

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

OLG Düsseldorf: Impressum bei Facebook unter „Info“ nicht ausreichend

Immer häufiger wird die digitale Kommunikationsplattform „Facebook“ auch von Online-Händlern genutzt, die ihre Angebote auf einer eigens angelegten Seite des Netzwerkes aufführen und bewerben. Dies dient vor allem dazu, den eigenen Internetauftritt einem breiteren Publikum zugänglich zu machen und gleichzeitig neue Zielgruppen, die über Seitenvorschläge des Netzwerkes selbst oder mittels der Empfehlung anderer Nutzer auf den Online-Händler aufmerksam werden, anzusprechen.

Allerdings müssen solche Online-Präsenzen gewissen gesetzlichen Anforderungen zum Verbraucherschutz genügen.

Mit Urteil vom 13.08.2013 hat nun das OLG Düsseldorf entschieden, dass eine Weiterleitung auf das jeweilige Impressum des Anbieters im Rahmen des Facebook-Auftritts über den „Info-Button“ ungenügend ist.

Die Pflicht zur Angabe eines Impressums im Internet

Ein im digitalen Geschäftsverkehr tätiger Händler ist nach §5 des Telemediengesetzes (TMG) grundsätzlich verpflichtet, sowohl im Rahmen des eigenen Internetauftritts als auch im Rahmen der Unterhaltung einer gewerbsmäßigen Seite in einem sozialen Netzwerk Angaben über seine Identität, Anschrift, Handelsregistereintragung und seine Vertretungsberechtigten zu machen.

Betreibt ein Online-Händler somit eine Facebook-Seite gewerbsmäßig und nicht nur zu privaten Zwecken muss er spezifische Informationen bereitstellen, die dem Nutzer anzeigen, mit wem er im Rahmen des „Facebook-Besuchs“ in Kontakt tritt.

Im Normalfall wird den von §5 TMG festgelegten Informationspflichten durch die Erstellung eines Impressums nachgekommen, bei dessen Anklicken die relevanten Daten einsehbar sind und ein direkter Kontakt zum Händler ermöglicht wird. Nach §5 Abs. 1 TMG müssen die Angaben für den jeweiligen Nutzer nämlich leicht erkennbar und unmittelbar erreichbar sein.

Im Rahmen eines Facebook-Auftritts entspricht den gesetzlichen Anforderungen entweder die unmittelbare Aufführung der Informationen durch entsprechende Zeilen oder aber das Einbetten eines Links zum jeweiligen Impressum auf der betroffenen Seite.

Die Entscheidung des Gerichts

Im dem OLG Düsseldorf vorliegenden Sachverhalt stritten die Parteien um die korrekte Verlinkung des Impressums im Rahmen eines Facebook-Auftritts. Der Kläger rügte ein Fehlen der leichten Erkennbarkeit und Unmittelbarkeit nach §5 Abs. 1 TMG auf der Facebook-Seite der Beklagten, die unter der Bezeichnung „Schlüsseldienst R. M.“ unter der Rubrik „Info“ einen Link bereitstellte, der zur eigenen Website, auf der auch das Impressum eingesehen werden konnte, führte.

Das Gericht befand die Klage für zulässig und sah im Verhalten der Beklagten eine unlautere Handlung nach §4 Nr. 11 UWG in Verbindung mit §5 TMG. Letzterer Paragraph sei eine Marktverhaltensvorschrift und könne daher bei der Bewertung der Unlauterkeit nach §4 Nr. 11 UWG herangezogen werden.

Nach Auffassung des OLG Düsseldorf müssten für Links zum jeweiligen Impressum Bezeichnungen gewählt werden, die sich dem durchschnittlichen Nutzer eindeutig als Weiterleitung zu den relevanten Kontaktinformationen erschließen, sofern sich die erforderlichen Angaben nicht bereits auf der Startseite befänden.

Während allerdings Buttons mit der Bezeichnung „Kontakt“ oder „Impressum“ den Inhalt der verlinkten Seite eindeutig implizierten, werde durch die Angabe „Info“ nicht hinreichend ersichtlich, dass der Nutzer hierüber auch Anbieterinformationen abrufen könne.

Da es Zweck der Informationspflichten sei, den Nutzer hinreichend darüber zu informieren, mit wem er in potentiellen geschäftlichen Kontakt trete, würden den Anforderungen nur solche Verlinkungen genügen, aus denen sich eine Anbieterkennzeichnung unmittelbar ergebe. Die Weiterleitung über einen „Info“-Button werde dem indes nicht gerecht.

Mithin stellte das Gericht einen Verstoß der Beklagten gegen das Erfordernis der leichten Erkennbarkeit der Händlerinformationen fest.

Da ein solcher bereits vorlag, ließ es die Frage offen, inwiefern es bei der Umleitung auf die Anbieterseite nach Klick auf den „Info“-Button und einem infolgedessen nötigen erneuten Suchen des eigentlichen Impressums an der Unmittelbarkeit der Darstellung nach §5 Abs. 1 TMG fehlte.

Fazit

Jeder gewerbsmäßige Betreiber einer Facebook-Präsenz ist gesetzlich dazu verpflichtet, Angaben über Identität, Anschrift, Handelsregistereintragung und die Vertretungsberechtigten zu machen, d.h. dem Nutzer zu ermöglichen, einen direkten Kontakt herzustellen. Dabei müssen diese Informationen leicht erkennbar, unmittelbar abrufbar und stets verfügbar sein.

Da ein Verstoß gegen eines oder mehrere dieser Erfordernisse eine unlautere und somit abmahnbare Handlung begründen kann, ist es empfehlenswert, die nötigen Angaben unmittelbar im Kopf der Facebook-Seite darzustellen, um die Anforderungen an eine korrekte Verlinkung des eigenen Impressums zu umgehen.

Sollte indes der Wunsch bestehen, anstelle dessen die Informationen über den Link zu einer anderen

Seite bereitzustellen, sollte dieser klar mit dem Wort „Kontakt“ oder „Impressum“ bezeichnet werden. Um auf Nummer sicher zu gehen, wird darüber hinaus geraten, unmittelbar das Impressum der eigenen Seite zu verlinken und nicht etwa nur die Startseite, auf welcher der Nutzer noch nach einem etwaigen Impressum suchen muss.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt