

Informationspflicht beim Betrieb von Telemediendiensten – Impressumspflicht

Annähernd jede Homepage im Internet hat ein Impressum. Warum das so ist, was darin enthalten sein muss und weitere Fragen erläutert dieser Beitrag.

Inhaltsverzeichnis

1. DEFINITION: IMPRESSUM	1
2. PFLICHT ZUR ANGABE EINES IMPRESSUMS	1
3. ANGABEN IM IMPRESSUM	2
4. PLATZIERUNG DES IMPRESSUMS	3
5. RECHTSFOLGEN BEI FEHLENDEM ODER FEHLERHAFTEM IMPRESSUM	3

1. Definition: Impressum

Im Impressum gibt der Betreiber einer Internetseite seine Identität an. So kann jeder, der die Seite besucht erkennen, wer diese betreibt. Mit diesen Informationen kann sich ein Besucher der Seite darüber informieren, ob es sich um einen seriösen Anbieter handelt, diesen kontaktieren oder Ansprüche gegen diesen gerichtlich geltend machen.

2. Pflicht zur Angabe eines Impressums

§ 5 Telemediengesetz (TMG) statuiert umfassende Informationspflichten, die jeden geschäftsmäßigen Anbieter von Telemediendiensten treffen. Das geschäftsmäßige Erbringen von Mediendiensten setzt dabei ausweislich des Gesetzeswortlauts in der Regel ein Handeln gegen Entgelt voraus. Nach der Gesetzesbegründung sollen damit solche Telemedien vom Anwendungsbereich der Vorschrift ausgeschlossen werden, die ohne den Hintergrund einer Wirtschaftstätigkeit bereitgehalten werden. Als Beispiele werden Homepages, die rein privaten Zwecken dienen und die nicht Dienste bereitstellen, die sonst nur gegen Entgelt verfügbar sind, genannt. An die Annahme einer Geschäftsmäßigkeit werden sehr geringe Anforderungen gestellt. Jedes nachhaltige, also auf Dauer angelegte, Angebot reicht dafür aus¹.

Üblicherweise sind die Homepages von Hochschule auf Dauer angelegt, sodass auch eine Pflicht zur Angabe eines Impressums besteht. Da Hochschulen, z.B. im Rahmen von Drittmittelprojekten, vor einem wirtschaftlichen Hintergrund tätig werden und Dienste – wie etwa den Zugang zum Internet – anbieten, die von privaten Anbietern gegen Entgelt erbracht werden, fallen diese unter die Pflicht zur Anbieterkennzeichnung. Gleiches gilt für drittmittelfinanzierte Forschungseinrichtungen.

¹ BeckOK InfoMedienR/Ott, 42. Ed. 1.11.2023, TMG § 5 Rn. 9; Hoeren, NJW 2007, 801 (803).

3. Angaben im Impressum

Folgende Angaben müssen in leicht erkennbarer, unmittelbar erreichbarer und ständig verfügbarer Weise nach § 5 TMG ständig getätigt werden:

- Name und ladungsfähige Anschrift, bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform sowie der Name und die Anschrift des Vertretungsberechtigten
- E-Mail-Adresse, die Angabe einer Telefonnummer ist nicht unbedingt erforderlich.² Neben der E-Mail-Adresse ist aber ein zweiter unmittelbarer und effizienter Kommunikationsweg zu eröffnen.³
- ggf. Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde, wenn der Telemediendienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf
- ggf. Handels-/Vereins-/Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister mit Registernummer
- ggf. Berufsbezeichnung und Angabe des Staates, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist
- ggf. Zugehörigkeit zu einer Kammer
- ggf. Bezeichnung von berufsrechtlichen Regelungen und Beschreibung, wie diese zugänglich sind
- Umsatzsteueridentifikationsnummer im Falle des Vorhandenseins

Zwar sind nach der Gesetzesbegründung solche Telemedien, die keinen wirtschaftlichen Zwecken dienen, von § 5 Abs. 1 TMG ausgeschlossen. Jedoch bestimmt § 5 Abs. 2 TMG, dass weitergehende Informationspflichten nach anderen Rechtsvorschriften unberührt bleiben. Eine solche Rechtsvorschrift ist § 55 Abs. 1 Rundfunkstaatsvertrag (RStV). Danach haben Anbieter von Telemedien, die nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, Name und Anschrift, bei juristischen Personen zusätzlich Name und Anschrift des Vertretungsberechtigten, zur Verfügung zu halten.

Demnach treffen auch solche Anbieter von Telemedien, die zwar nicht geschäftsmäßigen, aber auch nicht persönlichen oder familiären Zwecken dienen und deshalb nicht von § 5 Abs. 1 TMG erfasst sind, die Pflicht, zumindest diese Angaben im Impressum verfügbar zu halten.

Als Vertretungsberechtigter ist bei Hochschulen auf jeden Fall der Rektor zu nennen, da er der gesetzliche Vertreter der Hochschule ist. Es hat außerdem die Angabe zu erfolgen, dass die Hochschule eine Körperschaft des öffentlichen Rechts ist. Zudem sollte das jeweils zuständige Ministerium als Aufsichtsbehörde genannt werden. Bei Instituten und Lehrstühlen, die ihre Internetseiten in eigener Verantwortung erstellen, kann zusätzlich der Institutsleiter bzw. der Lehrstuhlinhaber genannt werden.

