

Online-Magazine und medienrechtliche Ordnungsvorschriften

von Martin Wiedenbauer

Das Rascheln der Morgenzeitung beim Frühstückskaffee wird immer häufiger durch das „Klick-Geräusch“ einer Computermaus ersetzt. Die Veröffentlichung periodisch erscheinender Online-Magazine bzw Online-Zeitungen hat sich am Informationsmarkt schon längst durchgesetzt. Online-Magazine werden entweder als Begleitprodukt zu bereits bestehenden Printausgaben erzeugt oder sie bestehen ausschließlich im Internet, entweder weil es nie eine Printausgabe gegeben hat oder weil diese eingestellt wurde, um ausschließlich via Internet Informationen anzubieten.

Fraglich ist, ob bzw in welchem Umfang Regelungen des Mediengesetzes („MedienG“) auf derartige Online-Magazine, die in periodischen Abständen erscheinen bzw erneuert werden, anwendbar sind. Im Folgenden wird auf Fragen der Impressumspflicht und sonstiger Ordnungsvorschriften des Mediengesetzes (Offenlegung, Ablieferungspflichten, Veröffentlichungspflichten) eingegangen.

1. Medium im Sinne des § 1 Abs 1 MedienG

„Medium“ iSd MedienG ist jedes Mittel zur Verbreitung von Mitteilungen oder Darbietungen mit gedanklichem Inhalt in Wort, Schrift, Ton oder Bild an einen größeren Personenkreis im Wege der Massenherstellung oder der Massenverbreitung (§ 1 Abs 1 Z 1 MedienG).

Nach derzeitigem Meinungsstand in Lehre und Rechtsprechung dürfte es als gesichert gelten, dass Websites (zB Online-Magazine) „Medien“ iSd MedienG sind. Das OLG Wien hat ausgesprochen, dass elektronische Medien „wie das Internet (auch E-Mail)“ als Medien iSd § 1 Abs 1 Z 1 MedienG gelten.¹⁾ Zurecht wird im Schrifttum kritisiert, dass das „Internet“ an sich als Medium bezeichnet wird.²⁾ Das Medium ist nicht das Internet selbst, weil es sich dabei bloß um den Vertriebsweg handelt, sondern die jeweilige Website. Es ist jedenfalls grundsätzlich von der Anwendbarkeit der Bestimmungen des MedienG auf Online-Magazine im Internet auszugehen.³⁾

2. Impressumspflicht

§ 24 MedienG sieht vor, dass auf jedem „Medienwerk“ der Name oder die Firma des Medieninhabers (zur Frage, wer als Medieninhaber anzusehen ist, siehe Punkt 3.) und des Herstellers, sowie der Verlags- und der Herstellungsort anzugeben ist. Weitergehende Informationspflichten bestehen bei sogenannten „periodischen Medienwerken“ (§ 24 Abs 2 MedienG).

Die Bestimmung des § 24 Abs 1 MedienG stellt nach ihrem Wortlaut auf Medienwerke ab. Der Rechtsbegriff „Medienwerk“ ist in § 1 Abs 1 Z 3 MedienG definiert. Ein Medienwerk iSd MedienG ist ein zur Verbrei-

tung an einen größeren Personenkreis bestimmter, in einem Massenherstellungsverfahren in Medienstücken vervielfältigter Träger von Mitteilungen oder Darbietungen mit gedanklichem Inhalt.

Im Schrifttum wird davon ausgegangen, dass es sich bei Medienwerken um einen Unterbegriff des „Mediums“ handelt, der auf körperliche Medienstücke abstellt.⁴⁾ Konsequenterweise handelt es sich demnach bei elektronischen Medien nicht um Medienwerke iSd MedienG. Zu diesem Ergebnis kommt auch das OLG Wien, das der von *Brandstetter/Schmid* vertretenen Meinung folgt und feststellt, dass die elektronischen Medien, denen elektronische Schwingungen oder Verbindungsleitungen immanent sind, keine Medienwerke iSd MedienG darstellen. Man kann also mit guten Gründen annehmen, dass nach derzeitiger Rechtslage keine Impressumspflicht besteht.⁵⁾

Geht man dennoch von einer Impressumspflicht aus, würde die Unterlassung der Veröffentlichung bzw die Veröffentlichung eines unvollständigen oder falschen Impressums mit einer Verwaltungsstrafe von bis zu ATS 30.000,- sanktioniert werden (§ 27 Abs 1 Z 1 MedienG). Verwaltungsstrafen im Zusammenhang mit der Unterlassung bzw falschen oder unvollständigen Veröffentlichung von *Impressa* werden jedoch in der Praxis eher selten erlassen. Im Schrifttum spricht man im Bezug auf diesen Verwaltungsstraftatbestand von „(fast) totem Recht“.⁶⁾

3. Offenlegungspflicht gemäß § 25 MedienG

Einmal im Jahr hat der Medieninhaber eines „periodischen Mediums“ eine – verglichen mit den Offenlegungspflichten im Impressum – erweiterte Offenlegung von Informationen vorzunehmen (§ 25 MedienG). Im Wesentlichen umfasst diese Offenlegungspflicht insbesondere die Darlegung der grundlegenden Richtung des Mediums, den Unternehmensgegenstand, den Medieninhaber, die Gesellschafter und Beteiligungen.

