

CF NEWSLETTER

WIRTSCHAFTSRECHT



16. MÄRZ 2023

IMPRESSUM – UNTERSCHÄTZTE INFORMATIONSFÄHIGKEIT

VON STANDARDFEHLERN BIS HIN ZU
AUSWIRKUNGEN AUF MARKENRECHTE
UND CORPORATE IDENTITY

Immer wieder müssen wir bei der Betreuung unserer Mandate feststellen, dass essenziellen Rechtstexten im E-Commerce und weiteren Online-Präsenzen nicht die gebotene Aufmerksamkeit entgegengebracht wird und Pflichtangaben wie u.a. das Impressum eher als unnötig zeit- und kostenaufwendig gesehen werden. Anstatt in die rechtliche Pflege werden vorhandene Kapazitäten meistens lieber in das Marketing gesteckt.

CHRISTIAN STADLER

Rechtsanwalt, Europajurist
Fachanwalt für gewerblichen
Rechtsschutz

christian.stadler@cornea-franz.de
Telefon: 0931 35939-0



IMPRESSUM

– UNTERSCHÄTZTE INFORMATIONSFLÄCHE – VON STANDARDFEHLERN BIS HIN ZU AUSWIRKUNGEN AUF MARKENRECHTE UND CORPORATE IDENTITY

I. HINTERGRUND

Immer wieder müssen wir bei der Betreuung unserer Mandate feststellen, dass essenziellen Rechtstexten im E-Commerce und weiteren Online-Präsenzen nicht die gebotene Aufmerksamkeit entgegengebracht wird und Pflichtangaben wie u.a. das Impressum eher als unnötig zeit- und kostenaufwendig gesehen werden. Anstatt in die rechtliche Pflege werden vorhandene Kapazitäten meistens lieber in das Marketing gesteckt. Dass das Impressum ein nicht unwesentlicher Baustein für das Marketing ist, ist hierbei oftmals nicht bekannt. Mit diesem Newsletter möchten wir daher sensibilisieren und einmal dem Impressum diejenige Aufmerksamkeit widmen, welche es verdient. Denn neben kostenträchtigen Abmahnungen von Verbänden und Mitbewerbern können ein fehlerhaftes oder auch schlecht durchdachtes Impressum und damit verbundene Folgefragen eine leicht zu vermeidende markenrechtliche Haftung mit sich bringen oder der anvisierten Corporate Identity zuwiderlaufen.

II. STANDARDFEHLER

Unter Anführung einschlägiger Rechtsprechung möchten wir Ihnen mit diesem Newsletter einige Standardfehler aufzeigen, welche sich regelmäßig in den von uns überprüften Impressen finden.

a) **Bezeichnung eines Einzelunternehmers als „Geschäftsführer“**

Nach dem OLG München (Urteil v. 14.11.2013, 6 U 1888/13) ist eine Falschbezeichnung als „Geschäftsführer“ ein spürbarer Wettbewerbsverstoß gemäß §§3 Abs. 1, 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 3, 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG, §5 Abs. 1 Nr. 1 TMG.

b) **Fehlende Rechtsform**

Der BGH hat bereits mit Urteil v. 18.4.2013, I ZR 180/12, klargestellt, dass die Rechtsform gemäß §5a Abs. 3 Nr. 2 UWG zwingend anzugeben ist.

c) Fehlender Rechtsformzusatz

Auch geklärt ist mittlerweile, dass ein eingetragener Kaufmann seinen Rechtsformzusatz „e.K.“ angeben muss (BGH, Urteil v. 18.10.2017, I ZR 84/16).

d) Fehlendes Registergericht / Handelsregisternummer

Selbiges gilt für die Angabe des Registergerichts bzw. der Handelsregisternummer (OLG Hamm, Beschluss v. 13.3.2008, I-4 U 192/07 und Urteil v. 2.4.2009, 4 U 213/08; OLG Hamburg, Beschluss v. 3.4.2007, 3 W 64/07; LG Bonn, Urteil v. 22.12.2009, 11 O 92/09; KG Berlin, Urteil v. 6.12.2011, 5 U 144/10).

e) Postfach statt geografischer Anschrift

Wird anstatt der geografischen Anschrift ein Postfach im Impressum angegeben genügt das nach Ansicht des LG München I (Urteil v. 19.11.2013, 33 O 9802/13) und des LG Traunstein (Urteil v. 22.7.2016, 1 HKO 168/16) nicht den Anforderungen des § 5 TMG.

f) „Virtual Office“

Dasselbe gilt laut OLG München (Urteil v. 19.10.2017, 29 U 8/17) bei der Angabe nur eines „Virtual Office“ zur alleinigen Postweiterleitung ohne Räumlichkeiten.

