

Merkblatt zur Impressumspflicht auf Internetseiten

Zusammenstellung der Pflichtangaben nach dem TMG

Folgende Informationen müssen – in der Anbieterkennzeichnung oder im Impressum nach § 5 TMG – „leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar“ sein:

- Gem. **§ 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG** der **Name, (Niederlassungs-)Anschrift, Rechtsform, Vertretungsberechtigung, Kapital**

Hier ist zu beachten, dass die vollständige Postanschrift der Niederlassung anzugeben ist, da die Zustellung von Schriftstücken und insbesondere gerichtlicher Korrespondenz möglich sein muss. Bei juristischen Personen (GmbH, AG, Genossenschaft, Verein) sind zusätzlich die Rechtsform und der/die Vertretungsberechtigte/n anzugeben. Ferner sind, wenn Angaben zum Kapital gemacht werden, das Stamm- oder Grundkapital und der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen anzugeben.

- Gem. **§ 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG** die **Angaben zur Kontaktaufnahme**

Es müssen Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation ermöglichen, einschließlich der entsprechenden E-Mail Adresse und Telefonnummer, vollständig vorhanden sein. So sollten Telefonnummern möglichst auch die jeweilige Landes- und Stadtvorwahl enthalten. Wird eine Mehrwertdiensternummer angegeben, muss auf deren Tarif ausdrücklich und deutlich wahrnehmbar hingewiesen werden.

- Gem. **§ 5 Abs. 1 Nr. 3 TMG** die Angaben zur **zuständigen Aufsichtsbehörde**

Werden Telemedien im Rahmen einer Tätigkeit erbracht, die der behördlichen Zulassung bedarf (bspw. die Tätigkeit als Makler / Bauträger, die nach § 34 c GewO die Erlaubnis durch die zuständige Behörde erfordert), müssen Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde gemacht werden. Nach Möglichkeit sollte auch ein entsprechender Link zu dem Internetportal der zuständigen Behörde angegeben werden.

Bsp.: www.gewerbeamt-kreisverwaltung-ortsname.de

Die Frage, ob die Eintragung in die Handwerksrolle eine behördliche Zulassung im Sinne des § 5 Abs. 1 Nr. 3 TMG ist, wird unterschiedlich beurteilt. Eine Auffassung¹ verneint sie, da der selbständige Betrieb eines Handwerks nicht an eine Zulassung, sondern nur an eine subjektive Voraussetzung des Handwerkers (nämlich die Eintragung in die Handwerksrolle) gebunden sei. Weiterhin seien die für die Eintragung zuständigen Handwerkskammern keine selbständigen Behörden, sondern ein Selbstverwaltungsorgan der Handwerkerschaft.

Dieser Auffassung folgend wären nur die Handwerksbetriebe verpflichtet, im Impressum die Aufsichtsbehörde anzugeben, die noch über die Eintragung in die Handwerksrolle hinaus einer weitergehenden behördlichen Erlaubnispflicht unterliegen. Darunter fallen z.B. die Schornsteinfeger (Aufnahme in die Bewerberliste gem. § 4 SchfG durch die zuständige Verwaltungsbehörde), die Büchsenmacher (sog. Waffenherstellungserlaubnis nach § 21 WaffG) sowie früher die Hufschmiede/Metallbauer, die einer zusätzlichen Zulassung bzw. Anerkennung durch die nach Landesrecht zuständige Behörde bedurften. Es sei darauf hingewiesen, dass es sich bei der anzugebenden Aufsichtsbehörde nicht um die Handwerkskammer handelt, sondern um die Behörde, die über die weitergehende Zulassung entscheidet.

Eine andere Auffassung² wiederum sieht die Eintragung in die Handwerksrolle als Zulassungsvoraussetzung an, wonach zumindest alle zulassungspflichtigen Berufe der Anlage A der HwO zur Angabe der zuständigen Aufsichtsbehörde (Handwerkskammer) verpflichtet wären.

Da diese Frage richterlich noch nicht abschließend geklärt ist und um wettbewerbsrechtlichen Abmahnungen wegen Verletzung der Impressumspflicht vorzubeugen, empfehlen wir daher einstweilen allen Betrieben, die mit einem Handwerk der Anlage A zur HwO in die Handwerksrolle eingetragen sind, die zuständige Handwerkskammer im Impressum anzugeben.

Darüber hinaus sind zur Angabe der Aufsichtbehörde verpflichtet diejenigen Handwerke, die noch einer, über die Eintragung in die Handwerksrolle hinausgehenden, behördlichen Zulassung (s.o.) bedürfen.

- Gem. **§ 5 Abs. 1 Nr. 4 TMG** die Angabe von **Registereintragen**

Ist der Anbieter in einem Register eingetragen, muss das jeweilige Register (Handels-, Vereins-, Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister) und die dazugehörige Registernummer angegeben werden.

¹ Kaestner / Tews, Die Anbieterkennzeichnungspflichten nach § 6 TDG in WRP 2002, S. 1013 f.

² Beispielhaft Musielak/Detterbeck, Das Recht des Handwerks, 3. Aufl., § 1 Rn. 6

- Gem. **§ 5 Abs. 1 Nr. 5 TMG** Angaben im Falle bestimmter **reglementierter Berufe**

Bestimmte reglementierte Berufe, die unter die Richtlinien 89/48/EWG oder 92/51/EWG fallen (bspw. Ärzte, Rechtsanwälte, Architekten, Ingenieure, fast alle Heilberufe und insbesondere die **Gesundheitshandwerke, also Augenoptiker, Zahntechniker, Hörgeräte-Akustiker, Orthopädietechniker, Orthopädienschuhmacher**) sind gem. § 5 Abs. 1 Nr. 5 TMG verpflichtet, die entsprechende Berufskammer, die gesetzliche Berufsbezeichnung, der Staat, in dem diese verliehen wurde sowie die entsprechenden berufsrechtlichen Regelungen zu nennen. Auch hier empfiehlt sich eine Verlinkung, sowohl auf die zuständige Kammer, als auch auf die berufsrechtlichen Regelungen.

BEACHTEN: Dies gilt **nur für die Gesundheitshandwerke.**

- Gem. **§ 5 Abs. 1 Nr. 6 TMG** Angabe der **Umsatzsteueridentifikationsnummer / Wirtschaftsidentifikationsnummer**

Sofern der Anbieter derartige Identifikationsnummern besitzt, müssen diese angegeben werden.

- Gem. **§ 5 Abs. 1 Nr. 7 TMG** Angaben über **Abwicklung oder Liquidation**

Befindet sich eine AG, KGaA oder GmbH in Abwicklung oder Liquidation, so muss dies angegeben werden.

Daneben müssen selbstverständlich u.U. Informationspflichten nach anderen Gesetzen und Bestimmungen (z.B. Fernabsatzgesetz, Preisangaben- und Preisklauselgesetz, Preisangabenverordnung, etc) weiterhin zusätzlich beachtet werden.

Besondere Informationspflichten bei kommerzieller Kommunikation

Gem. § 6 des TMG müssen bei kommerziellen Kommunikationen, also bei der Kontaktaufnahme zu Werbezwecken, besondere Informationspflichten beachtet werden.

Nach § 6 Abs. 1 Nr. 1 TMG muss kommerzielle Kommunikation klar als solche zu erkennen sein.

Absatz 1 Nr. 2 der Vorschrift besagt, dass die natürliche oder juristische Person, in deren Auftrag die kommerzielle Kommunikation erfolgt, eindeutig identifizierbar sein muss. Dies kann bspw. durch Angabe des Firmennamens, der Adresse oder des Firmenlogos geschehen.

Werden Angebote zum Zwecke der Verkaufsförderung (wie Preisnachlässe, Zugaben oder Geschenke) erbracht, so müssen diese gem. § 6 Abs. 1 Nr. 3 TMG als solche klar erkennbar sein. Die Voraussetzungen für Ihre Inanspruchnahme müssen klar und eindeutig angegeben und leicht zugänglich sein.

Für Preisausschreiben oder Gewinnspiele mit Werbecharakter gelten dieselben Informationspflichten wie für die o.a. Angebote zum Zwecke der Verkaufsförderung.

In E-Mails dürfen in der Kopf- oder Betreffzeile weder der Absender noch der kommerzielle Charakter der Nachricht verschleiert oder verheimlicht werden. Ein Verschleiern oder Verheimlichen liegt nach § 6 Abs. 2 TMG vor, wenn Kopf- und Betreffzeile absichtlich so gestaltet sind, dass der Empfänger vor Einsichtnahme in den Inhalt der Kommunikation keine oder aber irreführende Informationen über die tatsächliche Identität des Absenders oder den kommerziellen Charakter der Nachricht erhält.

Daneben müssen selbstverständlich weiterhin die Vorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) berücksichtigt werden.

Wo auf der Homepage sollte das Impressum zu finden sein?

Nach der sog. 2-Klick Rechtssprechung des BGH ist es ausreichend, wenn der Verbraucher durch Anklicken von zwei aufeinanderfolgenden Links das Impressum erreichen kann. Unter dem Button Impressum, der wahlweise auch Kontakt oder Anbieterkennung genannt werden kann, müssen sämtliche nach dem Telemediengesetz erforderlichen Angaben abzurufen sein.

Es empfiehlt sich, den Impressumsbutton auf jeder Seite eines Internetauftritts immer an der gleichen Stelle in der Navigationsleiste zu positionieren, da die Informationen dann, wie vom Gesetz gefordert "leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar" sind. Damit Homepagebesucher nicht erst ganz nach unten blättern müssen, um das Impressum zu finden, ist es sinnvoll, dieses am oberen Rand der Seiten zu installieren (vgl. www.zdh.de).