

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

E-Commerce Frankreich: das Impressum

Die französische Vorschriften zum Impressum und die Notwendigkeit Angaben zum Impressum der französischen Datenschutzbehörde zu melden, können für den deutschen Onlinehändler eine abschreckende Wirkung haben, sich auf den französischen Markt zu wagen. Es mag deshalb erleichternd sein, dass die Mehrheit der deutschen Onlinehändler ihr vertrautes deutsches Impressum beim Onlinehandel in Frankreich verwenden können. Warum das so ist und in welchen Fällen die französischen Vorschriften zum Impressum greifen, können Sie dem folgenden Beitrag entnehmen.

Frage: Müssen deutsche Onlinehändler, die ihren Onlinehandel über eine Niederlassung in Frankreich abwickeln, die französischen Vorschriften zum Impressum beachten?

Ja, der deutsche Onlinehändler, der über eine Niederlassung in Frankreich für die Abwicklung seines Handels in Frankreich verfügt, ist verpflichtet, sein Impressum auf seiner Webseite in einer ohne Schwierigkeiten einsehbaren Weise anzugeben (Art. 6, Art 14 , loi pour la confiance dans l'économie numérique, "LCEN").

Folgende Pflichtangaben müssen im Impressum enthalten sein (Art 6 III-1 LCEN, Art 111-2, Art L 121-2, Art L121-18 Code de la Consommation, Art 19 LCEN) und gehen weit über die Anforderungen an das Impressum nach deutschem Recht hinaus:

Die nachfolgenden Angaben müssen zudem der französischen Datenschutzbehörde gemeldet werden.

- Name
- Rechtsform (z.B. Société anonyme=AG, SARL=GmbH, SAS=vereinfachte AG)
- Postalische Adresse
- Telefon, Fax, E-Mail Adresse
- Gesellschaftskapital
- Identifikationsnummer des Betriebes. In Frankreich ist jedes Unternehmen mit einer Identifikationsnummer registriert (numéro de SIREN)
- Identifikationsnummer für eine im Handelsregister eingetragene Einzelperson: In Frankreich ist jede im Handelsregister eingetragene Einzelperson mit der Identifikationsnummer RCS registriert
- Identifikationsnummer für eine im Handwerkskammerregister eingetragene Person: In Frankreich wird die RM-Identifikationsnummer an Personen vergeben, die in den Handwerkskammerregistern eingetragen sind
- Verantwortlicher für die Gestaltung des Internetauftritts (directeur de la publication)
- Mehrwertsteuer-Identifikationsnummer
- Informationen zum Website Verwalter (hebergeur)

Frage: Müssen deutsche Onlinehändler, die ihren Onlinehandel mit Frankreich direkt von Deutschland aus betreiben, das französische Impressumrecht beachten?

Nein, ein deutscher Onlinehändler, der keine Niederlassung in Frankreich hat und Waren von Deutschland direkt nach Frankreich vertreibt, ist von den französischen Impressumsvorschriften als Teil der registrierungspflichtigen Angaben gegenüber der französischen Datenschutzbehörde entbunden. Er kann sein Impressum nach deutschem Recht einsetzen.

Die französische Datenschutzbehörde CNIL hat das in ihren Merkblättern **ausdrücklich festgestellt**:

« Vous êtes établi uniquement dans un autre Etat membre de l'Union européenne (UE)
La loi française n'est pas applicable : pas de déclaration à faire à la CNIL.
Si le responsable de traitement est établi uniquement dans un autre Etat membre de l'Union européenne (la notion d'établissement suppose l'exercice effectif et réel d'une activité au moyen d'une installation stable), c'est la loi nationale du pays de l'UE dans lequel est établi le responsable du traitement qui s'applique aux traitements de données, même si elles sont collectées en France.
Les déclarations éventuelles devront être réalisées dans le pays de l'UE dans lequel le responsable de traitement est établi.
Les mentions d'information des personnes devront être rédigées en faisant référence à la loi nationale de l'autre Etat membre de l'UE. »

Ausführlichere Informationen zum rechtlichen Hintergrund

Das Telemediengesetz und seine Richtlinie

In Deutschland gilt für sog. Diensteanbieter das Telemediengesetz (kurz: TMG), das insbesondere auf die EG-Richtlinie 2000/31/EG über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt (kurz: sog. "Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr") zurückgeht. Darin sind einige Pflichten, wie etwa Informationspflichten, sowie Haftungsmodifikationen für Diensteanbieter geregelt.

Nach § 2 Nr. 1 TMG ist Diensteanbieter jede natürliche oder juristische Person, die eigene oder fremde Telemedien zur Nutzung bereithält oder den Zugang zu deren Nutzung vermittelt. Telemedien wiederum sind nach § 1 Absatz 1 TMG alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, soweit sie nicht Telekommunikationsdienste i.S.d. Telekommunikationsgesetzes (kurz: TKG), die ganz in der Übertragung von Signalen über Telekommunikationsnetze bestehen oder telekommunikationsgestützte Dienste oder Rundfunk sind.

Mit anderen Worten sind somit grundsätzlich alle Betreiber von Websites und damit auch Online-Händler mit ihren Webshops Anbieter von Telemedien; auf sie findet folglich das TMG Anwendung.

Das Herkunftslandprinzip

Nach § 3 Absatz 1 TMG unterliegen in der Bundesrepublik Deutschland nach § 2a niedergelassene Diensteanbieter und ihre Telemedien den Anforderungen deutschen Rechts auch dann, wenn die Telemedien in einem anderen Staat innerhalb des Geltungsbereichs, insbesondere der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr, geschäftsmäßig angeboten oder erbracht werden.

Hierzu hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) mit Urteil in der Rechtssache C-161/10 vom 25. Oktober 2011 entschieden, dass es der Grundsatz des freien Dienstleistungsverkehrs [innerhalb der EU] nicht zulässt, dass der Anbieter eines Dienstes des elektronischen Geschäftsverkehrs im Aufnahmemitgliedstaat strengeren Anforderungen unterliegt, als sie das Recht des Mitgliedstaats vorsieht, in dem der Anbieter niedergelassen ist.

Demnach gilt, dass für den Bereich der Vorschriften des Telemedienrechts sich der Anbieter nur an diejenigen Gesetze halten muss, die in dem Staat gelten, in dem er seinen Sitz hat.

Beispiel:

Ein Webshop-Betreiber, der in Deutschland niedergelassen ist, und seine Waren nun nicht mehr nur in Deutschland, sondern auch in Frankreich anbieten will, muss sich dann auch weiterhin nur an die deutschen Vorschriften des Telemedienrechts, also an das TMG, halten. Somit genügt es, wenn sein Webshop die im TMG geregelte Impressumspflicht einhält. Die in Frankreich geltenden Impressumspflichten muss er dagegen nicht beachten.

Die Idee des europäischen Binnenmarktes kann einzelnen Webshop-Betreibern große Erleichterungen bringen. Allerdings handelt es sich lediglich um eine EU-weite und nicht um eine weltweite Regelung, so dass für Nicht-EU-Staaten Anderes gilt. Wer jedoch als in Deutschland niedergelassener Online-Händler seine Waren innerhalb der EU verkauft, ist durch das Herkunftslandprinzip geschützt.

Autor:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)
Rechtsanwalt