

Der Bundesgerichtshof mit [Urteil vom 20.07.2006 - I ZR 228/03](#) hat nunmehr entschieden, dass ein fehlerhaftes Impressum wettbewerbswidrig sein kann.

## Urteil

**BGH, Urteil vom 20.07.06 – I ZR 228/03 (Impressum - Anbieterkennzeichnung - Pflichtinformationen bei Fernabsatzgeschäften - Widerrufsbelehrung)**

### Anbieterkennzeichnung im Internet

BGB § 312c Abs. 1 Satz 1; BGB-InfoV § 1 Abs. 1; MDSStV § 10 Abs. 2; TDG § 6; UKlaG § 2 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2; UWG §§ 3, 4 Nr. 11

a) Die Angabe einer Anbieterkennzeichnung bei einem Internetauftritt, die über zwei Links erreichbar ist (hier: die Links "Kontakt" und "Impressum"), kann den Voraussetzungen entsprechen, die an eine leichte Erkennbarkeit und unmittelbare Erreichbarkeit i.S. von § 6 TDG und § 10 Abs. 2 MDSStV zu stellen sind.

b) Um den Anforderungen des § 312c Abs. 1 Satz 1 BGB an eine klare und verständliche Zurverfügungstellung der Informationen i.S. von § 1 Abs. 1 BGB-InfoV im Internet zu genügen, ist es nicht erforderlich, dass die Angaben auf der Startseite bereitgehalten werden oder im Laufe eines Bestellvorgangs zwangsläufig aufgerufen werden müssen.

BGH, Urt. v. 20. Juli 2006 - I ZR 228/03 - OLG München LG München I

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 20. Juli 2006 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Ullmann und die Richter Prof. Dr. Bornkamm, Dr. Büscher, Dr. Schaffert und Dr. Bergmann für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 29. Zivilsenats des Oberlandesgerichts München vom 11. September 2003 wird auf Kosten der Klägerin zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Beklagte, eine GmbH, unterhält einen Internetauftritt, dessen Eingangsseite mit dem Titel "Ä. - Das Online-Magazin für Arzt und Patient" überschrieben und auszugsweise nachstehend wiedergegeben ist:

Unter der Rubrik "Leser-Service" können Zeitschriften, Bücher und Newsletter mit einem Online-Bestellformular über das Internet bestellt werden.

Die Firma, die Vertretungsverhältnisse, die Handelsregistereintragung und die Anschrift der Beklagten sind nicht auf der Interneteingangsseite und dem Bestellformular angegeben. Diese Informationen erhält der Nutzer durch einen Klick auf den in der linken Navigationsspalte befindlichen Link "Kontakt" und durch Anklicken des weiteren Links "Impressum" auf der sich anschließend öffnenden Internetseite. Diese Seite weist in gleicher Weise hervorgehoben die weiteren Links auf: "Ä.-Redaktion", "Vertrieb/Abos", "Anzeigenverkauf", "Pharmakommunikation", "Der Verlag R. " und "Ihr Weg zu uns".

Die Klägerin, die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, hat geltend gemacht, die Anbieterkennzeichnung auf der Homepage der Beklagten genüge nicht den gesetzlichen Anforderungen. Die notwendigen Angaben, zu denen der Nutzer über den Link "Kontakt" und den weiteren Link "Impressum" gelange, seien nicht leicht erkennbar und unmittelbar erreichbar.

Die Klägerin hat - soweit für die Revisionsinstanz noch von Bedeutung - beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, in dem Internetportal [www.ae.de](http://www.ae.de) Online-Bestellungen für Zeitschriften und Bücher anzubieten, wenn hierbei die Angaben zu ihrem Namen, ihrer Anschrift (Straßenadresse), ihren Vertretungsberechtigten, das Handelsregister, in das die Beklagte eingetragen ist, und die entsprechende Registernummer nur indirekt über den Link "Kontakt" und dort über den weiteren Link "Impressum" zur Verfügung gestellt werden.

