

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

Neues Design von Facebook bringt Fanpagebetreiber in Abmahngefahr

Seit einiger Zeit bietet Facebook seinen Nutzern an, auf ein neues Layout zu wechseln. Wechselt ein Nutzer auf dieses neue Design, gibt es ein Problem: Ihm wird auf geschäftlichen Fanpages dann die Rubrik „Impressum“ nicht mehr angezeigt. Auch vom Fanpagebetreiber auf der Profilseite unter „Info“ hinterlegte Verlinkungen werden nicht mehr als klickbarer Link dargestellt. In der Folge besteht eine Abmahngefahr für den Betreiber. Was können Fanpagebetreiber nun tun?

Worum geht es?

Wer geschäftsmäßig einen Facebook-Auftritt betreibt, der muss eine Anbieterkennzeichnung im Sinne des § 5 TMG, landläufig also ein „Impressum“ vorhalten.

Dies gilt also insbesondere für Online-Händler, die auch einen unternehmensbezogenen Facebookauftritt betreiben, unabhängig ob dort auch ein Verkauf erfolgt oder es rein um die Präsentation des Unternehmens geht. Entscheiden ist alleine, dass es ein geschäftlicher Auftritt bei Facebook ist. Dies ist auch bei einer bloßen „Visitenkartenseite“ schon der Fall.

Die Rechtslage ist hier eindeutig. Bereits im Jahre 2012 gab es eine bundesweite Abmahnwelle mit hunderten Abmahnungen von Facebook-Fanpages ohne ausreichendes Impressum. In diesem Zuge wurde auch bereits obergerichtlich geklärt, dass bei Facebook ein Impressumszwang im Sinne des § 5 TMG besteht.

Wer als Unternehmer bei Facebook kein Impressum vorhält bzw. unrichtige oder unvollständige Angaben im Rahmen des Impressums tätigt bzw. das Impressum nicht leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar darstellt, der handelt wettbewerbswidrig, begibt sich in eine konkrete Abmahngefahr und begeht zudem u.U. auch eine Ordnungswidrigkeit.

Wichtig ist nicht nur der korrekte Inhalt des Impressums, sondern auch dessen korrekte Platzierung.

Insbesondere muss beachtet werden, dass das Impressum immer nur maximal „zwei Klicks“ weit „entfernt“ sein darf. D.h. der Facebook-Fanpage-Besucher muss beim Besuch der Fanpage über eine eindeutige Bezeichnung wie „Impressum“ auf das Impressum hingewiesen werden und darf dann – können die Daten nicht direkt „vor Ort“ dargestellt werden, maximal zwei Mal auf einen anklickbaren Link „verwiesen“ werden, um zu den Impressumsangaben zu gelangen (etwa auf der eigenen Webseite des Unternehmers).

Was ist passiert?

Nachdem es jahrelang nur mittels „Bastellösungen“ gelang, auf Facebook-Fanpages ein rechtssicheres Impressum zu hinterlegen führte Facebook vor einiger Zeit eine „Impressums-Funktion“ ein.

Mittels derer war es den Betreibern geschäftsmäßiger Facebook-Seiten endlich möglich, zuverlässig ein rechtssicheres Impressum bei Facebook zu hinterlegen.

Doch diese Funktion ist nun Geschichte – jedenfalls wenn der Besucher der Fanpage bereits seine „Facebook-Ansicht“ auf das neue Layout von Facebook umgestellt hat.

In diesem Fall erscheint die entsprechende Rubrik „Impressum“ auf der Fanpage (obwohl vom Betreiber aktiviert) für den Nutzer nicht mehr.

Dies bedeutet, dass sich auf der jeweiligen Fanpage für einen Betrachter, der bereits das neue Facebook-Layout nutzt, kein Impressum mehr befindet.

Ein weiteres Phänomen des neuen Layouts ist, dass auch – bisher anklickbare Links – die in der Info-Rubrik auf der Startseite zur Unternehmensbeschreibung hinterlegt waren nicht mehr anklickbar sind. Auf diese Weise kann daher nicht mehr in rechtssicherer Weise auf ein extern hinterlegtes Impressum (z.B. auf der eigenen Webseite des Unternehmers) verwiesen werden, da es sich dann nicht um einen anklickbaren Link handelt.

