

Agenturservice-Jupe

Tel.: 02325 - 558 426
Fax : 02325 - 467 0 380

Mobil : 0174 - 29 11111

Mail : info@agenturservice-jupe.de

Web : <http://www.agenturservice-jupe.de>



Deutsche Anwalt- und Notar-Versicherung Presseartikel

Fallstricke im Internet



Jedes Unternehmen, das im Internet eine Homepage betreibt, unterliegt der Pflicht zur Anbieterkennzeichnung. Wie man es früher nur von Zeitungen und Zeitschriften kannte, muss eine geschäftsmäßige Website daher immer ein Impressum bereitstellen – egal, ob das Unternehmen in Internet einen Online-Shop betreibt oder nur auf seine Produkte oder Dienstleistungen hinweist. Dies gilt selbst dann, wenn sich auf der Homepage ausschließlich Informationen zum Unternehmen befinden.

Der Gesetzgeber hat in § 6 des Teledienstegesetzes (TDG) – und § 10 des Mediendienste-Staatsvertrags (MDStV) – klargestellt, zu welchen Angaben ein Unternehmen verpflichtet ist, um den Anforderungen der Anbieterkennzeichnung zu genügen. Die Abgrenzung zwischen einem Teledienst und einem Mediendienst ist komplex. Sie ist darauf zurückzuführen, dass den Bundesländern die Gesetzgebungskompetenz über die Medien zugesprochen wird, während für allgemeine Online-Dienste der Bund die Regelungskompetenz trägt.

Tele- und Mediendienste

Ein Teledienst liegt vor, wenn elektronische Informations- und Kommunikationsdienste zur individuellen Nutzung von kombinierbaren Daten wie Zeichen, Bildern und Tönen bestimmt sind und ihnen eine Übermittlung mittels Telekommunikation zu Grunde liegt. Bei einem Mediendienst richtet sich das Angebot aus Informations- und Kommunikationsdiensten an die Allgemeinheit.

Teledienste dienen also der Individualkommunikation zwischen Anbieter und Nutzer, während sich Mediendienste an breites Publikum wenden. Diese Differenzierung hilft allerdings bei Webseiten nur bedingt weiter.

Teledienste sind zum Beispiel:

- Telebanking,
- Meinungsforen, Newsgroups,
- Telearbeit, Telelernen, Telemedizin,
- Datendienste,
- Onlinespiele,
- Suchmaschinen,
- Homepages, wenn ihre Funktion als Angebot zum Beginn einer Interaktion (z. B. E-Mail-Kontakt) im Vordergrund steht,
- Informationen über Waren- und Dienstleistungsangebote.

Mediendienste (im Bezug auf Internet) sind zum Beispiel:

- elektronische Presse (Online-Zeitungen),
- Homepages, wenn ihre primäre Zielsetzung in der öffentlichen Meinungsbildung liegt (Verbreitung von Informationen).

Es ist sogar möglich, dass verschiedene Webseiten eines Internet-Auftritts jeweils als Tele-

oder Mediendienst angesehen werden, zum Beispiel dann, wenn einige Seiten Unternehmensnachrichten enthalten, auf anderen jedoch Produkte bestellt werden können.

Als Faustregel sind alle Internet-Auftritte von Unternehmen zumindest als Teledienst einzustufen.

Anbieterkennzeichnung

Für die Anbieterkennzeichnung ist die Unterscheidung zwischen Tele- und Mediendienst allerdings unerheblich, da beide Gesetze nahezu wortgleich die Impressumspflichten aufführen. Allerdings sieht der MDStV für journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote zusätzliche Anforderungen vor.

Alle Anbieter von Mediendiensten und geschäftsmäßigen Anbieter von Telediensten sind zur Anbieterkennzeichnung verpflichtet. Der Begriff „geschäftsmäßig“ schließt eigentlich nur bestimmte Privatleute aus, sodass in der Regel bei einer Unternehmenshomepage stets von einem geschäftsmäßigen Angebot ausgegangen werden muss.

Zur Anbieterkennzeichnung gehören:

- der vollständige Name,
- die vollständige Anschrift mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse,
- bei juristischen Personen oder Personengesellschaften der Name des Vertretungsberechtigten,
- bei Diensteanbietern, die in das Handels-, Vereins-, Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister eingetragen sind, der Name des Registers und die Registernummer,
- bei Diensteanbietern, deren Tätigkeit einer staatlichen Zulassung unterliegt, die zuständige Aufsichtsbehörde, die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer.

Bestimmte reglementierte Berufsgruppen wie zum Beispiel Rechtsanwälte, Steuerberater, Architekten, Ingenieure, Apotheker und Ärzte haben als Diensteanbieter zusätzliche Informationspflichten:

- die gesetzliche Berufsbezeichnung und der Staat, in dem sie verliehen worden ist,
- die Kammer, in der der Diensteanbieter Pflichtmitglied ist,
- die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und Angaben dazu, wie diese zugänglich sind (unter Umständen reicht hier eine Verlinkung zum jeweiligen Verband).

Einzelheiten zu den Angaben

1. Name des Anbieters

- Vor- und Nachname sind auszusprechen.
- Identifizierbare Pseudonyme sind zulässig.
- Bei juristischen Personen oder Personengesellschaften ist die vollständige Formierung (mit Rechtsformzusatz) notwendig.