Die Beklagte ist der Klage entgegengetreten.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß verurteilt. Auf die Berufung der Beklagten hat das Berufungsgericht den Antrag der Klägerin abgewiesen (OLG München NJW-RR 2004, 913).

Dagegen richtet sich die vom Berufungsgericht zugelassene Revision der Klägerin, mit der diese die Verurteilung der Beklagten weiterverfolgt. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat den Unterlassungsanspruch der Klägerin als unbegründet angesehen. Dazu hat es ausgeführt:

Der Unterlassungsanspruch sei nicht nach § 2 Abs. 1 und Abs. 2 Nr. 2 UKlaG i.V. mit § 6 Satz 1 TDG oder § 10 Abs. 2 Satz 1 des Mediendienste-Staatsvertrags (MDStV) gegeben. Im Hinblick auf die Übereinstimmungen zwischen § 6 TDG und § 10 Abs. 2 MDStV könne offen bleiben, ob es sich bei dem kommerziellen Internetangebot der Beklagten um geschäftsmäßige Teledienste nach § 2 TDG oder um geschäftsmäßige Mediendienste nach § 2 MDStV handle. Die Anbieterkennzeichnung des Internetauftritts der Beklagten genüge den Transparenzanforderungen nach § 6 Satz 1 TDG und § 10 Abs. 2 Satz 1 MDStV. Danach müssten die notwendigen Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein. Das sei bei der über die Links "Kontakt" und "Impressum" erreichbaren Anbieterkennzeichnung der Beklagten der Fall. Bei Tele- und Mediendiensten hätten sich im Verkehr die Bezeichnungen "Kontakt" und "Impressum" durchgesetzt, um den Nutzer auf die Angaben zur Person des Anbieters hinzuweisen. Durchschnittlich informierte Nutzer des Internets verstünden diese Bezeichnungen als Hinweis auf die Informationen zur Anbieterkennzeichnung. Diese seien auch unmittelbar erreichbar. Es seien nicht mehr als zwei Schritte nötig, um zu den Angaben zu gelangen, was für eine unmittelbare Erreichbarkeit noch genüge.

Der auf § 312c Abs. 1 Satz 1 BGB i.V. mit § 1 Abs. 1 BGB-InfoV gestützte Unterlassungsanspruch sei ebenfalls nicht begründet, soweit er dort geregelte Informationspflichten betreffe. Zwar handle es sich bei diesen Vorschriften um Verbraucherschutzgesetze i.S. von § 2 Abs. 1 und Abs. 2 Nr. 1 UKlaG, nämlich um Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuchs für Fernabsatzverträge zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher. Der Internetauftritt der Beklagten ziele auf den Abschluss von Fernabsatzverträgen mit Verbrauchern i.S. des § 13 BGB im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebssystems. Das Internetangebot der Beklagten müsse deshalb dem Transparenzgebot des § 312c Abs. 1 Satz 1 BGB genügen, was der Fall sei. Der Verbraucher werde klar und verständlich informiert.

Soweit die Klägerin in der Berufungsinstanz geltend gemacht habe, es seien drei Schritte erforderlich, um zur Anbieterkennzeichnung zu gelangen, weil nach dem Anklicken des Links "Kontakt" zunächst ein Scrollen der anschließend geöffneten Internetseite erforderlich sei, um zu dem weiteren Link "Impressum" zu gelangen, werde diese Verletzungshandlung von dem Unterlassungsantrag verfehlt, der ausschließlich auf den doppelten Link abstelle.