Hintergrund ist, dass Facebook seit einigen Wochen seine Nutzer dazu animiert, auf „das neue Facebook“ umzusteigen. Wer der Umstellung zugestimmt hat, bekommt die Facebook-Fanpages dann – wie dargestellt – ohne Impressumsrubrik und ohne klickbare Links im Infobereich zu Gesicht.

Hinweis: In den Accountsteinstellungen kann man (derzeit noch) auf das alte Design zurückwechseln.

Wo ist das Problem?

Ob das neue Layout gefällt, sei einmal dahingestellt. Es gibt da ein ganz anderes Problem:

Jeder Fanpagebetreiber, der sich bislang auf die Impressums-Funktion von Facebook verlassen hat bzw. im Infobereich der Profilseite mit einem anklickbaren Link auf sein externes Impressum gearbeitet hat, steht nun ohne ausreichende Anbieterkennzeichnung dar.

Dies jedenfalls, wenn ein Facebooknutzer, der bereits auf das neue Facebook-Design umgestellt hat diese Seite aufruft.

Beim Redesign hat in den USA wohl keiner mehr an die „German Besonderheit“ gedacht: eben die bereits eingangs erwähnte und von Facebook wohl extra nachträglich wegen der deutschen Abmahnproblematik eingeführte Impressumsfunktion.

Werden nun reihenweise die Impresen der Fanpagebetreiber nicht mehr angezeigt, werden Abmahner diesen Umstand zum Anlass nehmen, zahlreiche wettbewerbsrechtliche Abmahnungen auszusprechen.

Der Umstand, dass nur Seitenbesucher, die bereits auf das neue Layout umgestellt haben nicht entsprechende § 5 TMG informiert werden, dürfte dem Fanpagebetreiber leider nicht weiterhelfen.

Ferner wird damit zu rechnen sein, dass das neue Design über kurz oder lang das bisherige Design ablösen dürfte.

Warnung: Bei Unterlassungserklärungen ist Gefahr in Verzug

Ganz besonders vorsichtig müssen aktuell Fanpagebetreiber sein, die sich bereits mittels Unterlassungsverpflichtungserklärung zum Vorhalten eines korrekten Impressums verpflichtet haben (egal welchen „Kanal“ die Impressums-Abmahnung seinerzeit betraf).

Aufgrund der aktuellen Problematik drohen hier Vertragsstrafen, die schnell in die Tausende gehen können. Daher sollten Betroffene umgehend die weiter unten dargestellte Lösungsmöglichkeit umsetzen oder im Zweifel die Fanpage erst einmal deaktivieren.

Wenn sich die Problematik erst einmal „rumgesprochen“ hat, werden etliche Abmahner auf die Jagd gehen, um Vertragsstrafen realisieren zu können

Was kann ich nun tun?

Fest steht, dass Fanpagebetreiber das Beste aus dem Dilemma machen müssen, in welches Facebook sie derzeit bringt.

Schließlich können die Betreiber der Seiten ja gar nicht steuern, ob ihre Seiten von einem Facebook-Nutzer, der das alte oder einem Nutzer, der das neue Facebook-Design aktiviert hat aufgerufen wird.

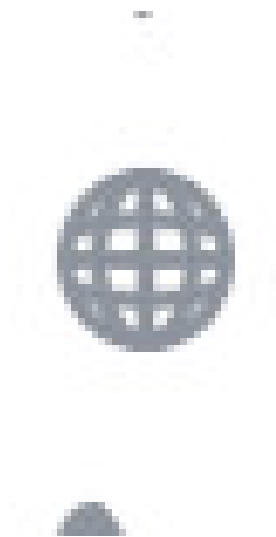
Eine schnelle Abhilfe ist derzeit wie folgt möglich:

Fanpagebetreiber sollten im Rahmen der Profilinformationen unter der Rubrik „Webseite eingeben“, wo der Link zur eigenen Webseite hinterlegt werden kann, einen sprechenden Link auf ein vollständiges Impressum außerhalb von Facebook hinterlegen.

Gemeint ist die Rubrik „Webseite eingeben“, bei der der Link in den Profilinformationen mit diesem Symbol im alten Design



und diesem Symbol im neuen Design



dargestellt wird.

Das korrekte Impressum kann z.B. dasjenige aus dem eigenen Onlineshop bzw. der eigenen Unternehmenswebseite sein. Wichtig ist, dass das Wort „Impressum“ im Rahmen des Links (als dessen Bestandteil) verwendet wird, da nur so sichergestellt ist, dass ein Betrachter die Verlinkung des Impressums auch wie von § 5 TMG gefordert leicht erkennen kann.