Dr. Martin Wiedenbauer ist Mitarbeiter der Rechtsanwaltskanzlei Fellner Wratzfeld & Partner.

- 1) OLG Wien MR 2000, 140; OLG Wien MR 1998, 44.
- 2) *Swoboda*, Das Recht der Presse² (1999) 10.
- 3) *Brandstetter/Schmid*, Kommentar zum Mediengesetz² (1999) Rz 4 zu § 1; *Laga*, Rechtsprobleme im Internet (1998) 374.
- 4) *Brandstetter/Schmid*, Kommentar zum Mediengesetz² (1999) Rz 23 zu § 1; *Höhne* in *Biegler* (Hrsg.), www.electronicbusiness.at (2000) 48.
- 5) So auch *Höhne* in *Biegler* (Hrsg.), www.electronicbusiness.at (2000) 49; aA *Laga*, Rechtsprobleme im Internet (1998) 374.
- 6) *Swoboda*, Das Recht der Presse² (1999) 34.

Die Vorschrift des § 25 MedienG bezieht sich auf jedes periodische Medium und gilt demnach – im Gegensatz zum Impressum – nicht nur für Medienwerke. Sofern von Online-Magazinen keine Printversion existiert und verbreitet wird, müsste die Offenlegung im Amtsblatt zur Wiener Zeitung binnen einem Monat nach Beginn der Verbreitung des Online-Magazins und im ersten Monat jedes Kalenderjahres verlautbart werden. Soweit überschaubar, werden in der Praxis von den Online-Magazinen diese Offenlegungspflichten missachtet.⁷⁾

Verantwortlich für die Offenlegung ist der Medieninhaber. Wer als Medieninhaber bei Online-Magazinen zu gelten hat, ist nicht geklärt. Medieninhaber ist jemand, der ein Medienunternehmen bzw einen Mediendienst betreibt oder sonst das Erscheinen von Medienwerken bzw das Inverkehrbringen der Medienstücke besorgt (§ 1 Abs 1 Z 8 MedienG). Wird kein Medienunternehmen betrieben, weil der organisatorische oder technische Aufwand gering ist, spricht man medienrechtlich vom „Verleger“ (§ 1 Abs 1 Z 8 MedienG). Die Größe des hinter dem Online-Magazin stehenden Betriebs bzw der mit dem Bereitstellen des Online-Magazins verbundene organisatorische oder technische Aufwand spielt damit für die Frage des Bestehens der Offenlegungspflicht gemäß § 25 MedienG keine Rolle. Bedeutend ist aber, ob der Medieninhaber (Verleger) neben der Herstellung und Verbreitung auch die inhaltliche Gestaltung des Mediums inne hat.⁸⁾ Somit ist der bloße Access-Provider, der keinen Einfluss auf die inhaltliche Gestaltung eines Online-Magazins hat, jedenfalls nicht als Medieninhaber anzusehen.⁹⁾

Eine Verletzung der Veröffentlichungspflicht gemäß § 25 MedienG kann eine Verwaltungsstrafe auslösen (etwa wenn die Beteiligungsverhältnisse an dem Medieninhaber nicht offengelegt werden). Die Nichtbekanntgabe der grundlegenden Richtung des Mediums ist allerdings sanktionslos. Im Schrifttum wird die Meinung vertreten, dass aufgrund der unklaren Rechtslage davon auszugehen sei, dass derartige Verwaltungsstrafen derzeit nicht erlassen werden.¹⁰⁾ Im Falle der Sanktionierung könnte ebenfalls gemäß § 27 Abs 1 Z 1 MedienG eine Geldstrafe bis zu ATS 30.000,- verhängt werden.

4. Ablieferungspflichten („Bibliotheksstücke“)

Die §§ 43 ff MedienG sichern Anbieters- und Ablieferungspflichten des Medieninhabers von im Inland erschienenen oder verlegten Druckwerken, wonach eine bestimmte Anzahl von Stücken an bestimmte Bibliotheken (zB Nationalbibliothek; Landes- und Universitätsbibliotheken) zu liefern sind.

