



Impressumspflicht nach dem Telemediengesetz (TMG)

Der Verfasser Oliver Vogt ist Rechtsanwalt und Mitinhaber der auf IT-Themen spezialisierten Kanzlei Krause & Vogt in Bremen (www.kravo.de).

Nach Inkrafttreten des [Telemediengesetzes](#) (TMG) zum 01.03.2007 richten sich die Anforderungen an das auf Websites zu hinterlegende Impressum nach diesem Gesetz und nicht mehr nach dem Teledienstegesetz (TDG). Der v.a. relevante § 5 TMG unterscheidet sich vom Wortlaut her nicht unerheblich von § 6 TDG. In welchem Umfang die neue Formulierung auch andere inhaltliche (rechtliche) Anforderungen an das Impressum zur Folge hat, werden die diesbezüglichen Entscheidungen der befassen Gerichte zeigen.

Vorab soll dieser Darstellung aber erste Anhaltspunkte für

- das Erfordernis eines Impressums,
- dessen Platzierung auf der Website sowie
- dessen inhaltliche Anforderungen

bieten und insofern als Orientierungshilfe dienen. Die genauen inhaltlichen Anforderungen können allerdings verbindlich nur bei Betrachtung des jeweiligen Einzelfalls festgestellt werden, da diese je nach Branche und Rechtsform, welche sich hinter dem betreffenden Internetauftritt verbirgt, sehr unterschiedlich sein können. Auch die Prüfung, ob ein Impressum überhaupt erforderlich ist, bedarf der genauen Betrachtung im Einzelfall.

1. Wann muss auf der Website ein Impressum abrufbar sein?

Nach § 5 Abs.1 TMG gilt die Impressumspflicht für alle „*Diensteanbieter von geschäftsmäßigen, in der Regel gegen Entgelt angebotenen Telemedien*“. Das bedeutet, dass ein Anbieter einer rein privaten Website der Impressumspflicht nicht unterliegt. Allerdings ist hier Vorsicht geboten, da der Übergang der rein privaten Website zu einer geschäftsmäßigen fließend ist. Dies war aufgrund der Formulierung des mittlerweile außer Kraft getretenen TDG auch nach dem Gesetzeswortlaut noch sehr zweifelhaft, da nach § 6 TDG die Impressumspflicht für „*Diensteanbieter von geschäftsmäßigen Telediensten*“ galt. Neu hinzugekommen ist in § 5 TMG also das Kriterium, dass die geschäftsmäßigen Telemedien „*in der Regel gegen Entgelt*“ erbracht werden müssen, um eine Impressumspflicht begründen zu können.

Vom Wortlaut des neuen TMG her, müsste die Impressumspflicht für einen Großteil (privater) Websi-

tes daher entfallen, da diese zumeist keine „*in der Regel gegen Entgelt angebotenen Telemedien*“ anbieten werden. Allerdings heißt es in der Gesetzesbegründung der Bundesregierung, dass die geltenden Vorschriften inhaltlich weitgehend unverändert bleiben sollen, soweit nicht ein Änderungsbedarf unabweisbar ist. Zwar heißt es in der Gesetzesbegründung auch:

„Damit unterliegen Telemedien, die ohne den Hintergrund einer Wirtschaftstätigkeit bereitgehalten werden (z.B. Homepages, die rein privaten Zwecken dienen und die nicht Dienste bereitstellen, die sonst nur gegen Entgelt verfügbar sind, oder entsprechende Informationsangebote von Idealvereinen), künftig nicht mehr den Informationspflichten des Telemediengesetzes.“

Was im einzelnen aber unter Dienste fällt, welche sonst nur gegen Entgelt verfügbar sind, verrät die Gesetzesbegründung hingegen nicht. Insofern bleiben hier erste Gerichtsentscheidungen abzuwarten, da eine so weitreichende Änderung der Rechtslage durch den Gesetzgeber nicht zwingend erkennbar ist und sich insbesondere der Gesetzesbegründung der Bundesregierung nicht entnehmen lässt. Über die Auslegung der neuen Gesetzesformulierung bestehen zudem in der Praxis ganz unterschiedliche Auffassungen. Daher sollte im Zweifel immer ein Impressum angegeben werden. Zumindest in Grenzfällen, wie der privaten Website, auf der Bannerwerbung platziert ist, ist dies dringend anzuraten; dies dürfte auch für Blogs o.ä. gelten.

