

INFORMATIONSPFLICHTEN NACH DEM TELEMEDIENGESETZ

Mit Inkrafttreten des Telemediengesetzes (TMG) am 1. März 2007 (zeitgleich mit dem 9. Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien) wurden die früheren Regelungen des Teledienstegesetzes (TDG), des Teledienstedatenschutzgesetzes (TDDSG) sowie des Mediendienste-Staatsvertrages (MDStV) zusammenfasst und abgelöst und die Anforderungen der europäischen Richtlinie 2000/31/EG (betreffend Herkunftslandprinzip, Zulassungsfreiheit, Informationspflichten und Verantwortlichkeit) umgesetzt. Die früheren Begriffe „Teledienste“ und „Mediendienste“ sind nunmehr im Begriff der **Telemedien** zusammengefasst.

Dieses Merkblatt gibt einen Überblick über die Informationspflichten der Anbieter von Telemedien.

WER MUSS DIE INFORMATIONSPFLICHTEN DES TMG BEACHTEN?

Betroffen sind alle **Anbieter von Telemediendiensten**, das heißt jede juristische oder natürliche bloßen Zugang zur Nutzung vermittelt (§ 2 Nr. 1 TMG).

Der Begriff „**Telemedien**“ umfasst nach § 1 TMG alle **elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste**, soweit sie nicht *reine Telekommunikationsdienste* sind, die ausschließlich in der Übertragung von Signalen über Telekommunikationsnetze bestehen (§ 3 Nr. 24 Telekommunikationsgesetz), oder rein *telekommunikationsgestützte Dienste* sind, bei denen die Inhaltsleistung noch während der Telekommunikationsverbindung erbracht wird (§ 3 Nr. 25 Telekommunikationsgesetz) und soweit es sich nicht um *Rundfunk* im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages handelt.

Betroffen sind darüber hinaus auch alle Anbieter von „**audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf**“. Das sind solche Dienste, die nach Form und Inhalt mit herkömmlichem Fernsehen vergleichbar sind und als Massenmedien erscheinen, insbesondere Spielfilme, Sportberichte, Fernsehfilme und Dokumentarfilme. Keine „audiovisuellen Mediendienste auf Abruf“ im Sinne dieses Gesetzes sind Angebote, bei denen die Bereitstellung von audiovisuellen Inhalten kein Hauptzweck der Dienste ist, sondern nur eine Nebenerscheinung darstellt. Das sind zum Beispiel Internetseiten, die nur zu Ergänzungszwecken audiovisuelle Inhalte enthalten, z. B. grafische Elemente, kurze Werbespots oder Informationen über ein Produkt oder nicht-audiovisuelle Dienste.

Das Gesetz gilt für alle **Anbieter**, einschließlich der öffentlichen Stellen, unabhängig davon, ob die Nutzung ganz oder teilweise unentgeltlich oder gegen Entgelt erfolgt. Den im TMG vorgeschriebenen Informationspflichten unterliegen jedoch lediglich **geschäftsmäßige** Internet-

Angebote, wobei eine Gewinnerzielungsabsicht des Anbieters nicht vorausgesetzt wird. Zu beachten ist daher, dass nicht nur Online-Shops, sondern auch bloße Unternehmenspräsentationen oder Informationsangebote den Vorschriften des TMG genügen müssen. Anbieter von „audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf“ ist jede natürliche oder juristische Person, die die Auswahl und Gestaltung der angebotenen Inhalte wirksam kontrolliert (vgl. § 2 Nr. 1 TMG).

ACHTUNG: Grundsätzlich gilt das **Herkunftslandprinzip**, so dass das TMG für einen in Deutschland niedergelassenen Anbieter von Telemedien grundsätzlich auch dann gilt, wenn die Telemedien in einem anderen Staat innerhalb der EU erbracht werden (§ 4 TMG). Bei Anbietern von „audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf“ wird das Herkunftsland nach besonderen Kriterien festgestellt, entscheidend ist dabei in der Regel der Ort, an dem die wirksame Kontrolle über den audiovisuellen Mediendienst ausgeübt wird (vgl. § 2a TMG).

WELCHEN INFORMATIONSPFLICHTEN MÜSSEN TELEDIENSTEANBIETER NACHKOMMEN (IMPRESSUMSPFLICHT)?

