



Gastkommentar von Mag. Nevena Shotekova

*Rechtsanwältin – spezialisiert auf
Unternehmensrecht, Vertragsrecht
und Gesellschaftsrecht*

E-Mail: shotekova@advokat-wien.at

www.robathin.at

Wie gefährlich ist Ihre Homepage?

Jedes Unternehmen verfügt mittlerweile über eine eigene Homepage samt dem »lästigen« Impressum. Dabei gibt jedes Unternehmen mehr oder weniger von sich bekannt. Doch wie viel des Guten darf es wirklich sein? Die Offenlegungspflichten nach dem Mediengesetz, E-Commerce-Gesetz, UGB, sowie der Gewerbeordnung werden häufig pauschal »Impressum« genannt und unter einer Decke abgehandelt. Dabei wird gerne der Unterschied zwischen den sogenannten »kleinen und großen Websites« nach dem Mediengesetz vergessen: Für die »kleinen Websites« gilt eine erleichterte gesetzliche Offenlegungspflicht. Eine Homepage ist »klein«, wenn sie sich grundsätzlich auf die Darstellung und Präsentation des Unternehmens beschränkt und keinen darüber hinausgehenden Informationsgehalt aufweist, der geeignet ist, die öffentliche Meinungsbildung zu beeinflussen. In der Regel ist die bloße Präsentation der Tätigkeitsbereiche, der Produkte samt Preisangaben sowie des Geschäftsteams des Unternehmens unschädlich. Sollte jedoch die Homepage weitere Informationen, Beiträge bzw. Inhalte aufweisen, die geeignet sind, die öffentliche Meinungsbildung zu beeinflussen, wird sie »groß«. Der Gesetzgeber selbst gibt folgende Beispiele in diesem Zusammenhang: Die Darstellung der Leistungen und Produkte eines Gärtnereibetriebes im Internet ist keine Website, für die eine detaillierte Offenlegung zu verlangen wäre. Ebenso stellt die Website des Fanclubs eines Fußballvereins, die nur der Darstellung des Vereinszwecks und der Anliegen oder Aktivitäten eines Vereins dient, eine »kleine« Website dar. Sobald aber auf der Website des Gärtnereibetriebes auch etwa umweltpolitische Themen erörtert werden, wird sie zu einer »großen« Website, für die zahlreiche weitere Angaben zu machen sind. Die Auseinandersetzung mit umweltpolitischen Themen oder die Kritik an der Politik in dieser Hinsicht ist aber Teil des täglichen Brots für einen Gärtner! Weiters stellt die Kenntnis sowie die Weitergabe von Informationen beispielsweise über ein drohendes Unwetter oder geografische Besonderheiten für den Gärtner ebenfalls einen nicht wegzudenkenden Teil seiner Geschäftstätigkeit dar.

»Große« Websites müssen eine Erklärung über die grundlegende Richtung der Website (Blattlinie), Angaben zu den vertretungsbefugten Organen, sämtliche Beteiligungsverhältnisse etc. enthalten. Die Angabe der Blattlinie wirkt aber bei einer Unternehmenshomepage meines Erachtens nicht gerade objektiv und vertrauenserweckend. Darüber hinaus sind sämtliche am Unternehmen direkt oder indirekt beteiligten Personen sowie die jeweiligen Eigentums-, Beteiligungs-, Anteils- und Stimmrechtsverhältnisse anzugeben. Ferner sind allfällige stille Beteiligungen sowie die Treuhandverhältnisse für jede Stufe offenzulegen.

Obwohl nicht viel Rechtsprechung zu diesem Thema existiert, hat der OGH bereits festgehalten, dass Verletzungen der Informationspflichten des Mediengesetzes geeignet sein können, eine unsachliche Kaufentscheidung herbeizuführen und so dem Rechtsverletzer einen sachlich nicht gerechtfertigten Vorsprung vor gesetzestreuen Mitbewerbern zu verschaffen. Weiters wurde mit der letzten Novelle zum Mediengesetz auch der Strafrahmen für Verletzungen der Offenlegungspflicht empfindlich erhöht: von einer geringen (Verwaltungs-)Geldstrafe bis 2.180 Euro auf nunmehr bis zu 20.000 Euro. Daher empfiehlt es sich, bei Grenzfällen immer eine rechtliche Beratung in Betracht zu ziehen.