



eCommerce-
Verbindungsstelle
Deutschland

Das Impressum im Internet

Ein Leitfaden für die
Anbieterkennzeichnung
auf der Website



eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland:

Nationale Anlaufstelle für Nutzer und Anbieter

Die eCommerce-Verbindungsstelle informiert und berät sowohl Unternehmen als auch Privatpersonen zu allgemeinen Fragen des Online-Handels. Unser Service ist kostenlos. Finanziell gefördert werden wir vom Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV).

Unser komplettes Informationsangebot sowie das Kontaktformular für individuelle Anfragen sind auf unserer Internetseite verfügbar:

www.ecommerce-verbindungsstelle.de

Inhaltsverzeichnis

Einleitung | 4

Wer braucht ein Impressum? | 6

Was gehört ins Impressum? | 13

Impressum korrekt einbinden | 27

Rechtsfolgen bei Fehlern | 32

Anhang I: Gesetzestext § 5 DDG | 35

Anhang II: Gesetzestext § 18 MSfV | 38

01

Einleitung



Wer geschäftsmäßig digitale Dienste anbietet – also zum Beispiel einen Online-Shop betreibt – muss im Impressum klare Angaben zur eigenen Identität machen. Diese sogenannte Impressums- oder Anbieterkennzeichnungspflicht ist ein zentraler Bestandteil jeder rechtssicheren Website.

Ein korrektes Impressum schützt nicht nur Unternehmen vor Abmahnungen, sondern stärkt auch das Vertrauen der Verbraucher. Es ermöglicht Kundinnen und Kunden, sich über den Anbieter zu informieren, bevor sie etwas bestellen – und zu wissen, mit wem sie es überhaupt zu tun haben.

Gerade im Online-Handel, wo Käufer und Verkäufer oft weit voneinander entfernt sind, schafft das Impressum Transparenz: Es verrät, wo das Unternehmen seinen Sitz hat und welche Kontaktmöglichkeiten bestehen. Dies kann wichtig sein im Hinblick auf das Verbraucherschutzniveau, aber auch auf Steuern und Zölle, wenn der Online-Shop seinen Sitz außerhalb der EU hat.

Der vorliegende Leitfaden richtet sich an Unternehmen und Verbraucher gleichermaßen. Er erklärt,

- wer unter die Impressumspflicht fällt,
- welche Angaben erforderlich sind,
- wo das Impressum platziert werden muss,
- welche Folgen ein fehlerhaftes Impressum haben kann.

Beachten Sie: Diese Broschüre bietet eine Orientierungshilfe, ersetzt aber keine individuelle Rechtsberatung.

02

Wer braucht ein Impressum?



Fast alle, die eine Webseite betreiben oder andere Internetpräsenz haben, müssen – von wenigen Ausnahmen abgesehen – bestimmte Angaben zu ihrer Person oder ihrem Unternehmen im Impressum machen.

Dabei spielt es keine Rolle, auf welchem Server die Website liegt oder welche Domainendung sie hat. Selbst wenn eine Seite auf einem US-Server gehostet ist oder keine „.de“-Adresse besitzt, gilt das Digitale-Dienste-Gesetz (nachfolgend: DDG) und gegebenenfalls der Medienstaatsvertrag, wenn der Betreiber seinen Sitz in Deutschland hat.

Wie umfangreich die Pflichtangaben sind, hängt vom jeweiligen Online-Angebot ab. Die Anforderungen für geschäftsmäßige Internetangebote sind im § 5 des DDG geregelt (siehe Anhang). Weitergehende Informationspflichten können sich aus anderen Vorschriften ergeben. Für journalistisch-redaktionell gestaltete Internetangebote gilt beispielsweise § 18 Abs. 2 des Medienstaatsvertrags (siehe Anhang). Im Rahmen dieser Broschüre wird jedoch nur am Rande hierauf eingegangen, da sie sich auf Belange des elektronischen Geschäftsverkehrs konzentriert.

§ 5 Abs. 1 DDG besagt zur Anbieterkennzeichnungspflicht:

„**Diensteanbieter** haben für **geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt** angebotene digitale Dienste folgende Informationen, verfügbar (...) zu halten“

Doch was verbirgt sich hinter diesen Begriffen?



Diensteanbieter

Der Begriff des „**Diensteanbieters**“ ist in § 2 Satz 1 Nr. 1 DDG definiert. Typischerweise ist damit **der Inhaber oder Betreiber einer Website** gemeint – also die natürliche oder juristische Person (z. B. GmbH, Verein, AG), die für den Inhalt der Website verantwortlich ist. Wichtig:

Bei **Online-Plattformen**, die auch von anderen genutzt werden (z. B. Verkaufsportale, Auktionsseiten oder Online-Marktplätze), besteht die **Impressumspflicht doppelt**:

- Der **Plattformbetreiber** selbst muss ein Impressum vorhalten,
- aber auch **derjenige, der dort eigene Angebote einstellt**, also Waren oder Dienstleistungen über die Plattform anbietet.