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

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

Es sind der Vor- und Zuname des Geschäftsinhabers und die vollständige Postanschrift (d.h. Straßenanschrift) der Niederlassung anzugeben, da die Zustellung von Schriftstücken und insbesondere gerichtlicher Korrespondenz möglich sein muss. Bei juristischen Personen (GmbH, AG, Genossenschaft, Verein) ist zusätzlich die Rechtsform des Unternehmens und der Vertretungsberechtigte (Vor- und Zuname) anzugeben. Ferner sind, wenn Angaben zum Kapital gemacht werden, das Stamm- oder Grundkapital und der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen anzugeben.

Angaben zur Kontaktierung, § 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG:

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 Mehrwertdiensterufnummer angegeben, muss auf deren Tarif ausdrücklich und deutlich wahrnehmbar hingewiesen werden. Es sollten allerdings nicht ausschließlich Mehrwertdiensterufnummern angegeben, sondern zusätzlich eine Rufnummer zum Basistarif angeboten werden.

Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde, § 5 Abs. 1 Nr. 3 TMG:

Werden Telemedien im Rahmen einer Tätigkeit erbracht, die der behördlichen Zulassung bedarf, müssen Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde gemacht werden. Nach Möglichkeit sollte auch ein entsprechender Link zu dem Internetportal der zuständigen Behörde angegeben werden.

Beispiel: „Genehmigung nach § 34c GewO, Aufsichtsbehörde: Stadt Passau (Ordnungsamt), stadtinfo@passau.de.“

Beachte: Bei einer Verlegung des Betriebssitzes ändert sich die zuständige Aufsichtsbehörde. Die aktuell zuständige Aufsichtsbehörde ist im Impressum anzugeben. **Versicherungsvermittler nach § 34 d GewO** haben die zuständige IHK als Aufsichtsbehörde anzugeben. Nähere Informationen hierzu stehen in unserem Merkblatt „Internet-Impressum- Zusätzliche Angaben für Versicherungsvermittler und –berater“.

Angabe von Registereintragungen, § 5 Abs. 1 Nr. 4 TMG:

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

Bei **Versicherungsvermittlern** sollte die Vermittlerregisternummer angegeben werden.

Angaben im Falle reglementierter Berufe, § 5 Abs. 1 Nr. 5 TMG:

Reglementierte Berufe sind solche, deren Zugang gesetzlich geregelt ist (z.B. Ärzte, Apotheker, Rechtsanwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer) oder bei welchen die Führung eines beruflichen Titels von bestimmten Voraussetzungen abhängig ist (z.B. Architekten, Ingenieure, fast alle Heilberufe, wie Physiotherapeuten, Ergotherapeuten, Logopäden). Wird der Dienst in Ausübung eines reglementierten Berufs erbracht, sind die entsprechende Berufskammer, die gesetzliche Berufsbezeichnung, der Staat, in dem diese verliehen wurde sowie die entsprechenden berufsrechtlichen Regelungen und wie diese zugänglich sind, zu nennen.

Angabe der Umsatzsteueridentifikationsnummer oder Wirtschaftsidentifikationsnummer, § 5 Abs. 1 Nr. 6 TMG:

Sofern der Anbieter eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes bereits besitzt, muss diese ebenfalls angegeben werden. Aufgrund des TMG müssen aber keine Umsatzsteueridentifikationsnummern beim Bundesamt für Finanzen beantragt werden. Eine Umsatzsteuer-Ident.-Nr. wird nur dann benötigt, wenn nach dem Umsatzsteuergesetz innergemeinschaftliche Lieferungen getätigt werden.

NEU: Besitzt der Anbieter eine **Wirtschafts-Identifikationsnummer** nach § 139 c der Abgabenordnung, so ist auch diese nunmehr nach § 5 Abs. 1 Nr. 6 TMG anzugeben. Eine Wirtschafts-Identifikationsnummer wird jedoch nur auf besondere Anforderung der Steuerbehörde vergeben, der Anbieter muss diese nicht selbst beantragen.

