

Informationspflichten für Betreiber von Internetpräsenzen
(Checkliste nach dem Telemediengesetz TMG)
Stand 16. Juni 2008

Das Telemediengesetz TMG gilt für alle Anbieter von Internetseiten.

Folgende Fragen sollte man bei der Überprüfung einer Website beantworten:

1. Hat die Internetpräsenz einen wirtschaftlichen Hintergrund ?

Ein wirtschaftlicher Hintergrund ist nicht gegeben bei privaten Homepages oder Internetseiten von gemeinnützigen Vereinen.

- wenn nein -> keine Anbieterkennzeichnung notwendig
- kein Handeln im Wettbewerb -> keine Wettbewerbsverstöße einschlägig;

Achtung: Bei allen Internetseiten (auch ohne wirtschaftlichen Hintergrund) sind unter anderem folgende Bereiche besonders zu beachten:

Datenschutzbestimmungen nach §§ 11 ff TMG	Verstoß => Bußgeld
Strafrecht bezüglich anstößiger Inhalte	Verstoß => Strafe
Urheberrechte (Anfahrtskarten, Texte, Bilder)	Verstoß => Abmahnung, Schadensersatz

- wenn ja -> Anbieterkennzeichnung nach § 5 TMG.

2. Wird kommerzielle Kommunikation angeboten?

Kommerzielle Kommunikation sind grundsätzlich alle Formen der Werbung.

Wenn ja -> Informationspflicht nach § 6 TMG

Wenn nein -> „nur“ Informationspflicht
(Anbieterkennzeichnung/Impressumpflicht) nach § 5 TMG

3. Soll ein Vertragsschluss über das Internet stattfinden?

Wenn ja -> Für den Vertragsschluss über das Internet sind die "Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr" (§312e BGB) zu beachten

Wenn nein -> weiter bei Frage 5

4. Werden die Verträge mit Verbrauchern geschlossen?

Wenn ja -> Pflichten beim Fernabsatz (§312c BGB) und Preisangabenverordnung

Wenn nein -> weiter bei Frage 5

5. Sollen auf der Webpräsenz Daten des Nutzers erhoben werden?

(Es reicht bereits die Speicherung der IP-Adresse des auf die Seite Zugreifenden.)

Wenn ja -> Die Bestimmungen der Datenschutzgesetze sind einzuhalten.

Zu Fragen 1. und 2. Informationspflichten:

Der Betreiber einer geschäftsmäßigen "Website" hat nach § 5 des TMG umfangreiche Informationspflichten. Nach dem TMG ist für jedes geschäftsmäßige, "**in der Regel gegen Entgelt angebotene**" Telemedium (Website) eine Anbieterkennzeichnung (Impressum) notwendig.

Die neue Formulierung des Gesetzgebers könnte die Vermutung nahe legen, dass bei Webseiten, die in der Regel nicht gegen Entgelt angeboten werden, keine Anbieterkennzeichnung notwendig sei. Zweifellos werden Webseiten, die nur als Unternehmenspräsentation dienen sollen, nicht gegen Entgelt angeboten.

Eine solche Ansicht sollte aber nicht dazu verleiten, die Anbieterkennzeichnung in diesen Fällen wegzulassen. Nach der Intention des Gesetzgebers sollten lediglich Webpräsenzen ohne wirtschaftlichen Hintergrund von dieser Pflicht befreit werden, z.B. private Homepages oder Internetseiten von gemeinnützigen Vereinen.

- ⇒ **Alle Internetangebote mit wirtschaftlichem Hintergrund müssen eine Anbieterkennzeichnung haben** (Beschluss vom 03.04.2007 des OLG Hamburg Az. 3 W 64/07)

Zu 1. Checkliste Informationspflichten § 5 TMG:

- **Name und die Anschrift, bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform, alle vertretungsberechtigten Geschäftsführer oder Vorstände (bei der AG zusätzlich der Aufsichtsratsvorsitzende),** wenn bei Kapitalgesellschaften Angaben zum Kapital der Gesellschaft: das Stamm- oder Grundkapital sowie, wenn nicht alle in Geld zu leistenden Einlagen eingezahlt sind, der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen
- Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation ermöglichen, einschließlich der E-Mail Adresse, Kontaktformular ist nicht ausreichend
- wenn vorhanden: zuständige Aufsichtsbehörde (Z.B. bei Maklern, Bauträgern, Spielhallen, Gaststätten usw.)
- wenn vorhanden: Registereintragung/Registergericht und Registernummer,
- wenn vorhanden: Kammer, gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist, sowie die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und dazu, wie diese zugänglich sind,
- wenn vorhanden: Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer nach § 139c der Abgabenordnung
- bei Aktiengesellschaften, Kommanditgesellschaften auf Aktien und Gesellschaften mit beschränkter Haftung, die sich in Abwicklung oder Liquidation befinden, die Angabe hierüber.

Die Informationen müssen **leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar** sein!

Beispiel: Für einen Einzelunternehmer, der weder juristische Person ist, noch eine sonstige Rechtsform besitzt und auch nicht in ein Register eingetragen ist, sieht dies folgendermaßen aus.

Max Muster (Vorname muss ausgeschrieben werden)
Musterstr. 5
12345 Musterstadt (Die Adresse ist notwendig, da sonst Wettbewerbsvorteile gegenüber anderen Unternehmern bestehen, da der Kunde seine Rechte nur erschwert durchsetzen kann. Hierauf kann eine Abmahnung gestützt werden.)
Telefon (01234) 1234567
Telefax (01234) 1234568

E-Mail: mail@Muster.de
USt-Id-Nr.: DE 123456789 (falls vorhanden, sonst natürlich nicht)

Zu 2. Checkliste kommerzielle Kommunikation (§ 6 TMG):

- **Erkennbarkeit:** Kommerzielle Kommunikationen müssen klar als solche zu erkennen sein.
- **Identifizierbarkeit:** die natürliche oder juristische Person, in deren Auftrag kommerzielle Kommunikationen erfolgen, muss klar identifizierbar sein.
- Angebote zur Verkaufsförderung wie **Preisnachlässe**, **Zugaben** und **Geschenke** müssen klar als solche erkennbar sein, und die **Bedingungen** für ihre **Inanspruchnahme** müssen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden.
- **Preisausschreiben** oder **Gewinnspiele** mit Werbecharakter müssen klar als solche erkennbar und die **Teilnahmebedingungen** leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden.

kommerzielle E-Mails:

Bei kommerziellen E-Mails darf in der Kopf- und Betreffzeile weder der Absender noch der kommerzielle Charakter der Nachricht verschleiert oder verheimlicht werden. Der absichtliche Verstoß kann mit einem Bußgeld bis zu 50.000 € geahndet werden (§ 16 I TMG).

Ein Verschleiern oder Verheimlichen liegt dann vor, wenn die Kopf- und Betreffzeile **absichtlich** so gestaltet sind, dass der Empfänger vor Einsichtnahme in die E-Mail **keine** oder **irreführende Informationen** über die tatsächliche Identität des Absenders oder den kommerziellen Charakter der Nachricht erhält.

Kopfzeile:

Unter Kopfzeile ist die Absenderinformation im Header der E-Mail zu verstehen. Es reicht daher aus, wenn der Versender eine E-Mail-Adresse verwendet, die ihn als Absender identifizierbar macht.

Ein Verstoß wäre gegeben, wenn eine irreführende E-Mail-Adresse verwendet wird (z.B. Behörde xy) oder die Nennung einer Absenderadresse unterdrückt wird.

Ein typischer Verstoß wäre also gerade die Versendung über einen Anonymisierungsdienst.

Ein Hinweis auf den kommerziellen Charakter der E-Mail ist aus technischen Gründen in der Kopfzeile nicht möglich, da diese eben nur aus der Absenderadresse besteht.

Empfehlung:

Versendung über die Firmendomain.

Beispiel: Die Firma xyz betreibt die Website www.xyz.de.

Die korrekte E-Mail-Versandadresse ist somit abcd@xyz.de

Betreffzeile:

Die Information zum kommerziellen Charakter muss der Betreffzeile entnommen werden können.

Dies bedeutet für den Absender, dass die Betreffzeile ausgefüllt werden muss, da eine Nichtangabe eines Betreffs bereits ein Verheimlichen darstellt.

Die Verwendung besonders kreativer Schlagworte in der Bettreffzeile sollte vermieden werden.

Zulässig ist z.B. "Unser neuer Produktnewsletter". Ein Verstoß wäre z.B. "Ein interessanter Link für Dich". Durch eine solche Formulierung könnte gerade der Eindruck erweckt werden, es handele sich um eine persönliche Empfehlung eines Bekannten.

Wichtig:

E-Mail Werbung ohne Einwilligung ist als unzumutbare Belästigung wettbewerbswidrig (§7 Abs.2 Nr.3 UWG).

Ausnahme:

- wenn der Unternehmer die E-Mail-Adresse im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden erhalten hat und
- die E-Mail-Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet wird und
- der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und
- der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann.

