von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

Anleitung zum Erstellen eines Impressums auf Twitter

Nachdem viele Online-Händler die Social-Media für sich entdeckt haben, gilt auch hier der Hinweis, dass rechtliche Regeln zu befolgen sind. So haben Nutzer von Social Media ein rechtskonformes Impressum bereitzustellen, nur manchmal lässt sich ein solches Impressum gar nicht so einfach erstellen. Aus gegebenem Anlass informiert die IT-Recht-Kanzlei im Folgenden darüber, mit welchen Tricks ein rechtssicheres Impressum für den Kurznachrichtendienst Twitter erstellt werden kann.

I. Die Impressumspflicht in sozialen Medien nach §5 TMG

Die Pflicht zur Anführung eines Impressums geht aus §5 Abs. 1 des Telemediengesetzes (TMG) hervor.

Demnach haben Diensteanbieter für geschäftsmäßig angebotene Telemedien bestimmte, der Identifikation und Kontaktierung dienende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig abrufbar verfügbar zu halten.
Anzuführen sind immer

- der Name und die Anschrift der Niederlassung (bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform, die Vertretungsberechtigten und, sofern Angaben über das Kapital der Gesellschaft gemacht werden, das Stamm- oder Grundkapital sowie, wenn nicht alle in Geld zu leistenden Einlagen eingezahlt sind, der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen)
- Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation ermöglichen, einschließlich der Mailadresse
- Sofern vorhanden das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister und die entsprechende Registernummer

Weitere Informationen sind für bestimmte Berufsgruppen oder Tätigkeiten mit behördlichem Zulassungserfordernis sowie für Gesellschaften und steuerrechtliche Besonderheiten vorgesehen.

Weil ein Diensteanbieter nach §2 Nr. 1 TMG aber jede natürliche oder juristische Person ist, die eigene oder fremde Telemedien zur Nutzung bereithält oder den Zugang zur Nutzung vermittelt, sind die Informationspflichten **nicht ausschließlich von den originären Bereitstellern von Online-Diensten einzuhalten**, sondern müssen immer schon dann berücksichtigt werden, wenn derartige Dienste geschäftsmäßig für die Verbreitung eigener oder zumindest eigens zusammengestellter Inhalte genutzt werden.

Zwar wird vermutet nach §5 Abs. 1 TMG vermutet, dass eine geschäftsmäßige Tätigkeit regelmäßig entgeltlich ist. Erforderlich ist dies aber nicht zwingend. Geschäftsmäßig ist vielmehr jede nachhaltige Tätigkeit, egal ob mit oder ohne Gewinnerzielungsabsicht. Dies leitete eine Rechtsprechungspraxis ein, die vor allem soziale Medien ins Auge fasste und eine Impressumspflicht für jeden Auftritt auf

derartigen gesellschaftlichen Interaktionsplattformen vorschrieb, der sich nicht auf rein private oder familiäre Inhalte beschränkt.

Begründet wurde diese Ausweitung der Impressumspflicht auf Profile oder Präsenzen innerhalb von sozialen Medien durch das LG Aschaffenburg (Urteil v. 19.08.2011 - Az. 2 HK O 54/11), das erstmalig nicht privaten Zwecken dienliche Accounts kommerziellen, stets impressumspflichtigen Websites gleichstellte. Inzwischen haben zahlreiche, auch höherinstanzliche Gerichte diesen Kurs anerkannt (s. nur OLG Düsseldorf, Beschluss v. 13.8.2013 - Az. I-20 U 75/13).

Nach einem Grundlagenurteil des BGH (Urteil vom 20.07.2006, Az. I ZR 228/03) stellen Verstöße gegen die Impressumspflicht gleichzeitig Wettbewerbsverstöße nach §4 Nr. 11 UWG i.V.m. §5 Abs. 1 TMG dar.

II. Der Ort des Impressums in sozialen Medien

Grundsätzlich muss das Impressum **leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig abrufbar** sein, sodass gerade für Auftritte in sozialen Medien die weitgehend nicht personalisierbaren und von den Plattformbetreibern vorgegebenen Gestaltungselemente viele Anbieter vor ein Problem stellten. Oft besteht nicht genügend Raum für die vollständige Angabe der Pflichtinformationen und auch der gewählte Ort für deren Darstellung birgt vielmals ein Abmahnrisiko, weil eine omnipräsente Wahrnehmbarkeit in Frage stand.

1) leichte Erkennbarkeit

Grundsätzlich muss das Impressum durch seine Bezeichnung Rückschluss auf die darin aufgeführten Informationen gewähren.

Zwar ist nicht zwingend die Verwendung des Begriffs „Impressum“ notwendig, sodass auch andere verkehrsübliche Synonyme (der BGH nannte in obiger Entscheidung explizit die Bezeichnung „Kontakt“) zur Indikation der Anbieterinformationen ausreichen.

Allerdings wurde die Anführung des Impressums unter der Rubrik „Info“ oder „Information“ im Rahmen eines Social-Media-Auftritts für unzulässig erklärt (LG Aschaffenburg, Urteil v. 19.08.2011 - Az. 2 HK O 54/11; OLG Düsseldorf, Beschluss v. 13.8.2013 - Az. I-20 U 75/13). Insofern könne ein durchschnittlicher Nutzer nämlich bei derartigen Schaltflächen keine konkreten Hinweise auf die Identität des Anbieters erwarten, sondern gehe von der Anführung allgemeiner Hinweise, die die konkret eingestellten Inhalte betreffen, aus.

2) unmittelbare Erreichbarkeit

Prinzipiell muss das Impressum ohne weitere erforderliche Zwischenschritte einsehbar sein. Insbesondere soll dem informationsbedürftigen Nutzer nicht auferlegt werden, einen zusätzlichen Such- oder Rechercheaufwand betreiben zu müssen oder aber über unübersichtliche Weiterleitungen abgehalten zu werden.

Zulässig und dem Kriterium der unmittelbaren Erreichbarkeit nicht entgegenstehend ist in sozialen Netzen aufgrund der dort vorherrschenden räumlichen Beschränkungen die Verlinkung auf ein externes Impressum, sofern unmittelbar ersichtlich wird, dass der angeführte Link tatsächlich auf das Impressum verweist.

Umzusetzen ist dies entweder durch einen Hyperlink innerhalb des Wortes „Impressum“ oder aber durch die tatsächliche Ausweisung des Links hinter dem Wort („Impressum: www. ..... .de“).

3) ständige Abrufbarkeit

Einer ständigen Abrufbarkeit wird in sozialen Netzwerken nur eine solche Impressumsdarstellung gerecht, deren Abrufbarkeit nicht von dem Aufruf einer bestimmten Unterrubrik eines Accounts oder Profils und somit vom individuellen Nutzerverhalten abhängt. Dies kann regelmäßig durch die Einbettung der Pflichtinformationen oder der entsprechenden Verlinkung in gewisse Felder auf der Startseite gewährleistet werden, welche unabhängig von Weiterleitungen innerhalb des Profils stets rechts- oder linksbündig aufgeführt werden.

