

Impressumpflicht auf für Anbieter aus Nicht-EU-Staaten

20.03.2014 – Gewerblicher Rechtsschutz, IT- und Onlinerecht, Kanzlei

OLG Hamm: Urteil vom 17.12.2013

Das OLG Hamm hat in einem Urteil vom 17. Dezember 2013 (Az.: I-4 U 100/13) entschieden, dass bei einer auf deutsche Verbraucher zielenden und in Deutschland abrufbaren Werbung der Anbieter aus einem Nicht-EU-Staat grundsätzlich verpflichtet ist, eine Anbieterkennzeichnung vorzunehmen, die den Anforderungen des § 5 Abs. 1 TMG genügt. Dabei tritt das OLG der Vorinstanz (LG Siegen, U. v. 09.07.2013, Az.: 2 O 36/13) mit klaren Worten entgegen.

Die Klägerin, die u.a. Kreuzfahrten in Ägypten anbietet, verlangte vom Beklagten, einem Internetprovider, der in dieser Eigenschaft bis Mitte 2012 die streitgegenständliche Domain betreute, die Abgabe einer Unterlassungserklärung und Kostenersatz. Die Webseite des Beklagten soll ein vermeintlich fehlerhaftes Impressum aufgewiesen haben. Der Beklagte wies die Ansprüche mit der Begründung zurück, er sei gar nicht bzw. nur zeitweilig Inhaber der Domain gewesen und komme lediglich als Serviceprovider des Betreibers der Webseite in Betracht. Des Weiteren bezweifelte er, ob ein in Ägypten ansässiger Reiseanbieter überhaupt verpflichtet sei, die Anforderungen des § 5 TMG zu erfüllen.

Wenngleich ein Unterlassungs- bzw. Schadensersatzanspruch scheitert, da der Beklagte weder Täter oder Teilnehmer einer Wettbewerbsrechtsverletzung sei oder als Störer oder Verkehrssicherungspflichtiger in Anspruch genommen werden könnte, gelten die deutschen verbraucherschützenden Informationspflichten auch für einen ägyptischen Anbieter. Als Begründung verweist das Gericht insbesondere darauf, dass es sich im vorliegenden Fall um eine wettbewerbsrechtliche Streitigkeit handelt und es daher auf den in Bezug genommenen Markt und nicht auf das Vertragsstatut ankomme. Bei solchen Wettbewerbshandlungen gilt folglich das Marktortprinzip (vgl. Art. 6 Abs. 1 der Rom-II-VO). Im Ergebnis ist damit das Recht des Ortes anwendbar, an dem die Marktinteressen der Konkurrenten oder die Interessen der Verbraucher beeinträchtigt werden können. Bei einer auf deutsche Verbraucher zielenden und in Deutschland abrufbaren Werbung ist daher deutsches Recht anzuwenden. Dies gehe insbesondere daraus hervor, dass die Webseite in deutscher Sprache gestaltet war.

Der Unterlassungsanspruch wurde zudem auch deshalb verneint, da die Klägerin nicht substantiiert darlegen konnte, dass die Anbieterin tatsächlich die Möglichkeit hatte, das Impressum vollständig anzugeben. Es blieb hier bereits unklar, ob es überhaupt eine Registerpflicht und eine Umsatzsteuerregisternummer in Ägypten gibt. Es war fraglich, ob solche Angaben im Impressum faktisch möglich sind. Bestehen solche Pflichten nicht, so können diese Angaben auch nicht gefordert werden. Auch bezüglich der Postanschrift ist die generelle Anwendbarkeit von § 5 TMG eher zweifelhaft, da dazu bekannt sein müsste, welche Adressangaben in Ägypten üblich sind.



Die Pflichten zur Anbieterkennung treffen ausschließlich den Anbieter, nicht jedoch den Beklagten, der lediglich zeitweise als Domain-Inhaber registriert war. Für das OLG ist allein daran nicht erkennbar, dass er dadurch vorsätzlich Hilfe zur Pflichtverletzung geleistet hatte und damit Täter eines Wettbewerbsverstoßes war. Eine Haftung wegen einer pflichtwidrigen Unterlassung (§ 3 Abs. 1 UWG) scheidet ebenfalls aus, da das Zurverfügungstellen einer Do-main allein keinen so gravierenden Beitrag darstellt. Eine etwaige Handlungspflicht des Beklagten könnte sich nur ab Kenntnis einer klaren konkreten Verletzung eines Rechtsguts von hoher Bedeutung ergeben. Diese Pflicht würde er verletzen, wenn daraufhin das Ange-bot nicht unverzüglich gesperrt wird.

Rückfragen & weitere Informationen:

Ulrich Hauk, Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz, E-Mail: hauk@maslaton.de
Tel.: 0341/149500, Internet: www.maslaton.de