Zu 3. Pflichten im elektr. Geschäftsverkehr:

Für den Vertragsschluss über das Internet sind die "Pflichten im elektr. Geschäftsverkehr" (§ 312e BGB) zu beachten:

- Die Seite sollte die Eingaben vor dem Absenden übersichtlich darstellen und mit einer "Abbrechen" Schaltfläche versehen sein, da nach § 312e BGB Eingabefehler vor Abgabe der Bestellung erkennbar und Korrekturen möglich sein müssen.
- rechtzeitig vor Abgabe der Bestellung:
 - > Info, dass und wie Korrektur bei Fehlern möglich ist,
 - > Info über die technischen Schritte zum Vertragsabschluss,
 - > Info, ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist,
 - > Info Sprache des Vertragsabschlusses

> Info über Selbstverpflichtungen (Verhaltenskodices) und Link zu diesen

- **Empfangsbestätigung** auf die Bestellung des Kunden (sofort nach Eingang der Bestellung)
- Link zu AGBs und Vertragsbestimmungen mit Downloadmöglichkeit (müssen bei Vertragsabschluss abrufbar und speicherbar sein)

Der Kunde sollte die Kenntnisnahme der AGBs vor Absendung seiner Bestellung bestätigen.

Zu 4. Pflichten beim Fernabsatz (wenn Verbraucher Kunden sind) **§ 312c BGB:**

A. Vor Vertragserklärung (Bestellung, Beginn des Downloads oder der Zustimmung) des Verbrauchers (312c Abs.1):

- Angabe des geschäftlichen Zwecks (in BGB-InfoV § 1),
- Identität (siehe Impressum wie oben),
- Registernummer oder ähnliches (siehe Impressum wie oben),
- Identität eines Vertreters (siehe Impressum wie oben),
- **ladungsfähige Anschrift des Unternehmers (optisch hervorzuheben)** (kein Postfach),
- Namen der Vertretungsberechtigten (bei jur. Personen) (siehe Impressum wie oben),
- wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung (z.B. Produktbeschreibung auf der Website),
- Info über die Vertragsschritte zum Abschluss,
- Mindestlaufzeit,
- Vorbehalt, gleichwertige oder keine Leistung zu erbringen,
- Gesamtpreis, Preisbestandteile, Steuern -> Preistransparenz
- Liefer- und Versandkosten (-> Preisangabenverordnung),
- mögliche weitere Steuern oder Kosten,
- Einzelheiten hinsichtlich der Zahlung und der Lieferung oder Erfüllung,
- **Info Widerruf/Rückgaberecht (optisch hervorzuheben)**
in Textform per E-Mail -> 2 Wochen Widerrufsfrist
nur auf der Internetseite -> 1 Monat Widerrufsfrist!
- zusätzliche Kosten eines Fernkommunikationsmittels,
- Befristung der Gültigkeitsdauer der zur Verfügung gestellten Informationen

B. Folgende Informationen müssen alsbald in **Textform** mitgeteilt werden (spätestens bis zur vollständigen Erfüllung des Vertrages, bei Waren spätestens bis zur Lieferung an den Verbraucher):

- Vertragsbestimmungen,
- Allgemeine Geschäftsbedingungen,
- obige Informationen (A.),
- **bei Dauerschuldverhältnissen, die für eine längere Zeit als ein Jahr oder für unbestimmte Zeit geschlossen werden die Kündigungsbedingungen einschließlich etwaiger Vertragsstrafen (optisch hervorzuheben),**
- **Informationen über Kundendienst und geltende Gewährleistungs- und Garantiebedingungen (optisch hervorzuheben)**

Die Zusendung sollte z.B. per E-Mail erfolgen, wenn kein Warenversand stattfindet. Das bloße Zur-Verfügung-Stellen zum Download reicht nicht aus.

Ergänzende Erläuterungen:

Belehrungen über das Widerrufsrecht bzw. Rückgaberecht der Verbraucher können zwar in die AGBs integriert werden. Sie sollten jedoch auf der Homepage vor dem Absenden der Bestellung nochmals gesondert dargestellt werden.

Pflichten nach der Preisangabenverordnung:

- Angabe der Endpreise einschließlich Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile,
- Angabe, ob zusätzlich Liefer- und Versandkosten anfallen und deren Höhe (Dies muss leicht erkennbar und deutlich wahrnehmbar erfolgen.)

Zu 5. Datenschutz:

Nach dem Telemediengesetz (TMG) ist der Kunde vor Erhebung seiner Daten zu informieren.

Daher sollte permanent (auf jeder Seite) ein Link zur Datenschutzerklärung angebracht werden. Der Inhalt der Belehrung muss jederzeit abrufbar sein. (Am besten sollte ein Link schon auf die Eingangsseite, da diese Belehrung schon zu Beginn der Nutzung, also dem ersten Abruf der Seite, erfolgen muss).

Bereits durch den Aufruf der Internetpräsenz können Daten erhoben werden. Hierüber sollte zumindest informiert werden, auch wenn bei bloßer Erhebung der IP-Adresse im Regelfall keine personenbezogenen Daten vorliegen.

Sollten Cookies oder andere Methoden verwendet werden, um personenbezogene Daten zu sammeln, so ist ebenfalls eine entsprechende Belehrung notwendig.