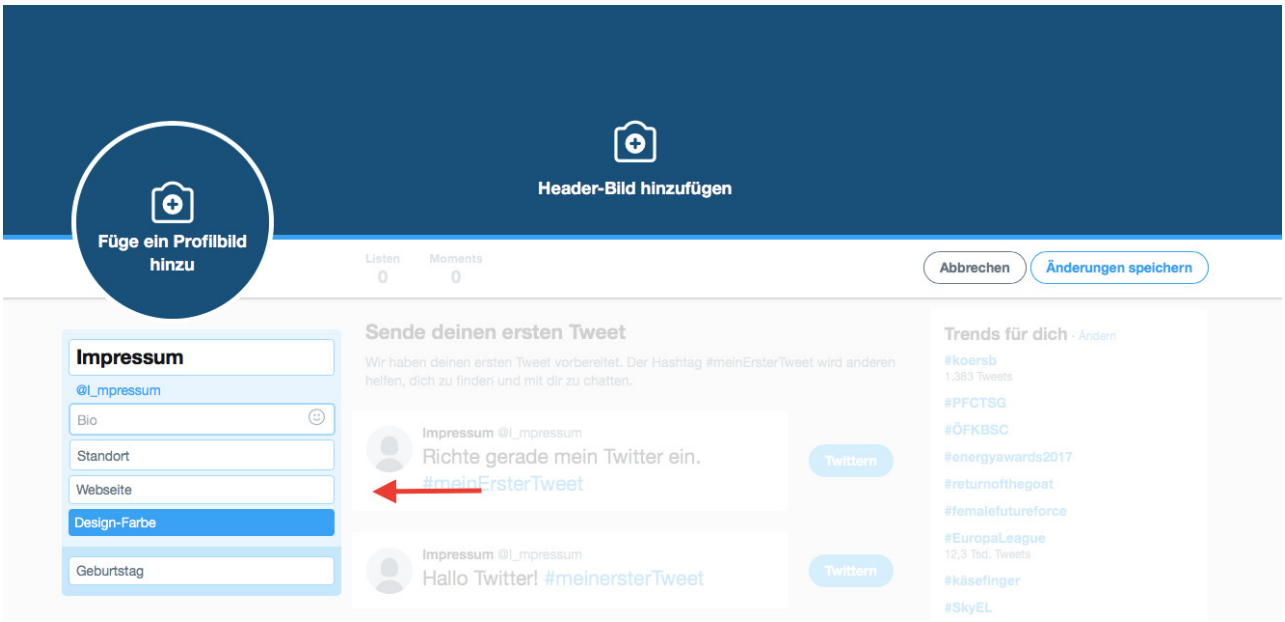
III. Das Erstellen eines Twitter-Impressums

Unter Berücksichtigung der obigen Erwägungen soll nun graphisch veranschaulicht wie ein Impressum für nicht ausschließlich privaten Zwecken dienlichen Twitter-Accounts leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig abrufbar gestaltet werden kann.

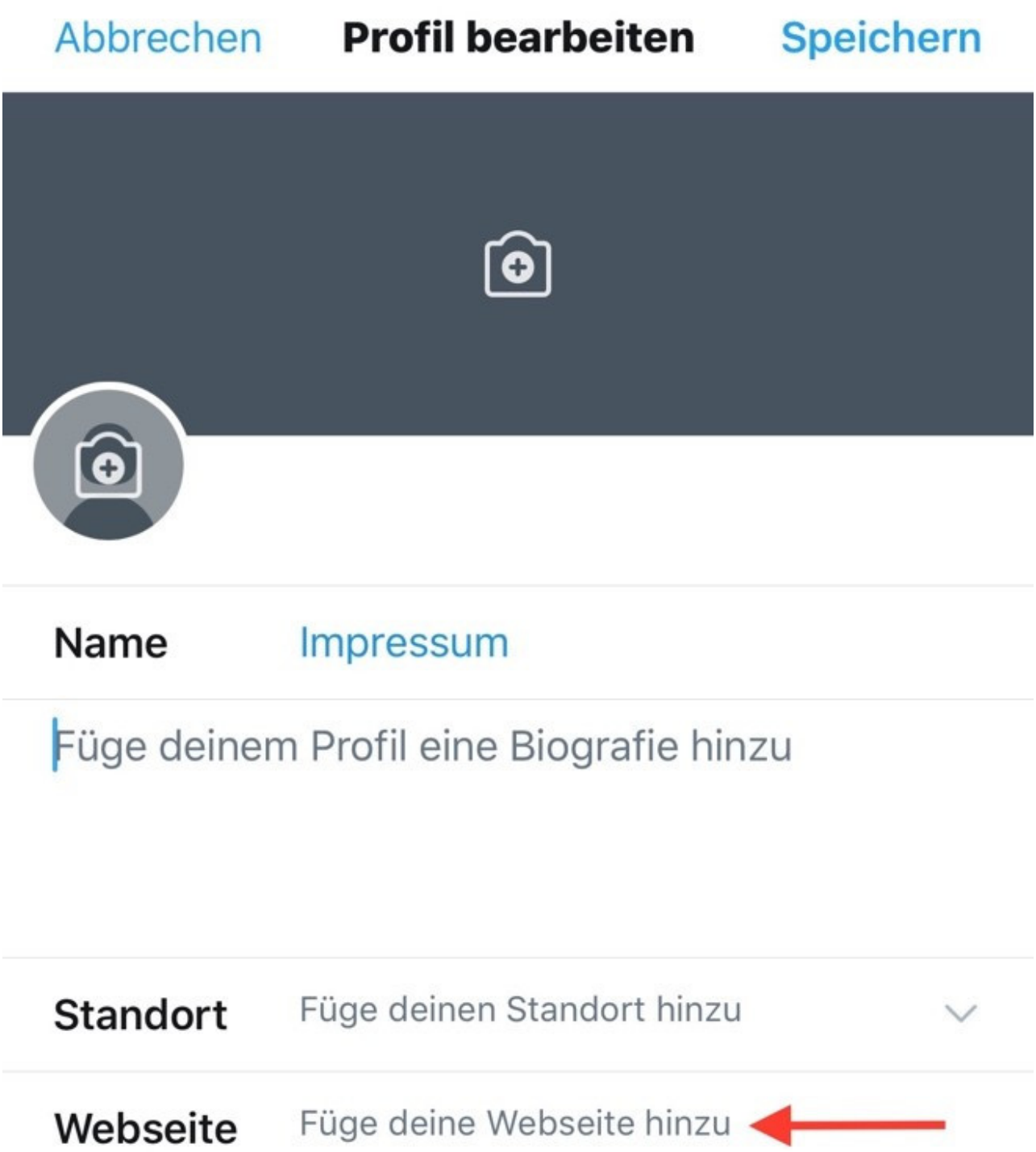
Grundsätzlich bestehen 2 Optionen, das Impressum innerhalb des Twitter-Accounts zu integrieren, von denen jedoch nur eine den gesetzlichen Anforderungen vollumfänglich gerecht werden kann.

1.) Angabe einer URL im Nutzer-Profil

Zum einen ermöglicht Twitter es Nutzern, innerhalb ihrer Profilinformationen eine **Website-URL** einzugeben, die sodann auf der Startseite angezeigt wird.



Bitte beachten Sie, abweichendes Layout auf dem Mobiltelefon:



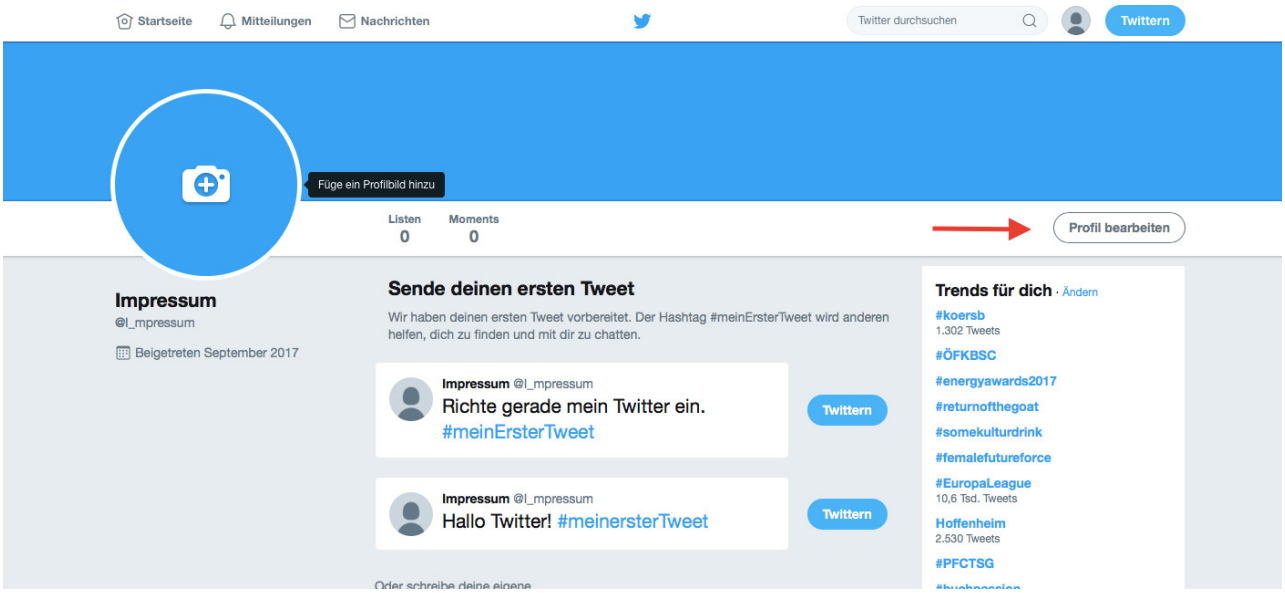
Auf den ersten Blick erscheint dies optimal, um mit Hilfe einer Verlinkung auf ein an anderem Ort (zum Beispiel auf der gewerblichen Seite) angeführtes Impressum zu verweisen. **Zu beachten ist allerdings**, dass das Impressum unmittelbar **als solches erkennbar** sein muss. Twitter gestattet es nicht, der URL eine Bezeichnung voranzusetzen, sodass aus dem gewählten Link selbst das Wort „Impressum“

hervorgehen müsste (etwa: www.xyz.de/Impressum.php), damit es rechtskonform als solches angeführt werden kann. Selbst aber, wenn dies der Fall sein sollte, ist von dieser Option abzuraten, da die Vollständigkeit der URL-Anzeige stets vom konkret verwendeten Endgerät abhängt und so bei durchschnittlicher Länge auf Tablets und Smartphones mit mobilem Zugang **möglicherweise abgeschnitten wird**. Führt dieses Darstellungsproblem dazu, dass die Lesbarkeit des Wortes „Impressum“ in der Internetadresse nicht universell gewährleistet werden kann, ist die Impressumspflicht **unzulänglich** umgesetzt worden und kann abgemahnt werden.

2.) Einbettung der Verlinkung in den Profil-Info-Text

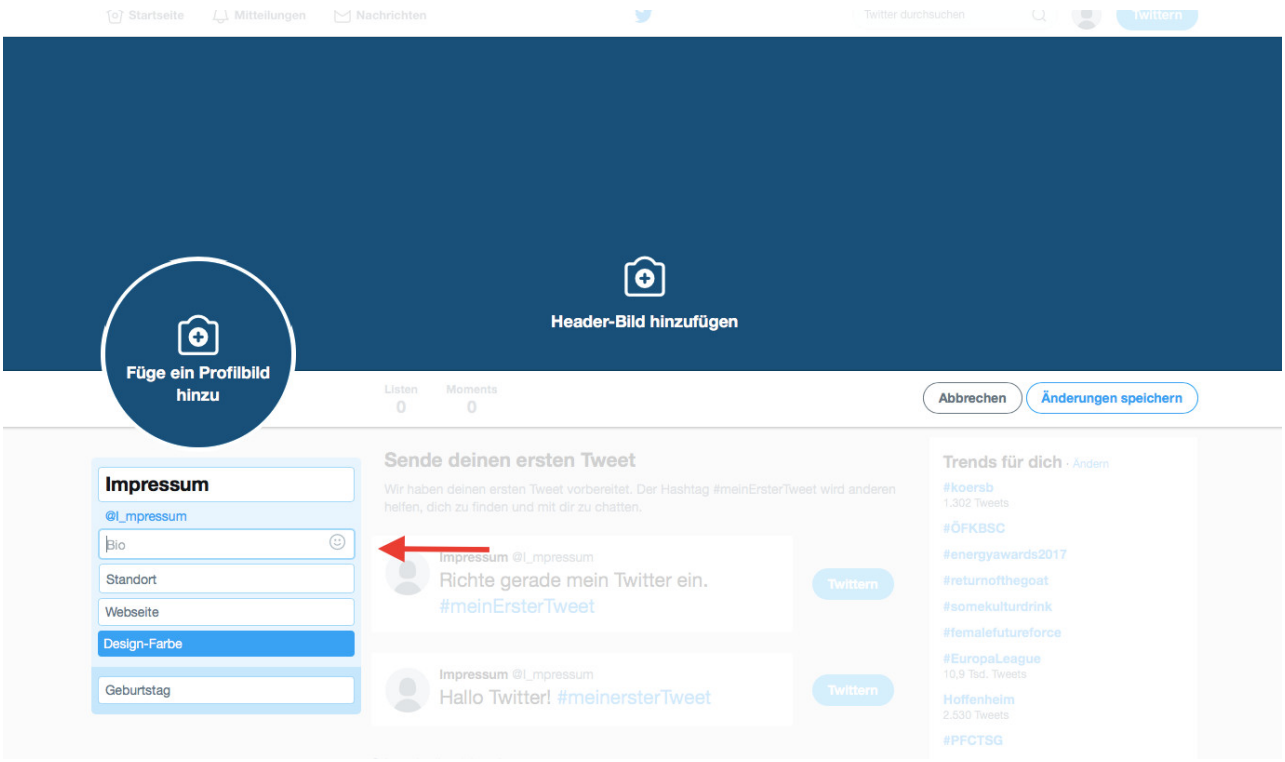
Weil die erste Möglichkeit der Impressumsanführung den gesetzlichen Anforderungen nicht in vollem Umfang gerecht werden kann und insofern ein Abmahnrisiko birgt, empfiehlt die IT-Recht-Kanzlei die Einbettung des Impressums in den Profil-Informationstext.