Das eigene Impressum des Unternehmens sollte direkt **beim Angebot oder auf der verlinkten** Unterseite erreichbar sein. Viele Plattformen weisen in ihren AGB ausdrücklich auf die Impressumspflicht hin.

Auch wer **Social-Media-Profile** (z. B. auf Instagram oder Facebook) geschäftlich nutzt, gilt als Diensteanbieter und benötigt ein Impressum. Ebenso fallen **Newsletter, Werbe-Mails oder vergleichbare Online-Dienste** unter den Begriff.

Geschäftsmäßigkeit

Dieses Kriterium erfüllt jeder Online-Shop.

Ein Angebot ist **geschäftsmäßig**, wenn es **regelmäßig, auf Dauer** und im **wirtschaftlichen Interesse** betrieben wird. Das kann auch bei kostenlosen Websites oder Diensten der Fall sein. Entscheidend ist, ob ein **kommerzieller Zweck** verfolgt wird – etwa durch Werbung, Eigenwerbung oder die Förderung anderer geschäftlicher Aktivitäten. Die Tätigkeit soll dabei auf längere Zeit angelegt werden.

Für Verbraucher von Bedeutung:

In § 5 DDG wird nicht zwischen Unternehmern und Verbrauchern unterschieden: Auch Angebote von Privatpersonen können geschäftsmäßige Telemedien darstellen. Beispielsweise lösen Werbung oder Sponsoring immer die Impressumspflicht aus. Private Gelegenheitsverkäufe auf einer Auktionsplattform sind nicht erfasst und führen nicht zu einer Impressumspflicht.

„in der Regel gegen Entgelt angebotene Dienste“

Ein Dienst gilt als „in der Regel gegen Entgelt“ angeboten, wenn er im Zusammenhang mit einer kostenpflichtigen Leistung steht. Das heißt, er dient dazu, Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen oder Aufträge zu gewinnen.

Dabei spielt es keine Rolle, ob die Website selbst kostenpflichtige Inhalte oder Waren anbietet. Auch Websites, die nur auf ein kostenpflichtiges Angebot aufmerksam machen, gelten als entgeltlich, wenn sie Kundenkontakte vorbereiten oder Werbung für eigene Leistungen machen. Hat ein Handwerker beispielsweise eine Website mit dem Katalog seiner Leistungen, Bilder, u.ä., muss er ein vollständiges Impressum aufführen.

Wichtig: Selbst eine noch im Aufbau befindliche Website („Baustellen-seite“) kann impressumpflichtig sein, wenn eine geschäftliche Tätigkeit bereits erkennbar ist, beispielsweise durch einen Hinweis an die Besucher, die Website später erneut aufzurufen. Entscheidend ist, ob die Website dem Absatz dient.

Wann besteht keine Impressumspflicht?

Websites, die ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, sind von der Impressumspflicht befreit.

Allerdings kann durch das Schalten von Werbebannern dieser private Charakter der Seite zurücktreten und ein Impressum nach § 5 DDG erforderlich werden, wenn dadurch Einnahmen generiert werden.

Zu beachten: Online-Angebote, die nicht geschäftlich genutzt werden, aber über eine rein persönliche oder familiäre Nutzung hinausgehen – z. B. ein Blog, der sich an eine große Öffentlichkeit richtet – unterliegen der vereinfachten Impressumspflicht nach § 18 Abs. 1 MStV.



Beispiele: Impressumspflichtig oder nicht?

Impressumspflichtig	Kein Impressum nötig
Online-Shop oder Verkaufsplattform mit regelmäßigen Angeboten	Einmaliger oder gelegentlicher Privatverkauf (z. B. eBay, Kleinanzeigen, Vinted)
Website von Freiberuflern, Selbstständigen oder Unternehmen	Private Website ohne Werbung und ohne geschäftlichen Bezug
Vereins-, Verbands- oder Parteiseite	Familien- oder Hobbyinternetseite mit rein privaten Inhalten
Blog oder Social-Media-Konto mit Werbung	Persönlicher Social-Media-Account ohne kommerzielle Inhalte
Kostenloser Dienst, der durch Werbung finanziert wird	
Instagram-, Facebook- oder YouTube-Konto, das auf einen Shop oder eine Website verweist oder eigene Produkte, Marken oder Dienstleistungen vorstellt	Bloße Meinungsäußerungen oder Bewertungen fremder Produkte, Marken oder Dienstleistungen auf Bewertungsplattformen oder Internetforen

03

**Was gehört
ins Impressum?**





Soweit eine Impressumspflicht nach § 5 DDG besteht, müssen auf der Website bestimmte Informationen über den Anbieter stehen. Nicht alle sind jedoch in gleichem Umfang verpflichtet – Art und Umfang hängen von der Rechtsform und Tätigkeit ab. **Grundsätzlich gilt:**

- Die Angaben nach § 5 DDG Abs. 1 Nr. 1 und 2 betreffen **alle Diensteanbieter**.
- Die zusätzlichen Angaben nach § 5 DDG Abs. 1 Nr. 3 bis 8 gelten **nur für bestimmte Gruppen von Anbietern**.

