

Von Dr. Bernd Lorenz, Essen*

Der folgende Fall befasst sich mit der Impressumspflicht für Internetangebote nach dem Telemediengesetz und Rundfunkstaatsvertrag. Gleichzeitig werden damit im Zusammenhang stehende Fragen des Wettbewerbsrechts erörtert.

SACHVERHALT

A hat die Unternehmergeellschaft UG gegründet. Er ist Geschäftsführer der Gesellschaft. Die Gesellschaft soll Bücher, Musik und Filme über das Internet verkaufen. Die UG wurde im Handelsregister eingetragen und hat ein Gewerbe angemeldet. Die UG soll eine Website mit einem Onlineshop betreiben und einen Newsletter mit Produktneuheiten anbieten. A ist sich allerdings nicht sicher, ob hierfür eine Anbieterkennzeichnung erforderlich ist und wie diese genau auszusehen hat. Aus diesem Grunde benötigt A anwaltlichen Rat.

Seinem Anwalt schildert A die Situation wie folgt: Er möchte kein Ladenlokal einrichten, sondern die Waren ausschließlich über das Internet vertreiben. Aus diesem Grunde möchte er keine Straße, sondern ein Postfach in der Anbieterkennzeichnung angeben. Außerdem möchte er nicht selber in der Anbieterkennzeichnung erscheinen, sondern seinen Mitarbeiter M als Ansprechpartner angeben. Auch möchte er keinen Telefonsupport anbieten und deshalb keine Telefonnummer angeben. Die Anbieterkennzeichnung soll über einen doppelten Link Kontakt/Impressum erreichbar sein. Der Nutzer muss also erst auf „Kontakt“ klicken und kann dann in einem weiteren Schritt auf „Impressum“ klicken.

A bittet weiterhin um Aufklärung, mit welchen Konsequenzen er zu rechnen hat, wenn die UG gegebenenfalls gegen die Informationspflichten zur Anbieterkennzeichnung verstößt. Insbesondere will er wissen, ob Mitbewerber die UG abmahnen können oder ob ein Bußgeld gegen die UG verhängt werden kann.

Dem Anwalt von A stellen sich nun die folgenden Fragen:

1. Wo ist die Pflicht zur Anbieterkennzeichnung geregelt?
2. Welchen Zweck verfolgt die Anbieterkennzeichnung?
3. Ist für den Onlineshop der UG eine Anbieterkennzeichnung erforderlich?
4. Was ist hinsichtlich der Angabe des Namens und der Rechtsform der UG zu beachten?
5. Darf die UG ein Postfach als Anschrift angeben?
6. Darf die UG den Mitarbeiter M als Vertreter angeben?
7. Muss die UG eine Telefonnummer angeben?
8. Muss die UG das Gewerbeamt angeben?
9. Muss die UG das Handels- und das Gewerbeamt angeben?
10. Muss die UG einen Verantwortlichen benennen?
11. Was ist bei der Gestaltung der Anbieterkennzeichnung zu beachten?
12. Können Mitbewerber die UG bei einem Verstoß abmahnen?
13. Kann die Aufsichtsbehörde bei einem Verstoß ein Bußgeld gegen die UG verhängen?

LÖSUNG

1. Wo ist die Pflicht zur Anbieterkennzeichnung geregelt?

Anbieter von Telemedien müssen ihre Angebote gemäß § 55 Abs. 1, 2 RStV, § 5 TMG mit einer Anbieterkennzeichnung versehen. Als Anbieterkennzeichnung wird das Impressum von elektronischen Informations- und Kommunikationsdiensten bezeichnet. Die gesetzliche Konzeption sieht eine abgestufte Pflicht zur Anbieterkennzeichnung vor:

- Keiner Anbieterkennzeichnung bedürfen Telemedien, die ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen.
- Ansonsten ist bei allen Telemedien zumindest eine einfache Anbieterkennzeichnung nach § 55 Abs. 1 RStV erforderlich.
- Telemedien, die erwerbswirtschaftlichen Zwecken dienen, bedürfen einer umfassenden Anbieterkennzeichnung nach § 5 Abs. 1 TMG.
- Für journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote sieht § 55 Abs. 2 RStV zusätzlich die Benennung eines Verantwortlichen vor.

2. Welchen Zweck verfolgt die Anbieterkennzeichnung?

Die Anbieterkennzeichnung verfolgt eine Reihe von verschiedenen Zwecken¹. Wichtige Zwecke der Anbieterkennzeichnung sind:

a) Möglichkeit der Rechtsverfolgung

Die Anbieterkennzeichnung dient wie das Impressum bei Druckwerken dem Zweck, eine Rechtsverfolgung zu ermöglichen². Durch die Pflicht zur Angabe von Name und Anschrift des Diensteanbieters soll die Möglichkeit geschaffen werden, dass die Nutzer etwaige Ansprüche gegen den Diensteanbieter durchsetzen können. Die Nutzer sollen sowohl außergerichtlich die Möglichkeit haben Ansprüche geltend zu machen als auch den Diensteanbieter verklagen zu können. Dafür ist die Kenntnis von der Person des Diensteanbieters und seiner Niederlassung unerlässlich.

b) Verbraucherschutz im elektronischen Geschäftsverkehr

Die Informationen über die Person des Diensteanbieters dienen dem Verbraucherschutz im elektronischen Geschäftsverkehr³. Bei Vertragsschlüssen über das Internet benötigt der Kunde Angaben zum Diensteanbieter. Diese Funktion wird vor allen Dingen auch durch die fernabsatzrechtlichen Informations-

- 245 -

pflichten nach Art. 246 § 1 Nr. 1-3 EGBGB wahrgenommen. Während die fernabsatzrechtlichen Informationspflichten für Vertragsschlüsse gelten, kommt der Anbieterkennzeichnung bereits im Vorfeld von Vertragsschlüssen Bedeutung zu. Außerdem gehen die Informationspflichten zur Anbieterkennzeichnung über die fernabsatzrechtlichen Informationspflichten hinaus. Es müssen ggf. umfassende Angaben zum Diensteanbieter erfolgen, die im Fernabsatzrecht nicht vorgesehen sind.

* Der Autor ist Rechtsanwalt, Fachanwalt für IT-Recht und Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht bei s | t | s Schulz Tegtmeyer Sozien in Essen. Er hat zu dem Thema „Die Anbieterkennzeichnung im Internet“ promoviert.

¹ Dazu B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 58 ff., S. 71 ff.

² Begründung IuKDG BT-Drs. 13/7385, 21, URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/13/073/1307385.pdf>; Begründung MDStV NRW LT Drs. 12/1954, 34, URL: <http://www.landtag.nrw.de/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMD12-1954.pdf>; B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 62 f., 71 f.

³ Begründung IuKDG BT-Drs. 13/7385, 21, URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/13/073/1307385.pdf>; Begründung EGG BT-Drs. 14/6098, 21, URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/14/060/1406098.pdf>; B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 61 f.

3. Ist für den Onlineshop der UG eine Anbieterkennzeichnung erforderlich?

a) Einfache Anbieterkennzeichnung

Für den Onlineshop der UG könnte eine einfache Anbieterkennzeichnung nach § 55 Abs. 1 RStV erforderlich sein. Dann müsste die UG Anbieter eines Telemediums sein, das nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dient.

aa) Begriff des Telemediums

Der Begriff des Telemediums wird in § 2 Abs. 1 S. 3 RStV legal definiert. Er erfasst danach alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, soweit sie nicht Telekommunikationsdienste nach § 3 Nr. 24 TKG, die ganz in der Übertragung von Signalen über Telekommunikationsnetze bestehen, telekommunikationsgestützte Dienste nach § 3 Nr. 25 TKG oder Rundfunk nach § 2 Abs. 1 S. 1, 2 RStV darstellen. Websites stellen elektronische Informations- und Kommunikationsdienste dar, die weder in den Bereich der Telekommunikation noch in den Bereich des Rundfunks fallen. Die Begründung zu der Vorschrift geht davon aus, dass es sich bei Onlineangeboten von Waren mit unmittelbarer Bestellmöglichkeit um Telemedien handelt⁴. Während die einzelne E-Mail kein Telemedium darstellt, stellen Newsletter ein Telemedium dar⁵. Von dem Begriff des Telemediums werden damit alle Websites im Internet und auch Newsletter erfasst.

bb) Begriff des Anbieters von Telemedien

Der Begriff des Anbieters von Telemedien ist wie der Begriff des Content Providers in § 2 Nr. 1 TMG zu verstehen. Anbieter ist danach jede natürliche oder juristische Person, die eigene Telemedien zu Nutzung bereithält. Hier stellt die UG mit dem Onlineshop und dem Newsletter eigene Inhalte bereit. Folglich ist die UG ein Anbieter von Telemedien.

cc) Ausschließlich persönliche oder familiäre Zwecke

§ 55 Abs. 1 RStV enthält eine Ausnahme für Telemedien, die ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen. Der mit einer Website verfolgte Zweck wird durch ihren Adressatenkreis bestimmt. Ein ausschließlich persönlicher oder familiärer Zweck liegt dann vor, wenn sich die Website nicht an die Allgemeinheit richtet. Nach der Literatur⁶ kann dies in folgenden Fällen der Fall sein:

- Bei passwortgeschützten Inhalten, die der Allgemeinheit nicht zugänglich sind.
- Bei Inhalten aus dem engsten persönlichen Lebensbereich, die für die Allgemeinheit nicht relevant sind.
- Wenn die Allgemeinheit auf die Website nicht stoßen wird, weil der Erfassung des Inhalts durch Suchmaschinen widersprochen wurde und die Website auch nicht auf an die Allgemeinheit gerichteten Webseiten verlinkt ist.

Der Onlineshop der UG richtet sich gerade an die Allgemeinheit. Die Allgemeinheit soll in dem Onlineshop einkaufen. Die Ausnahme greift damit nicht ein.

dd) Ergebnis

Für den Onlineshop ist eine Anbieterkennzeichnung nach § 55 Abs. 1 RStV erforderlich.

⁴ Begründung 9. RfStV NRW LT-Drs. 14/3130, 22, URL: <http://www.landtag.nrw.de/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMD14-3130.pdf>.

⁵ B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 88 f.; Spindler/Schuster/Micklitz/Schirmbacher, Recht der elektronischen Medien, 2. Aufl. 2011, § 5 TMG Rdn. 7.

⁶ B. Lorenz K&R 2008, 340 [341]; B. Lorenz in: Taeger/Wiebe, Von AdWords bis Social Networks – Neue Entwicklungen im Informationsrecht, 2008, S. 63 [65]; Ott MMR 2007, 354 [356].

b) Umfassende Anbieterkennzeichnung

Für den Onlineshop der UG könnte eine umfassende Anbieterkennzeichnung nach § 5 Abs. 1 TMG erforderlich sein. Dann müsste die UG Diensteanbieter eines geschäftsmäßigen, in der Regel gegen Entgelt angebotenen Telemediums sein.

aa) Begriff des Telemediums

Der Begriff des Telemediums wird in § 1 Abs. 1 S. 1 TMG legal definiert. Die Definition ist identisch mit § 2 Abs. 1 S. 3 RStV. Es wurde bereits festgestellt, dass der Onlineshop und der Newsletter der UG Telemedien darstellen.

bb) Begriff des Diensteanbieters

In § 2 S. 1 Nr. 1 TMG werden verschiedene Arten von Diensteanbietern definiert. Content Provider ist jede natürliche oder juristische Person, die eigene Telemedien zu Nutzung bereithält. Host Provider ist jede natürliche oder juristische Person, die fremde Telemedien zur Nutzung bereithält. Access Provider ist jede natürliche oder juristische Person, die den Zugang zur Nutzung von Telemedien vermittelt. Zur Anbieterkennzeichnung ist grundsätzlich nur der Content Provider verpflichtet⁷. Hier stellt die UG mit dem Onlineshop und dem Newsletter eigene Inhalte bereit. Folglich ist die UG Content Provider und damit Diensteanbieter.