Noch dringender ist Websites von Unternehmen die Bereitstellung eines Impressums anzuraten. So ist nach der Gesetzesbegründung für das Merkmal der Entgeltlichkeit zwar eine wirtschaftliche Gegenleistung Voraussetzung. Wie diese konkret beschaffen sein muss und ob z.B. die kostenfreie Website eines Unternehmens nur einer eingeschränkten Impressumspflicht (vgl. § 55 RStV) unterliegt, ist derzeit nicht zweifelsfrei zu beurteilen. Die Darstellung eines Unternehmens auf einer Internetpräsenz wird in aller Regel auch wirtschaftliche Hintergründe haben und zumindest mittelbar auch die Gewinnerzielung fördern sollen, mag das Angebot auf der Website selbst auch vorerst nur der Bereitstellung von Information über das Unternehmen für Kunden und Geschäftspartner dienen. Unseres Erachtens ist auch hier trotz der Unentgeltlichkeit eine umfassende Impressumspflicht nach § 5 TMG anzunehmen. Vor allem ist dies deswegen anzuraten, als es sich bei kommerziellen Unternehmens-Websites um ein Handeln im geschäftlichen Verkehr im Sinne des UWG handeln wird und sich das Unternehmen bei Nichtbeachtung oder unzureichender Umsetzung der Impressumspflichten der wettbewerbsrechtlichen Ab-

mahnung eines Konkurrenten ausgesetzt sehen kann. Im Juli 2006 traf der Bundesgerichtshof (BGH) eine [Grundlagenentscheidung](#) zum Impressum, nach welcher ein nicht ordnungsgemäßes Impressum in jedem Fall eine Wettbewerbsverletzung darstelle. Die u.U. anfallenden Ausgaben für die rechtliche Prüfung bzw. Erstellung eines Impressums können sich in Anbetracht der für drohende Abmahnungen anfallenden Kosten also schnell amortisieren.

Im geänderten RStV findet sich in § 55 Abs.1 ebenfalls eine Impressums-Regelung, nach der *"Anbieter von Telemedien, die nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten haben: 1. Namen und Anschrift sowie 2. bei juristischen Personen auch Namen und Anschrift des Vertretungsberechtigten."* Die Regelung im RStV trägt nicht eben zur Klarheit der Gesetzeslage bei, da unklar ist, in welchem Verhältnis § 5 TMG und § 55 RStV zueinander stehen. Nach der Gesetzesbegründung soll das TMG die *"wirtschaftsbezogenen Bestimmungen"* regeln. Das hätte zur Folge, dass unterschiedliche Impressumsregelungen für das gleiche Medium Anwendung fänden. Um das Risiko einer Rechtsverletzung zu minimieren, sollte ein Webseiten-Betreiber im Zweifel immer ein Impressum auf seiner Website einstellen und hierbei die Anforderungen des § 5 TMG beachten, da diese über die des RStV hinausgehen.

Zu beachten ist ferner, dass das TMG **nicht** die besonderen **Pflichtangaben für E-Mails** regelt.

2. Wo ist das Impressum zu platzieren?

Nach § 5 TMG sind die im Impressum bereitzustellenden Informationen *„leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten“*. Nach dem vorgenannten [Grundsatzurteil](#) des BGH kann die Angabe einer Anbieterkennzeichnung bei einem Internetauftritt, die über zwei Links erreichbar ist, den Anforderungen entsprechen, die an eine leichte Erkennbarkeit und unmittelbare Erreichbarkeit im Sinne von § 6 TDG und § 10 Abs. 2 MDStV zu stellen sind. Dies gilt uneingeschränkt auch nach Inkrafttreten des TMG, da sich der Gesetzestext in diesem Punkt gegenüber dem des TDG nicht geändert hat.

Auch führt der BGH in diesem Urteil aus, dass es Zweck der Informationspflichten über Identität, Anschrift, Vertretungsberechtigten und Handelsregistereintragung sei, dass der Unternehmer den Verbraucher klar und unmissverständlich darauf hinweist, mit wem er in geschäftlichen Kontakt tritt. Die erforderlichen Informationen müssten deshalb

u.a. leicht erkennbar sein. Befänden sich die erforderlichen Angaben nicht auf der Startseite, gehöre hierzu, dass der Anbieter für weiterführende Links Bezeichnungen wählt, die verständlich sind und sich dem Nutzer ohne weiteres erschließen. Diesen Anforderungen würden die Begriffe **"Kontakt"** und **"Impressum"** genügen.

Daraus ergibt sich auch, dass die Pflichtangaben nicht zwingend auf der ersten Seite einer Website platziert werden müssen, was heute außer im Fall einer schlichten Web-Visitenkarte ohnehin kaum noch vorkommt. Vielmehr ist es ausreichend, dass der Nutzer der Website die Pflichtangaben nach dem TMG mit „2 Klicks“ erreichen kann. Eine *„unmittelbare Erreichbarkeit“* im Sinne des § 5 TMG scheitert nach der Auffassung des BGH nicht daran, dass der Nutzer nicht schon in einem Schritt, sondern erst in zwei Schritten zu den benötigten Informationen gelangt. Das Erreichen einer Internetseite über zwei Links erfordert regelmäßig auch kein langes Suchen.