Diese Anbieters- und Ablieferungspflichten beziehen sich ausdrücklich auf „Druckwerke“. Das MedienG definiert in § 1 Abs 1 Z 4 Druckwerke als Medienwerke, durch die Mitteilungen oder Darbietungen ausschließlich in Schrift oder in Standbildern verbreitet werden. Bei Druckwerken iSd MedienG handelt es sich um einen Unterfall des Medienwerks. Der Rechtsbegriff umfasst damit nicht elektronische Online-Medien.

Sollten jedoch Online-Magazine mittels CD-ROM, CD-interaktiv, Computer-Diskette oder DVD verbreitet werden, ist die aufgrund des § 43a Abs 2 MedienG erlassene „Verordnung über die Anbieters- und Ablieferungspflicht bei sonstigen Medienwerken“ zu beachten.¹¹⁾ Nach dieser Verordnung besteht für diese Trägermedien eine Anbieters- und Ablieferungspflicht.¹²⁾

5. Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichungen

Nach § 26 MedienG müssen Ankündigungen, Empfehlungen sowie sonstige Beiträge und Berichte, für deren Veröffentlichung ein Entgelt geleistet wird, in periodischen Medien als „Anzeige“, „entgeltliche Einschaltung“ oder „Werbung“ gekennzeichnet sein, es sei denn, dass Zweifel über die Entgeltlichkeit durch Gestaltung oder Anordnung ausgeschlossen werden können.

Auch in dieser Bestimmung wird auf sämtliche „periodische Medien“ abgestellt, weshalb davon auszugehen ist, dass diese Bestimmung auf Online-Magazine anzuwenden ist.¹³⁾ Eine Kennzeichnungspflicht etwa bei Werbebannern, die in das Online-Magazin eingearbeitet sind, besteht nicht, weil in diesem Fall die Entgeltlichkeit durch die Gestaltung oder Anordnung klar erkennbar sein dürfte.

Problematisch könnte die Aufnahme eines Beitrags sein, wenn das Online-Magazin für seine Schaltung bezahlt wurde. In diesem Fall ist von einer Kennzeichnungspflicht auszugehen. Derartige Beiträge müssten präzise mit „Anzeige“, „entgeltliche Einschaltung“ oder „Werbung“ versehen werden. Eine Verletzung des § 26 MedienG würde eine Verwaltungsübertretung darstellen, die mit einer Geldstrafe bis zu ATS 30.000,- sanktioniert ist. Die Missachtung dieser Vorschrift könnte einem Konkurrenten die Gelegenheit geben, gemäß § 1 UWG wettbewerbsrechtliche Ansprüche (Unterlassung, Beseitigung, Schadenersatz, etc) geltend zu machen, sofern der Medieninhaber des Online-Magazines durch die Missachtung dieser Bestimmung einen Wettbewerbsvorteil hätte.

6. Zusammenfassung

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass aus dem Wortlaut des Gesetzes und den bisher ergangenen Stellungnahmen in Rechtsprechung und im Schrifttum überblicksmäßig von folgender Rechtslage ausgegangen werden kann (siehe Tabelle):

7) *Höhne* in *Biegler* (Hrsg.), www.electronicbusiness.at (2000) 49.

8) OGH ÖJZ 1997/41 (EvBl).

9) *Swoboda*, Das Recht der Presse² (1999) 11 mwN; *Hager/Zöchbauer*, Persönlichkeitsschutz im Straf- und Medienrecht⁴ (2000) 35; *Brenn*, Haftet ein Internet-Service-Provider für die von ihm verbreiteten Informationen?, *ecolex* 1999, 249; *Zöchbauer*, Der Begriff des „objektiven Tatbestands“ im MedienG, MR 2000, 283.

10) *Höhne* in *Biegler* (Hrsg.), www.electronicbusiness.at (2000) 49.

11) BGBl II 65/2001, www.austria.gv.at/regierung/VD/ablieferungsverordnung.htm.

12) Vgl MedienG-Novelle 2000, MR 2001, 15.

13) *Brandstetter/Schmid*, Kommentar zum Mediengesetz² (1999) Rz 3 zu § 26.

GESETZLICHE BESTIMMUNG	ANWENDBAR AUF ONLINE-MAGAZINE
Das MedienG ist grundsätzlich auf „Medien“ anzuwenden (§ 1 MedienG)	Das MedienG ist technikneutral ausgestaltet. Online-Magazine sind „Medien“ iSd MedienG.
Impressumpflicht (§ 24 MedienG)	nein
Offenlegungspflicht (§ 25 MedienG)	ja
Anbietungs- und Ablieferungspflicht (§§ 43 ff MedienG)	nein, bei Online-Magazinen; ja bei Verbreitung elektronischer Datenträger
Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichungen (§ 26 MedienG)	ja