II. Diese Ausführungen halten der rechtlichen Nachprüfung stand.

1. Der Klägerin steht gegen die Beklagte kein Unterlassungsanspruch nach § 8 Abs. 1 Satz 1, §§ 3, 4 Nr. 11 UWG i.V. mit § 6 TDG und § 10 Abs. 2 MDStV zu.

a) Nach § 4 Nr. 11 UWG handelt derjenige unlauter i.S. des § 3 UWG, der einer gesetzlichen Vorschrift zuwider handelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. Zu den Vorschriften, die im Interesse der Marktteilnehmer, insbesondere der Verbraucher, auch das Verhalten von Unternehmen bestimmen, zählen § 6 TDG und § 10 Abs. 2 MDStV. Die Vorschriften dienen der Umsetzung des Art. 5 der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt (ABl. Nr. L 178, S. 1). Sie sehen nähere Angaben zur Anbieterkennzeichnung im Interesse des Verbraucherschutzes vor (vgl. Begr. zum Regierungsentwurf eines Gesetzes über rechtliche Rahmenbedingungen für den elektronischen Geschäftsverkehr [Elektronischer Geschäftsverkehr-Gesetz-EGG] BT-Drucks. 14/6098, S. 21; Erwägungsgrund Nr. 10 der Richtlinie 2000/31/EG). Als Bestimmungen, die die Informationspflichten zur Anbieterkennzeichnung regeln, kommt ihnen als Verbraucherschutzvorschriften eine auf die Lauterkeit des Wettbewerbs bezogene Schutzfunktion zu (OLG Frankfurt MMR 2001, 529, 530; OLG Hamburg GRUR-RR 2003, 92, 93; Fezer/Hoeren, UWG, § 4-S13 Rdn. 77; Harte/Henning/v. Jagow, UWG, § 4 Nr. 11 Rdn. 128; Köhler in Hefermehl/Köhler/ Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 24. Aufl., § 4 UWG Rdn. 11.168 f.).

b) Die Beklagte verstößt mit der Anbieterkennzeichnung in der von der Klägerin angegriffenen Form jedoch nicht gegen das in § 6 TDG und § 10 Abs. 2 MDStV enthaltene Gebot, die in den Vorschriften angeführten Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten (Transparenzgebot). Es kann daher offen bleiben, ob im Streitfall auf das Angebot der Beklagten die Vorschrift des § 6 TDG oder der wortgleiche § 10 Abs. 2 MDStV anwendbar ist.

Das Berufungsgericht hat angenommen, die über den Link "Kontakt" und den weiteren Link "Impressum" erreichbare Anbieterkennzeichnung genüge dem Transparenzgebot nach § 6 Satz 1 TDG und § 10 Abs. 2 Satz 1 MDStV. Im Verkehr hätten sich die Bezeichnungen "Kontakt" oder "Impressum" durchgesetzt, um auf die Angaben über die Person des Anbieters hinzuweisen.

aa) Dagegen wendet sich die Revision ohne Erfolg mit der Begründung, es fehle an der erforderlichen leichten Erkennbarkeit der Informationen zur Identifizierung der Beklagten, weil die Begriffe "Kontakt" und

"Impressum" nicht eindeutig seien. Der Begriff "Kontakt" könne auch als sogenannter "Mailto-Link" angesehen werden und die Bezeichnung "Impressum" als Link zu Angaben über die für die Website verantwortlichen Personen und nicht über die Informationen zu Gesellschaftsform, Handelsregistereintrag und Umsatzsteueridentifikationsnummer des Anbieters.

(1) Zweck der Informationspflichten über Identität, Anschrift, Vertretungsberechtigten und Handelsregistereintragung ist es, dass der Unternehmer den Verbraucher klar und unmissverständlich darauf hinweist, mit wem er in geschäftlichen Kontakt tritt. Die erforderlichen Informationen müssen deshalb u.a. leicht erkennbar sein. Befinden sich die erforderlichen Angaben nicht auf der Startseite, gehört hierzu, dass der Anbieter für weiterführende Links Bezeichnungen wählt, die verständlich sind und sich dem Nutzer ohne weiteres erschließen. Diesen Anforderungen genügen die Begriffe "Kontakt" und "Impressum".

