

## Das Impressum im Newsletter- Worauf muss man achten?

Alle kennen es, aber nicht jeder hat es: Das Impressum im Newsletter! Das fehlende oder falsche Impressum kann hohe Kosten verursachen. Immer wieder stellt die Certified Senders Alliance (CSA) im Rahmen der rechtlichen Prüfung des CSA Zertifizierungsprozesses fest, dass das Impressum in Newslettern nicht rechtswirksam gestaltet ist. Lesen Sie hier, wie Sie unnötige Fehler und hohe Kosten vermeiden können.

### Was ist der Sinn und Zweck eines Impressums?

Die Pflicht zur Impressumsangabe soll ein Mindestmaß an Transparenz und Information im Internet zum Schutz der Verbraucher sicherstellen und zusätzliches Vertrauen in den E-Commerce schaffen. Ihre gesetzliche Regelung findet sich in § 5 Telemediengesetz (TMG) und § 55 Staatsvertrag über Rundfunk und Telemedien (RStV). Das TMG regelt vorwiegend die technischen und wirtschaftlichen Aspekte von Webseiten. Fragen, die die Inhalte der Telemedien betreffen, sind im RStV geregelt. Die Informationspflichten dienen insbesondere der Identitätsfeststellung, damit etwaige Rechtsverfolgungen im Streitfall erleichtert werden. Achtung: Für die Impressumspflicht macht es keinen Unterschied, ob die Informationen auf einer Webseite bereitgehalten oder regelmäßig per E-Mail verschickt werden. Sie betrifft alle Anbieter geschäftsmäßiger, in der Regel gegen Entgelt angebotener Telemedien. Für eine einzelne individuelle E-Mail ist kein Impressum notwendig.

### Welche Angaben müssen zwingend im Impressum enthalten sein?

1. Name und Anschrift des Dienstansbieters, Name und Anschrift der Niederlassung, bei juristischen Personen auch die Angabe der Rechtsform und die korrekte und vollständige Firmierung, Name des gesetzlichen Vertreters, § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG
2. Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde, soweit der Teledienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, § 5 Abs. 1 Nr. 3 TMG

3. Angabe des Handelsregisters, Vereinsregisters, Partnerschaftsregisters oder Genossenschaftsregisters, in das die Anbieter eingetragen sind, und die entsprechende Registernummer, § 5 Abs. 1 Nr. 4 TMG
  
4. 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. 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, § 5 Abs. 1 Nr. 5 TMG
  
5. in Fällen, in denen eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer nach § 139c der Abgabenordnung besitzt wird, die Angabe dieser Nummer, § 5 Abs. 1 Nr. 6 TMG
  
6. Besondere Angaben bei AGs, KGaA und GmbHs:  
Bei Aktiengesellschaften, Kommanditgesellschaften auf Aktien und Gesellschaften mit beschränkter Haftung, die sich in Abwicklung oder Liquidation befinden, die Angabe hierüber, § 5 Abs. 1 Nr. 7 TMG
  
7. Angaben, die einen schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit dem Anbieter ermöglichen, einschließlich der Adresse der elektronischen Post, § 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG
  - a. die E-Mailadresse

- b. Die Pflicht zur Angabe der Telefonnummer war früher umstritten bei den Deutschen Gerichten. Die Frage erreichte den BGH, dieser legte dem EuGH die Frage schließlich zur Entscheidung vor. Nach der Entscheidung des EuGH (16.10.2008, Rechtssache C 298/07) ist die Angabe der Telefonnummer nicht unbedingt erforderlich. Aber es muss neben der E-Mailadresse stets ein zweiter unmittelbarer und effizienter Kommunikationsweg eröffnet werden: dies kann die Telefonnummer sein, eine elektronische Anfragemaske kann jedoch auch genügen. Aber Vorsicht: wenn die Antworten auf Anfragen durch ein Kontaktformular zu lange dauern, dann sollte man besser auf die Nennung der Telefonnummer zurückgreifen. Sofern eine Faxnummer vorhanden ist, kann diese ebenfalls im Impressum angegeben werden.

Ist die Angabe einer automatischen Antwort-E-Mail im Impressum ausreichend?

Mit dieser Frage beschäftigte sich das Berliner Landgericht im Jahr 2014 und entschied in seinem Urteil (Urt. v. 28.08.2014, Az. 52 O 135/13), dass eine automatisch generierte E-Mail ohne Kontaktmöglichkeiten zum Betreiber der Webseite nicht den Anforderungen der Impressumspflicht nach § 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG entspricht und gab damit einer Unterlassungsklage des Bundesverbands der Verbraucherzentralen (vzbv) statt. In der automatischen Antwort der Beklagten hieß es: „Bitte beachten Sie, dass aufgrund der Vielzahl von Anfragen E-Mails, die unter dieser E-Mail-Adresse eingehen, nicht gelesen und zur Kenntnis genommen werden können.“ Die Beklagte verwies auf eigens angebotene Anleitungen zur Selbsthilfe und ein Kontaktformular. Wer also eine E-Mail-Adresse angibt, der muss darunter auch eine individuelle Kommunikation ermöglichen.