Darüber hinaus kann eine weitere Person zur Kontaktaufnahme (beispielsweise Webmaster usw.) genannt werden. Allerdings ist zu beachten, dass Umstände, die dieser Kontaktperson

² EuGH, Urteil vom 16.10.2008 - Rs. C-298/07 Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. – deutsche internet versicherung AG abrufbar unter: <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=66600&pageIndex=0&doclang=DE&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=2975613> (zuletzt abgerufen am 05.02.2024).

³ BeckOK InfoMedienR/Ott, 42. Ed. 1.11.2023, TMG § 5 Rn. 36.

mitgeteilt werden, dann auch gegen die Institution als solche wirken. Es muss deshalb ein optimaler Informationsfluss gewährleistet sein. Anderenfalls entfällt aufgrund des Organisationsverschuldens der Einwand fehlender tatsächlicher Kenntnis.

4. Platzierung des Impressums

Die Angaben müssen nicht auf jeder einzelnen HTML-Seite bereitgehalten werden. Ein gut sichtbarer Link von der Startseite mit der Bezeichnung "Impressum" genügt hier, wenn die Startseite von jeder Unterseite aus erreichbar ist. Auch die Bezeichnung als „Anbieterkennzeichnung“ oder „Kontakt“ ist ausreichend.⁴ Der durchschnittlich informierte Nutzer des Internets nimmt in diesem Fall ohne weiteres an, dass er über den Link "Kontakt" zu den Informationen über den Anbieter gelangen wird. Allerdings müssen die Informationen leicht erkennbar sein. Auf vielen Seiten finden sich beispielsweise neben "Kontakt" und "Impressum" noch Punkte wie "Über uns" oder "Ihr Weg zu uns". Solche mehrdeutigen Bezeichnungen sollten in der Regel vermieden werden oder aber der zum Impressum führende Link von den übrigen Links deutlich abgesetzt werden.

Ferner müssen die Angaben zur Anbieterkennzeichnung auch unmittelbar erreichbar sein. Dem Erfordernis der unmittelbaren Erreichbarkeit wird in jedem Fall genügt, wenn die Anbieterkennzeichnung mit einem Click auf den Link „Kontakt“ oder „Impressum“ erreichbar ist. Allerdings scheitert eine unmittelbare Erreichbarkeit auch nicht daran, dass der Nutzer nicht schon in einem einzigen Schritt, sondern erst in zwei Schritten zu den benötigten Informationen gelangt. Das Erreichen einer Internetseite über zwei Links erfordert nach Auffassung der Rechtsprechung regelmäßig kein langes Suchen und erfüllt daher die Anforderungen des § 5 Abs. 1 TMG.

§ 55 Abs. 2 RStV bestimmt ergänzend für journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote, in denen vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben oder in denen in periodischer Folge Texte verbreitet werden, dass zusätzlich ein Verantwortlicher mit Name und Anschrift benannt werden muss. Bei mehreren Verantwortlichen muss gekennzeichnet werden, wer für welchen Teil des Angebotes verantwortlich ist. Als Verantwortlicher kann nur benannt werden, wer voll geschäftsfähig ist, seinen ständigen Aufenthaltsort im Inland hat, nicht infolge Richterspruchs die Fähigkeit zur Bekleidung öffentlicher Ämter verloren hat und unbeschränkt strafrechtlich verfolgt werden kann.

Weitergehende Informationspflichten bestehen für den Bereich der kommerziellen Kommunikation (Werbung). § 6 TMG bestimmt, dass Werbung klar als solche erkennbar sein muss. Die Person, in deren Auftrag geworben wird, muss klar identifizierbar sein; Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässe, Zugaben oder Geschenke müssen klar als solche erkennbar sein. Die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme müssen leicht zugänglich sowie klar und unzweideutig angegeben werden. Gleiches gilt für Preisausschreiben und Gewinnspiele mit Werbecharakter.

5. Rechtsfolgen bei fehlendem oder fehlerhaftem Impressum

Verstöße gegen die Anbieterkennzeichnungspflicht können nach § 16 TMG im Falle von vorsätzlichem oder fahrlässigem Handeln mit einer Geldbuße von bis zu 50.000 Euro geahndet

⁴ BeckOK InfoMedienR/Ott, 42. Ed. 1.11.2023, TMG § 5 Rn. 18.

werden. Daneben können Unterlassungsansprüche nach § 2 Unterlassungsklagengesetz (U-KlaG) und § 4 Nr. 11 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) bestehen.

Disclaimer:

Die Forschungsstelle Recht übernimmt keine Haftung für die bereitgestellten Informationen. Die Veröffentlichungen der Forschungsstelle Recht können und sollen eine individuelle Beratung im Einzelfall nicht ersetzen. Wir bieten ausdrücklich keine Rechtsberatung im Sinne des § 2 Abs. 1 Rechtsdienstleistungsgesetz an. Wir empfehlen Ihnen daher, sich für eine Einzelfallberatung an das für Sie zuständige Justizariat zu wenden. Die Forschungsstelle Recht übernimmt ferner keine Gewähr für die Aktualität der veröffentlichten Dokumente; maßgeblich ist stets der in der Veröffentlichung angegebene Stand.