Die Pflichtangaben nach Nr. 1 und 2 sind in jedem Impressum erforderlich. Ihr Inhalt unterscheidet sich danach, ob der Diensteanbieter eine **natürliche Person** (z. B. Einzelunternehmer) oder eine **juristische Person** (z. B. GmbH, Verein, AG) ist.

Auch **Personengesellschaften**, die mit der Fähigkeit ausgestattet sind, Rechte zu erwerben und Verbindlichkeiten einzugehen, wie GbR, OHG, KG oder GmbH & Co. KG, unterliegen denselben Pflichten wie juristische Personen.

Grundangaben nach § 5 Abs. 1 Nr. 1 und 2 DDG

Name

- Natürliche Personen: vollständiger aktueller **Nachname** und **Vorname** (mindestens ein ausgeschriebener Vorname)
- Juristische Personen: vollständiger **Firmenname** und (zumindest abgekürzte) **Rechtsform**, zum Beispiel GmbH oder Gesellschaft mit beschränkter Haftung

Juristische Personen: Vertretungsberechtigter

- gesetzlicher oder rechtsgeschäftlicher Vertreter mit vollständigem Vor- und Familiennamen; sofern eine juristische Person (z. B. eine andere GmbH) als Vertreter eingesetzt ist, so sind deren Vertreter zu nennen – bis eine natürliche Person als letztlich Verantwortliche benannt ist.
- bei mehreren Vertretern: zumindest einer
- bei GmbH & Co. KG: Angabe der Komplementär-GmbH und deren Geschäftsführer
- bei GbR: zumindest ein Vertreter

Vollständige Anschrift

- Straße, Hausnummer, Postleitzahl, Ort
- Postfach nicht ausreichend. Erforderlich ist eine **ladungsfähige Anschrift** (siehe nächste Seite), an die im Streitfall Post zugestellt werden kann.

Werden im Rahmen des jeweiligen Internetauftritts auch journalistisch-redaktionelle Inhalte angeboten, gilt eine erweiterte Impressumspflicht. Gemäß § 18 Abs. 2 des Medienstaatsvertrags (MStV) sind die hierfür verantwortliche Person bzw. Personen mit Namen und Anschriften zu nennen.

i

Was bedeutet „ladungsfähige Adresse“ im Impressum?

Einige Impressumspflichtige – insbesondere Einzelunternehmer und Freiberufler – möchten ihre Privatadresse nicht im Impressum veröffentlichen. Beliebte sind daher virtuelle Büros oder Co-Working-Spaces. Doch reicht eine solche Adresse nach § 5 DDG aus?

Einige Anbieter virtueller Büros vertreten die Auffassung, dass eine solche Adresse genügt, wenn Zustellungen dort möglich sind – z. B. durch Zustellungsbevollmächtigte oder zuverlässige Postweiterleitung.

Der Bundesgerichtshof stellt jedoch im Jahr 2023 klar: Virtuelle Geschäftsadressen sind keine ladungsfähige Anschrift. Eine ladungsfähige Adresse liegt nur vor, wenn die Person dort tatsächlich anzutreffen ist – also dort wohnt, ihre Geschäftsräume hat oder regelmäßig persönlich tätig ist. Anschriften von Postdienstleistern oder reinen virtuellen Büros genügen daher nicht. Offen ließ der BGH, ob eine Adresse, unter der wirksam zugestellt werden kann, unter besonderen Umständen ausreichend ist, etwa wenn ein Empfangsbevollmächtigter vor Ort anzutreffen ist.

Co-Working-Spaces erfüllen die Anforderungen in der Regel, da die Person dort tatsächlich angetroffen werden kann – unabhängig davon, ob ein eigener Raum, ein Schreibtisch oder nur eine Fläche im Großraumbüro gemietet ist.

Tipp für die Praxis: Auch wenn viele Anbieter mit „ladungsfähiger Adresse“ werben: Im Impressum muss die Adresse angegeben werden, unter der eine persönliche Zustellung möglich ist und die dem tatsächlichen Ort der Geschäftstätigkeit entspricht.

Bei juristischen Personen: Gesellschaftskapital (freiwillige Angabe!)

