

# Neue'' Pflichtangaben für geschäftliche E-Mails seit dem 1. Januar 2007

von Rechtsanwalt **Fabian Laucken** und Rechtsanwalt **Claas Oehler**



Zum 1. Januar 2007 ist das "Gesetz über das elektronische Handelsregister und Genossenschaftsregister sowie das Unternehmensregister" (EHUG) in Kraft getreten. Dieses Gesetz enthält auch Änderungen der Bestimmungen über Pflichtangaben auf Geschäftsbriefen von Einzelkaufleuten, Personenhandelsgesellschaften und Kapitalgesellschaften. Es wurde klar gestellt, dass diese Angaben auch in geschäftlichen E-Mails, Faxen etc. enthalten sein müssen.

Der Beitrag gibt einen kurzen Überblick über die aktuelle Rechtslage und den Handlungsbedarf für die betroffenen Unternehmen. Eine Kurzzusammenfassung der Ergebnisse finden Sie am Ende des Beitrages.

## 1. Inhalt der Gesetzesänderung

Es gibt eine Vielzahl von Einzelregelungen über Pflichtangaben auf Geschäftsbriefen. Diese finden sich unter anderem im Handelsgesetzbuch (HGB) sowie im GmbH-Gesetz (GmbHG) und im Aktiengesetz (AktG). (Zum Umfang der Pflichtangaben im Einzelnen siehe unten unter Ziff. 4)

Diese Regelungen begannen bisher sinngemäß mit: "Auf allen Geschäftsbriefen, die an einen bestimmten Empfänger gerichtet werden, müssen" die dann in den jeweiligen Vorschriften weiter spezifizierten Angaben enthalten sein.

Mit dem EHUG hat der Gesetzgeber diese Bestimmungen um den Passus "gleichviel welcher Form" ergänzt, so dass diese nun wie folgt lauten: "Auf allen Geschäftsbriefen gleichviel in welcher Form, die ...".

Hiermit wollte der Gesetzgeber klar stellen, dass es für die Einordnung der Mitteilung eines Unternehmens als "Geschäftsbrief" nicht auf die äußere Form im Sinne eines klassischen Geschäftsbriefes auf Papierbogen ankommt, sondern auch andere geschriebene Mitteilungen wie Telefaxe, Postkarten, E-Mails etc. umfasst werden. Entscheidend für die Qualifizierung als "Geschäftsbrief" ist, dass es sich bei dem betroffenen "Schreiben" um eine nach außen gerichtete, geschäftliche Mitteilung handelt. Unternehmensinterne Mitteilungen werden nicht erfasst.

Mit der Gesetzesänderung ist jedoch keine Änderung der bisherigen materiellen Rechtslage verbunden, denn schon vor dem Inkrafttreten des EHUG nahm die Rechtswissenschaft an, dass der Anwendungsbereich der Vorschriften weit zu fassen ist. Entsprechend ging auch der Gesetzgeber davon aus, mit dem EHUG lediglich eine Klarstellung der bisherigen Gesetzeslage, nicht aber eine Erweiterung des Anwendungsbereiches der Pflichtangaben vorzunehmen. Dies ergibt sich eindeutig aus der Gesetzesbegründung, in der es heißt: "Auch die herrschende Literaturmeinung (...) geht davon aus, dass der Begriff 'Geschäftsbriefe' nicht nur die klassischen Geschäftsbriefe (...) umfasst, sondern auch Geschäftsbriefe per Telefax,

Postkarte, E-Mail etc. Bei der vorgesehenen Änderung handelt es sich also lediglich um eine Klarstellung." (siehe BT-Drucks. 942/05, S. 130)

Es hat sich also - außer der Klarstellung - nichts geändert. Die Reaktion in den Medien auf das EHUG und der allgemeine "Aufschrei" wegen der vermeintlich neuen Pflichtangaben für E-Mails zeigt jedoch, dass sich viele Unternehmen bisher offenbar nicht über die Anwendbarkeit der einschlägigen Vorschriften auch auf E-Mails und den Umfang der erforderlichen Pflichtangaben im Klaren waren. Im Folgenden werden daher einige praktische Hinweise zum Anwendungsbereich und Umgang mit den Pflichtangaben gemacht:

## **2. Für wen gelten die Pflichtangaben?**

Die Pflichtangaben müssen unter anderem gemacht werden von:

- Einzelkaufleuten (§ 37a HGB)
- Personenhandelsgesellschaften wie z.B. OHG, KG und GmbH & Co. KG (§§ 125a, 177 a HGB)
- Gesellschaften mit beschränkter Haftung (§ 35a GmbHG)
- Aktiengesellschaften (§ 80 AktG)
- Partnerschaftsgesellschaften (§ 7 PartGG, § 125a HGB)
- Genossenschaften (§ 25a GenossenschaftsG)

Nicht betroffen sind Freiberufler, Gesellschaften Bürgerlichen Rechts (GbR) und Einzelunternehmer, die keine Kaufleute sind, für die sich aber ähnliche Pflichten aus anderen Vorschriften, z.B. § 15b GewO ergeben können.

Für ausländische Gesellschaften mit beschränkter Haftung, die eine eingetragene Zweigniederlassung in Deutschland haben, gelten die Vorschriften entsprechend. Eine englische Private Company Limited by Shares (Ltd.) ist mit einer deutschen GmbH "vergleichbar", für sie gilt § 35a Abs. 4 GmbHG.

In der juristischen Literatur streitet man außerdem darüber, ob - über den Wortlaut der Vorschrift hinaus - diese Pflicht auch für andere inländische Betriebsstätten ausländischer Gesellschaften und auch für solche Zweigniederlassungen gilt, die nicht in Deutschland eingetragen sind.

## **3. Welche E-Mails müssen die Pflichtangaben enthalten?**

Die einschlägigen Bestimmungen betreffen nur solche E-Mails, die "an einen bestimmten Empfänger gerichtet" sind. Das ist dann der Fall, wenn eine E-Mail mit einer geschäftlichen Mitteilung an eine individuell bezeichnete (natürliche oder juristische) Person adressiert ist. Typische Beispiele sind: Angebots- und Annahmeschreiben, Mängelrügen, Lieferscheine, Kündigungserklärungen etc. Es kommt vor allem auf den für den Empfänger persönlich bestimmten Inhalt an.

Nicht umfasst sind daher grundsätzlich solche Mitteilungen, die sich an einen unbestimmten oder nur durch Gruppenmerkmale bestimmten Personenkreis richten, wie beispielsweise Werbeschriften, Rundschreiben oder Newsletter. Da jedoch jede E-Mail - auch im Rahmen eines Verteilers - zwangsläufig an eine individuelle Adresse gesandt werden muss, ist unklar, ob beispielsweise Newsletter, die an einen Adressverteiler geschickt werden, trotzdem als "an einen bestimmten Empfänger gerichtet" einzuordnen sind oder nicht.

Der Sinn und Zweck der Regelungen zu den Pflichtangaben besteht vornehmlich darin, einem (potentiellen) Geschäftspartner eine bessere Orientierung über den Absender, vor allem die Einholung registergerichtlicher Informationen zu ermöglichen und zu erleichtern. Vor diesem Hintergrund spricht vieles dafür, solche Werbeschriften, Rundschreiben oder Newsletter, die per E-Mail an einen Verteiler versandt werden, nicht unter die Vorschriften zu fassen, soweit nicht in solchen E-Mails die Empfänger nochmals individuell angesprochen werden und eine konkrete Geschäftsanbahnung angeboten wird. Abschließend geklärt ist diese Frage jedoch nicht. In jedem Fall können sich auch für E-Mails, die nicht unter die hier interessierenden Vorschriften fallen, andere (teilweise weitergehende) Pflichtangaben z.B. nach dem Mediendienstestaatsvertrag (bald Telemediengesetz) ergeben.