### Wie muss das Impressum angebracht werden?

1. Leicht erkennbar: Die Anbieterkennzeichnung muss als solche erkennbar und gekennzeichnet sein. Daher ist eine Schriftgröße zu wählen, die gut lesbar ist. Nicht ausreichend ist das Verstecken der Anbieterkennzeichnung in den allgemeinen Geschäftsbedingungen. Die Informationen müssen gut wahrnehmbar und ohne langes Suchen und jederzeit auffindbar sein.

2. Unmittelbar erreichbar: Idealerweise sollte am Ende eines jeden Newsletters die nach § 5 TMG erforderlichen Pflichtangaben enthalten sein und mit der Bezeichnung „Impressum“, „Über uns“, „Anbieterkennzeichnung“ o.ä. bezeichnet werden.  
Der BGH hat in einem Urteil (BGH Urteil I ZR 228/03) klargestellt, dass die Anbieterinformationen so bereitgehalten werden können, dass sie auch über zwei Links erreichbar sind („Zwei-Klick-Regel“), sofern diese so bezeichnet sind, dass es für den Verbraucher klar und verständlich ist.
3. Ständig verfügbar: Das Impressum muss ständig verfügbar sein, d.h. es muss jederzeit abrufbar sein. Die Sprache des Impressums ist zwar nicht vorgegeben, aber es darf auch keine bewusste Erschwerung vorliegen. Wenn die ganze Seite auf Deutsch gestaltet ist, dann wäre es treuwidrig, wenn das Impressum auf z.B. Chinesisch ist. Der Inhalt des Newsletters und die Informationen des Impressums müssen in der gleichen Sprache verfasst sein.

### Was sind die Rechtsfolgen bei einem fehlerhaften oder fehlenden Impressum?

1. Ordnungswidrigkeit i.S.d § 16 TMG:  
Ordnungswidrig handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig entgegen § 5 Abs. 1 TMG eine Information nicht, nicht richtig oder nicht vollständig verfügbar hält. Gemäß § 16 Abs. 3 TMG kann die Ordnungswidrigkeit mit einer Geldbuße bis zu 50.000 Euro geahndet werden.
2. Verstoß gegen § 5 TMG zugleich einen Wettbewerbsverstoß?  
Unter Umständen kann durch die Verletzung von § 5 TMG auch ein Unterlassungs- und Schadensersatzanspruch nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) resultieren. Aber nicht jeder Verstoß gegen die Impressumspflicht führt zu einer Wettbewerbswidrigkeit. Vielmehr bedarf es der Feststellung weiterer Unlauterkeitsumstände, um zu einer Wettbewerbswidrigkeit zu gelangen.  
Unzulässig, und damit abmahnbar, sind unlautere Handlungen nach § 3 Abs. 1 UWG in der Regel nur dann, wenn sie „geeignet sind, die Interessen von Mitbewerbern, Verbrauchern oder sonstigen Marktteilnehmern spürbar zu beeinträchtigen“ (sog. Erheblichkeitsschwelle).

Ein Verstoß scheidet jedenfalls immer dann aus, wenn keine Eignung besteht, die Wettbewerbslage zugunsten des Verletzers zu beeinflussen. Soweit die Identität des Anbieters auf andere Weise auf der Webseite ermittelt werden kann, ist dem Verbraucherschutz Genüge getan und eine Erschwerung der Rechtsverfolgung nicht gegeben (vgl. Beckmann, CR 2003, 140, 141). Die Abmahnung von reinen Bagatellverstößen ist rechtsmissbräuchlich, mit der Folge, dass die Kosten für die Abmahnung nicht zu erstatten sind.

**Beispiel 1:** Die Anschrift des Diensteanbieters ist falsch oder fehlt: Für den Kunden ist es schwieriger Reklamationen geltend zu machen, dies kann einen Wettbewerbsvorteil darstellen.

**Beispiel 2:** Die Handelsregister/ USt.Idt. Nr fehlt: Der Verbraucher braucht die Daten grundsätzlich nicht, um seine Rechte geltend machen zu können. Informationen wie die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer dienen eher dem Finanzamt als dem Verbraucher. Ein Wettbewerbsvorteil zulasten anderer Mitbewerber wäre somit eher zu verneinen.

#### Fazit:

Ein rechtssicheres Impressum ist zwingend erforderlich. Es schützt nicht vor teuren Bußgeldern oder Abmahnungen, sondern zeugt auch von Seriosität und Professionalität des Diensteanbieters. Durch eine klare Erkennbarkeit und unmittelbare Erreichbarkeit des Diensteanbieters kann das nötige Vertrauen geschaffen werden. Falls Sie nicht sicher sind, ob Ihr Impressum alle gesetzlichen Voraussetzungen erfüllt, sollten Sie einen Rechtsexperten zurate ziehen.

*Autoren: Legal Team der Certified Senders Alliance*