Das Berufungsgericht hat festgestellt, dem durchschnittlich informierten Nutzer des Internets sei mittlerweile bekannt, dass mit den Begriffen "Kontakt" und "Impressum" Links bezeichnet würden, über die der Nutzer zu einer Internetseite mit den Angaben zur Anbieterkennzeichnung gelange (ebenso OLG Hamburg GRUR-RR 2003, 92; Fezer/Mankowski aaO § 4-S12 Rdn. 154; Fezer/Hoeren aaO § 4-S13 Rdn. 46; Wolters, DuD 1999, 633, 634; Kaestner/ Tews, WRP 2002, 1011, 1015; Ott, WRP 2003, 945, 949; Hoß, CR 2003, 687, 689; Brunst, MMR 2004, 8, 13; Hoffmann, NJW 2004, 2569, 2570; Franosch, NJW 2004, 3155, 3156; a.A. OLG Karlsruhe WRP 2002, 849, 850; Voitke, NJW 2003, 871, 872; Schaefer, DuD 2003, 348, 352). Haben sich im Internetverkehr aber die Begriffe "Kontakt" und "Impressum" zur Bezeichnung von Links durchgesetzt, die zur Anbieterkennzeichnung führen und ist dies dem durchschnittlichen Nutzer bekannt, sind die Anbieterinformationen auch leicht erkennbar dargestellt.

(2) Diesem Ergebnis steht nicht entgegen, dass die Bezeichnung "Kontakt" bei manchen Anbietern zu einem E-Mail-Formular (sogenannter Mail-to-Link) führt, das eine Kontaktaufnahme mit dem Anbieter ermöglicht. Diese ebenfalls praktizierte Verfahrensweise schließt nicht aus, dass der Nutzer, wenn ihm der Link "Kontakt" auf der Internetseite begegnet, unschwer erkennt, dass er über diesen Link zu Angaben über die Anbieterkennzeichnung gelangen kann. Denn auf der Startseite der Beklagten kommt von den dort angebrachten Links ausschließlich der Link "Kontakt" als Bezeichnung in Betracht, die zur Anbieterkennzeichnung führt. Der durchschnittlich informierte Nutzer des Internets, der auf der Startseite keine andere auf die Anbieterkennzeichnung hinweisende Verknüpfung findet, wird deshalb ohne weiteres annehmen, dass er über den Link "Kontakt" zu den Informationen über den Anbieter gelenkt wird.

bb) Die Anbieterkennzeichnung der Beklagten ist über den Link "Kontakt" und den weiteren Link "Impressum" auch unmittelbar erreichbar. Davon ist auszugehen, wenn die erforderliche Information ohne wesentliche Zwischenschritte aufgerufen werden kann (OLG Hamburg GRUR-RR 2003, 92; Fezer/Mankowski aaO § 4-S12 Rdn. 155; Hoenicke/Hülsdunk, MMR 2002, 415, 417). Die Angaben müssen ohne langes Suchen auffindbar sein (vgl. Begr. zum Regierungsentwurf eines Gesetzes über rechtliche Rahmenbedingungen für den elektronischen Geschäftsverkehr, BT-Drucks. 14/6098, S. 21).

(1) Eine unmittelbare Erreichbarkeit scheidet nicht daran, dass der Nutzer nicht schon in einem Schritt, sondern erst in zwei Schritten zu den benötigten Informationen gelangt (vgl. Fezer/Mankowski aaO § 4-S12 Rdn. 155; Fezer/Hoeren aaO § 4-S13 Rdn. 40 f.; Kaestner/Tews, WRP 2002, 1011, 1016; Ott, WRP 2003, 945, 948; a.A. Hoenike/Hülsdunk, MMR 2002, 415, 417; Voitke, NJW 2003, 871, 873). Das Erreichen einer Internetseite über zwei Links erfordert regelmäßig kein langes Suchen.

