

Jürgen Taeger (Hrsg.)

IT und Internet

mit Recht gestalten

Tagungsband Herbstakademie 2012
XI, 888 S., Edewecht 2012, € 59,80
ISBN-13 978-3-939704-84-3
mail@olwir.de



OlWIR

Oldenburger Verlag für Wirtschaft, Informatik und Recht

NEUE FRAGEN ZUR ANBIETERKENNZEICHNUNG

Dr. Bernd Lorenz

Schulz Tegtmeier Sozien, Essen
lorenz@st-sozien.de

Zusammenfassung

Der vorliegende Beitrag erläutert anhand von drei Beispielsfällen Fragen zur Anbieterkennzeichnung, die in den letzten Jahren neu entstanden sind. Als Adresse der elektronischen Post kann auch eine De-Mail- oder E-Postbrief-Adresse angegeben werden. Die Angabe der abgekürzten Rechtsform des Diensteanbieters genügt nicht. Die Rechtsform muss ausgeschrieben werden. Unvollständige Angaben in der Anbieterkennzeichnung sind nur dann wettbewerbswidrig, wenn in dem telemedienrechtlichen Verstoß zugleich ein Verstoß gegen europäische Informationspflichten liegt. Dabei gibt es grundsätzlich keine Bagatellverstöße.

1 Erster Fall: De-Mail- bzw. E-Postbrief-Adresse

Diensteanbieter D ist begeistert vom De-Mail-System und E-Postbrief. Er möchte zukünftig nur noch mit diesen Systemen korrespondieren. Aus diesem Grunde will er in der Anbieterkennzeichnung keine herkömmliche E-Mail-Adresse mehr angeben, sondern nur noch eine De-Mail- bzw. E-Postbrief-Adresse. Ist dies zulässig?

1.1 Die Adresse der elektronischen Post als Pflichtangabe

§ 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG sieht vor, dass Diensteanbieter Angaben zu einer schnellen elektronischen Kontaktaufnahme und unmittelbaren Kommunikation einschließlich einer Adresse der elektronischen Post machen müssen. Nach allgemeiner Meinung handelt es sich bei der Adresse der elektronischen Post um eine Pflichtangabe.¹ Dies folgt schon aus dem eindeutigen Wortlaut der Vorschrift, der von „einschließlich der Adresse der elektronischen Post“ spricht. Weiterhin ergibt sich aus dem Willen des Gesetzgebers, dass „zumindest“ eine E-Mail-Adresse angegeben werden muss.² Dies folgt aber auch aus dem Sinn und Zweck der Informationspflicht. Praktisch jeder Internetnutzer verfügt über eine herkömmliche E-Mail-

¹ Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 160.

² Begründung EGG, BT-Drs. 14/6098, S. 21 URL: <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/14/060/1406098>; Begründung 6. RfäStV, NRW LT-Drs. 13/2302, S. 66, URL: <http://www.landtag.nrw.de/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMD13-2302.pdf>.

Adresse. Die E-Mail-Adresse ist damit ein effektives und schnelles Kommunikationsmittel, das breiten Nutzerkreisen zur Verfügung steht.

Die Angabe der Adresse der elektronischen Post lässt sich nicht durch ein anderes oder ähnliches Kommunikationsmittel ersetzen. Auch die alleinige Bereitstellung eines Kontaktformulars, mit dem eine Nachricht an den Diensteanbieter gesandt werden kann, genügt nicht. Nach der Entscheidung des EuGH vom 16.10.2008 ist die Bereitstellung eines Kontaktformulars auf einer Website nur als zusätzliches Kommunikationsmittel möglich.³ Ein Kontaktformular lässt aber nicht die Pflicht zur Angabe einer E-Mail-Adresse entfallen.⁴

1.2 Tauglichkeit der De-Mail-Adresse bzw. der E-Postbrief-Adresse

Die Deutsche Post bietet seit Juli 2010 den E-Postbrief an. Parallel dazu bieten seit März 2012 die ersten Anbieter die De-Mail an. Bei beiden Systemen handelt es sich um geschlossene Systeme. Wer für diese Systeme nicht registriert ist, kann keine Mitteilung an den Diensteanbieter senden. Es stellt sich die Frage, ob dies dem Verbraucherschutz genügt.

1.2.1 Aufbau der Adressen

Formal gesehen handelt es sich auch bei der De-Mail-Adresse und dem E-Postbrief um eine Adresse der elektronischen Post. Über eine Webmail-Oberfläche lassen sich elektronische Nachrichten austauschen. Die Adressen sind nach einem bestimmten Schema ähnlich wie herkömmliche E-Mail-Adressen aufgebaut. De-Mail-Adressen haben die Domain „de-mail.de“, E-Postbrief-Adressen die Domain „epost.de“. Vorangestellt werden bei privaten Adressen der Vor- und Nachname des Inhabers. Bei mehreren Personen mit identischem Namen wird an den Namen noch zusätzlich eine Zahl angefügt. Unternehmen erhalten eine eigene Subdomain. Der Lokalteil ist im Unterschied zu Privatadressen frei wählbar. So kann auch eine Abteilung angegeben werden. Die Adressen sind nach folgendem Schema aufgebaut:

³ EuGH, Urt. v. 16.10.2008, – C-298/07, JurPC Web-Dok. 163/2008 Abs. 17 ff., URL: <http://www.jurpc.de/rechtspr/20080163.htm>.