Ausnahmen von den genannten Anforderungen gelten für Mitteilungen oder Berichte, die im Rahmen einer bestehenden Geschäftsbeziehung ergehen und für die üblicherweise Vordrucke (ausgenommen Bestellscheine) verwendet werden, in denen lediglich die im Einzelfall erforderlichen besonderen Angaben eingefügt zu werden brauchen. Diese Ausnahmen werden jedoch für geschäftliche E-Mails nur selten einschlägig sein.

Wegen der unklaren Rechtslage sollten daher vorsorglich alle an externe Empfänger gerichteten geschäftlichen E-Mails die Pflichtangaben enthalten.

#### **4. Welche Pflichtangaben müssen E-Mails enthalten?**

a) Alle unter Ziff. 2 aufgeführten Unternehmen müssen mindestens folgende Angaben in Geschäftsbriefen, die an einen bestimmten Empfänger gerichtet sind, aufnehmen:

- den vollständigen Firmennamen, so wie er im Handelsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister (nachfolgend: Register) eingetragen ist
- Rechtsformzusatz (z.B. GmbH, KG, Kommanditgesellschaft, OHG, AG, e.K. etc.)
- Sitz des Unternehmens (anzugeben ist der satzungsmäßige "Hauptsitz", auch wenn der Geschäftsbrief z.B. von einer Zweigniederlassung aus verschickt wird)
- Registernummer (des Unternehmens, nicht einer etwaigen Zweigniederlassung)
- Registergericht (des Unternehmens, nicht einer etwaigen Zweigniederlassung)

b) Bei GmbHs müssen zusätzlich aufgenommen werden:

- alle Geschäftsführer mit ausgeschriebenem Vor- und Zunamen
- (falls vorhanden) der Aufsichtsratsvorsitzende mit ausgeschriebenem Vor- und Zunamen

c) Bei AGs müssen zusätzlich aufgenommen werden:

- alle Vorstandsmitglieder mit ausgeschriebenem Vor- und Zunamen, wobei der Vorstandsvorsitzende als solcher zu bezeichnen ist
- ausgeschriebener Vor- und Zuname des Aufsichtsratsvorsitzenden

d) Bei der GmbH & Co. KG müssen die Angaben nach lit. a) sowohl für die Komplementär-GmbH als auch für die KG gemacht werden. Für die Komplementär-GmbH sind weiterhin die Angaben nach lit. b) erforderlich.

e) Bei der Genossenschaft müssen zusätzlich aufgenommen werden:

- alle Vorstandsmitglieder mit ausgeschriebenem Vor- und Zunamen
- (falls vorhanden) der Aufsichtsratsvorsitzende mit ausgeschriebenem Vor- und Zunamen

f) Bei einer OHG, bei der kein Gesellschafter eine natürliche Person ist, sind noch die Vorgaben des § 125a Abs. 1 Satz 2 HGB zu beachten.

g) Bei einer Zweigniederlassung einer Private Company Limited by Shares (Ltd.) sind folgende Angaben erforderlich:

- vollständiger Firmenname
- Sitz, Register und Nummer der inländischen Zweigniederlassung (vollständige Adresse)
- Sitz, Register und Nummer der ausländischen Gesellschaft, (vollständige Adresse des registered office)
- Rechtsformzusatz (Limited oder Ltd.)
- ausgeschriebene Vor- und Zunamen der Geschäftsführer (director)

## **5. In welcher Form müssen die Angaben in den E-Mails enthalten sein?**

Die Angaben müssen in der E-Mail auf jeden Fall deutlich lesbar enthalten sein. Die Übermittlung in Form einer angehängten Visitenkarte wird zu Recht für problematisch erachtet, da nicht jeder diese Visitenkarte öffnen kann. Ein Link auf das Impressum der Unternehmenswebsite, das die Angaben enthält, dürfte ebenfalls nicht ausreichen.

Es erscheint empfehlenswert, die Angaben in die E-Mail-Signatur, in der auch die Adresse und die Telefon- und Faxnummer des Unternehmens stehen sollten, aufzunehmen.

Um sicherzustellen, dass alle E-Mails, die ein Unternehmen verlassen, die erforderlichen Angaben enthalten, kann es ratsam sein, serverseitig entsprechende Einstellungen für alle E-Mails vorzunehmen. Dies erleichtert auch im Falle von Änderungen, z.B. der Geschäftsführung, eine unternehmensweit einheitliche Änderung der Angaben.

## **6. Welche Folge hat ein Verstoß?**

Das Gute zuerst: Strafbar ist die schuldhaftige Unterlassung der vorgeschriebenen Angaben nicht! Das Einhalten der Vorschrift kann aber vom Registergericht mit einem Zwangsgeld bis zu 5000 EUR durchgesetzt werden.

Ein Verstoß gegen Informationspflichten kann weiterhin zivilrechtliche Ansprüche Dritter auslösen, z.B. einen daraufhin geschlossenen Vertrag anfechtbar machen, § 119 Abs. 2 BGB, oder Schadensersatzansprüche wegen eines Verschuldens bei Vertragsverhandlungen auslösen, §§ 280, 311 II BGB. Allerdings werden der in einer E-Mail vergessene Sitz oder die ausgelassene Registernummer dafür nur sehr selten geeignet sein. Denkbar ist natürlich, dass zwei gleichlautende Firmen an verschiedenen Orten (Frankfurt/Berlin) bestehen, die der Geschäftspartner dann verwechselt, weil er den Brief einer ihm bekannten Firma zuordnet, die zufällig identisch ist (Beide heißen gleich). In diesem Fall wären die Registerangaben erheblich gewesen.

### **Große Welle um die neue Abmahnwelle, viel Lärm um nichts?**

Die Verletzung von Informationspflichten kann einen Wettbewerbsverstoß darstellen. Ob sich jedoch die in den Medien erhobenen Unkenrufe hinsichtlich neuer Abmahnwellen wegen Verstößen gegen die Pflichtangaben tatsächlich bewahrheiten, erscheint recht fraglich.

Abmahnfähig sind unlautere Wettbewerbshandlungen, die geeignet sind, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber, der Verbraucher oder der sonstigen Marktteilnehmer nicht nur

unerheblich zu beeinträchtigen. Sie sind unzulässig und lösen unter anderem den bekannten Unterlassungsanspruch aus, § 8 UWG.

## **Wettbewerbswidriger Rechtsbruch?**

Nach § 4 Nr. 11 UWG handelt derjenige unlauter im Sinne des § 3 UWG, der einer gesetzlichen Vorschrift zuwider handelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln.

Die oben genannten Vorschriften müssen also im Interesse der Marktteilnehmer (dazu zählen vor allem auch Verbraucher) das Verhalten von Unternehmen bestimmen sollen. In der Tat haben die genannten Vorschriften (§ 37a HGB, § 35a GmbHG, § 80 AktG etc.) den Zweck, Geschäftspartnern wichtige Informationen zu vermitteln und ihnen die Einholung registergerichtlicher Informationen zu ermöglichen. Sie dienen also dem Schutz potenzieller Marktpartner und sind daher Marktverhaltensregelungen.

Ein Verstoß wird allerdings regelmäßig nicht geeignet sein, den Wettbewerb "nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen", wie § 3 UWG es verlangt. Fehlen nur unwesentliche Angaben (beispielsweise die Registernummer, einer der Geschäftsführer, der Aufsichtsratsvorsitzende) scheidet ein Verstoß daher regelmäßig aus. In der Vergangenheit haben so auch einige Gerichte entschieden. Der gegenwärtige am häufigsten anzutreffende Verstoß (es fehlen die Registerangaben) dürfte einen Konkurrenten daher kaum zu einer Abmahnung berechtigen.

Allerdings kann nicht ausgeschlossen werden, dass in Einzelfällen auch anders zu entscheiden ist, wenn nämlich besondere Umstände hinzutreten, die den Verstoß auch aus wettbewerblicher Sicht anstößig erscheinen lassen. Das ist z.B. der Fall, wenn ein Unternehmen seine Identität systematisch verbirgt und zu verschleiern sucht (Verbot der Tarnung) oder als Teil eines größeren Unternehmens wahrgenommen werden will.

In solchen Fällen richtige Einzelfallentscheidungen können dann - falsch verstanden - generalisiert zu massenhaften Abmahnungen führen, ganz gleich ob an dem Anspruch "etwas dran ist". Die Rechtsprechung zur Impressumspflicht auf Internetseiten hat dies eindrucksvoll gezeigt.

Wer abgemahnt wird, sollte sich daher stets rechtlich beraten lassen! Zwar wird u.E. die langfristige Rechtsentwicklung eher einen Wettbewerbsverstoß bei einzelnen Auslassungen verneinen, alle Angaben auf Geschäftsbriefen (auch E-Mails) sollten im eigenen Interesse dennoch stets vollständig, aktuell und richtig sein.

## **Irreführung und Rechtscheinhaftung?**

Unlauter handelt z.B. auch, wer irreführend wirbt, § 5 UWG. Bei der Beurteilung der Frage, ob eine Werbung irreführend ist, kommt es auch auf die geschäftlichen Verhältnisse, also auch auf die rechtlichen Verhältnisse des Werbenden, wie seine Identität und sein Vermögen und seine geistigen Eigentumsrechte an, § 5 Abs. 2 Nr. 3 UWG.

Danach kann auch ein Geschäftsbrief irreführend sein, wenn der Verbraucher aus der Angabe unzutreffende Schlüsse über die Person des Werbenden zieht. Eine GbR täuscht durch den

Zusatz "und Partner" vor, sie sei eine Partnerschaftsgesellschaft. Ebenso ist die Firmierung als "GbR mbH" für unzulässig erklärt worden (OLG München ZIP 1999, 535; OLG Jena ZIP 1998, 1797). Der Zusatz begründe in ausgeschriebener wie in abgekürzter Form eine Verwechslungsgefahr mit der GmbH.

Fatale Folgen kann verursachen, wer seinen Rechtsformzusatz weglässt. Der Empfänger eines solchen Schreibens wird eher geneigt sein, mit einem unbeschränkt haftenden Geschäftspartner Verträge abzuschließen, als beispielsweise mit einer "GmbH", die ihm nur mit dem Gesellschaftsvermögen, nicht aber dem Privatvermögen der Gesellschafter haftet. Nicht um sonst spricht der Volksmund von einer "Gesellschaft mit beschränkter Hochachtung" oder warnt: "Gehst'e mit, bist'e hin".

Dabei schmerzt weniger das Wettbewerbsrecht, mehr die Rechtscheinhaftung. Ein Geschäftsführer der Verträge schließt und dabei vergisst, deutlich zu machen, dass er für eine GmbH handelt (Unterschrift, Briefkopf), haftet in der Regel persönlich neben der GmbH, soweit der Vertragspartner nicht wissen musste, dass er für die GmbH handelt.

Werden andersherum auf einem Geschäftsbrief noch alte Vertretungsberechtigte (z.B. Geschäftsführer, Vorstandmitglieder) aufgeführt, deren Vertretungsbefugnis nicht mehr besteht, so muss die Gesellschaft von ihnen im Namen der Gesellschaft vorgenommene Rechtsgeschäfte unter Rechtsscheingesichtspunkten gegen sich gelten lassen.

Nach Artikel 7 der Lauterkeitsrichtlinie (2005/29/EG) zählen zu den irreführenden Geschäftspraxen, wenn man wesentliche Informationen vorenthält, die der durchschnittliche Verbraucher je nach den Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen (im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände und der Beschränkungen des Kommunikationsmediums):

Als irreführende Unterlassung gilt es auch, wenn ein Gewerbetreibender wesentliche Informationen verheimlicht oder auf unklare, unverständliche, zweideutige Weise oder nicht rechtzeitig bereitstellt und dies jeweils einen Durchschnittsverbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst oder zu veranlassen geeignet ist, die er ansonsten nicht getroffen hätte.

Im Falle der Aufforderung zum Kauf (das ist vereinfacht jede kommerzielle Kommunikation, die die Merkmale eines Produkts und des Preises in einer Weise angibt, die den Verbraucher in die Lage versetzt, einen Kauf zu tätigen) gelten als wesentlich Informationen: die Anschrift und Identität des Gewerbetreibenden, wie sein Handelsname und gegebenenfalls Anschrift und Identität des Gewerbetreibenden, für den er handelt, sowie die im Gemeinschaftsrecht festgelegten Informationsanforderungen in Bezug auf kommerzielle Kommunikation einschließlich Werbung oder Marketing.

Erfasst sind daher all diejenigen Geschäftsbriefe an einen Verbraucher, die ein Produkt anbieten, aber - anders als in § 37a HGB - auch Werbezettel und Werbemails. "Gewerbetreibender" ist jede natürliche oder juristische Person, die im Geschäftsverkehr im Sinne dieser Richtlinie im Rahmen ihrer gewerblichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit handelt, und jede Person, die im Namen oder Auftrag des Gewerbetreibenden handelt. Die Pflichtangaben gelten - anders als oben - unabhängig von der Rechtsform, treffen also auch die GbR oder natürliche Personen oder sogar einen Verein, der im Rahmen seines Zweckbetriebes wirtschaftlich tätig ist.

## 7. Zusammenfassung

Das Wesentliche noch einmal in Kürze:

- Die Vorschriften über Pflichtangaben in Geschäftsbriefen gelten - nicht erst seit dem 1.1.2007 - auch für die meisten geschäftlichen E-Mails eines Unternehmens an externe Empfänger.
- Die unter Ziff. 2 aufgeführten Unternehmen sollten daher dafür Sorge tragen, dass die unter Ziff. 4 aufgelisteten Angaben stets vollständig, aktuell und richtig in die betroffenen E-Mails aufgenommen werden.
- Es ist empfehlenswert, diese Angaben direkt in die übliche E-Mail-Signatur aufzunehmen.
- Ein Verstoß gegen die Vorschriften über die Pflichtangaben, kann im Einzelfall eine berechnigte Abmahnung zur Folge haben. Das Fehlen nur unwesentlicher Angaben (beispielsweise die Registernummer, nur ein Geschäftsführer, der Aufsichtsratsvorsitzende) wird in aller Regel nicht zu einer Abmahnung berechnigen. Wer wegen eines vermeintlichen Wettbewerbsverstoßes wegen fehlender Pflichtangaben abgemahnt wird, sollte daher unbedingt rechtlichen Rat einholen. (Fabian Laucken/Claas Oehler/[\[1\] mf](#))

Die Autoren

**Fabian Laucken** und **Claas Oehler** sind Rechtsanwälte im Berliner Büro der **Kanzlei Ihde & Partner Rechtsanwälte**, die auf die rechtliche Betreuung von Technologie- und Medienunternehmen und deren Abnehmer spezialisiert ist. Kontakt: IHDE & Partner Rechtsanwälte, Schönhauser Allee 10-11, D-10119 Berlin, Tel.: +49 30 44 31 86 60, Fax.: +49 30 44 31 86 79, E-Mail: berlin@onlinelaw.de, Website: [\[2\] www.onlinelaw.de](#)

### Enthaltene Links:

[1] <mailto:mfiok@channelpartner.de>

[2] <http://www.onlinelaw.de/>

[→ schliessen](#)

© Copyright IDG BUSINESS MEDIA GMBH München