Diesen Anforderungen genügt der Internetauftritt der Beklagten. Ein langes Suchen ist, anders als die Revision meint, nicht wegen der konkreten Gestaltung der Homepage der Beklagten erforderlich, die neben dem Link "Kontakt" weitere Links enthält. Der Link "Kontakt" befindet sich deutlich abgesetzt in der linken sogenannten Navigationsspalte, in der die einzelnen Links übersichtlich angeordnet sind.

(2) Ohne Erfolg macht die Revision geltend, auf der sich nach Anklicken des Links "Kontakt" öffnenden Internetseite werde das Auffinden des dort angebrachten Links "Impressum" als Wegweiser zu den Anbieterinformationen dadurch erschwert, dass dort weitere Links aufgeführt seien, hinter denen der Nutzer die entsprechenden Informationen ebenfalls vermuten könne ("Ä.- Redaktion", "Der Verlag R. ", "Ihr Weg zu uns"). Zwar kann das Anbringen verschiedener Links die unmittelbare Erreichbarkeit beeinträchtigen, wenn der Nutzer zwischen ihnen erst eine Auswahl treffen oder mehrere Links anklicken muss, weil sie nicht eindeutig sind (vgl. OLG München MMR 2004, 321, 322).

Im Streitfall wird die Anbringung mehrerer Links neben der Bezeichnung "Impressum" auf der zweiten Internetseite, die sämtlich auf die Anbieterkennzeichnung hinweisen, vom Klageantrag jedoch nicht erfasst. Die Klägerin hat eine Mehrdeutigkeit der Links auf der Internetseite, die sich nach dem Anklicken des Links "Kontakt" öffnet, in den Tatsacheninstanzen nicht geltend gemacht, sondern sich hierauf erstmals in der Revisionsinstanz berufen. Entsprechend hat die Beklagte nicht dazu vorgetragen und das Berufungsgericht keine Feststellungen zu der Frage getroffen, welche Angaben dem Nutzer angeboten werden, wenn die anderen Links angeklickt werden.

(3) Zu Unrecht beruft die Revision sich zur Begründung ihres Standpunkts, die Anbieterkennzeichnung der Beklagten sei nicht unmittelbar erreichbar, darauf, die sich nach dem Anklicken des Links "Kontakt" öffnende Internetseite sei derart unübersichtlich gestaltet, dass die Beklagte selbst es übersehen habe, dass der Link "Impressum" auf dieser Seite nicht nur am Ende, sondern auch in der Navigationsspalte angebracht sei. Der Vortrag der Revision entspricht nicht der Aktenlage. Die Beklagte hat die Anbringung des Links "Impressum" in ihrer Internetseite nicht falsch dargestellt.

2. Ein Unterlassungsanspruch nach § 2 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2 UKlaG i.V. mit § 6 TDG und § 10 Abs. 2 MDStV steht der Klägerin danach ebenfalls nicht zu.

3. Die Klägerin kann den geltend gemachten Unterlassungsanspruch auch nicht aus § 8 Abs. 1 Satz 1, §§ 3, 4 Nr. 11 UWG i.V. mit § 312c Abs. 1 Satz 1 BGB, § 1 Abs. 1 BGB-InfoV und § 2 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 UKlaG i.V. mit § 312c Abs. 1 Satz 1, § 1 Abs. 1 BGB-InfoV herleiten.

a) Zwar handelt es sich bei § 312c Abs. 1 Satz 1 BGB, der Unterrichtungspflichten des Unternehmers bei Fernabsatzverträgen regelt, um eine Verbraucherschutzvorschrift, die das Marktverhalten von Unternehmern im Interesse der Marktteilnehmer bestimmt (vgl. OLG Hamm MMR 2005, 540, 541; Köhler in Hefermehl/Köhler/Bornkamm aaO § 4 UWG Rdn. 11.163; vgl. auch Fezer/Mankowski aaO § 4-S12 Rdn. 180).

b) Ein Verstoß gegen die Unterrichtungspflichten nach § 312c Abs. 1 Satz 1 BGB i.V. mit § 1 Abs. 1 BGB-InfoV ist im Streitfall jedoch nicht gegeben.