Der BGH hat allerdings mit Urteil v. 28.6.2018, I ZR 257/16, entschieden, dass bei juristischen Personen des Privatrechts als ladungsfähige Anschrift die Angabe der im Handelsregister eingetragenen Geschäftsanschrift genügt, sofern dort gemäß §170 Abs. 2 ZPO Zustellungen an das Organ als gesetzlichen Vertreter der juristischen Person oder den rechtsgeschäftlich bestellten Vertreter im Sinne von §171 ZPO bewirkt werden können.

g) Umsatzsteueridentifikationsnummer

Unterschiedlicher Auffassung sind die Instanzgerichte bei der USt-ID-Nr. Während das LG München I (Urteil v. 4.5.2010, 33 O 14269/09) und das LG Berlin (Urteil v. 31.8.2010, 103 O 34/10) bei deren Fehlen zwar eine Verletzung der Kennzeichnungspflicht nach § 5 TMG, jedoch mangels Spürbarkeit keinen Wettbewerbsverstoß sehen, so stellt dies nach Ansicht des OLG Hamm (Urteil v. 2.4.2009, 4 U 213/08) eine spürbare und abmahnfähige Beeinträchtigung des Wettbewerbs dar.

h) Aufsichtsbehörde

Unterliegt Ihre unternehmerische Tätigkeit einer behördlichen Aufsicht, ist die zuständige Behörde im Impressum aufzuführen. Hierzu hat die Frage Bagatelle oder nicht einen Wandel in der instanzgerichtlichen Rechtsprechung erfahren (OLG Koblenz, Urteil v. 25.4.2006, 4 U 1587/04; LG München I, Urteil v. 3.9.2008, 33 O 23089/07; LG Leipzig, Urteil v. 12.6.2014, 05 O 848/13).

i) OS-Plattform

Gegenstand zahlreicher Abmahnung ist auch immer wieder ein fehlender oder inaktiver Link zu der sog. „OS-Plattform“ (LG Bochum, Beschluss v. 9.2.2016, I-14 O 21/16; LG Traunstein, Urteil v. 20.4.2016, 1 HK o 1019/16; LG Hamburg, Beschluss v. 7.6.2016, 315 O 189/16; OLG München, Urteil v. 22.9.2016, 29 U 2498/16; OLG Hamm, Beschluss v. 3.8.2017, 4 U 50/17).

j) Unzutreffender Disclaimer

Sehr viele Impresen sind mit zahlreichen Disclaimern versehen. Nicht nur, dass diese alleine überhaupt nichts bringen, wenn der Webauftritt nicht auch entsprechend gelebt wird; das LG Arnberg sieht hierin sogar einen abmahnbaren Verstoß (Urteil v. 3.9.2015, I-8 O 63/15).

III. WEITERE FUNKTIONEN DES IMPRESSUMS

Neben einer Informationsfläche für Pflichtangaben wird das Impressum von verständigen Marketingabteilungen jedoch auch zur Ergänzung und Absicherung des Markenauftritts genutzt. Die stets zunehmende Anzahl von Social-Media-Profilen führt vermehrt zu undurchsichtigen Verlinkungen und Verknüpfungen von Unternehmenspräsenzen, wobei oftmals Geschäftspartner oder andere Dritte (meist ohne Absicht) Webpräsenzen erstellen, deren eindeutige Zuordnung dem Endkunden schwer fällt. Neben der Verwirrung eines einzelnen

Kunden kann es hierbei auch zu markenrechtlichen Haftungsfragen bei Drittverschulden kommen.

Hierbei spielt eine Verknüpfung von Impressum und geistigem Eigentum eine wesentliche Rolle für eine durchdachte und kontrollierbare Corporate Identity. Eine zeitraubende Bekämpfung von unberechtigten Social-Media-Profilen gestaltet sich – vor allem im internationalen Feld – als schwierig. Möglichkeiten für eine Steuerung sind – auch abseits rechtlicher Themen – ein stringenter Markenauftritt mit Portfoliopflege und eine kompromisslose Durchsetzung bestehender Rechte.

Um Nachahmer abzuschrecken, sollte nicht bei der Löschung Halt gemacht, sondern bestehende Rechte gegen die Kennzeichenverletzer verfolgt werden. Mit der konsequenten Steuerung und Gestaltung von Social-Media-Profilen, z.B. auch über die gezielte Registrierung von Marken, lassen sich durchsetzungsstarke Rechte schaffen, mit denen illegitime Profile bekämpft und zur Löschung gebracht werden können. Im Einzelfall kann auch die Einbeziehung der Strafverfolgungsbehörden erforderlich sein. Durch das Halten und Lizenzieren von Kennzeichenschutzrechten und der Gestaltung und Lizenzierung von urheberrechtlich geschützten Media-Inhalten (Logos, Bilder, Texte, etc.) lassen sich ein durchgängiger Unternehmens-/bzw. Konzernauftritt und eine nach außen eindeutige Markenzugehörigkeit zentral steuern. Hierzu sind ein optimiertes Schutzrechtsportfolio, Social-Media-Guidelines und klare Lizenzstrukturen erforderlich, welche sich allesamt auch auf das Impressum auswirken sollten.

Mehr Aufwand bei der rechtssicheren Umsetzung von Pflichtangaben und Corporate Identity gibt es bei internationaler Erstreckung der geschäftlichen Tätigkeit und dementsprechende Implementierung von Länderzwischenstellen, deren sprachliche Gestaltung, den Folgefragen der Verantwortung von Tochtergesellschaften und deren Identifikationsangaben.

Für alle in diesem Newsletter grob angeschnittenen Themenkomplexe liefert das Impressum einen hervorragenden Anknüpfungspunkt für einen durchdachten, transparenten, ansprechenden und rechtssicheren Webauftritt. Wenn Sie sich zu diesem Thema weiter beraten lassen möchten, unterstützen wir Sie gerne bei der Ausgestaltung Ihrer Webpräsenz.