⁴ LG Essen, Urt. v. 19.9.2007, – 44 O 79/07, JurPC Web-Dok. 47/2009 Abs. 24, URL: <http://www.jurpc.de/rechtspr/20090047.htm>; Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 229 f.

De-Mail bei Privatpersonen	vorname.nachname(.zahl)@provider.de-mail.de
De-Mail bei Unternehmen	name@unternehmen.de-mail.de abteilung@unternehmen.de-mail.de
E-Postbrief bei Privatpersonen	vorname.nachname(.zahl)@epost.de
E-Postbrief bei Unternehmen	name@unternehmen.epost.de abteilung@unternehmen.epost.de

1.2.2 Verfügbarkeit der Systeme

Für die Frage, ob die Angabe einer De-Mail- oder E-Postbrief-Adresse dem Verbraucherschutz genügt, kommt es maßgeblich darauf an, ob das Kommunikationsmittel breiten Nutzerkreisen zur Verfügung steht oder ob wesentliche Nutzerkreise von der Kommunikation ausgeschlossen werden. Bei dem De-Mail und E-Postbrief-System handelt es sich um geschlossene Systeme. Es ist nicht möglich von einer herkömmlichen E-Mail-Adresse eine Nachricht an eine De-Mail- oder E-Postbrief-Adresse zu senden. Voraussetzung für das Versenden von Nachrichten ist, dass man sich selber für diese Systeme registriert und eine eigene De-Mail- bzw. E-Postbrief-Adresse erhält.

Die Registrierung für das De-Mail-System bzw. den E-Postbrief steht jedem Nutzer frei. Deutsche Nutzer können zwischen verschiedenen De-Mail-Providern wählen, um am De-Mail-System teilzunehmen. Die Deutsche Post hat angekündigt, dass sie zusätzlich zum E-Postbrief auch eine De-Mail-Lösung anbieten will.⁵ Hierbei soll es sich aber um ein zusätzliches Angebot handeln. Eine Kommunikation zwischen dem E-Postbrief-System und dem De-Mail-System ist nicht vorgesehen. Es wird sich auch zukünftig bei den Systemen um voneinander getrennte eigenständige Systeme handeln. Dies ist jedoch unerheblich, solange sich jeder Nutzer für die Dienste anmelden kann.

Kosten fallen für die Registrierung nicht an. Kostenpflichtig ist lediglich das Versenden einzelner Mitteilungen. Die Kosten halten sich mit 0,55 € beim E-Postbrief⁶ und 0,39 € für De-Mails der Telekom Deutschland⁷ im Rahmen der üblichen Kosten eines Standardbriefs. Derartige Kosten sind den Nutzern zumutbar.

Die Internationalität des De-Mail-Systems ist gewährleistet. Auch Nutzer aus dem Ausland können am De-Mail-System teilnehmen. Sie können

⁵ Welt online v. 6.3.2012, URL: <http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article13906632/Deutsche-Post-gibt-Widerstand-gegen-De-Mail-auf.html>.

⁶ URL: <http://www.epost.de/privatkunden/preise.html>.

⁷ URL: <http://www.telekom.de/de-mail/privatkunden#preise-produkte>.

sich bei einem deutschen Provider registrieren lassen. Außerdem ist es geplant, dass zukünftig auch ausländische Provider, die ein gleichwertiges System vorhalten, an das De-Mail-System angeschlossen werden.

Anders sieht es beim E-Postbrief aus. Nach den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Deutschen Post müssen Privatkunden zum Zeitpunkt der Registrierung ihren Hauptwohnsitz und Geschäftskunden ihren Sitz in Deutschland haben.⁸ Nach der Registrierung braucht der Hauptwohnsitz zwar nicht mehr in Deutschland liegen. Es muss aber mindestens ein Nebenwohnsitz in Deutschland verbleiben. Das bedeutet, dass ausländische Nutzer, die keinen Wohnsitz in Deutschland haben, von einer Teilnahme am E-Postbrief-System ausgeschlossen sind. Ausländische Nutzer haben damit keine Möglichkeit, eine Nachricht an eine E-Postbrief-Adresse zu senden. Es mag deshalb bedenklich erscheinen, eine E-Postbrief-Adresse anstelle einer herkömmlichen E-Mail-Adresse in der Anbieterkennzeichnung anzugeben.