Die Bestimmung des § 312c Abs. 1 BGB dient der Umsetzung von Art. 4 der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 1997 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz (ABl. EG Nr. L 144, S. 19). Nach § 312c Abs. 1 Satz 1 BGB hat der Unternehmer dem Verbraucher rechtzeitig vor Abgabe von dessen Vertragserklärung in einer dem eingesetzten Fernkommunikationsmittel entsprechenden Weise klar und verständlich und unter Angabe des geschäftlichen Zwecks die Informationen zur Verfügung zu stellen, die in der Verordnung über Informations- und Nachweispflichten nach bürgerlichem Recht (BGB-Informationspflichten-Verordnung - BGB-InfoV) bestimmt sind.

Zu Recht hat das Berufungsgericht angenommen, dass die von der Beklagten über den Link "Kontakt" und den weiteren Link "Impressum" abrufbaren Informationen dem Verbraucher in einer dem Telekommunikationsmittel Internet entsprechenden Weise klar und verständlich i.S. von § 312c Abs. 1 Satz 1 BGB zur Verfügung gestellt werden. Dazu genügt das Bereithalten der zur Identifikation des Anbieters erforderlichen Informationen auf einer Internetseite, die über zwei Links erreicht werden kann (vgl. Palandt/Grüneberg, BGB, 65. Aufl., § 312c Rdn. 2), wenn diese Verfahrensweise und die entsprechenden Links im Verkehr zum Abruf der Informationen bekannt sind. Davon ist vorliegend auszugehen, wenn nach den Feststellungen des Berufungsgerichts sich die Angabe von Informationen zur Identifikation des Anbieters unter den Links "Kontakt" und "Impressum" durchgesetzt hat und dies den Nutzern bekannt ist.

Dass die in § 312c Abs. 1 Satz 1 BGB i.V. mit § 1 Abs. 1 BGB-InfoV angeführten Informationen im Online-Bestellformular aufgelistet sein oder im Laufe eines Bestellvorgangs zwangsweise aufgerufen werden müssen, ist weder dem Wortlaut noch Sinn und Zweck der Vorschriften zu entnehmen. Eine bestimmte Stelle, an der die Informationen zu erteilen sind, ist im Gesetz nicht vorgeschrieben. Erforderlich ist allein eine klare und verständliche Information, nicht mehr und nicht weniger. Danach kann es - wie im Streitfall - ausreichen, dass die nach § 1 Abs. 1 Nr. 1 BGB-InfoV erforderlichen Angaben mittels eines Links vom Verbraucher aufgerufen werden können (Aigner/Hofmann, Fernabsatzrecht im Internet Rdn. 284, 287; Härting, Fernabsatzgesetz, § 2 Rdn. 63; Wilmer in Wilmer/Hahn, Fernabsatzrecht, § 312c BGB Rdn. 13; Kamanabrou, WM 2000, 1418, 1422; Steins, MMR 2001, 530, 531; Horn, MMR 2002, 209, 212; Hoenike/Hülsdunk, MMR 2002, 415, 417; Ott, WRP 2003, 945, 952; Palandt/Grüneberg aaO § 312c Rdn. 2; Fezer/Mankowski aaO § 4-S12 Rdn. 181 und 188; enger MünchKomm.BGB/Wendehorst, 4. Aufl., Bd. 2a, § 312c Rdn. 30; a.A. OLG Frankfurt MMR 2001, 529; OLG Karlsruhe WRP 2002, 849, 850; Erman/Saenger, BGB, 11. Aufl., § 312c Rdn. 25).

Eines von der Revision angeregten Vorabentscheidungsersuchens an den Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften bedarf es im vorliegenden Fall nicht. Es ist nicht Aufgabe des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften zu entscheiden, welche Anforderungen im Einzelfall dem Transparenzgebot der Richtlinien 2000/31/EG und 97/7/EG genügen.

III. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.