Dies ist eine freiwillige Angabe. Werden jedoch entsprechende Angaben gemacht, dann sind das Stamm- oder Grundkapital sowie ggf. die Höhe der ausstehenden Einlagen anzugeben.

Kontaktinformationen

Angaben zur „schnellen elektronischen Kontaktaufnahme und unmittelbaren Kommunikation“:

- **Immer: E-Mail-Adresse**
Zu beachten: Es genügt insbesondere nicht, ein Kontaktformular bereitzustellen (siehe weitere Hinweise S.19).
- **Zusätzlich:** Mindestens ein weiteres effizientes Kommunikationsmittel, z. B. elektronische Anfragemaske, Telefonnummer, Anrufbeantworter, Telefaxnummer, **darunter immer ein nicht internetbasiertes.**

Eine Telefonnummer im Impressum ist nicht zwingend vorgeschrieben. Allerdings verlangt § 5 DDG, dass die angegebenen Kontaktdaten eine schnelle und direkte Kommunikation ermöglichen. Ein Kontaktformular oder ein „Assistant“, der nur nach vorheriger Anmeldung nutzbar ist, erfüllt diese Anforderungen nicht. Ein Kontaktformular gilt nur dann als ausreichend, wenn eingehende Anfragen innerhalb von 30 bis 60 Minuten beantwortet werden. Kann dies nicht gewährleistet werden, muss zusätzlich eine Telefonnummer angegeben werden.

Beachte: Die Telefonnummer muss zwar nicht gebührenfrei sein, es dürfen aber auch keine Gewinne hierüber erzielt werden. Eine kostenpflichtige Mehrwertdienste-Rufnummer im Impressum erfüllt nicht die Vorgaben des § 5 DDG.



Die E-Mail-Adresse: Typischer Stolperstein im Impressum

Auf den ersten Blick wirkt die Angabe einer E-Mail-Adresse im Impressum unscheinbar. In der Praxis ist sie jedoch oft Grund für rechtliche Auseinandersetzungen. Immer wieder mussten Gerichte klären, welche Anforderungen die E-Mail-Adresse erfüllen muss.

Anforderungen an die E-Mail-Adresse

- Die im Impressum angegebene E-Mail-Adresse muss technisch funktionieren und dauerhaft erreichbar sein. Automatische Antworten, die eine Kommunikation verhindern (z. B. „Bitte nutzen Sie unser Kontaktformular“), sind nicht zulässig.
- Es besteht aber keine Pflicht, jede eingehende E-Mail persönlich zu lesen oder individuell zu beantworten. Wichtig ist lediglich, dass über die angegebene Adresse tatsächlich eine Kommunikation möglich ist. Das bedeutet: Es darf nicht von vornherein ausgeschlossen sein, dass eingehende Nachrichten gelesen werden.
- Die E-Mail-Adresse darf nicht nur über einen sogenannten mail-to-Link erreichbar sein. Sie muss im Impressum klar und vollständig ausgeschrieben sein, damit sie auch ohne Klick erkennbar ist.

Zusätzliche Pflichtangaben für bestimmte Anbieter

Neben den vorstehenden allgemeinen Angaben müssen einige Anbieter weitere Informationen in ihrem Impressum bereitstellen. Das betrifft insbesondere Diensteanbieter, die

- für ihre Tätigkeit eine behördliche Zulassung oder einen Registereintrag benötigen,
- einen reglementierten Beruf ausüben (z. B. Rechtsanwälte, Ärzte, Architekten),
- eine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-IdNr.) oder Wirtschafts-Identifikationsnummer (W-IdNr.) besitzen,
- als Kapitalgesellschaft in Auflösung sind, oder
- audiovisuelle Mediendiensteanbieter sind.

Diese zusätzlichen Angaben ergeben sich aus § 5 Abs. 1 Nrn. 3–8 DDG. Je nach Tätigkeit können sich die einzelnen Informationspflichten überschneiden – prüfen Sie daher im Einzelfall sorgfältig, welche Angaben erforderlich sind.

Hinweis: Nur wer tatsächlich unter eine dieser Kategorien fällt, muss die entsprechenden Angaben machen. Falsche Angaben oder Platzhalter wie „Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE 000000000“ sind mehrdeutig und verstoßen gegen die Impressumspflicht.

Dienst im Rahmen einer Tätigkeit, die der behördlichen Zulassung bedarf (§ 5 Abs. 1 Nr. 3 DDG)

Beispiele für solche Tätigkeiten:

- Gastronomiebetrieb
- Bauträger
- Makler
- Spielhallenbetreiber
- Versicherungsunternehmen
- Schornsteinfeger

Pflichtangabe: **Zuständige Aufsichtsbehörde**

- **Aufsichtsbehörde**, gleichgültig ob tatsächlich Zulassung erteilt wurde;
- Sind Aufsichts- und Zulassungsbehörde nicht identisch: **Aufsichtsbehörde**;
- Bei fehlender Aufsichtsbehörde: **Zulassungsbehörde**;
- Unterliegt der einzelne Diensteanbieter keiner „Aufsicht“ im engeren Sinn, so ist die Zulassungsbehörde anzugeben, wenn diese ggf. prüfen muss, ob sich der Gewerbetreibende zwischenzeitlich als unzuverlässig erwiesen hat.
- **Internet-Adresse** und aktuelle **Postanschrift** der Behörde.