Abwicklung oder Liquidation, § 5 Abs. 1 Nr. 7 TMG:

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

ACHTUNG: Informationspflichten nach anderen Gesetzen und Bestimmungen (z.B. Fernabsatzgesetz, Fernunterrichtsschutzgesetz, Teilzeit-Wohnrechtgesetz, Preisangaben- und Preisklauselgesetz, Preisangabenverordnung, Versicherungsaufsichtsgesetz, handelsrechtliche Bestimmungen) müssen weiterhin zusätzlich beachtet werden.

BESONDERE INFORMATIONSPFLICHTEN

Folgende besondere Informationspflichten bestehen zusätzlich bei kommerzieller Kommunikation, d.h. bei Kommunikation zu Werbezwecken (§ 6 TMG):

- Kommerzielle Kommunikation muss als solche klar erkennbar sein (§ 6 Abs. 1 Nr. 1 TMG).
- Die juristische oder natürliche Person, in deren Auftrag die kommerzielle Kommunikation erfolgt, muss eindeutig identifizierbar sein (§ 6 Abs. 1 Nr. 2 TMG), beispielsweise durch Angabe des Firmennamens, Unternehmenskennzeichen, Adresse.
- Angebote, die zum Zwecke der Verkaufsförderung erbracht werden (z.B. Preisnachlässe, Zugaben, Geschenke) müssen als solche klar erkennbar sein. Zusätzlich müssen die Voraussetzungen für ihre Inanspruchnahme leicht zugänglich sowie klar und eindeutig formuliert sein. Gleiches gilt für Preisausschreiben und Gewinnspiele (§ 6 Abs. 1 Nr. 3 und 4 TMG).

Bei E-Mails darf in der Kopf- oder Betreffzeile weder der Absender noch der kommerzielle Charakter der Nachricht verschleiert oder verheimlicht werden, § 6 Abs. 2 TMG. Eine Verschleierung oder Verheimlichung liegt vor, wenn Kopf- und Betreffzeile absichtlich so gestaltet sind, dass der Empfänger vor dem Öffnen der E-Mail keine oder irreführende Informationen über den Absender oder den kommerziellen Inhalt der E-Mail erhält.

Beispiel: Werbung für einen Staubsauger:

- Von: *werbung@muster-saugfirma.xyz*

Betreff: *Neu im Shop - Saugplus 3000 für 399 € wohl zulässig*

- Von: *email@muster-saugfirma.xyz*

Betreff: *Treffen um 18 Uhr unzulässig*

Siehe hierzu auch Seite 5 bez. der Folgen bei Missachtung!

Weiterhin müssen die Vorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) berücksichtigt werden.

WO MÜSSEN DIESE INFORMATIONSPFLICHTEN PLATZIERT SEIN?

Der Titel des Buttons, hinter dem sich die erforderlichen Angaben befinden, sollte lauten: „Impressum“, „Kontakt“ oder „Anbieterkennzeichnung“. Hier müssen sämtliche nach dem Gesetz erforderlichen Angaben zu finden sein.

Die Anbieterkennzeichnung muss „leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar“ sein. **Ausreichend ist es nach der Rechtsprechung**, wenn der Verbraucher durch Anklicken von zwei aufeinander folgenden Links auf die Seite mit den Anbieterinformationen geführt wird (BGH, Urt. V. 20.07.2006 – I ZR 228/03). **Ideal** ist es, wenn sich der entsprechende Button (z. B. „Impressum“) **immer an der gleichen Stelle** auf jeder Seite des Auftritts in der Navigationsleiste befindet. Er sollte allerdings **nicht am unteren Rand** einer Seite installiert sein, wenn er nur durch „scrollen“ erreicht werden kann.

Die Bezeichnungen für diese Links sollten leicht verständlich sein, dazu zählen insbesondere die Bezeichnungen „Kontakt“ und „Impressum“. In der Navigationsleiste sollen allerdings nicht mehrere Buttons (z.B. „Über uns“ und „Kontakt“ und „Impressum“) nebeneinander installiert sein, die jeder für sich den Eindruck erwecken, die erforderlichen Angaben könnten hier zu finden sein.

MIT WELCHEN FOLGEN MUSS BEI MISSACHTUNG GENANNTER INFORMATIONSPFLICHTEN GERECHNET WERDEN?

Anbieter, die absichtlich oder fahrlässig die oben beschriebenen Informationen überhaupt nicht, fehlerhaft oder unvollständig erteilen, haben mit einer Geldbuße bis zu einer Höhe von € 50.000 zu rechnen (§ 16 Abs. 2 Nr. 1 TMG).

