

SCHIEDERMAIR

RECHTSANWÄLTE

Newsletter Gewerblicher Rechtsschutz

Nr. 18 – März 2008

Die richtige Gestaltung des Impressums auf einer Website

Mit unserem Newsletter Nr. 2 hatten wir im November 2006 über ein Grundsatzurteil des BGH zur richtigen Gestaltung der Anbieterkennzeichnung im Internet berichtet (Urteil vom 20. Juli 2006 – I ZR 228/03). In der Zwischenzeit wurde das damals noch geltende Teledienstegesetz und der Mediendienste Staatsvertrag durch das Telemediengesetz (TMG) abgelöst. Die Impressumspflicht ergibt sich seit März 2007 aus § 5 TMG und § 55 Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien. Wie bisher müssen die Informationen auch weiterhin leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar gehalten werden.

Seit dem Urteil des BGH sind eine Reihe weiterer Entscheidungen ergangen, die wertvolle Anhaltspunkte für die rechtssichere Gestaltung eines Impressums liefern und über die wir an dieser Stelle berichten möchten.

1. Terminologie

Das TMG legt nicht fest, unter welcher Bezeichnung die Anbieterkennzeichnung zu finden sein muss. Es besteht Einigkeit darüber, dass der Webmaster eine Terminologie zu wählen hat, die ein Besucher seiner Website klar als Hinweis auf die Angaben nach TMG versteht. Der BGH entschied in dem oben angegebenen Urteil, dass dafür zum Beispiel die beiden Begriffe „Impressum“ und „Kontakt“ geeignet sind, weil sie sich im Internetverkehr zur Bezeichnung entsprechender Links zu den Pflichtinformationen durchgesetzt haben.

In Anlehnung daran hat das Kammergericht in Berlin auch die Bezeichnung „mich“ als zulässig anerkannt (KG, Urteil vom 11. Mai 2007 – 5 W 116/07). Der geübte potentielle Kunde eines Online-Shops (hier: eBay) verbinde mit diesem Begriff gerade das Im-

pressum und auch der unerfahrene Erstkäufer vermute die Pflichtangaben hinter diesem Link.

Nicht gebilligt hatte das OLG Hamburg hingegen schon vor einigen Jahren den Oberbegriff „backstage“. Dieser sei nicht eindeutig und würde im allgemeinen Sprachgebrauch eher mit der Musikbranche und der Möglichkeit in Verbindung gebracht, Einblicke in die Hintergründe einer künstlerischen Darbietung oder in die Person eines Künstlers zu erhalten (OLG Hamburg, Beschluss vom 20. November 2002 – 5 W 80/02). Er sei daher nicht geeignet, mit der notwendigen Klarheit auf die Pflichtinformationen hinzuweisen. Ein Diensteanbieter sei vielmehr verpflichtet, sich bei seinen Pflichtangaben an den Gepflogenheiten der beteiligten Verkehrskreise zu orientieren und auf übliche Bezeichnungen zu beschränken.

Im Ergebnis ist also dringend dazu zu raten, für einen Link oder ein Untermenü auf die gängigen Begriffe wie „Anbieterkennzeichnung“, „Impressum“ oder „Kontakt“ zurückzugreifen.

2. Platzierung und Gestaltung

Mit dem vorgenannten Beschluss entschied das OLG Hamburg auch, dass die vom Gesetz geforderte leichte Erkennbarkeit des Impressums nicht gewährleistet sei, wenn ein vorheriges Scrollen des Bildschirms erforderlich ist. Die Homepage war in dem entschiedenen Fall so gestaltet, dass der Titel des Untermenüs „Impressum“ bei einer Bildschirmauflösung von 600-800 Pixeln nicht vollständig lesbar war, sondern ein vorheriges Scrollen nach rechts erforderte. Da diese Auflösung eine im Verkehr verbreitete technische Ausstattung darstelle, müsse die Gestaltung der Webseite entsprechend auf diese Bildschirmauflösung angepasst sein.