cc) Begriff der Geschäftsmäßigkeit

Ein geschäftsmäßiger Dienst liegt nach der Begründung zu der Vorgängervorschrift bei einem nachhaltigen Angebot von Informations- und Kommunikationsdiensten mit oder ohne Gewinnerzielungsabsicht vor⁸. Der Begriff der Geschäftsmäßigkeit ist immer schon dann erfüllt, wenn der Dienst auf eine gewisse Dauer angelegt ist (Nachhaltigkeit) und sich das Angebot an Dritte richtet (Außenwirkung)⁹. Nach h. L. kommt es dabei auf eine Gewerbsmäßigkeit des Angebots nicht an¹⁰. Websites werden gewöhnlich für einen unbeschränkten Zeitraum angelegt. Newsletter werden in regelmäßigen Abständen versandt. Folglich erfüllen regelmäßig alle Websites und Newsletter und damit auch die der UG das Kriterium der Geschäftsmäßigkeit.

- 246 -

dd) Begriff der Entgeltlichkeit

Fraglich ist, wie der Begriff der Entgeltlichkeit zu verstehen ist. Nach der Gesetzesbegründung setzt die Entgeltlichkeit eine wirtschaftliche Gegenleistung voraus¹¹. Der Begriff der wirtschaftlichen Gegenleistung ist genauso missverständlich wie der Begriff der Entgeltlichkeit. Eine Gegenleistung der Nutzer für die Nutzung des Internetangebots in Form eines Entgelts ist nicht erforderlich. Die Informationspflichten können auch für Internetangebote gelten, für deren Nutzung kein Entgelt entrichtet werden muss.

⁷ Heidrich/Forgó/Feldmann/Forgó/Schmieder, Heise Online-Recht, 3. Ergl. 10/2011, Kap. B. I. S. 3, 6; B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 105 ff. m. w. N.; a. A. Spindler/Schuster/Micklitz/Schirmbacher, a. a. O., § 5 TMG Rdn. 11 f.

⁸ Begründung IuKDG BT-Drs. 13/7385, 21, URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/13/073/1307385.pdf>.

⁹ B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 94 ff.; B. Lorenz K&R 2008, 340 [341]; B. Lorenz in: Taeger/Wiebe, a. a. O., S. 63 [66]; B. Lorenz RdJB 2008, 486 [490].

¹⁰ B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 94 m. w. N.; a. A. Fezer/Mankowski, Lauterkeitsrecht, 2. Aufl. 2010, § 4 S-12 Rdn. 164.

¹¹ Begründung EIGVG BT-Drs. 16/3078, 14, URL: <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/16/030/1603078.pdf>.

Ausreichend für den Begriff der Entgeltlichkeit ist jede kommerzielle Zielrichtung des Dienstes¹². Die kommerzielle Zielrichtung kann sich auch daraus ergeben, dass auf der Website Werbebanner geschaltet sind oder die Website als Werbung für Produkte, Dienstleistungen oder Unternehmen fungiert. Hier beinhaltet die Website der UG einen Onlineshop, in dem Produkte verkauft werden. Auch der Newsletter mit Produktneuheiten verfolgt den Zweck Produkte zu verkaufen. Hierin liegt eine kommerzielle Zielrichtung und damit eine Entgeltlichkeit des Angebots.

ee) Ergebnis

Folglich ist für die Website und den Newsletter der UG eine Anbieterkennzeichnung nach § 5 Abs. 1 TMG erforderlich.

4. Was ist hinsichtlich der Angabe des Namens und der Rechtsform der UG zu beachten?

Nach § 55 Abs. 1 Nr. 1 RStV, § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG müssen Diensteanbieter ihren Namen angeben. Bei Kaufleuten stellt nach § 17 Abs. 1 HGB die Firma den Namen des Kaufmanns dar. Kaufleute haben folglich die Firma anzugeben. Die Firma muss nach den gesellschaftsrechtlichen Vorschriften einen Rechtsformzusatz enthalten. Die Firma einer Unternehmersgesellschaft muss nach § 5a Abs. 1 GmbHG entweder die Bezeichnung „Unternehmersgesellschaft (haftungsbeschränkt)“ oder die Abkürzung „UG (haftungsbeschränkt)“ führen. Der Rechtsformzusatz ist schon Bestandteil des Namens der Gesellschaft. Schon aus der Pflicht zur Angabe des Namens ergibt sich, dass auch die Rechtsform angegeben werden muss.

§ 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG sieht vor, dass bei juristischen Personen und bei Personengesellschaften entsprechend § 2 S. 2 TMG zusätzlich die Rechtsform angegeben werden muss. Diese Vorschrift entfaltet Bedeutung, wenn die Rechtsform lediglich in abgekürzter Form als „UG (haftungsbeschränkt)“ angegeben wird. In diesem Fall muss die Rechtsform noch einmal zusätzlich ausgeschrieben werden¹³. Die Gegenauffassung¹⁴, die eine Abkürzung der Rechtsform für ausreichend erachtet, überzeugt nicht. Wenn die abgekürzte Rechtsform ausreichen würde, hätte die Informationspflicht keine eigenständige Bedeutung, da die abgekürzten Rechtsformzusätze bereits Bestandteil der Firma sind. Außerdem sind Abkürzungen bei ausländischen Gesellschaften für die Nutzer in Deutschland nur schwer verständlich. Auch können Nutzer aus anderen Ländern der Europäischen Union Abkürzungen von deutschen Gesellschaften nur schwer verstehen. Dem Verbraucherschutz genügt es nicht, wenn die Nutzer nach der Bedeutung von ausländischen Rechtsformzusätzen erst mit einer Suchmaschine oder in der Wikipedia suchen müssen.

5. Darf die UG ein Postfach als Anschrift angeben?

Der Diensteanbieter muss nach § 55 Abs. 1 Nr. 1 RStV, § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG seine Anschrift angeben. Nach der Begründung zu den Vorgängervorschriften muss es sich dabei

¹² OLG Hamburg, Beschluss vom 3.4.2007 – 3 W 64/07, AfP 2008, 511 = MIR 2008, Dok. 12 S. 2, URL: <http://miur.de/1577>; B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 117, 130 ff.; B. Lorenz K&R 2008, 340 [341 f.]; B. Lorenz RdJB 2008, 487 [490 f.]; B. Lorenz in Taeger/Wiebe, a. a. O., S. 63 [67]; B. Lorenz SchuR 2009, 50; B. Lorenz JurPC Web-Dok. 29/2011 Abs. 9, URL: <http://www.jurpc.de/aufsatz/20110029.htm>; Schmittmann/B. Lorenz ZInsO 2007, 797 [798]; Tettenborn K&R 1999, 252 [255].

¹³ Fezer/Mankowski, a. a. O., § 4 S-12 Rdn. 167; B. Lorenz K&R 2008, 340 [343]; B. Lorenz WRP 2010, 1224 [1228].

¹⁴ Heckmann/Heckmann, juris Praxiskommentar Internetrecht, 3. Aufl. 2011, Kap. 4.2 Rdn. 231; Spindler/Schuster/Micklitz/Schirnbacher, a. a. O., § 5 TMG Rdn. 33a.

um die ladungsfähige Anschrift handeln¹⁵. Sinn und Zweck der Anbieterkennzeichnung ist es, dass die Nutzer die Möglichkeit erhalten, den Diensteanbieter im Streitfall zu verklagen. Eine ladungsfähige Anschrift erfordert nach §§ 253 Abs. 4, 130 Nr. 1 ZPO die Angabe des Wohnorts. Der Begriff des Wohnorts schließt die Straße und Hausnummer ein¹⁶. Die Zustellung der Klageschrift setzt nach § 177 ZPO grundsätzlich die persönliche Übergabe des Schriftstücks voraus¹⁷. Die Angabe einer ladungsfähigen Anschrift muss die Übergabe der Klageschrift an den Zustellungsempfänger selbst ermöglichen. Für die Übergabe der Klageschrift ist die Angabe der Straße und Hausnummer erforderlich. Die Angabe eines Postfachs ist keine ladungsfähige Anschrift. Die Angabe des Postfachs in der Anbieterkennzeichnung ist nach h. L. unzulässig¹⁸. Folglich ist eine Angabe des Postfachs der UG in der Anbieterkennzeichnung nicht möglich.

6. Darf die UG den Mitarbeiter M als Vertreter angeben?

Juristische Personen und Personengesellschaften entsprechend § 2 S. 2 TMG müssen gemäß § 55 Abs. 1 Nr. 2 RStV, § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG einen Vertretungsberechtigten angeben. Die Frage, ob es sich dabei zwingend um den gesetzlichen Vertreter handeln muss oder ob auch ein Bevollmächtigter angegeben werden kann, ist umstritten. Die h. M. erachtet die Angabe eines Bevollmächtigten als ausreichend¹⁹. Demnach könnte M in der Anbieterkennzeichnung angegeben werden. Die h. M. vermag nicht zu überzeugen²⁰. Der h. M. ist zuzugestehen, dass die Klageschrift gemäß § 171 S. 1 ZPO auch an einen rechts-

- 247 -

geschäftlichen Vertreter zugestellt werden kann. Aber zur ladungsfähigen Anschrift gehört auch die Angabe des gesetzlichen Vertreters. Aus §§ 253 Abs. 4, 130 Nr. 1 ZPO ergibt sich, dass der gesetzliche Vertreter mit seinem Namen in der Klageschrift angegeben werden muss. Die Angabe des gesetzlichen Vertreters ist jedenfalls für das Rubrum des Urteils erforderlich. Nach der hier vertretenen Auffassung muss A als Geschäftsführer der UG in der Anbieterkennzeichnung angegeben werden.

7. Muss die UG eine Telefonnummer angeben?

Der Diensteanbieter muss nach § 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG Angaben zur schnellen elektronischen Kontaktaufnahme und zur unmittelbaren Kommunikation machen. Umstritten ist, wie der

¹⁵ Begründung EGG BT-Drs. 14/6098, 21, URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/14/060/1406098.pdf>; Begründung 6. RfäStV NRW LT-Drs. 13/2302, 66 URL: <http://www.landtag.nrw.de/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMD13-2302.pdf>.

¹⁶ BGH, Urteil vom 9.12.1987 – IVb ZR 4/87, BGHZ 102, 332 [334]; Musielak/Stadler, Kommentar zur Zivilprozessordnung, 8. Aufl. 2011, § 130 Rdn. 3; Wieczorek/Schütze/Assmann, Zivilprozessordnung und Nebengesetze, 3. Aufl. 2008, § 253 Rdn. 35 Fn. 132.

¹⁷ BGH, Urteil vom 31.10.2000 – VI ZR 198/99, BGHZ 145, 358 [364]; Zöller/Stöber, Zivilprozessordnung, 29. Aufl. 2012, § 177 Rdn. 1.

¹⁸ Abel/Geis, Praxiskommentar Telemediengesetz, Telekommunikationsgesetz und Telekommunikations-Überwachungsverordnung, 2. Aufl. 2011, § 5 TMG S. 42; Heckmann/Heckmann, a. a. O., Kap. 4.2 Rdn. 227; Heidrich/Forgó/Feldmann/Forgó/Feldmann, a. a. O., Kap. B. I. S. 15; B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 154 ff. m. w. N.; Spindler/Schuster/Micklitz/Schirnbacher, a. a. O., § 5 TMG Rdn. 34.

¹⁹ OLG München, Urteil vom 26.7.2001 – 29 U 3265/01, NJW-RR 2002, 348 = JurPC Web-Dok. 43/2002 Abs. 18, URL: <http://www.jurpc.de/rechtspr/20020043.htm>; Fezer/Mankowski, a. a. O., § 4-S12 Rdn. 168; Heidrich/Forgó/Feldmann/Forgó/Feldmann, a. a. O., Kap. B. I. S. 14 f.; Roßnagel/Ukrow, Multimedia-Dienste, 7. Ergl. 4/2005, § 10 MDStV Rdn. 76; Spindler/Schuster/Micklitz/Schirnbacher, a. a. O. § 5 TMG Rdn. 36.

²⁰ B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 148 f.; B. Lorenz WRP 2010, 1224 [1228 f.]; Roßnagel/Brönneke, a. a. O., § 6 TDG Rdn. 49; Spindler/Schmitz/Geis, Teledienstegesetz Teledienstedatenschutzgesetz Signaturgesetz, 2004, § 6 TDG Rdn. 24.

Begriff der unmittelbaren Kommunikation zu verstehen ist. Der EuGH geht davon aus, dass unmittelbare Kommunikation bedeutet, dass ein Dritter in der Kommunikation nicht zwischengeschaltet ist²¹. Demnach ist die Angabe einer Telefonnummer in der Anbieterkennzeichnung nicht zwingend. Eine unmittelbare Kommunikation könne bspw. auch durch ein Kontaktformular gewährleistet werden. Diese Auffassung vermag nicht zu überzeugen²². Der Begriff der unmittelbaren Kommunikation bezeichnet die Art und Weise der Kommunikation. Eine unmittelbare Kommunikation erfordert eine Kommunikation ohne spürbare Zeitverzögerung. Unmittelbar bedeutet dabei, dass ein direktes Reagieren auf die Aussage des anderen möglich sein muss²³. Dazu kommt grundsätzlich nur ein Telefon in Betracht.

Selbst wenn man der Auffassung des EuGH folgen sollte, schließt dies nicht aus, dass § 5 Abs. 1 Nr. 2 TMG eine strengere Regelung als Art. 5 Abs. 1 lit. c ECRL enthält. Die E-Commerce-Richtlinie (ECRL)²⁴ dient nur der Mindestharmonisierung²⁵. Mindestharmonisierung bedeutet, dass eine Richtlinie nur rechtliche Mindeststandards festlegt. Die Mitgliedsstaaten können strengere Regelungen treffen. Für eine solche weitergehende Regelung in Deutschland spricht die Begründung zu den Vorgängervorschriften²⁶. Darin heißt es, dass „zumindest“ die Telefonnummer angegeben werden muss. Hieraus lässt sich der gesetzgeberische Wille ableiten, die Telefonnummer zur Pflichtangabe zu machen. Folglich muss die UG eine Telefonnummer in der Anbieterkennzeichnung angeben.

Der BGH braucht übrigens die Frage, ob die Telefonnummer im deutschen Recht eine Pflichtangabe ist, nicht mehr zu entscheiden. Die Kläger haben nach der Entscheidung des EuGH das Rechtsmittel zurückgenommen.

8. Muss die UG das Gewerbeamt angeben?

Diensteanbieter müssen nach § 5 Abs. 1 Nr. 3 TMG die zuständige Aufsichtsbehörde angeben, wenn die Tätigkeit des Diensteanbieters der behördlichen Zulassung bedarf. Mit der Aufsichtsbehörde sind nicht etwa die Aufsichtsbehörden für die Telemedien gemeint²⁷. Dies ergibt sich schon daraus, dass der Betrieb von Telemedien gemäß § 4 TMG zulassungsfrei ist. Mit der Aufsichtsbehörde ist vielmehr die Behörde für die berufliche oder sonstige Tätigkeit des Diensteanbieters gemeint.

Eine zulassungspflichtige Tätigkeit ist eine Tätigkeit, die nur bei einer vorherigen Zulassung durch eine Behörde ausgeübt werden darf²⁸. Den Begriff der zulassungspflichtigen Tätigkeit muss man gegenüber anmeldefreien und anzeigepflichtigen Tätigkeiten abgrenzen. Bei

²¹ EuGH, Urteil vom 16.10.2008 – C-298/07, NJW 2008, 3553 [Abs. 29] = JurPC Web-Dok. 163/2008 Abs. 29, URL: <http://www.jurpc.de/rechtspr/20080163.htm>.

²² B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 164 ff.; B. Lorenz VuR 2009, 295 [295 f.]; B. Lorenz WRP 2010, 1224 [1229].

²³ B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 161 ff.; Roßnagel/Brönneke, a. a. O., § 6 TDG Rdn. 51.

²⁴ Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8.6.2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“), ABl. 2000 Nr. L 178 S. 1, abrufbar unter <http://eur-lex.europa.eu>.

²⁵ Begründung EGG BT-Drs. 14/6098, 21, URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/14/060/1406098.pdf>; Begründung 6. RfäStV NRW LT-Drs. 13/2302, 65, URL: <http://www.landtag.nrw.de/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMD13-2302.pdf>; Grabitz/Hilf/Marly, Das Recht der Europäischen Union, 40. Ergl. 10/2009, Sekundärrecht Teil A4 Art. 5 Rdn. 8; B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 165 f.; B. Lorenz VuR 2009, 295 [296].

²⁶ Begründung EGG BT-Drs. 14/6098, 21, URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/14/060/1406098.pdf>; Begründung 6. RfäStV NRW LT-Drs. 13/2302, 66, URL: <http://www.landtag.nrw.de/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMD13-2302.pdf>.

²⁷ B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 174.

²⁸ B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 175 f.

anmeldefreien und anzeigepflichtigen Tätigkeiten braucht keine Aufsichtsbehörde angegeben zu werden. Der Betrieb eines Gewerbes ist nach § 14 Abs. 1 S. 1 GewO anzeigepflichtig. Eine vorherige Genehmigung für die Ausübung der Tätigkeit ist nur in den Fällen der §§ 30 ff. GewO erforderlich. Die UG übt mit dem Verkauf von Büchern, Musik und Filmen keine zulassungspflichtige Tätigkeit im Sinne dieser Vorschriften aus. Folglich braucht sie das Gewerbeamt in der Anbieterkennzeichnung nicht anzugeben.

9. Muss die UG das Handels- und das Gewerberegister angeben?

Diensteanbieter, die in das Handelsregister eingetragen sind, müssen gemäß § 5 Abs. 1 Nr. 4 TMG das Handelsregister angeben. Zur Angabe gehört die Angabe des entsprechenden Gerichts, das das Handelsregister führt, und die Angabe der Registernummer²⁹. Folglich muss die UG das entsprechende Registergericht (Amtsgericht Musterstadt) und die Registernummer (HRB 12345) angeben.

Die Frage, ob der Diensteanbieter auch das Gewerberegister angeben muss, ist umstritten. Eine Ansicht hält dies im Hinblick auf eine europarechtskonforme Auslegung für geboten³⁰. Es soll sich bei dem Gewerberegister um ein dem Handelsregister vergleichbares Register handeln. Nach zutreffender Auffassung braucht das Gewerberegister jedoch nicht angegeben zu werden³¹. Entsprechend der Begründung zur Vorgängervorschrift brauchen nur die ausdrücklich in § 5 Abs. 1 Nr. 4 TMG aufgezählten Register angegeben zu werden³². Das Gewerberegister ist kein mit dem Handelsregister vergleichbares Register. Das Gewerberegister dient primär der polizeilichen Gefahrenabwehr und nicht dem Rechtsverkehr. Folglich braucht die UG das Gewerberegister nicht anzugeben.

10. Muss die UG einen Verantwortlichen benennen?

Diensteanbieter müssen gemäß § 55 Abs. 2 S. 1 RStV für journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote einen Verantwortlichen benennen. Ein journalistisch-redaktionelles Angebot setzt eine an publizistischen Maßstäben orientierte Gestaltung

- 248 -

von Inhalten für die Öffentlichkeit voraus. Erforderlich ist ein Sammeln und Aufbereiten von unterschiedlichen Informationen und Meinungen, um als Ergebnis ein einheitliches Produkt für die öffentliche Meinungsbildung zu liefern³³. Zur journalistisch-redaktionellen Tätigkeit gehört es regelmäßig, dass sich der Redakteur Informationen aus verschiedenen Quellen beschafft und sich mit unterschiedlichen Meinungen argumentativ auseinandersetzt. Einzelne Meinungsäußerungen reichen dagegen für eine journalistisch-redaktionelle Tätigkeit nicht aus. Demnach stellt das Anpreisen von Produkten auf der Website der UG oder in dem Newsletter der UG keine journalistisch-redaktionelle Tätigkeit dar. Die Pflicht zur Benennung eines Verantwortlichen betrifft nach der Begründung zu der Vorschrift vielmehr die elektronische Presse³⁴. Die UG braucht keinen Verantwortlichen zu benennen.

²⁹ B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 190.

³⁰ Roßnagel/Brönneke, a. a. O., § 6 TDG Rdn. 21, 58; Spindler/Schmitz/Geis, a. a. O., § 6 TDG Rdn. 31; Spindler/Schuster/Micklitz/Schirmbacher, a. a. O., § 5 TMG Rdn. 54.

³¹ Heckmann/Heckmann, a. a. O., Kap. 4.2 Rdn. 254; B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 187 ff.; B. Lorenz WRP 2010, 1224 [1229].

³² Begründung EGG BT-Drs. 14/6098, 21, URL: <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/14/060/1406098.pdf>.

³³ OVG Nordrhein-Westfalen, Beschluss vom 19.3.2003 – 8 B 2567/02, NJW 2003, 2183 [2184] = JurPC Web-Dok. 126/2003 Abs. 9, URL: <http://www.jurpc.de/rechtspr/20030126.htm>; B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 82 m. w. N.; B. Lorenz K&R 2008, 340 [342]; B. Lorenz in Taeger/Wiebe, a. a. O., S. 63 [72].

³⁴ Begründung 9. RfäStV NRW LT-Drs. 14/3130, 29, URL: <http://www.landtag.nrw.de/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMD14-3130.pdf>.

11. Was ist bei der Gestaltung der Anbieterkennzeichnung zu beachten?

Die Anbieterkennzeichnung muss gemäß § 55 Abs. 1 RStV, § 5 Abs. 1 TMG leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein.

Unmittelbare Erreichbarkeit bedeutet nach der Begründung zu den Vorgängervorschriften, dass ohne langes Suchen eine Zugangsmöglichkeit zur Anbieterkennzeichnung bestehen muss³⁵. Davon ist nach der h. M. auszugehen, wenn eine Zugangsmöglichkeit zur Anbieterkennzeichnung ohne wesentliche Zwischenschritte besteht³⁶. Hierfür werden zwei Zwischenschritte als zulässig erachtet. Wenn man für die Anbieterkennzeichnung zunächst auf „Kontakt“ und dann auf „Impressum“ klicken muss, genügt dies einer unmittelbaren Erreichbarkeit.

Leicht erkennbar muss nicht nur die Anbieterkennzeichnung selbst, sondern auch der Link zur Anbieterkennzeichnung sein³⁷. Die Anbieterkennzeichnung und der Link zur Anbieterkennzeichnung müssen in optischer Hinsicht gut wahrnehmbar sein³⁸. In sprachlicher Hinsicht muss dabei ein Begriff gewählt werden, der die Anbieterkennzeichnung verständlich umschreibt. In Deutschland hat sich der Begriff „Impressum“ als Bezeichnung für die Anbieterkennzeichnung durchgesetzt³⁹. Die Frage, ob auch der Begriff „Kontakt“ diesen Anforderungen genügt, ist umstritten. Nach einer Ansicht ist der Begriff „Kontakt“ ungeeignet, weil er vielfach nur auf ein elektronisches Kontaktformular hinweisen würde⁴⁰. Nach zutreffender Ansicht genügt der Begriff „Kontakt“ einer leichten Erkennbarkeit, weil ein entsprechend bezeichneter Link auch auf Informationen zur Kontaktaufnahme wie die postalische Anschrift, E-Mail-Adresse oder Telefonnummer schließen lässt⁴¹.

12. Können Mitbewerber die UG bei einem Verstoß abmahnen?

Fraglich ist, ob eine Abmahnung durch Mitbewerber bei einer mangelhaften Anbieterkennzeichnung möglich ist. Unter einer wettbewerbsrechtlichen Abmahnung versteht man die Mitteilung eines Anspruchsberechtigten an einen Verletzer, dass sich der Verletzer durch eine genau bezeichnete Handlung wettbewerbswidrig verhalten habe, verbunden mit der Aufforderung, dieses Verhalten in Zukunft zu unterlassen und binnen einer bestimmten Frist eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abzugeben⁴². Die Abmahnung setzt also voraus, dass ein wettbewerbsrechtlicher Beseitigungs- bzw. Unterlassungsanspruch besteht.

³⁵ Begründung EGG BT-Drs. 14/6098, 21, URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/14/060/1406098.pdf>; Begründung 6. RfäStV NRW LT-Drs. 13/2302, 65, URL: <http://www.landtag.nrw.de/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMD13-2302.pdf>.

³⁶ BGH, Urteil vom 20.7.2006 – I ZR 228/03, JurPC Web-Dok. 123/2006 [Abs. 22], URL: <http://www.jurpc.de/rechtspr/20060123.htm>; B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 249 m. w. N.

³⁷ B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 217; Heckmann/Heckmann, a. a. O., Kap. 4.2 Rdn. 117.

³⁸ B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 217 ff. m. w. N.

³⁹ Heidrich/Forgó/Feldmann/Forgó/Schmieder, a. a. O., Kap. B. I. S. 9; B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 238; B. Lorenz JurPC Web-Dok. 29/2011 Abs. 4 f., URL: <http://www.jurpc.de/aufsatz/20110029.htm>.

⁴⁰ Roßnagel/Ukrow, a. a. O., § 10 MDStV Rdn. 66; Schaefer DuD 2003, 348 [352]; Woitke NJW 2003, 871 [872]; Woitke BB 2003, 2469 [2473].

⁴¹ BGH, Urteil vom 20.7.2006 – I ZR 228/03, NJW 2006, 3633 [Abs. 18 ff.] = JurPC Web-Dok. 123/2006 Abs. 18 ff., URL: <http://www.jurpc.de/rechtspr/20060123.htm>; Heidrich/Forgó/Feldmann/Forgó/Schmieder, a. a. O., Kap. B. I. S. 9; B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 239 f. m. w. N.

⁴² Begründung UWG BT-Drs. 15/1487, 25, URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/15/014/1501487.pdf>; Köhler/Bornkamm, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 30. Aufl. 2012, § 12 Rdn. 1.3.

a) Verstoß gegen Marktverhaltensregeln

Es kommt ein Beseitigungs- und Unterlassungsanspruch aus § 8 Abs. 1 S. 1, § 3 Abs. 1, 2, § 4 Nr. 11 UWG, § 55 Abs. 1, 2 RStV, § 5 TMG wegen eines Verstoßes gegen Marktverhaltensregeln in Betracht. Als Marktverhalten ist jede Tätigkeit auf einem Markt anzusehen, durch die ein Unternehmer auf die Mitbewerber, Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer einwirkt⁴³. Der BGH hat bereits zu den Vorgängervorschriften des § 5 Abs. 1 TMG entschieden, dass es sich um solche Marktverhaltensregeln handelt⁴⁴. § 55 Abs. 2 RStV stellt dagegen keine Marktverhaltensregel dar⁴⁵. Die Pflicht zur Benennung eines Verantwortlichen hat ausschließlich eine medienrechtliche Funktion.

Zu beachten ist das Verhältnis von § 4 Nr. 11 UWG zur Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-RL)⁴⁶. Die UGP-RL bezweckt eine vollständige Harmonisierung im Bereich des Wettbewerbsrechts⁴⁷. Eine Vollharmonisierung bedeutet, dass die Regelungen des UWG nicht hinter der UGP-RL zurückbleiben dürfen und nicht über die UGP-RL hinausgehen dürfen. Folglich ist § 4 Nr. 11 UWG nur dann auf wettbewerbsrechtliche Verstöße anwendbar, wenn die Informationspflich-

- 249 -

ten zur Anbieterkennzeichnung auf europäischem Recht beruhen. Die Regelungen in § 5 Abs. 1 TMG dienen bis auf die Angabe des Vertretungsberechtigten, der Wirtschafts-Identifikationsnummer und der Anbieterkennzeichnung bei Verteildiensten der Umsetzung von Art. 5 Abs. 1 ECRL und Art. 4 Abs. 3 PublizitätsRL⁴⁸. Somit stellt die fehlende Angabe eines Vertretungsberechtigten, der Wirtschafts-Identifikationsnummer oder eine fehlende Anbieterkennzeichnung in einem Newsletter keinen Verstoß gegen Marktverhaltensregeln dar⁴⁹. § 55 Abs. 1 RStV dient nicht der Umsetzung von europäischen Richtlinien, sodass ein Verstoß hiergegen keinen Verstoß gegen Marktverhaltensregeln begründet⁵⁰.

b) Irreführung

Ein Beseitigungs- und Unterlassungsanspruch könnte sich aus § 8 Abs. 1 S. 1, § 3 Abs. 1, 2, § 5 Abs. 1 S. 1, S. 2 Nr. 3 bzw. § 5a Abs. 2, Abs. 3 Nr. 2, Abs. 4 UWG wegen irreführenden bzw. unvollständigen Angaben zur Person des Diensteanbieters ergeben. Unwahre Angaben in der Anbieterkennzeichnung sind stets nach § 5 Abs. 1 S. 1, S. 2 Nr. 3 UWG unlauter. Es handelt sich hierbei um eine Täuschung über Angaben zur Person bzw. zu Eigenschaften des

⁴³ Köhler/Bornkamm, a. a. O., § 4 Rdn. 11.34.

⁴⁴ BGH, Urteil vom 20.7.2006 – I ZR 228/03, NJW 2006, 3633 [Abs. 15] = JurPC Web-Dok. 123/2006 Abs. 15, URL: <http://www.jurpc.de/rechtspr/20060123.htm>.

⁴⁵ B. Lorenz, Die Anbieterkennzeichnung im Internet, 2007, S. 311; B. Lorenz WRP 2010, 1224 [1226].

⁴⁶ Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11.5.2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken), ABl. 2005 Nr. L 149 S. 22, abrufbar unter <http://eur-lex.europa.eu>.

⁴⁷ Begründung Erstes UWG-ÄndG, BT-Drs. 16/10145, 10 f., URL: <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/16/101/1610145.pdf>; Köhler/Bornkamm, a. a. O., § 4 Rdn. 11.6a.

⁴⁸ Erste Richtlinie des Rates vom 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), geändert durch Richtlinie 2003/58/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15.7.2003 zur Änderung der Richtlinie 68/151/EWG des Rates 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>.

⁴⁹ B. Lorenz WRP 2010, 1224 [1226 f.].

⁵⁰ B. Lorenz WRP 2010, 1224 [1226 f.].

Diensteanbieters. Unvollständige Angaben sind nach § 5a Abs. 2 UWG nur dann unlauter, wenn es sich um Informationen handelt, die für die Entscheidungsfähigkeit von Verbrauchern wesentlich sind. Hierzu zählen gemäß § 5a Abs. 4 UWG sämtliche Informationen, die durch Art. 5 Abs. 1 ECRL oder durch Art. 4 Abs. 3 PublizitätsRL vorgegeben werden. Im Hinblick auf die angestrebte Vollharmonisierung gehören Angaben, mit denen der deutsche Gesetzgeber über die europäischen Vorgaben hinausgegangen ist, nicht dazu. Dies ist bei den Angaben zum Vertretungsberechtigten, zur Wirtschafts-Identifikationsnummer und zum Verantwortlichen und im Hinblick auf Verteildienste der Fall⁵¹.

c) Geschäftliche Relevanz

Umstritten ist die Frage, wann Verstöße gegen die Anbieterkennzeichnungspflicht geschäftlich relevant sind. Mit dem Kriterium der geschäftlichen Relevanz sollen bloße Bagatellverstöße ausgeschieden werden. Der Wettbewerbsverstoß muss die Interessen der Marktteilnehmer spürbar beeinträchtigen. Nach einer Auffassung stellt das Fehlen einzelner Angaben in der Anbieterkennzeichnung lediglich einen Bagatellverstoß dar⁵². Nach zutreffender Auffassung gibt es bei europarechtlich vorgeschriebenen Angaben in der Anbieterkennzeichnung keine Bagatellverstöße⁵³. Falsche oder fehlende Angaben in der Anbieterkennzeichnung sind grundsätzlich auch geschäftlich relevant. Nur bei einem unwesentlichen Schreibfehler, der den Wert der Information nicht mindert, liegt ein Bagatellverstoß vor.

d) Ergebnis

Falsche Angaben in der Anbieterkennzeichnung über die Person oder Eigenschaften des Diensteanbieters sind immer wettbewerbswidrig. Unvollständige Angaben sind nur dann unlauter, wenn die Informationspflichten auf der E-Commerce-Richtlinie bzw. der Publizitätsrichtlinie beruhen. Die fehlende Angabe des Vertretungsberechtigten, der Wirtschafts-Identifikationsnummer oder des Verantwortlichen ist nicht unlauter. Es ist auch nicht unlauter, wenn bei Verteildiensten eine Anbieterkennzeichnung fehlt. Die UG kann folglich nicht für die fehlende Angabe eines Vertretungsberechtigten, der Wirtschafts-Identifikationsnummer, eines Verantwortlichen oder für eine fehlende Anbieterkennzeichnung im Newsletter abgemahnt werden.

13. Kann die Aufsichtsbehörde bei einem Verstoß ein Bußgeld gegen die UG verhängen?

Verstöße gegen die Pflicht zur Anbieterkennzeichnung stellen nach § 49 Abs. 1 S. 2 Nr. 13, 14 RStV, § 16 Abs. 2 Nr. 1 TMG eine Ordnungswidrigkeit dar. Für Verstöße gegen die Pflicht zur Anbieterkennzeichnung kann die zuständige Aufsichtsbehörde⁵⁴ ein Bußgeld von bis zu 50.000 € verhängen.

⁵¹ B. Lorenz WRP 2010, 1224 [1227 f.].

⁵² LG Berlin, Urteil vom 31.8.2010 – 103 O 34/10, K&R 2010, 748; LG München I, Urteil vom 4.5.2010 – 33 O 14269/09, NJW-RR 2011, 195; Spindler/Schuster/Micklitz/Schirmbacher, a. a. O., § 5 TMG Rdn. 71 f.

⁵³ OLG Hamm, Urteil vom 2.4.2009 – 4 U 213/08, K&R 2009, 504 = MIR 2009, Dok. 156, URL: <http://miur.de/1998>; LG Hamburg, Urteil vom 19.8.2010 – 327 O 332/10, ZUM-RD 2011, 193; Klinger jurisPR-ITR 25/2010 Anm. 4; B. Lorenz WRP 2010, 1224 [1230 f.]; Ott VuR 2011, 342 [343].

⁵⁴ Übersicht über die Aufsichtsbehörden bei B. Lorenz JurPC Web-Dok. 171/2010 Abs. 4, URL: <http://www.jurpc.de/aufsatz/20100171.htm>.