

Information über die Impressumspflicht und die Offenlegungspflicht

Wozu gibt es die Impressumspflicht und die Offenlegungspflicht?

Die Impressumspflicht stellt sicher, dass im Falle einer Rechtsverletzung (z. B. einer Ehrenbeleidigung) klar ist, wer für das Medium verantwortlich ist.

Sehr deutlich hat es der Oberste Gerichtshof beschrieben: „Das Impressum soll die Medienkonsumenten darüber aufklären, wer hinter dem Medium steht; seine Angaben sollen aber auch den von einer Berichterstattung Betroffenen in die Lage versetzen, seine Ansprüche gegen die richtige Person zu richten und richtig zu adressieren...“ (OGH 4Ob97/93).

Was ist die Impressumspflicht?

Der § 24 des Mediengesetzes bestimmt: „Auf jedem Medienwerk sind der **Name oder die Firma des Medieninhabers (Verleger) und des Herstellers sowie der Verlags- und der Herstellungsort** anzugeben.“

„Medieninhaber“ ist nach dem Mediengesetz, „wer ein Medienunternehmen oder einen Mediendienst betreibt oder sonst das Erscheinen von Medienwerken durch Inverkehrbringen der Medienstücke besorgt“.

Was ist die Offenlegungspflicht?

Der § 25 des Mediengesetzes bestimmt für periodische Medienwerke die Bekanntgabe (Offenlegung) des Herausgebers und dieeteiligungsverhältnisse sowie „eine Erklärung über die grundlegende Richtung eines periodischen Druckwerks (Blattlinie) oder sonst eines periodischen Mediums“. Ein periodisches Medium ist ein Medium, das mindestens viermal im Jahr erscheint (nach der Definition im § 1 Mediengesetz). Hier soll bei regelmäßig erscheinenden Medien offengelegt werden, wer hinter dem Medium steckt. Es soll damit auch transparent gemacht werden, welche wirtschaftlichen Interessen das Medium beeinflussen können.

Wer ist der „Hersteller“ (§ 1 Abs 1 Z 10 MedienG)?

Wo liegt der „Herstellungsort“?

Gemäß § 1 Abs 1 Z 10 MedienG ist „Hersteller“, wer die Massenherstellung von Medienwerken besorgt, das bedeutet, **unter wessen Verantwortung die technische Herstellung erfolgt**. Im dem Impressum ist dieses Unternehmen als Hersteller sowie der Sitz dieses Unternehmens als Herstellungsort anzugeben. Bei einem Druckwerk ist dies durchwegs die mit dessen Massenherstellung beauftragte **Druckerei**. Das gilt auch dann, wenn Dritte am technischen Vorgang der Herstellung mitwirken (eine weitere Druckerei, auch im Ausland, Buchbinder, Satzstudios, Grafiker). Diese Dritten bzw. der Sitz dieser Unternehmen müssen im Impressum nicht genannt werden.

Eine **Werbeagentur**, die einen Druckauftrag bloß vergibt, ist hingegen **nicht Hersteller** im Sinne des Mediengesetzes. Wird eine Werbeagentur im Impressum angeführt, nicht aber die ausführende Druckerei, so handelt es sich um kein korrektes Impressum.

Was ist ein „Medienwerk“ nach dem Mediengesetz? Gibt es Ausnahmen von der Impressumspflicht? (§ 50 Z 4 MedienG)

Im Normalfall hat fast jedes gedruckte Werk einen eigenständigen Inhalt und wird deshalb ein Medienwerk sein und ein Impressum benötigen. Ausnahmen gibt es nur für sogenannte „publizistische Hilfsmittel“. Publizistische Hilfsmittel sind solche Medien, die **nicht Selbstzweck, sondern Mittel zum Zweck** sind. Voraussetzung ist also die Eigenschaft eines **bloßen Hilfsmittels**. Das ist dann der Fall, wenn das Medium bei Verwirklichung der Tätigkeit nur eine untergeordnete Bedeutung hat.

Beispiele für publizistische Hilfsmittel sind:

- Bereich Verkehr: z. B. Fahrpläne, Fahrkarten
- Häusliches und geselliges Leben: z. B. Visitenkarten, gedruckte Einladungen, Hochzeits-, Geburts- oder Todesanzeigen
- Kulturelles Leben: z. B. Programme oder Konzertkarten
- Wissenschaftliches Leben: z. B. statistische Tabellen
- Religiöses Leben: z. B. Sammlung von Gebetstexten
- Vereinsleben: z. B. Mitgliederlisten, Veranstaltungsprogramme
- Wirtschaftsleben: z. B. **Preiskataloge, Werbezettel**; nicht aber vorwiegend oder ausschließlich mit Anzeigenerlösen finanzierte Anzeigenblätter, Mitteilungen eines Betriebsrats an Betriebsangehörige, deren Inhalt sich in einer bloßen Informationstätigkeit erschöpft. Das sind zum Beispiel Informationen über Veranstaltungen, Sozialleistungen, Verhandlungsergebnisse oder Personalveränderungen; nicht aber, wenn sie Meinungsäußerungen, einschließlich Werturteilen und Kritik, zum betrieblichen Geschehen oder allgemeinen Tagesthemen politischer oder wirtschaftlicher Natur enthalten.

Unter welchen Umständen Druckwerke des Wirtschaftslebens nicht mehr bloße Hilfsmittel sind und folglich auch der Impressumspflicht unterliegen, bedarf immer einer Betrachtung im Einzelfall.

Im Zweifelsfall ist immer ein Impressum auf dem Druckwerk anzugeben.

Achtung auf Konsumentenschutz!

Obwohl reine Preiskataloge oder Werbezettel zwar gemäß § 50 Z 4 MedienG von der Impressumspflicht ausgenommen sind, werden bei derartigen Druckwerken regelmäßig die allgemeinen Informationspflichten von Unternehmern gegenüber Verbrauchern zu beachten sein. So hat der Unternehmer den Verbraucher gemäß § 5a KSchG beispielsweise vor Abschluss eines Vertrags in klarer und verständlicher Weise über Name oder Firma, Telefonnummer und Anschrift zu informieren. In diesem Fall ist es aber nicht notwendig, die Druckerei anzuführen.

Strafandrohung

Wird kein Impressum angegeben, so kann diese Verwaltungsübertretung nach dem § 27 des Mediengesetzes bis zu 20.000 Euro Geldstrafe kosten.

Wer ist dafür zuständig, dass die Impressumspflichten eingehalten werden?

„Die Pflicht zur Veröffentlichung trifft den Medieninhaber“, bestimmt der § 24 des Mediengesetzes. Medieninhaber ist, wer „die inhaltliche Gestaltung eines Medienwerks besorgt und dessen Herstellung und Verbreitung entweder besorgt oder veranlasst“ (§ 1).