

Die Anbieterkennzeichnung im Lichte der aktuellen Rechtsprechung

Die Anbieterkennzeichnung gemäß § 6 Teledienstegesetz ([TDG](#)) ist immernoch ein beliebter Zankapfel für Abmahnungen. In der Rechtsprechung hat sich daher mittlerweile eine Linie herausgebildet, die für eine gewisse Rechtssicherheit beim Umsetzen der Anbieterkennzeichnung sorgt.

1.

Im Grunde ergibt sich die Verpflichtung des Webseitenbetreibers schon aus dem Gesetz. § 6 TDG hat folgenden Wortlaut:

§ 6 Allgemeine Informationspflichten

Diensteanbieter haben für geschäftsmäßige Teledienste mindestens folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:

1. den Namen und die Anschrift, unter der sie niedergelassen sind, bei juristischen Personen zusätzlich den Vertretungsberechtigten,

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

3. soweit der Teledienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde,

4. das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister, in das sie eingetragen sind, und die entsprechende Registernummer,

5. soweit der Teledienst 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 3-jährige 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), die zuletzt durch die Richtlinie 97/38/EG der Kommission vom 20. Juni 1997 (ABl. EG Nr. L 184 S. 31) geändert worden ist, 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,

6. in Fällen, in denen sie eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes besitzen, die Angabe dieser Nummer. Weitergehende Informationspflichten insbesondere nach dem Fernabsatzgesetz, dem Fernunterrichtsschutzgesetz, dem Teilzeit-Wohnrechtgesetz oder dem Preisangaben- und Preisklauselgesetz und der Preisangabenverordnung, dem Versicherungsaufsichtsgesetz sowie nach handelsrechtlichen Bestimmungen bleiben unberührt.

2.

Die einzelnen Begrifflichkeiten ergeben sich zum Teil schon aus dem Gesetz selbst. Die Verpflichtung zur Anbieterkennzeichnung gilt für Diensteanbieter. Hier gibt es eine Legaldefinition in § 3 Nr. 1 TDG. Diensteanbieter ist jede natürliche oder juristische Person, die eigene oder fremde Teledienste zur Nutzung bereithält oder den Zugang zur Nutzung vermittelt.

3.

Ferner gilt die Anbieterkennzeichnung für Teledienste. Dieser Begriff wird in § 2 II TDG beschrieben. Wichtig ist hier insbesondere § 2 II Nr.5 TDG, nämlich Angebote von Waren und Dienstleistungen in elektronisch abrufbaren Datenbanken mit interaktiven Zugriff und

unmittelbarer Bestellmöglichkeit.

Zum Anbieten von Diensten gehört nach einem Urteil des [OLG Hamburg](#) nicht das Schalten von Online-Werbung. Das OLG Hamburg nimmt ebenfalls an, dass durch Schaltung eines Werbebanners Teledienste nur mittelbar Anwendung finden und somit das TDG gar nicht einschlägig ist.

Grundsätzlich kommt es für die Definition von Telediensten nicht darauf an, ob diese entgeltlich oder unentgeltlich erbracht werden.

4.

Ein weiteres wichtiges Merkmal ist die Geschäftsmäßigkeit. Geschäftsmäßigkeit ist das nachhaltige Angebot von Informations- und Kommunikationsdiensten mit und ohne Gewinnerzielungsabsicht. Bei privaten Gelegenheitsgeschäften soll mangels Nachhaltigkeit kein geschäftsmäßiges Handeln gegeben sein. Dies ergibt sich zumindestens aus der Begründung zum Gesetzentwurf (Bundesrat Drucksache 136/01, Seite 34). Zum Teil wird jedoch auch die Ansicht vertreten, dass auch bei privaten Gelegenheitsgeschäften eine Pflicht zur Anbieterkennzeichnung besteht, da hier ein erhebliches Interesse des Nutzers anzunehmen ist (Woitke, NJW 2003, 871, 872).

Jedenfalls sind rein private Homepages ohne jeglichen geschäftsmäßigen Bezug von der Pflicht zur Anbieterkennzeichnung ausgenommen. Dies gilt jedoch nicht, wenn eine private Homepage irgendeinen Bezug zu dem Beruf des Betreibers aufweist. Selten beachtet wird ebenfalls, dass eine Geschäftsmäßigkeit bereits durch Werbebanner oder Links zu kommerziellen Anbietern gegeben ist. Hier werden unmittelbar finanzielle Interessen verfolgt. Die Verpflichtung zur Anbieterkennzeichnung dürfte sich somit schon dann ergeben, wenn bspw. das Webhosting durch eine Bannerwerbung quer finanziert wird.

5.

Die in § 6 genannten Informationen müssen leicht erkennbar sein. Dies ist nach einer Ansicht des [OLG Hamburg](#) dann nicht gegeben, wenn bei einer Browsereinstellung von 800 x 600 Punkten die Anbieterkennzeichnung nur durch Scrollen zu erreichen ist. Ferner darf die Anbieterkennzeichnung nicht in Allgemeinen Geschäftsbedingungen versteckt werden und sollte auch gut lesbar sein.

Wir empfehlen daher, die Anbieterkennzeichnung oben links auf der Seite unterzubringen, so dass sie unabhängig von der Bildschirmauflösung des Browsers auf jeden Fall zu erkennen ist.

Ferner muss die Anbieterkennzeichnung von jeder Seite zu erreichen sein ([vgl. Landgericht Essen](#)), wobei dies nach der Ansicht des Landgerichtes Essen nur dann gilt, wenn eine unmittelbare Bestellmöglichkeit auf einer Seite vorhanden ist.

6.

Immer wieder Streit gibt es über die Frage, wie die Anbieterkennzeichnung eigentlich gekennzeichnet werden soll. Nach Ansicht des [OLG Hamburg](#) reicht der Begriff Backstage jedenfalls nicht. Auch in irgendwelchen Untermenüs, wie bspw. mit dem Begriff "Zahlen und Fakten" ([LG Essen](#)), darf sich die Anbieterkennzeichnung nicht verstecken. Letztlich sollte es nicht mehr als einen Klick benötigen, um die vorgeschriebenen Informationen zu erreichen. Nach Ansicht des [OLG Karlsruhe](#) reicht die Bezeichnung mit dem Link "Kontakt" nicht aus,

wenn es dort eine weitere Seite mit der Begrifflichkeit "Impressum" gibt.

Es gibt auch Rechtsprechungen, die die Begriffe Webimpressum oder Impressum als kritisch erachten. Mit dem Begriff "Anbieterkennzeichnung" dürfte man daher auf jeden Fall auf der sicheren Seite sein. Wir sind jedoch der Ansicht, dass sich die Begriffe "Impressum" oder "Kontakt" im Verkehr ebenfalls mittlerweile durchgesetzt haben, um eine Anbieterkennzeichnung deutlich zu machen.

Auch der Inhalt der Anbieterkennzeichnung sollte unmittelbar erreichbar sein. So muss die Information so vollständig sein, dass sie quasi als ladungsfähige Adresse für einen Rechtsstreit geeignet ist. Das hat zur Folge, dass bei einer Firma Vor- und Nachname des Firmeninhabers angegeben werden muss ([LG Berlin](#)), fehlt ein Vorname, ist die Anbieterkennzeichnung nicht komplett.

7.

Zwischenzeitlich hat sich auch in der Rechtsprechung die Ansicht durchgesetzt, dass eine fehlende, unvollständige oder nicht unmittelbar erreichbare Anbieterkennzeichnung wettbewerbswidrig ist ([LG Essen](#) ; [OLG Hamm](#) ; [LG Düsseldorf](#)).

Eine gesetzmäßige Anbieterkennzeichnung führt nicht zuletzt auch zu einem Vertrauensvorschuss beim Kunden. Immerhin 25% aller Internetkunden kaufen nicht im Internet ein, weil sie bspw. fürchten, dass Reklamationen schwierig sind (Probleme beim [Internetkauf](#)). Dies kann durch eine ordnungsgemäße Anbieterkennzeichnung vermieden werden. Nicht zuletzt vermeidet man zudem wettbewerbsrechtliche Streitigkeiten, sowie, was regelmäßig übersehen wird, gemäß § 12 TDG ein Bußgeld von bis zu 50.000,00 .

Stand: 25.08.2003

Ihr Ansprechpartner: Rechtsanwalt Johannes Richard, Rostock