Insofern sollte der Betreiber einer Website zumindest darauf achten, dass die Pflichtangaben nicht über eine längere Kette von Links erreichbar sind und ferner gewährleistet ist, dass die Buttons, welche auf die Pflichtangaben verlinken, gut sichtbar und von der Umgebung abgesetzt platziert sind. Zu empfehlen ist daher die Platzierung in einem seitlichen Frame oder einem solchen in der Kopfzeile der Website. Idealerweise sollten diese Angaben beim Scrollen des Content (etwa in einem mittleren Frame) bestehen bleiben, so dass die Links auch bei längeren Texten ständig erreichbar bzw. anwählbar sind. Ab wann die ständige Verfügbarkeit und unmittelbare Erreichbarkeit nicht mehr gewährleistet ist, lässt sich pauschal schwer einordnen. Auf der sicheren Seite ist der Betreiber einer Website jedenfalls dann, wenn er die entsprechenden Buttons nach den vorgenannten Grundsätzen positioniert.

3. Welche Angaben muss das Impressum enthalten?

Der Inhalt, welchen ein Impressum auf jeden Fall enthalten sollte, hängt u.a. auch von der Rechtsform und der konkreten Branche bzw. dem Geschäftsfeld des Inhabers der Website ab. In diesem Artikel sollen die allgemeinen Grundsätze dargestellt werden, so dass sich im Einzelfall weitergehende Anforderungen ergeben können. Nach § 5 TMG sind für alle Diensteanbieter im Sinne des TMG die folgenden Angaben verpflichtend bzw. hat der Anbieter verfügbar zu halten:

Ziff. 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 Gesamtbeitrag der ausstehenden Einlagen, [...]“

Anmerkung:

Als Namensangabe ist der Vor- und Nachname zu nennen.

Ziff. 2:

„Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit ihnen ermöglichen, einschließlich der Adresse der elektronischen Post, ...“

Anmerkung:

Ob zur direkten Kontaktaufnahme die Angabe sowohl der Telefonnummer als auch der E-Mail-Adresse erforderlich ist, wird von der Rechtsprechung nicht einheitlich beurteilt. Allein aufgrund dieser Tatsache aber auch bei Betrachtung des Wortlautes („einschließlich der Adresse der elektronischen Post...“) des TMG ist daher auf jeden Fall die Angabe einer Telefonnummer zu empfehlen. Eine Mehrwertdienstenummer dürfte aber zulässig sein. Größere Rechtssicherheit zu dieser Frage wird es voraussichtlich demnächst geben, da in einem Klageverfahren gegen eine Internet-Versicherung der BGH das Verfahren ausgesetzt und dem Europäischen Gerichtshof (EuGH) die Frage vorgelegt hat, ob die Telefonnummer im Impressum enthalten sein muss (vgl. Beschluss des BGH vom 26.04.2007, AZ: I ZR 190/04, abrufbar auf der Website des BGH). Sollte das Erfordernis vom EuGH verneint werden, stellt sich die Folgefrage, ob ein zweiter Kommunikationsweg nach Art. 5 Abs. 1 lit. c der Richtlinie 2000/31/EG vom Diensteanbieter eingerichtet werden muss und ob z.B. neben der Angabe der E-Mail-Adresse die Einrichtung einer Anfragemaske, mit der sich der Nutzer über das Internet mit schriftlichen Anfragen an den Diensteanbieter wenden kann, der diese per E-Mail beantwortet, den Anforderungen an eine schnelle Kontaktaufnahme und unmittelbare und effiziente Kommunikation i.S. von Art. 5 Abs. 1 lit. c der Richtlinie 2000/31/EG genügt. Auch dies ist dem EuGH zur Vorabentscheidung vorgelegt.

Ziff. 3:

„soweit der Dienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde,“

Anmerkung:

Eine solche Zulassung ist z.B. erforderlich bei Banken und anderen Erbringern gewerbsmäßiger Finanzdienstleistungen, Baurägern, Baubetreuern, Bewachungsgewerbe, Fahrschulen, Fernunterricht, Gaststätten, Maklern, Pfandleihanstalten, Privatkankeenanstalten, Reisegewerbe, Schaaustellung von Personen, Spielhallen bzw. Aufstellen von (Spiel-) Geräten mit Gewinnmöglichkeit, Versicherungsunternehmen, Versteigerungsgewerbe etc. Nach Möglichkeit sollte auch ein entsprechender Link zu dem Internetportal der zuständigen Behörde angegeben werden.

Ob bei Handwerksbetrieben ein solcher Hinweis generell, d.h. bereits mit die Eintragung in die Handwerksrolle, erforderlich ist, wird nicht einheitlich beurteilt. Zu empfehlen ist daher auch hier, im Zweifel mehr Informationen zur Verfügung zu stellen, also die Nennung der zuständigen Handwerkskammer mit entsprechenden Kontaktdaten und ein Hinweis auf die Handwerksordnung ([HwO](#)). Zumindest sollten dies Betriebe tun, welche mit einem Handwerk der Anlage A zur HwO in die Handwerksrolle eingetragen sind.

Ziff. 4:

„das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister, in dass sie eingetragen sind, und die entsprechende Registernummer,“

Anmerkung:

Je nach Rechtsform ist das entsprechende Register und die Registernummer anzugeben (z.B. Amtsgericht Bremen; HRB 0000).

Ziff. 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,“*

Anmerkung:

Diese Angaben sind von Angehörigen einer Berufsgruppe mit bestimmten Zulassungsvoraussetzungen zu machen. Zur Gruppe dieser reglementierten Berufe zählen vor allem die sog. **Freiberufler** wie z.B. Rechtsanwälte, Ärzte, Architekten, Apotheker, Tierärzte, Steuerberater, Vertreter der Heilberufe wie Physiotherapeuten, Logopäden, Hebammen etc. Die Angaben müssen nicht zwingend auf der eigenen Homepage bereit gehalten werden, es genügt eine Verlinkung eines entsprechenden Angebots; für Rechtsanwälte hat die [Bundesrechtsanwaltskammer](#) z.B. die berufsrechtlichen Regelungen (BRAO, RVG, BORA, FAO) in ihrem Angebot zusammengestellt.

Ziff.6:

„in Fällen, in denen sie eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes (UStG) oder eine Wirtschaftsidentifikationsnummer nach § 139c der Abgabenordnung (AO) besitzen, die Angabe dieser Nummer,“

Anmerkung:

Die Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a UStG ist nicht die – auf Rechnungen anzugebende – normale Steuernummer. Wer als Unternehmer am innergemeinschaftlichen Warenverkehr der EU teilnehmen möchte, also Waren innerhalb des EU-Gemeinschaftsgebietes liefern oder erwerben möchte, braucht zusätzlich zur Steuernummer eine so genannte Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt- IdNr.).

Die Wirtschafts-Identifikationsnummer nach § 139c AO ist für Unternehmen das Pendant zur persönlichen Identifikationsnummer und wird als bundeseinheitliches Identifikationsmerkmal an wirtschaftlich tätige Personen vergeben. Es gibt jedoch noch keine Verordnung, die den Datentransfer und den Zeitpunkt der Einführung regelt. Erst wenn alle Bürger ihre persönlichen Steuer-Identifikationsnummern haben (wohl frühestens im Laufe des Jahres 2008), kann mit der Datensammlung und Zuteilung der Wirtschafts-Identifikationsnummer begonnen werden. Derzeit ist dies für das Impressum also nicht relevant, wird aber künftig dessen Pflichtbestandteil werden.

Ziff.7:

“bei Aktiengesellschaften, Kommanditgesellschaften auf Aktien und Gesellschaften mit beschränkter

Haftung, die sich in Abwicklung oder Liquidation befinden, die Angabe hierüber.“

Anmerkung:

Sofern sich ein, in einer der vorgenannten Rechtsformen tätiger, Betreiber einer Website in Abwicklung oder Liquidation befindet, muss im Impressum hierauf hingewiesen werden.

§ 5 Abs.2 TMG

Nach § 5 Abs.2 TMG bleiben weitergehende Informationspflichten nach anderen Rechtsvorschriften unberührt.

Anmerkung:

Insbesondere handelsrechtliche oder bürgerlich-rechtliche Informationspflichten sind daher zudem zu beachten.

§ 6 TMG

Weitergehende Impressumspflichten ergeben sich für Diensteanbieter bei kommerziellen Kommunikationen, die Telemedien oder Bestandteile von Telemedien sind. Nach § 2 Ziff.5 TMG ist kommerzielle Kommunikation jede Form der Kommunikation, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren, Dienstleistungen oder des Erscheinungsbildes eines Unternehmens, einer sonstigen Organisation oder einer natürlichen Person dient, die eine Tätigkeit im Handel, Gewerbe oder Handwerk oder einen freien Beruf ausübt. Grds. fällt hierunter jede Form von Werbung (zu den Ausnahmen/ Einschränkungen siehe § 2 Ziff.5a und 5b TMG). Diese muss nach Maßgabe des § 6 TMG klar als solche erkennbar/identifizierbar sein.

Bremen, 21.08.2007

RA Oliver Vogt

Kontakt:

Krause & Vogt Rechtsanwälte
Uhlandstraße 45
D-28211 Bremen

Fon: 0421 – 433 89 50

Fax: 0421 – 433 89 85

Web: www.kravo.de

eMail: info@kravo.de