2. Anschrift des Anbieters

- Es ist die vollständige, ladungsfähige Postanschrift (Straße, Hausnummer, Postleitzahl, Ort) anzugeben, die bloße Postfachanschrift ist nicht ausreichend.
- Bestehen mehrere Niederlassungen, ist der Sitz der Gesellschaft anzugeben.
- Die Angaben sollen eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme oder unmittelbare Kommunikation ermöglichen: Eine Telefonnummer und eine E-Mail-Adresse müssen daher angeführt werden.
- Der Telefonnummer sollte in Deutschland die „0049“ vorangestellt sein. Umstritten ist derzeit noch, ob Sondernummern (0190, 0900 etc.) erlaubt sind.
- Sofern vorhanden sollte auch eine Faxnummer angegeben werden.

3. Name des Vertretungsberechtigten

- Bei juristischen Personen oder Personengesellschaften muss zusätzlich der Name des Vertretungsberechtigten genannt werden.

- Vertretungsberechtigt sind alle, die rechtlich verbindlich stellvertretend für die Vereinigung handeln können (Vorstand bei AG, vertretungsberechtigter Gesellschafter bei KG oder OHG, Geschäftsführer bei GmbH, Vereinsvorstand bei Vereinen, geschäftsführender Gesellschafter bei GbR).
- Existieren mehrere Vertretungsberechtigte, müssen in der Regel alle angegeben werden.

4. Angabe der Aufsichtsbehörde, des Registers und der Registernummer

- Bei Diensteanbietern, deren Tätigkeit einer staatlichen Zulassung unterliegt, sind Name und Anschrift der zuständigen Aufsichtsbehörde anzugeben (soll den Nutzern dienen, sich bei einer Anlaufstelle über den Anbieter zu informieren), z. B. bei Maklern, Gastronomiebetrieben, Fahrschulen, Spielhallenbetreibern, Versicherungsunternehmen und Bauträgern.
- Auch das Handels-, Vereins-, Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister und die Registernummer müssen, wenn vorhanden, angeführt werden.

5. Umsatzsteueridentifikationsnummer

- Jeder, der im Internet ein Waren- oder Dienstleistungsangebot macht, an das sich Umsatz anschließt, muss seine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (Ust-ID-Nr. DE + 9 Ziffern) im Impressum angeben.

Impressumpflicht für Anbieter journalistisch-redaktionell gestalteter Angebote

Bei Mediendiensten muss zusätzlich ein Verantwortlicher mit Angabe des Namens und der Anschrift genannt werden. Dies ist zum Beispiel notwendig, wenn auf einer Seite periodisch Texte verbreitet werden. Als Verantwortlicher kann nur genannt werden, wer

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

Impressum bei Newslettern an Kunden

Auch bei Newslettern, die sich an bestehende oder zukünftige Kunden richten, ist nach dem MDStV ein Impressum notwendig, zum Beispiel am Ende des Textes.

Technische Umsetzung der Anbieterkennzeichnung

Die Informationen müssen laut TDG und MDStV

- leicht erkennbar,
- unmittelbar erreichbar
- und ständig verfügbar sein.

Leichte Erkennbarkeit und Bezeichnung

Nichts falsch macht man, wenn man das Impressum mit „Impressum“ bezeichnet. Grundsätzlich sind auch Bezeichnungen wie „Kontakt“ oder „Anbieterkennzeichnung“ möglich. Andere Bezeichnungen wie „Wir über uns“ sind rechtlich umstritten. Nicht zulässig ist, die Pflichtangaben in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder unter „FAQ“ zu verstecken.

Im Impressum sollte man eine deutlich lesbare Schrift und Schriftgröße verwenden und auch die Farbgestaltung augenfreundlich gestalten. Am besten ist das Impressum als HTML-Text aufzuführen. Von der Gestaltung als Grafik wird von Internet-Rechtsexperten dringend abgeraten. Auch sollte zum Lesen des Impressums keine zusätzlich zu installierende Software wie ein Flashplayer notwendig sein.

Unmittelbare Erreichbarkeit

Der Nutzer darf nicht lange nach dem Impressum suchen müssen. Als Faustregel hat sich die 2-Klick-Regel bewährt, nach der ein Nutzer nicht mehr als zwei Schritte zu machen braucht, um zur Anbieterkennzeichnung zu gelangen. Möglich sind grundsätzlich zwei Gestaltungsoptionen:

- Impressum auf jeder Webseite,
- Impressum auf einer eigenen Webseite, die von jeder anderen Seite über einen Link erreicht werden kann.

Der Nutzer sollte möglichst nicht scrollen müssen, um diesen Link zu erreichen.

Ständige Verfügbarkeit

Die Pflichtangaben müssen in der gleichen Sprache verfasst sein wie die restliche Homepage, sie müssen ausdrückbar sein, und es dürfen nicht zusätzliche Programme erforderlich sein, um die Angaben aufrufen zu können.

Rechtsfolgen bei fehlendem und unvollständigen Impressum

Bei Verstößen gegen die Anbieterkennzeichnung können den Anbieter zum einen behördlichen Sanktionen treffen, zum anderen kann er von Konkurrenten und bestimmten Organisationen (z. B. Verbraucherverbänden, Industrie- und Handelskammern) zivilrechtlich auf Schadensersatz und Unterlassung in Anspruch genommen werden (nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb).

Behördliche Sanktionen

- Bußgeld bis zu 50.000 EUR
- Beanstandung, Sperrung und Untersagung des Angebotes

(Stand 01/2007)