Positivbeispiel für einen solchen sprechenden Link: <https://www.musterseite.de/impressum>

Negativbeispiel dagegen: <https://www.musterseite.de/pageID=372> (auch wenn der Link direkt auf das Impressum verlinkt, da kein „sprechender“ Link).

Nicht ausreichend wäre zudem, nur „pauschal“ auf den eigenen Shop / die eigene Webseite zu verlinken. Es muss sich um einen Direktlink auf das Impressum dort handeln, der auch klar als solcher erkennbar ist. Ggf. muss die Zielseite – wenn diese nicht die Bezeichnung „Impressum“ im URL trägt, entsprechend umbenannt werden.

Ferner muss der Link dann natürlich auch anklickbar sein, was sich jedoch in den hier bekannten Fällen als unproblematisch darstellt.

Wie können sich Fanpagebetreiber ohne eigene Webseite / eigenen Shop behelfen?

Wer über keinen eigenen Webspace für das Hinterlegen eines vollständigen Impressums verfügt, für den bietet die IT-Recht Kanzlei eine bequeme Lösung im Rahmen des Hosting-Services an.

Als [Update-Service-Mandant](#) der IT-Recht Kanzlei, der (auch) die [Rechtstexte für Facebook](#) bezieht, steht dem Nutzer für die Datenschutzerklärung der Hosting-Service der IT-Recht Kanzlei zur Verfügung, der zugleich auch das Impressum des Mandanten darstellt.

Gehen Sie dazu in Ihrem Mandantenportal einfach auf das Dokument "Facebook Datenschutzerklärung", konfigurieren das Dokument ggf. noch und klicken dann auf den Reiter "Hostung". Dort werden Ihnen dann zwei Hosting-Links angezeigt, von denen Sie bitte den unteren im Format "https://itrk.legal/h5.45.2k3.html?datenschutz-impressum" auswählen und kopieren.

Diesen Link fügen Sie dann bei Facebook wie im vorherigen Abschnitt beschrieben ein, so als würde es sich um einen Link auf ein externes Impressum auf Ihrer eigenen Webseite handeln.

Auf diese Weise können Sie dann mittels eines sprechenden Links auf Ihr Impressum verlinken (und zugleich auch die für jede Facebook-Fanpage notwendige Datenschutzerklärung verweisen). Die IT-Recht Kanzlei hostet diese Rechtstexte für Sie zuverlässig und ohne jeden Aufpreis.

Fazit

Kurzum: Das Streichen der Impressumsrubrik im neuen Design ist so überflüssig wie ein Kropf.

Es ist erschreckend, wie wenig Facebook die Interessen seiner Kunden an einem rechtssicheren Auftritt bei Facebook wert zu sein scheinen.

Dass Facebook sich selbst gerne „versteckt“, um Behörden und Anspruchstellern den Kontakt zu erschweren, ist bekannt. Nur die Händler und Fanpagebetreiber können sich das nicht leisten, denn diese stehen an vorderster Front, wenn es um das Thema Abmahnungen geht.

Jedem Betreiber einer geschäftlichen Facebook-Fanpage ist daher dringend anzuraten, in seinen Profilinformatoren einen sprechenden Link auf das Impressum auf einer externen Webseite (z.B. eigener Shop / eigene Unternehmensseite) zu hinterlegen, bis Facebook das Problem (hoffentlich bald) in den Griff bekommt.

Unbedingt handeln müssen insbesondere Fanpagebetreiber, die bereits eine Unterlassungserklärung mit Bezug zum Vorhalten eines (korrekten) Impressums unterzeichnet haben. Es droht andernfalls Vertragsstrafe!

Sie möchten rechtssicher bei Facebook auftreten? Für Fanpage-Betreiber bietet die IT-Recht Kanzlei [ein abmahnsicheres Impressum sowie eine spezielle Datenschutzerklärung für Facebook bereits zu 5,90](#)

[Euro zzgl. MwSt. mtl.](#)

Wenn via Facebook auch ein Verkauf erfolgen soll, stellt die IT-Recht Kanzlei zudem auch [rechtssichere AGB sowie Widerrufsbelehrung für Facebook bereits ab 9,90 Euro zzgl. MwSt. mtl.](#) zur Verfügung.

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt