

Manche Anbieterkennzeichnung gleicht einem Blinde-Kuh-Spiel und fällt vor Gericht durch

Nicht jeder Anbieter von Internetinhalten will seine Identität preisgeben. Diesen Eindruck gewinnt der Surfer zahlreicher gewerblicher Angebote.

Selbst große Internetportale wie <http://www.t-online.de> dürften mit den Anforderungen an die Pflichtangaben im Dunklen tappen. Bei einem spontanen Test konnte heute (am 01.04.2002) selbst ein erfahrener Internetnutzer die ladungsfähige Anschrift des Vorstandes von T-Online innerhalb von 5 min. nicht finden.

Mit dieser Unsitte beschäftigte sich im November 2002 auch das OLG Hamburg. Es stellte fest: Pflichtangaben müssen leicht erkennbar und für den Nutzer unmittelbar erreichbar sein, was insbesondere die optisch leichte Wahrnehmbarkeit der Informationen voraussetzt. Es sind übliche Bezeichnungen wie „Kontakt“, „Impressum“ etc. zu verwenden, die bei einer Bildschirmauflösung von 800 x 600 Pixeln ohne Scrollen vollständig erkennbar sein müssen.

Im konkreten Fall erläuterte das OLG Hamburg, die Bezeichnung „Backstage“, die erst nach Anklicken mehrerer Unterpunkte die Pflichtangaben preisgibt, sei als Anbieterkennzeichnung nicht ausreichend.

Inhalt der Pflichtangaben sind Name und konkrete Anschrift (kein Postfach), bei Firmen und juristischen Personen die vertretungsberechtigten Personen mit Vor- und Nachname und Funktion, Telefon, Emailadresse und wo vorhanden, die Umsatzsteuerident- sowie Handelsregister-Nummer und ein Link auf berufsrechtliche Vorschriften.

Sinn und Zweck der Angaben ist, bei Rechtsstreitigkeiten dem Anspruchsteller eine ladungsfähige Anschrift für die Zustellung einer Klage an die Hand zu geben. Deshalb ist die Nennung eines Webadministrators oder sonstigen Ansprechpartners nicht ausreichend.

Von Rechtsanwalt Michael

Mehr unter: <http://www.spinnenwerk.de/urheberrecht/>