sich am besten "Impressum" oder "Anbieterkennzeichnung" an;
- Eine Verwechslungsgefahr durch Links wie "Über uns" in unmittelbarer Nähe zur Anbieterkennzeichnung sollte vermieden werden;
- Die Anbieterkennzeichnung sollte am besten von jeder Seite mit einem Klick erreichbar sein;
- Die Anbieterkennzeichnung sollte in der Sprache der Webseite verfasst sein.

VI. Besondere Informationspflichten bei kommerziellen Kommunikationen

Gemäß § 7 TDG und § 10 Abs. 4 MDStV haben Diensteanbieter bei kommerziellen Kommunikationen, die Bestandteil eines Teledienstes sind oder die einen solchen Dienst darstellen, mindestens die nachfolgenden Voraussetzungen zu beachten.

- Kommerzielle Kommunikationen müssen klar als solche zu erkennen sein.
- Die natürliche oder juristische Person in deren Auftrag kommerzielle Kommunikationen erfolgen, muss klar identifizierbar sein.
- Angebote zur Verkaufsförderung wie Preisnachlässe, Zugaben und Geschenke müssen klar als solche erkennbar sein, und die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme müssen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden.
- Preisausschreiben oder Gewinnspiele mit Werbecharakter müssen klar als solche erkennbar und die Teilnahmebedingungen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden.

Gemäß § 3 Nr. 5 TDG und § 3 Nr. 5 MDStV ist "kommerzielle Kommunikation" **jede Form der Kommunikation, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren, Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds eines Unternehmens, einer sonstigen Organisation oder einer natürlichen Person dient, die eine Tätigkeit im Handel, Gewerbe oder Handwerk oder einen freien Beruf ausübt**; die folgenden Angaben stellen als solche keine Form der kommerziellen Kommunikation dar:

- Angaben, die direkten Zugang zur Tätigkeit des Unternehmens oder der Organisation oder Person ermöglichen, wie insbesondere ein Domain-Name oder eine Adresse der elektronischen Post;
- Angaben in Bezug auf Waren und Dienstleistungen oder das Erscheinungsbild eines Unternehmens, einer Organisation oder Person, die unabhängig und insbesondere ohne finanzielle Gegenleistungen gemacht werden.

VII. Anbieterkennzeichnungspflicht für ausländische Anbieter

Nach einem Urteil vom Landgericht Frankfurt a.M. (vgl. dazu [JurPC Web-Dok. 153/2003](#) Urteil vom 28.03.2003, Az. 3-12 O 151/02) besteht auch bei im Ausland registrierten Teledienste-Anbietern das Interesse des Verbrauchers, leicht erkennbare und unmittelbar erreichbare Informationen darüber zu erlangen, welchem Recht die ausländische Gesellschaft unterliegt und wie die Vertretungsverhältnisse gestaltet sind. Das Landgericht führte hierbei zur Begründung führte an, dass die Pflichtangaben dem Verbraucherschutz dienen. **Soweit ein ausländisches Unternehmen um inländische Kunden wirbt, bestehe daher ein berechtigtes Interesse der Kunden zu wissen, in welchem Land der Anbieter eingetragen sei. Die ausländischen Anbieter müssen deshalb auch in diesen Fällen das ausländische**

Register und die Registernummer angeben.

VIII. Bis zu 50.000 Euro Bußgeld bei fehlerhafter Anbieterkennzeichnung

1. Ordnungswidrigkeit i.S.d. § 12 TDG und § 24 MDSStV

Ordnungswidrig handelt gemäß § 12 Abs. 1 TDG, wer vorsätzlich oder fahrlässig entgegen § 6 Satz 1 TDG eine Information nicht, nicht richtig oder nicht vollständig verfügbar hält. Gemäß § 12 Abs. 2 TDG kann die Ordnungswidrigkeit mit einer Geldbuße bis zu fünfzigtausend Euro geahndet werden. Ordnungswidrig handelt ebenfalls, wer vorsätzlich oder fahrlässig, gegen § 10 Abs. 1 bis 3 MDSStV (Anbieterkennzeichnung) verstößt. Auch diese Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu 50.000,-- Euro, geahndet werden (vgl. § 24 Abs. 1 und 2 MDSStV).

2. Abmahnung und Wettbewerbsverstoß?

Es kann sich unter Umständen durch die Gesetzesverletzung auch ein Unterlassungs- und Schadensersatzanspruch nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) - insbesondere § 1 UWG - ergeben. Wenn im wirtschaftlichen Verkehr Gesetze wie z.B. der § 6 TDG oder § 10 MDSStV verletzt werden, so ist die Wettbewerbswidrigkeit durch die Gesetzesverletzung allerdings nicht immer notwendig indiziert. Dies setzt neben der Anspruchsberechtigung des unmittelbar Verletzten ebenfalls voraus, dass der Verstoß zu einem wettbewerbsrechtlich zu missbilligten Vorsprung im Wettbewerb führt. Die Rechtsprechung urteilt in diesem Falle sehr uneinheitlich. **Zum einen wird die Anbieterkennzeichnungspflicht als wettbewerbsneutral angesehen. Danach ist ein Wettbewerbsverstoß zu verneinen und eine Abmahnung wäre rechtswidrig** (vgl. dazu [LG Düsseldorf](#), Urteil vom 19.09.2001, Az. 120311/01). Das Landgericht Berlin ([Urteil vom 17.09.2002](#), Az. 103 O 102/02) und teilweise auch **andere Landgerichte sehen hingegen bei einem Verstoß gegen § 6 TDG auch einen Verstoß gegen § 1 UWG als begründet an, da § 6 TDG verbraucherschützenden Charakter habe und für gleiche Wettbewerbsbedingungen sorgen wolle.** Sieht man mit dieser durchaus umstrittenen Auffassung einen Wettbewerbsverstoß als begründet an, so kann es im Vorfeld einer Klage oder einstweiligen Verfügung regelmäßig zu einer wettbewerbsrechtlichen Abmahnung kommen. **Einer solchen Abmahnung sollte unbedingt Aufmerksamkeit geschenkt werden.**

Weitere Informationen zu diesem Thema:

- Urteile zum Internetrecht finden Sie in der [Urteilsdatenbank](#)

- Weitere Informationen gibts auf [Juraforum.de - Rechtportal](http://Juraforum.de)
- Bücher zum Internetrecht finden Sie in diesem Buchshop
- Rechtsanwälte zum Impressumsrecht finden Sie im Experten-Branchenbuch.de

Nutzungshinweis zum Urheberrecht / Veröffentlichung dieses Artikels

Die Veröffentlichung und Linkung (auch in Frames) dieses Artikels – insbesondere auch im Internet - ist mit der gut sichtbaren Urheberbezeichnung "Quelle: Impressum-recht.de" (als anklickbarer Link) unter der Überschrift honorarfrei gestattet.

Copyright 2004 - S. Einbock