Allerdings unterliegt die Anbieterkennzeichnung von deutschen Diensteanbietern wegen des in § 3 Abs. 1 TMG geregelten Herkunftslandprinzips nur den Anforderungen des deutschen Rechts. Maßgeblich kommt es damit auf die Anforderungen des Herkunftslands an. Ob ausländische Nutzer das Kommunikationsmittel verwenden können, ist damit unerheblich.

Ausländische Nutzer werden von einer Kommunikation mit dem Diensteanbieter auch nicht ausgeschlossen. Der EuGH hat in seiner Entscheidung vom 16.10.2008 festgestellt, dass die Angabe eines Kommunikationsmittels nicht ausreicht.⁹ Vielmehr müsse neben der Adresse der elektronischen Post ein weiteres Kommunikationsmittel angegeben werden. Wenn jedoch sowieso ein weiteres Kommunikationsmittel bereitgestellt werden muss, dann sind ausländische Nutzer, die nicht am E-Postbrief teilnehmen können, von einer Kommunikation mit dem Diensteanbieter nicht ausgeschlossen. Für sie besteht die Möglichkeit der Nutzung anderer Kommunikationsmittel wie die eines Kontaktformulars oder einer Telefaxnummer.

1.2.3 Fazit

Es besteht prinzipiell für jeden deutschen Nutzer die Möglichkeit, am De-Mail-System oder E-Postbrief teilzunehmen. Jeder Nutzer hat es selber in

⁸ § 3 Abs. 1 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für den E-Postbrief mit elektronischer Zustellung (Privatkunden), § 3 Abs. 1 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für den E-Postbrief mit elektronischer Zustellung (Geschäftskunden), URL: <http://www.epost.de/privatkunden/footer/rechtliches/agb.html>.

⁹ EuGH, Urt. v. 16.10.2008, – C-298/07, JurPC Web-Dok. 163/2008 Abs. 17 ff., URL: <http://www.jurpc.de/rechtspr/20080163.htm>; so auch Lorenz, VuR 2009, S. 295 (295).

der Hand, ob er sich für diese Dienste registrieren lässt. Vor diesem Hintergrund bestehen keine Bedenken dagegen, wenn Diensteanbieter zukünftig anstelle der herkömmlichen E-Mail-Adresse eine De-Mail- oder E-Postbrief-Adresse in der Anbieterkennzeichnung angeben.

2 Zweiter Fall: Abgekürzte oder ausgeschriebene Rechtsform?

Die X GmbH gibt in der Anbieterkennzeichnung den Namen der GmbH mit „X GmbH“ an. Sie stellt sich die Frage, ob dies ausreichend ist oder ob sie die Rechtsform ausschreiben muss.

2.1 Problemstellung

Nach § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG müssen juristische Personen und entsprechend § 2 S. 2 TMG rechtsfähige Personengesellschaften die Rechtsform in der Anbieterkennzeichnung angeben. Streit herrscht darüber, ob die Angabe der abgekürzten Rechtsform genügt oder ob die Rechtsform ausgeschrieben werden muss.

Die Pflicht zur Angabe der Rechtsform wurde mit Einführung des Telemediengesetzes zum 1.3.2007 ausdrücklich in die Vorschriften zur Anbieterkennzeichnung aufgenommen. Grund dafür war die Umsetzung von Art. 4 Abs. 3 Publizitäts-RL.¹⁰ Die Publizitätsrichtlinie sieht vor, dass Gesellschaften auf ihren Webseiten auch ihre Rechtsform angeben müssen.

Die Pflicht zur Angabe der Rechtsform ist indes nicht neu. Schon aus den firmenrechtlichen Vorschriften ergibt sich, dass Gesellschaften einen Rechtsformzusatz in ihrer Firma anzugeben haben. Der Rechtsformzusatz ist Bestandteil des Namens der Gesellschaft. So sieht § 4 GmbHG vor, dass die Firma einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung die Bezeichnung „Gesellschaft mit beschränkter Haftung“ oder eine allgemein verständliche Abkürzung dieser Bezeichnung enthalten muss. Die firmenrechtlichen Vorschriften lassen eine Abkürzung der Rechtsform zu. Aus diesem Grunde reichte es vor Inkrafttreten des Telemediengesetzes aus, die abgekürzte Rechtsform anzugeben.¹¹

¹⁰ Erste Richtlinie v. 9.3.1968 zur Koordinierung der Schutzbestimmungen, die in den Mitgliedstaaten den Gesellschaften im Sinne des Artikels 58 Absatz 2 des Vertrages im Interesse der Gesellschafter sowie Dritter vorgeschrieben sind, um diese Bestimmungen gleichwertig zu gestalten (68/151/EWG), ABl. 1968 Nr. L S. 65, geändert durch die Richtlinie 2003/58/EG v. 15.7.2003 zur Änderung der Richtlinie 68/151/EWG in Bezug auf die Offenlegungspflichten von Gesellschaften bestimmter Rechtsformen, ABl. 2003 Nr. L 221 S. 13, konsolidierte Fassung abrufbar unter <http://eur-lex.europa.eu>.

¹¹ Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 145 f.

Durch die Aufnahme der Rechtsform in § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG ist nun die Frage entstanden, ob auch im Rahmen des § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG die Angabe der abgekürzten Rechtsform genügt. Während nach einer Ansicht die Angabe der abgekürzten Rechtsform ausreicht,¹² muss nach anderer Auffassung die Rechtsform ausgeschreiben werden.¹³

2.2 Bedeutung der Informationspflicht

Zunächst stellt sich die Frage, ob die Aufnahme der Rechtsform in § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG im Wesentlichen nur eine klarstellende Funktion hat oder ob der Vorschrift eine über das Firmenrecht hinausgehende eigenständige Bedeutung zukommen soll. Das Firmenrecht sieht in § 19 HGB, §§ 4, 279 AktG, §§ 4, 5a GmbHG, § 3 S. 1 GenG, § 2 Abs. 1 S. 1 PartGG die Angabe von Rechtsformzusätzen vor. Für die Gesellschaft bürgerlichen Rechts und für juristische Personen des öffentlichen Rechts ist die Angabe einer Rechtsform in den gesellschaftsrechtlichen Vorschriften nicht vorgeschrieben. § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG entfaltet damit eine eigenständige Bedeutung für die Gesellschaft bürgerlichen Rechts, die Anstalt des öffentlichen Rechts, die Körperschaft des öffentlichen Rechts und die Stiftung des öffentlichen Rechts. Für Firmen kommt § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG nur dann eine eigenständige Bedeutung zu, wenn die Rechtsform ausgeschreiben werden muss.

2.3 Sinn und Zweck der Informationspflicht

Maßgeblich kommt es auf den Sinn und Zweck der Informationspflicht an. Rechtsformzusätze müssen für die Nutzer ohne Weiteres verständlich sein. Das LG Essen geht in seiner Entscheidung vom 26.4.2012 zwar davon aus, dass der Rechtsformzusatz „e.V.“ für „eingetragener Verein“ bei den Internetnutzern hinreichend bekannt ist.¹⁴ Bei der Vielzahl von Rechtsformzusätzen bestehen allerdings Zweifel daran, ob allen Nutzern die Rechtsformzusätze geläufig sind. Insbesondere ausländische Rechtsformzusätze sind in Deutschland nicht ausreichend bekannt. Wegen der in der Europäischen Union geltenden Niederlassungsfreiheit nach Art. 49 AEUV können auch Gesellschaften im Ausland gegründet werden, ihren Verwaltungssitz aber in Deutschland haben. Es gibt eine nur schwer zu über-

¹² LG Essen, Urt. v. 26.4.2012, – 4 O 256/11, JurPC Web-Dok. 71/2012 S. 7, URL: <http://www.jurpc.de/rechtspr/20120071.htm>; *Micklitz/Schirmbacher*, in: Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, 2011, § 5 TMG Rn. 33a; tendenziell auch *Heckmann*, in: Heckmann, juris Praxiskommentar Internetrecht, 2011, Kap. 4.2 Rn. 231.

¹³ *Mankowski*, in: Fezer (Hrsg.), Lauterkeitsrecht, 2010, § 4 S-12 Rn. 167; *Lorenz*, K&R 2008, S. 340 (343); *Lorenz*, WRP 2010, S. 1224 (1228); *Lorenz*, JURA 2012, S. 244 (246).

¹⁴ LG Essen, Urt. v. 26.4.2012, – 4 O 256/11, JurPC Web-Dok. 71/2012 S. 7, URL: <http://www.jurpc.de/rechtspr/20120071.htm>.

schauende Zahl von verschiedenen Gesellschaftsformen in der Europäischen Union. Es darf bezweifelt werden, dass der durchschnittliche Nutzer weiß, was sich hinter diesen ausländischen Abkürzungen verbirgt.

Umgekehrt kann sich auch für ausländische Nutzer die Schwierigkeit ergeben, deutsche Rechtsformzusätze zu verstehen. Dagegen mag man einwenden, dass die Anbieterkennzeichnung wegen des Herkunftslandprinzips nach § 3 Abs. 1 TMG sowieso nur den Anforderungen des Herkunftslands genügen muss. Angebote aus Deutschland benötigen regelmäßig nur eine Anbieterkennzeichnung in deutscher Sprache.¹⁵ Es kommt damit nicht darauf an, ob ausländische Nutzer eine deutsche Anbieterkennzeichnung verstehen können.

Es ist aber wünschenswert, dass auch ausländische Nutzer deutsche Rechtsformzusätze erkennen und verstehen können. Die Pflicht zur Angabe der Rechtsform dient der Umsetzung der Art. 4 Abs. 3 Publizitäts-RL. Im Hinblick darauf, dass es sich um europäisches Recht handelt, sollte die Rechtsform auch für europäische Nutzer verständlich sein. Ausländischen Nutzern sollte man die mühsame Suche nach der Bedeutung der Abkürzung mittels einer Suchmaschine oder der Wikipedia ersparen. Es ist schon genug Aufwand, wenn ausländische Nutzer die Rechtsform übersetzen lassen müssen.

Wichtig ist die Angabe der ausgeschriebenen Rechtsform vor allen Dingen im Hinblick auf Haftungsbeschränkungen. Der Anbieterkennzeichnung kommt auch eine wichtige Funktion im Rahmen des elektronischen Geschäftsverkehrs zu. Sie dient dem Verbraucherschutz im elektronischen Geschäftsverkehr.¹⁶ Für die Nutzer müssen Haftungsbeschränkungen ihres Vertragspartners klar erkennbar sein. Aus diesem Grunde ist zu fordern, dass alle Haftungsbeschränkungen ausgeschrieben werden müssen. So hat es der Gesetzgeber auch ausdrücklich in § 5a Abs. 1 GmbHG für die Unternehmergesellschaft vorgesehen. Diese muss den Zusatz „haftungsbeschränkt“ führen. Ferner sieht § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG vor, dass dann, wenn Angaben über das Kapital der Gesellschaft gemacht werden, die ausstehenden Einlagen angegeben werden müssen.

2.4 Fazit

Daraus folgt: Die Rechtsform ist vielfach schon Bestandteil des Namens der Gesellschaft. Im Rahmen des Namens der Gesellschaft kann die Rechtsform abgekürzt werden. Zusätzlich muss die Rechtsform dann aber noch einmal in ausgeschriebener Form angegeben werden. Dabei bietet es sich

¹⁵ Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 138, 322.

¹⁶ Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 61 f.

an, die Rechtsform im Zusammenhang mit den Registerangaben in ausgeschriebener Form anzugeben.

Z.B.: „Die X GmbH ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung. Sie ist beim Amtsgericht Musterstadt zu HRB 12345 eingetragen.“

Oder: „Rechtsform: Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Amtsgericht Musterstadt, HRB 12345“

3 Dritter Fall: Wettbewerbsrechtliche Fragestellungen

Diensteanbieter D möchte wissen, wann Verstöße gegen die Pflicht zur Anbieterkennzeichnung wettbewerbswidrig sind. Insbesondere möchte er wissen, welche Fehler bei den Angaben einen Wettbewerbsverstoß begründen können und ob es Bagatelverstöße gibt.

3.1 Wettbewerbsverstoß

Ein Wettbewerbsverstoß bei einer mangelhaften Anbieterkennzeichnung kommt unter zweierlei Gesichtspunkten in Betracht: Es kann sich um einen Verstoß gegen Marktverhaltensregeln oder um eine Irreführung handeln.

3.1.1 Verstoß gegen Marktverhaltensregeln

Unlauter handelt nach § 4 Nr. 11 UWG, wer einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln.

3.1.1.1 Marktverhaltensregeln

Als Marktverhalten ist jede Tätigkeit auf einem Markt anzusehen, durch die ein Unternehmer auf die Mitbewerber, Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer einwirkt.¹⁷ Der BGH hat bereits zu den Vorgängervorschriften des § 5 Abs. 1 TMG, nämlich zu § 6 S. 1 TDG und § 10 Abs. 2 S. 1 MDStV, entschieden, dass es sich um solche Marktverhaltensregeln handelt.¹⁸

Keine Marktverhaltensregelung stellt dagegen die Pflicht zur Benennung eines Verantwortlichen nach § 55 Abs. 2 RStV dar.¹⁹ Die Pflicht zur Benennung eines Verantwortlichen dient nicht dem Verbraucherschutz. Die Benennung eines Verantwortlichen hat ausschließlich eine medienrechtli-

¹⁷ Köhler, in: Köhler/Bornkamm, UWG, 2012, § 4 Rn. 11.34.

¹⁸ BGH, Urt. v. 20.7.2006, – I ZR 228/03, JurPC Web-Dok. 123/2006 Abs. 15, URL: <http://www.jurpc.de/rechtspr/20060123.htm>.

¹⁹ Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 311; Lorenz, K&R 2008, S. 340 (345); Lorenz, JURA 2012, S. 244 (248).

che Funktion. Primäre Aufgabe des Verantwortlichen ist es, strafbare Inhalte zu verhindern.²⁰

3.1.1.2 Verhältnis zur UGP-RL

Einschränkungen ergeben sich aus dem Verhältnis von § 4 Nr. 11 UWG zur Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-RL).²¹ Die UGP-RL bezweckt eine vollständige Harmonisierung im Bereich des Wettbewerbsrechts.²² Wenn aber eine vollständige Harmonisierung durch die Richtlinie bezweckt ist, muss auch das Schutzniveau des UWG dem der UGP-RL entsprechen. Die Regelungen des UWG dürfen nicht hinter der UGP-RL zurückbleiben und dürfen nicht über die UGP-RL hinausgehen.²³ Das bedeutet, dass bei Verstößen gegen das Gemeinschaftsrecht eine Wettbewerbsverletzung vorliegt.²⁴ Verstöße gegen europäische Informationspflichten sind deshalb wettbewerbswidrig. Den Mitgliedsstaaten der Europäischen Union steht es zwar frei, auch strengere Regelungen hinsichtlich der Informationspflichten zu treffen. Verstöße gegen strengere nationale Informationspflichten sind dann aber nicht wettbewerbswidrig.²⁵

3.1.2 Irreführung

Bei unwahren Angaben in der Anbieterkennzeichnung liegt zugleich eine Irreführung i.S.d. § 5 Abs. 1 S. 1, S. 2 Nr. 3 UWG vor.²⁶ Unwahre Angaben stellen eine Täuschung über Angaben zur Person bzw. zu Eigenschaften des Diensteanbieters dar. Unwahre Angaben sind deshalb stets unlauter.

²⁰ Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 202, m.w.N. aus dem Presse-recht.

²¹ Richtlinie 2005/29/EG v. 11.5.2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarkt-internen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken), ABl. 2005 Nr. L 149 S. 22, abrufbar unter <http://eur-lex.europa.eu>.

²² Begründung Erstes UWG-ÄndG, BT-Drs. 16/10145, S. 10 f., URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/16/101/1610145.pdf>; Köhler, in: Köhler/Bornkamm, UWG, 2012, § 4 Rn. 11.6a.

²³ OLG Frankfurt, Urt. v. 12.4.2011, – 11 U 5/11, ZNER 2011, S. 629 (Abs. 19); Lorenz, WRP 2010, S. 1224 (1226); Lorenz, JURA 2012, S. 244 (248).

²⁴ BGH, Urt. v. 14.4.2011, – I ZR 133/09, WRP 2011, 866 (Abs. 19); BGH, Urt. v. 4.2.1010, – I ZR 66/09, WRP 2010, 1143 (Abs. 15).

²⁵ BGH, Urt. v. 4.2.1010, – I ZR 66/09, WRP 2010, 1143 (Abs. 15); OLG Frankfurt, Urt. v. 12.4.2011, – 11 U 5/11, ZNER 2011, 629 (Abs. 26); Köhler, in: Köhler/Bornkamm, UWG, 2012, § 4 Rn. 11.6a; Lorenz, WRP 2010, S. 1224 (1227).

²⁶ Lorenz, WRP 2010, S. 1224 (1227); Lorenz, JURA 2012, S. 244 (249).

Unvollständige Angaben können gemäß § 5a Abs. 2, Abs. 3 Nr. 2 UWG eine Irreführung durch Unterlassen darstellen. Unvollständige Angaben sind dann unlauter, wenn es sich um Informationen handelt, die für die Entscheidungsfähigkeit von Verbrauchern wesentlich sind. Zu den wesentlichen Informationen zählen nach § 5a Abs. 4 UWG Informationen, die dem Verbraucher aufgrund gemeinschaftsrechtlicher Verordnungen oder Rechtsvorschriften zur Umsetzung gemeinschaftsrechtlicher Richtlinien für kommerzielle Kommunikation nicht vorenthalten werden dürfen. Hierzu zählen sämtliche Informationen, die durch Art. 5 Abs. 1 ECRL²⁷ oder Art. 4 Abs. 3 Publizitäts-RL vorgeschrieben werden. Im Hinblick auf die Vollharmonisierung kommt es folglich maßgeblich darauf an, ob ein Verstoß gegen europäische Informationspflichten vorliegt.

3.1.3 Die Informationspflichten im Einzelnen

Im Folgenden soll im Einzelnen dargestellt werden, welche Fehler in der Anbieterkennzeichnung einen Wettbewerbsverstoß begründen können. Im Hinblick auf die angestrebte Vollharmonisierung kommt es im Rahmen von §§ 4 Nr. 11, 5a Abs. 2 UWG maßgeblich darauf an, ob die Informationspflichten auf europäische Richtlinien zurückgehen. Das ist bei folgenden Informationspflichten der Fall:

²⁷ Richtlinie 2000/31/EG v. 8.6.2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt, ABl. 2000 Nr. L 178 S. 1, abrufbar unter <http://eur-lex.europa.eu>.

Informationspflicht	Paragraf	Europäische Informationspflicht?
Name	§ 55 Abs. 1 Nr. 1 RStV	nationales Sonderrecht
Anschrift	§ 55 Abs. 1 Nr. 1 RStV	nationales Sonderrecht
Vertretungsberechtigter	§ 55 Abs. 1 Nr. 2 RStV	nationales Sonderrecht
Verantwortlicher	§ 55 Abs. 2 S. 1 RStV	nationales Sonderrecht
Name	§ 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG	Art. 5 Abs. 1 lit. a ECRL
Anschrift	§ 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG	Art. 5 Abs. 1 lit. b ECRL
Rechtsform	§ 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG	Art. 4 Abs. 3 Publizitäts-RL
Kapital	§ 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG	Art. 4 Abs. 3 Publizitäts-RL
Kommunikationsangaben	§ 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG	Art. 5 Abs. 1 lit. c ECRL
Aufsichtsbehörde	§ 5 Abs. 1 Nr. 3 TMG	Art. 5 Abs. 1 lit. e ECRL
Registerangaben	§ 5 Abs. 1 Nr. 4 TMG	Art. 5 Abs. 1 lit. d ECRL
Berufsrechtliche Angaben	§ 5 Abs. 1 Nr. 5 TMG	Art. 5 Abs. 1 lit. f ECRL
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer	§ 5 Abs. 1 Nr. 6 TMG	Art. 5 Abs. 1 lit. g ECRL
Wirtschafts-Identifikationsnummer	§ 5 Abs. 1 Nr. 6 TMG	nationales Sonderrecht
Liquidationsangaben	§ 5 Abs. 1 Nr. 7 TMG	Art. 4 Abs. 3 Publizitäts-RL
Verteildienste	§ 5 Abs. 1 TMG	nationales Sonderrecht

Ein wesentlicher Unterschied zwischen dem TMG und der ECRL liegt darin, dass die ECRL nur für Abrufdienste gilt. Das ergibt sich aus der Legaldefinition des Dienstes in der Informationsgesellschaft in Art. 2 lit. a ECRL, der auf Art. 1 Nr. 2 TRL²⁸ verweist. Danach ist ein Dienst in der Informationsgesellschaft eine auf individuellen Abruf des Nutzers erbrachte Dienstleistung. Die ECRL gilt also nur für Abrufdienste wie z.B. Webseiten. Sie gilt dagegen nicht für Verteildienste.²⁹ Verteildienste sind nach § 2 S. 1 Nr. 4 TMG Telemedien, die im Wege einer Übertragung von Daten ohne individuelle Anforderung gleichzeitig für eine unbegrenzte Anzahl von Nutzern erbracht werden. Hierunter fallen z.B. Newsletter. Die Informationspflichten nach der Publizitäts-RL gelten gem. Art. 4 Abs. 3

²⁸ Richtlinie 98/34/EG v. 20.7.1998 über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der Normen und technischen Vorschriften und der Vorschriften für die Dienste in der Informationsgesellschaft, ABl. 1998 Nr. L 204 S. 37, konsolidierte Fassung abrufbar unter <http://eur-lex.europa.eu>.

²⁹ Begründung EGG, BT-Drs. 14/6098, S. 19, URL: <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/14/060/1406098>; Begründung 6. RfStV, NRW LT-Drs. 13/2302, S. 54, URL: <http://www.landtag.nrw.de/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMD13-2302.pdf>; Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 322 ff.

auch nur für Webseiten und nicht für Verteildienste. Da es keine europäische Pflicht gibt, Newsletter mit einer Anbieterkennzeichnung zu versehen, ist es nicht wettbewerbswidrig, wenn in einem Newsletter eine Anbieterkennzeichnung fehlt.

3.2 Geschäftliche Relevanz

Fehlende oder falsche Angaben in der Anbieterkennzeichnung sind nur dann wettbewerbswidrig, wenn der Verstoß geschäftlich relevant ist. Das Kriterium der geschäftlichen Relevanz dient dazu, Bagatellverstöße auszuscheiden. Die Frage, ob es bei Fehlern in der Anbieterkennzeichnung Bagatellverstöße gibt, ist umstritten. Nach einer Auffassung kann in dem Fehlen einzelner Angaben in der Anbieterkennzeichnung lediglich ein Bagatellverstoß liegen.³⁰ Nach anderer Ansicht gibt es grundsätzlich keine Bagatellverstöße.³¹

Nach § 3 Abs. 2 UWG kommt es für die geschäftliche Relevanz von Verstößen gegen § 4 Nr. 11 UWG maßgeblich darauf an, ob die Fähigkeit von Verbrauchern, sich aufgrund von Informationen zu entscheiden, spürbar beeinträchtigt wird, und der Verbraucher damit zu einer geschäftlichen Handlung veranlasst wird, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Die Angaben in der Anbieterkennzeichnung dienen dem Verbraucherschutz im elektronischen Geschäftsverkehr³² und der Stärkung des Verbrauchervertrauens in das Medium Internet.³³ Die Anbieterkennzeichnung soll Transparenz bezüglich des Diensteanbieters schaffen. Im Hinblick auf diese Funktionen liegt bei fehlenden oder falschen Informationen in der Anbieterkennzeichnung grundsätzlich auch eine spürbare Beeinträchtigung vor.

Verstöße gegen § 5a Abs. 2 UWG sind geschäftlich relevant, wenn die Entscheidungsfähigkeit von Verbrauchern dadurch beeinflusst wird, dass eine wesentliche Information vorenthalten wird. Das ist bei wesentlichen Informationspflichten grundsätzlich immer der Fall. Es wäre ein Widerspruch an sich, wenn man bei einer wesentlichen Information die Notwendigkeit der Information für eine informationsgeleitete Entscheidung

³⁰ LG Berlin, Urt. v. 31.8.2010, – 103 O 34/10, K&R 2010, 748; LG München I, Urt. v. 4.5.2010, – 33 O 14269/09, NJW-RR 2011, 195; *Micklitz/Schirmbacher*, in: Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, 2011, § 5 TMG Rn. 71 f.

³¹ KG Berlin, Urt. v. 6.12.2011, – 5 U 144/10, MMR 2012, 240; OLG Hamm, Urt. v. 2.4.2009, – 4 U 213/08, JurPC Web-Dok. 146/2009 Abs. 17, URL: <http://www.jurpc.de/rechtspr/20090146.htm>; LG Hamburg, Urt. v. 19.8.2010, – 327 O 332/10, ZUM-RD 2011, 193 (194); *Klinger* jurisPR-ITR 25/2010 Anm. 4; *Lorenz*, WRP 2010, S. 1224 (1230 f.); *Lorenz*, JURA 2012, S. 244 (249); *Ott*, VuR 2011, S. 343; *Rätze*, MMR 2012, S. 241 (242).

³² *Lorenz*, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 61 f.

³³ *Lorenz*, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 58 ff.

verneinen würde.³⁴ Beim Verstoß gegen europäische Informationspflichten ist deshalb für Bagatellverstöße kein Raum.

Ein Bagatellverstoß kommt ausnahmsweise nur dann in Betracht, wenn es sich um einen unwesentlichen Schreibfehler handelt, der den Wert der Information nicht mindert.³⁵ Beispielsweise können Rechtschreibfehler im Orts- oder Straßennamen einen Bagatellverstoß begründen. Rechtschreibfehler in der Telefonnummer oder E-Mail-Adresse machen die Angaben dagegen insgesamt unbrauchbar. Sie stellen deshalb keinen Bagatellverstoß dar.

3.3 Fazit

Diensteanbieter treffen hohe Sorgfaltsanforderungen bei der Abfassung ihrer Anbieterkennzeichnung. Bereits kleine Fehler können einen Wettbewerbsverstoß begründen. Unvollständige Angaben in der Anbieterkennzeichnung sind allerdings nur dann wettbewerbswidrig, wenn in dem telemedienrechtlichen Verstoß zugleich ein Verstoß gegen europäische Informationspflichten liegt. Dabei gibt es grundsätzlich keine Bagatellverstöße.

³⁴ *Bornkamm*, in: Köhler/Bornkamm, UWG, 2012, § 5a Rn. 56.

³⁵ *Lorenz*, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 315; *Lorenz*, WRP 2010, S. 1224 (1231); *Lorenz*, JURA 2012, S. 244 (249).

Literatur

- Fezer, Karl-Heinz (Hrsg.):* Lauterkeitsrecht, 2. Aufl., München 2010.
- Heckmann, Dirk (Hrsg.):* juris Praxiskommentar Internetrecht, 3. Aufl., Saarbrücken 2011.
- Klinger, Markus:* Anmerkung zum Urteil des LG Berlin vom 31.8.2010, – 103 O 34/10, jurisPR-ITR 25/2010 Anm. 4.
- Köhler, Helmut/Bornkamm, Joachim:* Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 30. Aufl., München 2012.
- Lorenz, Bernd:* Die Anbieterkennzeichnung im Internet, Stuttgart 2007, zugleich Dissertation Saarbrücken 2006.
- Lorenz, Bernd:* Die Anbieterkennzeichnung nach dem TMG und RStV, K&R 2008, S. 340-345.
- Lorenz, Bernd:* Die Telefonnummer in der Anbieterkennzeichnung, VuR 2009, S. 295-298.
- Lorenz, Bernd:* Die Wettbewerbswidrigkeit einer mangelhaften Anbieterkennzeichnung, WRP 2010, S. 1224-1231.
- Lorenz, Bernd:* Die Anbieterkennzeichnung für den Onlineshop, JURA 2012, S. 244-249.
- Ott, Stephan:* Praxishinweis zum Urteil des LG Hamburg vom 19.8.2010, – 327 O 332/10, VuR 2011, S. 343.
- Rätze, Martin:* Anmerkung zum Urteil des KG vom 21.10.2011, – 5 U 93/11, MMR 2012, S. 241-242.
- Spindler, Gerald/Schuster, Fabian (Hrsg.):* Recht der elektronischen Medien, 2. Aufl., München 2011.