Sinn und Zweck: Der Verbraucher bzw. Nutzer der Website soll im Falle von Beschwerden wegen der Verletzung von Berufspflichten eine Anlaufstelle haben.

Diensteanbieter, der in ein Handels-, Vereins- Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister eingetragen ist (§ 5 Abs. 1 Nr. 4 DDG)

Wenn der Anbieter in einem Register eingetragen ist, müssen das jeweilige Register (z. B. Handels-, Gesellschafts-, Vereins-, Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister) und die entsprechende Registernummer angegeben werden.

Diensteanbieter, die einen reglementierten Beruf ausüben (§ 5 Abs. 1 Nr. 5 DDG)

Solche Berufe sind:

- Freie Berufe, deren Zugang rechtlich geregelt ist, z. B. Rechtsanwälte, Notare, Steuerberater, etc.
- Berufe, die grundsätzlich nicht reguliert sind, bei denen aber die

Führung eines bestimmten Titels von bestimmten Voraussetzungen abhängig gemacht wird, z. B. Heilberufe, Architekten, (beratende) Ingenieure, etc.

Anzugeben sind:

- **Berufskammer**, welcher der Diensteanbieter angehört, sofern eine Pflichtmitgliedschaft besteht
- **gesetzliche Berufsbezeichnung**
- **Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen wurde**
- **Berufsrechtliche Regelungen:**
- Angabe aller rechtlich verbindlichen Normen, die den Zugang zum Beruf, die Führung des Titels oder besondere Pflichten regeln
- Ausreichend ist die Bezeichnung der Vorschrift sowie die Fundstelle in der öffentlichen Sammlung (z. B. auf der Website der Kammer).



Zweck der Angaben: Transparenz über Qualifikation, Befugnisse und besondere Pflichten des Diensteanbieters. Verbraucher können so prüfen, ob der Anbieter offiziell anerkannt ist und berechtigt ist, den Beruf auszuüben.

Diensteanbieter mit Umsatzsteuer-Identifikationsnummer oder WirtschaftsIdentifikationsnummer (§ 5 Abs. 1 Nr. 6)

Diensteanbieter mit **Umsatzsteuer-Identifikationsnummer** (§ 27 a UStG) oder **Wirtschafts-Identifikationsnummer** (§ 139 c AO):

Angabe folgender Nummer, sofern tatsächlich vorhanden:

- USt-IdNr.: für Auslandsgeschäfte (Vergabe auf Antrag durch das Bundesamt für Finanzen)
- W-IdNr.: für Inlandsgeschäfte (Vergabe ohne Antrag durch das Bundeszentralamt für Steuern)

Nicht: Angabe der Steuernummer (auch nicht, wenn der Diensteanbieter keine der beiden vorgenannten Identifikationsnummern besitzt).

Diensteanbieter ist Kapitalgesellschaft (AG, Kommanditgesellschaft auf Aktien oder GmbH), die sich in der Abwicklung oder Liquidation befindet (§ 5 Abs. 1 Nr. 7)

Angabe, dass der Diensteanbieter sich in Abwicklung oder Liquidation befindet.

Ergänzend: laufendes Insolvenzverfahren.

Anbieter audiovisueller Mediendienste (§ 5 Abs. 1 Nr. 8 DDG)

Als Anbieter audiovisueller Mediendienste gelten nicht nur klassische Medienunternehmen, sondern auch Betreiber geschäftsmäßiger Websites oder Social-Media-Profile, wenn dort regelmäßig Videos veröffentlicht werden.

Die Pflicht greift sowohl für eigene Videos als auch für von Dritten erstellte, der Eigenwerbung dienende Inhalte, sofern diese nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, und dabei

- mindestens 5 Videos,
- über 500 Abonnenten oder
- mehr als 500.000 Abrufe erreichen.



Die Schwellenwerte gelten je **Online-Präsenz**, nicht für den gesamten Anbieter. Betreiber, die diese Voraussetzungen erfüllen, müssen im Impressum zusätzlich angeben:

- den **EU-Mitgliedstaat**, in dem sie ihren Sitz haben (in der Regel bereits durch die Anschrift abgedeckt), und
- die **zuständige Aufsichtsbehörde**.

In Deutschland ist die zuständige Aufsichtsbehörde die Landesmedienanstalt des Bundeslands, in dem der Anbieter seinen Sitz hat.

Weitere Pflichtangaben

Diansteanbieter können weitere Informationspflichten treffen, die über das Impressum hinausgehen. § 5 Abs. 2 DDG weist ausdrücklich hierauf hin. Weitere Informationen dazu gibt es auf unserer Website und in der Broschüre „Der Online-Shop“.

Wichtig: Bis zum 20.07.2025 galt die ODR-Verordnung der EU. Diese verpflichtete dazu, auf der Website (in der Praxis meist im Impressum oder in den AGB) über die Plattform zur Online-Streitbeilegung der EU-Kommission („OS-Plattform“) zu informieren und auf sie zu verlinken. Die Plattform wurde zum 20.07.2025 abgeschaltet. Das Impressum muss angepasst und der entsprechende Hinweis samt Link entfernt werden. Anderenfalls kann dies als Irreführung von Verbrauchern und damit als Wettbewerbsverstoß gewertet werden, der zu einer Abmahnung führen kann.

Unternehmen müssen aber weiterhin auf ihrer Website (im Impressum oder einem gesonderten Bereich) und/oder in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) angeben, ob sie an Schlichtungsverfahren für Verbraucher teilnehmen möchten oder dazu gesetzlich verpflichtet sind - jedoch nur, wenn es mehr als zehn Mitarbeiter beschäftigt sind.

04

Impressum

korrekt einbinden





Nach § 5 Abs. 1 DDG müssen die Angaben **leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein**. Dies gilt sowohl für die Angaben nach § 5 DDG als auch für diejenigen nach § 18 MStV.

Das Impressum sollte ausschließlich in Textform bereitgestellt werden. Pop-up-Fenster sind ungeeignet, da sie durch Browsereinstellungen blockiert werden können.

Leichte Erkennbarkeit

Die Angaben gelten als „leicht erkennbar“, wenn sie für den Nutzer einfach und ohne besondere Mühe optisch wahrnehmbar sind. Dies ist unter folgenden Voraussetzungen gegeben:

- **Platzierung der Anbieterinformationen:** Entweder auf jeder Seite oder über einen Link, der von allen Unterseiten, einschließlich der Startseite, erreichbar ist.
- **Sichtbarkeit des Links:** Der Link sollte dauerhaft sichtbar sein; längeres Scrollen sollte vermieden werden
- **Bezeichnung des Links:** Klar und eindeutig, z. B. „Impressum“ oder „Kontakt“. Unklare Begriffe wie „Backstage“ oder „Kundenbetreuung“ sind ungeeignet.

Unmittelbare Erreichbarkeit

Sprache

Es ist empfehlenswert, das Impressum in allen Sprachen anzubieten, in denen sich der Online-Shop an Kunden wendet.

Gesamteindruck

Die leichte Erkennbarkeit muss stets im Gesamtkontext der Website beurteilt werden. Maßgeblich ist, ob ein durchschnittlich informierter, aufmerksamer und verständiger Nutzer erwarten darf, hinter der jeweiligen Bezeichnung die gesetzlich vorgeschriebenen Pflichtangaben zu finden.

Pflichtangaben sind unmittelbar erreichbar, wenn sie ohne wesentliche Zwischenschritte und kostenlos aufgerufen werden können.

Diese Voraussetzungen sind erfüllt, wenn die Angaben vollständig auf jeder Seite oder über einen deutlich sichtbaren Link, der von allen Unterseiten, einschließlich der Startseite, erreichbar sind. Längeres Suchen oder mehrfache Weiterleitungen sind dagegen unzulässig.

In der Regel gilt: Sind die Pflichtinformationen in höchstens zwei Klicks aufrufbar, liegt eine unmittelbare Erreichbarkeit vor. Das ist etwa dann der Fall, wenn ein Nutzer zunächst auf „Kontakt“ klickt und dort den Link „Impressum“ findet. Ein solches Vorgehen erfordert kein langes Suchen und ist gesetzlich ausreichend.

Achtung: Nicht unmittelbar erreichbar sind Impressumsangaben,

- wenn sie nur in einer Grafik hinterlegt sind (da Grafiken im Browser deaktiviert sein können), oder
- wenn sie sich ausschließlich in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) befinden – auch dann nicht, wenn dort alle Angaben vollständig aufgeführt sind.

Ständige Verfügbarkeit

Das Impressum muss jederzeit abrufbar sein – über einen dauerhaft funktionierenden Link. Eine kurzfristige Nichtverfügbarkeit, z. B. wegen Wartung, ist unproblematisch.

Wichtig: Achten Sie darauf, dass das Impressum auch in der mobilen Ansicht der Website sichtbar ist.

i

Beispiel aus der Rechtsprechung (OLG Braunschweig, Urteil vom 28.05.2025, Az.: 2 U 16/25)

Eine Rechtsanwältin hatte auf der Plattform anwalt.de kein eigenes Impressum, sondern nur Links zur Kanzleiwebsite und zu einem Kontaktformular. Das eigentliche Impressum befand sich dort erst nach Scrollen am Seitenende.

Das Gericht entschied: Diese Gestaltung ist nicht „leicht erkennbar“ im Sinne von § 5 Abs. 1 DDG. Ein Link unter „Kontakt“, der nur den Domainnamen der eigenen Homepage enthält, lasse nicht erkennen, dass dort die Anbieterkennzeichnung zu finden sei. Zudem sei die Erreichbarkeit des Impressums nicht unmittelbar, da der Nutzer nach dem ersten Klick erst Scrollbewegungen ausführen müsse, um den eigentlichen Link zu erreichen. Ferner müsse ersichtlich sein, für welche Seite das Impressum gilt.

Praxis-Tipp:

Wer externe Profile (z. B. auf anwalt.de, Xing oder Instagram) nutzt, sollte direkt ins eigene Impressum verlinken, nicht nur auf die Startseite der eigenen Website.

05

Rechtsfolgen bei Fehlern



Die Folgen einer fehlenden oder fehlerhaften Anbieterkennzeichnung sind vielfältig und reichen von der Verhängung eines Ordnungsgeldes über die mögliche wettbewerbsrechtliche Abmahnung bis hin zur gerichtlichen Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs.

In Deutschland stellt sich die Rechtslage bei Verstößen gegen die Anbieterkennzeichnungspflicht im Internet wie folgt dar:

Ordnungswidrigkeit nach § 33 Abs. 2 Nr. 1,

Abs. 6 Nr. 3 DDG

Zuwiderhandlungen gegen die Informationspflichten des § 5 Abs. 1 DDG und des § 18 Abs. 1 MStV können nach Maßgabe des § 33 Abs. 2 Nr. 1 DDG mit einem Ordnungsgeld belegt werden. Danach handelt ordnungswidrig, wer vorsätzlich oder fahrlässig eine erforderliche Anbieterinformation nicht, nicht richtig oder nicht vollständig verfügbar hält. Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße in Höhe von bis zu 50.000 Euro geahndet werden (§ 33 Abs. 6 DDG Nr. 3).

Unterlassungsanspruch nach § 3 UKlaG

Verstöße gegen die Informationspflichten des § 5 DDG berechtigen die nach § 3 UKlaG befugten Stellen (Wettbewerbsvereine und Verbraucherschutzverbände), gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 2 UKlaG einen Unterlassungsanspruch gegen den entsprechenden Anbieter geltend zu machen, weil ein Zuwiderhandeln gegen die Impressumspflicht auch einen Verstoß gegen eine verbraucherschützende Vorschrift bedeutet.

Wettbewerbsrechtliche Abmahnungen nach UWG

Verstöße gegen Informationspflichten nach § 5 Abs. 1 DDG stellen in der Regel auch einen Wettbewerbsverstoß dar und sind damit abmahnbar.

Anspruchsberechtigt sind Mitbewerber, bestimmte Wirtschafts- und Verbraucherverbände, qualifizierte Einrichtungen aus anderen EU-Mitgliedstaaten sowie Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern und Gewerkschaften. Sofern von Mitbewerbern eine erstmalige Abmahnung wegen Verstoßes gegen die Impressumspflicht ausgesprochen wird, können weder Abmahnkosten (§ 13 Abs. 4 Nr. 1 UWG) geltend gemacht noch eine Vertragsstrafe in der Unterlassungserklärung (§ 13a Abs. 2 UWG) vereinbart werden.

Anhang I: Gesetzestext § 5 DDG

§ 5 Allgemeine Informationspflichten

(1) Diensteanbieter haben für geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene digitale Dienste folgende Informationen, die leicht erkennbar und unmittelbar erreichbar sein müssen, ständig verfügbar zu halten:

1. den Namen und die Anschrift, unter der sie niedergelassen sind, bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform, den Vertretungsberechtigten und, sofern Angaben über das Kapital der Gesellschaft gemacht werden, das Stamm- oder Grundkapital sowie, wenn nicht alle in Geld zu leistenden Einlagen eingezahlt sind, der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen,
2. Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und eine unmittelbare Kommunikation mit ihnen ermöglichen, einschließlich der Adresse für die elektronische Post,
3. soweit der Dienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde,
4. die Angabe des Handelsregisters oder ähnlicher Register, in das sie eingetragen sind, und die entsprechende Registernummer,

5. soweit der Dienst angeboten oder erbracht wird in Ausübung eines Berufs im Sinne von Artikel 1 Buchstabe d der Richtlinie 89/48/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 über eine allgemeine Regelung zur Anerkennung der Hochschuldiplome, die eine mindestens dreijährige Berufsausbildung abschließen (ABl. L 19 vom 24.1.1989, S. 16), oder im Sinne von Artikel 1 Buchstabe f der Richtlinie 92/51/EWG des Rates vom 18. Juni 1992 über eine zweite allgemeine Regelung zur Anerkennung beruflicher Befähigungsnachweise in Ergänzung zur Richtlinie 89/48/EWG (ABl. L 209 vom 24.7.1992, S. 25; L 17 vom 25.1.1995, S. 20), die zuletzt durch die Richtlinie 2006/100/EG (ABl. L 363 vom 20.12.2006, S. 141) geändert worden ist, Angaben über

- a) die Kammer, der die Diensteanbieter angehören,
- b) die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist,
- c) die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und die Angabe, wie diese Regelungen zugänglich sind,

6. in Fällen, in denen sie eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a Absatz 1 Satz 1, 2 oder 3 des Umsatzsteuergesetzes oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer nach § 139c Absatz 1 der Abgabenordnung besitzen, die Angabe dieser Nummer,

7. bei Aktiengesellschaften, Kommanditgesellschaften auf Aktien und Ge-

Anhang II: Gesetzestext § 18 MStV

§ 18 Informationspflichten und Auskunftsrechte

(1) Anbieter von Telemedien, die nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen, haben folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:

1. Name und Anschrift sowie
2. bei juristischen Personen auch Name und Anschrift des Vertretungsberechtigten.

(2) Anbieter von Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen insbesondere vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben werden, haben zusätzlich zu den Angaben nach den §§ 5 und 6 des Digitale-Dienste-Gesetzes einen Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift zu benennen. Werden mehrere Verantwortliche benannt, ist kenntlich zu machen, für welchen Teil des Dienstes der jeweils Benannte verantwortlich ist. Als Verantwortlicher darf nur benannt werden, wer

1. seinen ständigen Aufenthalt im Inland hat,
2. die Fähigkeit, öffentliche Ämter zu bekleiden, nicht durch Richterspruch verloren hat,
3. unbeschränkt geschäftsfähig ist und
4. unbeschränkt strafrechtlich verfolgt werden kann.

Satz 3 Nr. 3 und 4 gilt nicht für Jugendliche, die Telemedien verantworten, die für Jugendliche bestimmt sind.

(3) Anbieter von Telemedien in sozialen Netzwerken sind verpflichtet, bei mittels eines Computerprogramms automatisiert erstellten Inhalten oder Mitteilungen den Umstand der Automatisierung kenntlich zu machen, sofern das hierfür verwandte Nutzerkonto seinem äußeren Erscheinungsbild nach für die Nutzung durch natürliche Personen bereitgestellt wurde. Dem Inhalt oder der Mitteilung ist der Hinweis gut lesbar bei- oder voranzustellen, dass dieser oder diese unter Einsatz eines das Nutzerkonto steuernden Computerprogrammes automatisiert erstellt und versandt wurde. Ein Erstellen im Sinne dieser Vorschrift liegt nicht nur vor, wenn Inhalte und Mitteilungen unmittelbar vor dem Versenden automatisiert generiert werden, sondern auch, wenn bei dem Versand automatisiert auf einen vorgefertigten Inhalt oder eine vorprogrammierte Mitteilung zurückgegriffen wird.

(4) Für Anbieter von Telemedien nach Absatz 2 Satz 1 gilt § 5 entsprechend.

Impressum

Herausgeber: Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e. V. | Bahnhofplatz 3 | 77694 Kehl |
Tel.: + 49 (0) 78 51 / 991 48 0 | E-Mail: info@cec-zev.eu | Web: www.cec-zev.eu | Registergericht:
Amtsgericht Freiburg | Registernummer: VR 370391 | Vorstand: Christian Tiriou und Jakob Thevis
Bildnachweise: S.1 kunakorn (Abode Stock); S.4 Stanisic Vladimir (Abode Stock); S.6 eakgrungenerd
(Abode Stock); S.13 SerPhoto (Abode Stock); S.16 Pixel-Shot (Abode Stock); S.18 ARAMYAN (Abode
Stock); S.25 Krakenimages.com (Abode Stock); S.27 Daniel (Abode Stock); S.32 cherdchai (Abode
Stock). Stand: November 2025

Diese Broschüre erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern soll einen Überblick über wesentliche Problem- und Themenfelder bieten. Für die Richtigkeit, der in dieser Broschüre enthaltenen Angaben, können wir trotz sorgfältiger Prüfung keine Gewähr übernehmen.

© Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e. V.



eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland

c/o Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e. V.

Bahnhofplatz 3

77694 Kehl

www.ecommerce-verbindungsstelle.de