Auch die Versendung unbestellter Werbe-E-Mails (Spam) kann jetzt als Ordnungswidrigkeit geahndet werden. Der unaufgeforderte Versand von E-Mail (Spam) ist bereits nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG unzulässig, ebenso wie die Verschleierung des Absenders (§ 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG). Diese Regelung wird nunmehr durch § 6 Abs. 2 Satz 1 TMG dahingehend verschärft, dass bei einer absichtlichen Verschleierung oder Verheimlichung des Absenders oder des kommerziellen Charakters in der Kopf- oder Betreffzeile eine Geldbuße bis zu € 50.000 droht (§ 16 Abs. 1 TMG).

DATENSCHUTZ (§§ 11 bis 15 TMG)

Grundsätze der Datenerhebung und –verwendung

Grundsätzlich darf der Diensteanbieter personenbezogene Daten zur Bereitstellung von Telemedien nur erheben und verwenden (beinhaltet auch das Übermitteln dieser Daten!) sowie für andere Zwecke als für diejenigen, für die sie erhoben worden sind, nur verwenden, soweit das TMG oder eine andere Rechtsvorschrift, die sich ausdrücklich auf Telemedien bezieht, es erlaubt oder der Nutzer eingewilligt hat (§ 12 Abs. 1 und 2 TMG). So darf der Diensteanbieter auf Anordnung der zuständigen Stellen auf der Grundlage bestehender Auskunftsrechte z. B. in der Strafprozessordnung im Einzelfall über Bestandsdaten Auskunft erteilen u. a. zu Zwecken der Strafverfolgung sowie gegenüber Privaten, wenn dies zur „Durchsetzung der Rechte am geistigen Eigentum erforderlich“ ist (§ 14 Abs. 2 TMG).

Datenschutzrechtliche Pflichten

Diensteanbieter haben Nutzern gegenüber verschiedene datenschutzrechtliche Verpflichtungen. So haben Diensteanbieter gem. § 13 Abs. 1 TMG Nutzer zu Beginn eines Nutzungsvorgangs in allgemein verständlicher Form und in jederzeit abrufbarer Weise zu unterrichten über Art, Umfang und Zweck der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten sowie über die Verarbeitung seiner Daten in sog. Drittstaaten, also in Staaten außerhalb des Anwendungsbereichs der Richtlinie 95/46/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Oktober 1995 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr. Nutzer sind in diesem Zusammenhang auch über ihr Widerspruchsrecht zu unterrichten (§ 15 Abs. 3 TMG). Insofern regelt das TMG ausdrücklich, dass Diensteanbieter bei der Verwendung von Pseudonymen Nutzungsprofile zum Zwecke der Werbung, der Marktforschung oder zur bedarfsgerechten Gestaltung der Telemedien erstellen dürfen, sofern der Nutzer dem nicht widerspricht (§ 15 Abs. 3 TMG). Bei automatisierten Verfahren, die eine spätere Identifizierung des Nutzers ermöglichen und eine Erhebung oder Verwendung personenbezogener Daten vorbereiten, ist der Nutzer zu Beginn dieses Verfahrens zu unterrichten.

Der Nutzer hat gegenüber dem Diensteanbieter nach Maßgabe von § 34 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) ein Auskunftsrecht über die zu seiner Person oder zu seinem Pseudonym gespeicherten Daten, über die Empfänger oder Kategorien von Empfängern, an die die Daten weitergegeben wurden, und über den Zweck der Speicherung (§ 13 Abs. 7 TMG).

(Abdruck mit freundlicher Genehmigung der IHK für München und Oberbayern)

Stand: November 2010

Ansprechpartner bei der IHK Niederbayern

Ass. Sven Kranixfeld

- Recht + Fair Play -

Industrie- und Handelskammer für Niederbayern in Passau

Nibelungenstraße 15, 94032 Passau

Telefon: 0851/507-213

Telefax: 0851/507-284

kranixfeld@passau.ihk.de

www.passau.ihk.de

Hinweis:

Dieses Merkblatt soll nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Richtigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden, es sei denn, der IHK wird vorsätzliche oder grob fahrlässige Pflichtverletzung nachgewiesen.