Die Platzierung eines Links zum Impressum auf der achten Bildschirmseite eines eBay-Angebots hat das OLG Brandenburg als gesetzeswidrig beurteilt (Urteil vom 13. Juni 2006 – 6 U 121/05). Zur Begründung hieß es: Es sei dem Verbraucher nicht zumuten, sämtliche Seiten durchzuscrollen und gezielt nach den Angaben zu suchen. Dies sei umso mehr anzugreifen, als der Link nicht einmal ganz am Ende des Angebots untergebracht gewesen sei, wie man dies als Leser noch hätte vermuten können, sondern nach dem Link noch eine Abbildung folgte.

Kritisch gegenüber der Notwendigkeit zum Scrollen hat sich im vergangenen Jahr auch das OLG Frankfurt geäußert (Beschluss vom 9. Mai 2007 – 6 W 61/07). Zwar war es hier um die Informationen über das Widerrufsrecht und Allgemeine Geschäftsbedin-

gungen im Rahmen eines Online-Shops gegangen. Die Überlegungen des Gerichts dürften aber ohne weiteres auf die Angaben für die Anbieterkennzeichnung übertragbar sein. Danach gilt: Wenn der sichtbare Bildausschnitt eines Scrollkastens so klein ist, dass der Leser jeweils nur einen sehr geringen Teil des Textes wahrnehmen kann, beeinträchtigt dies die Verständlichkeit der Informationen derart, dass es den Anforderungen des Gesetzes nicht mehr genügt.

Ebenfalls in etwas anderem Zusammenhang, aber ohne weiteres übertragbar, steht ein Urteil des OLG Düsseldorf, das Popup-Fenster mit Vertrags- und Teilnehmungsbedingungen für eine Lotto-Spielgemeinschaft als unzulässig beurteilt. Zur Begründung verwies das Gericht darauf, dass immerhin rund 50 % aller Internetnutzer einen Popup-Blocker auf ihrem Computer installiert und aktiviert hätten (Urteil vom 13. April 2006 – VI-U (Kart) 23/05).

Von der Rechtsprechung ungeklärt ist bislang die Frage, ob das Impressum als Grafik- oder pdf-Datei dargestellt werden darf. Hintergrund der Gestaltung einer Grafikdatei ist die Befürchtung von Diensteanbietern, automatische Programme könnten die E-Mail-Adresse aus dem Impressum auslesen (sog. E-Mail-Harvester) und zu Werbezwecken missbrauchen. Die Meinungen hierzu gehen bislang auseinander. Angesichts der Tatsache, dass das Lesen einer pdf-Datei über einen Acrobat Reader heute weitgehend zum Standard gehört, wird diese Gestaltung für weniger bedenklich gehalten als diejenige der Grafikdatei. Letzteres löst insbesondere Bedenken aus, weil es blinden Internetnutzern nicht möglich ist, Grafiken in einen „lesbaren“ Text zu übersetzen. Von derartigen Gestaltungsmitteln ist nach derzeitiger Lage also genauso abzuraten wie von der Verwendung von Popup-Fenstern.

3. Angabe einer Telefonnummer

Einer endgültigen Klärung bedarf schließlich die Frage, ob im Rahmen der Anbieterkennzeichnung eine Pflicht zur Angabe einer Telefonnummer besteht. Der BGH hat diese Frage dem EuGH vorgelegt. Die Entscheidung des Gerichtshofs steht noch aus. Die deutschen Oberlandesgerichte beurteilen die Pflicht zur Telefonnummerangabe bislang uneinheitlich. Bis zu einer endgültigen Klarstellung ist es folglich ratsam, neben einer E-Mail-Adresse auch eine Telefonnummer zu benennen.

Für weitere Informationen stehen Ihnen Dr. Ulf Heil (heil@schiedermair.com) und Dr. Swen Vykydal (vykydal@schiedermair.com) gerne zur Verfügung. Wir möchten an dieser Stelle darauf hinweisen, dass die allgemeinen Informationen in unserem Newsletter eine Rechtsberatung im Einzelfall nicht ersetzen können. Sie können alle Newsletter auf unserer Homepage www.schiedermair.com (Arbeitsgebiete/Gewerblicher Rechtsschutz) einsehen.