Zunächst ist dafür ein Klick auf die **Schaltfläche „Profil bearbeiten“**erforderlich.

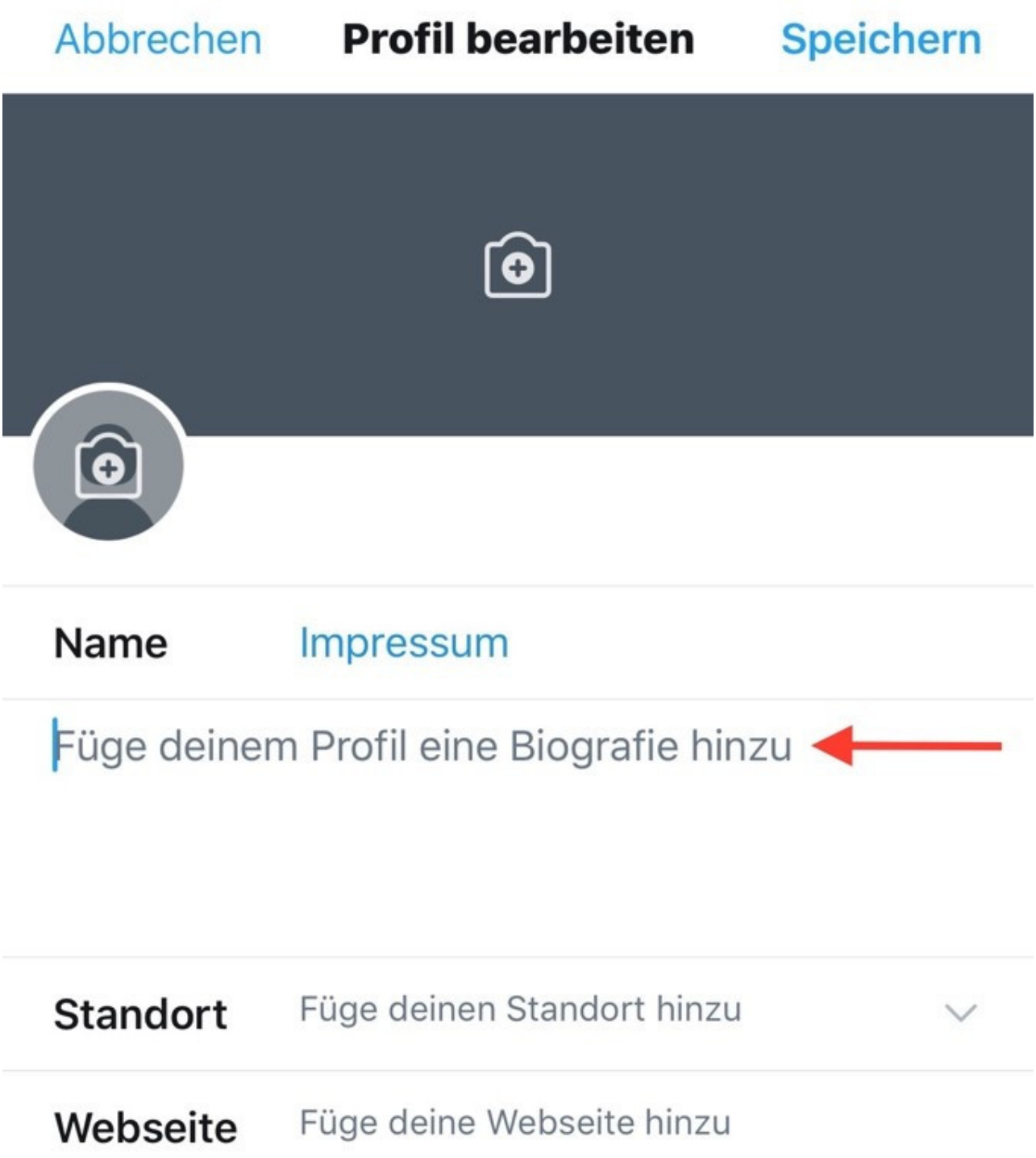


Beachten Sie, abweichendes Layout auf dem Mobiltelefon:

Sodann öffnet sich eine Seite, die die Personalisierung des Profils durch zusätzliche Informationen zulässt. Wählen Sie das Feld „Bio“ (engl. für“biography“) aus.

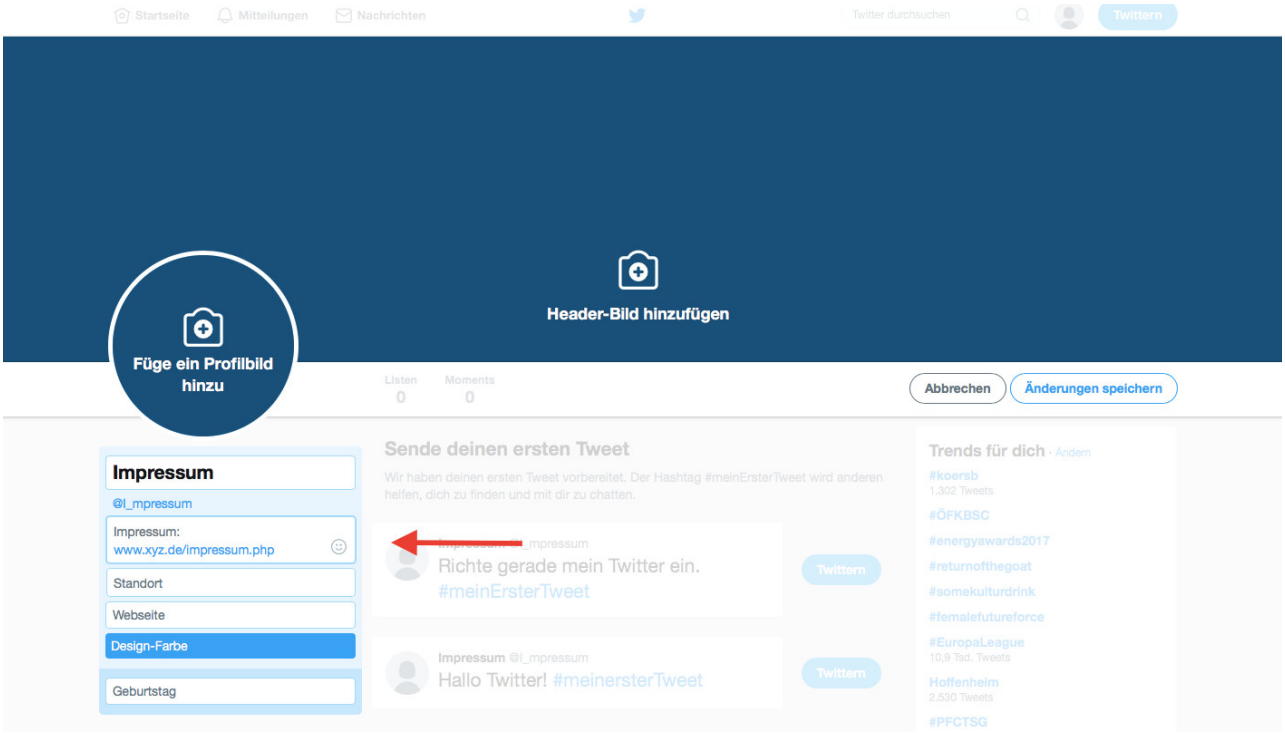


Abweichendes Layout auf dem Mobiltelefon:

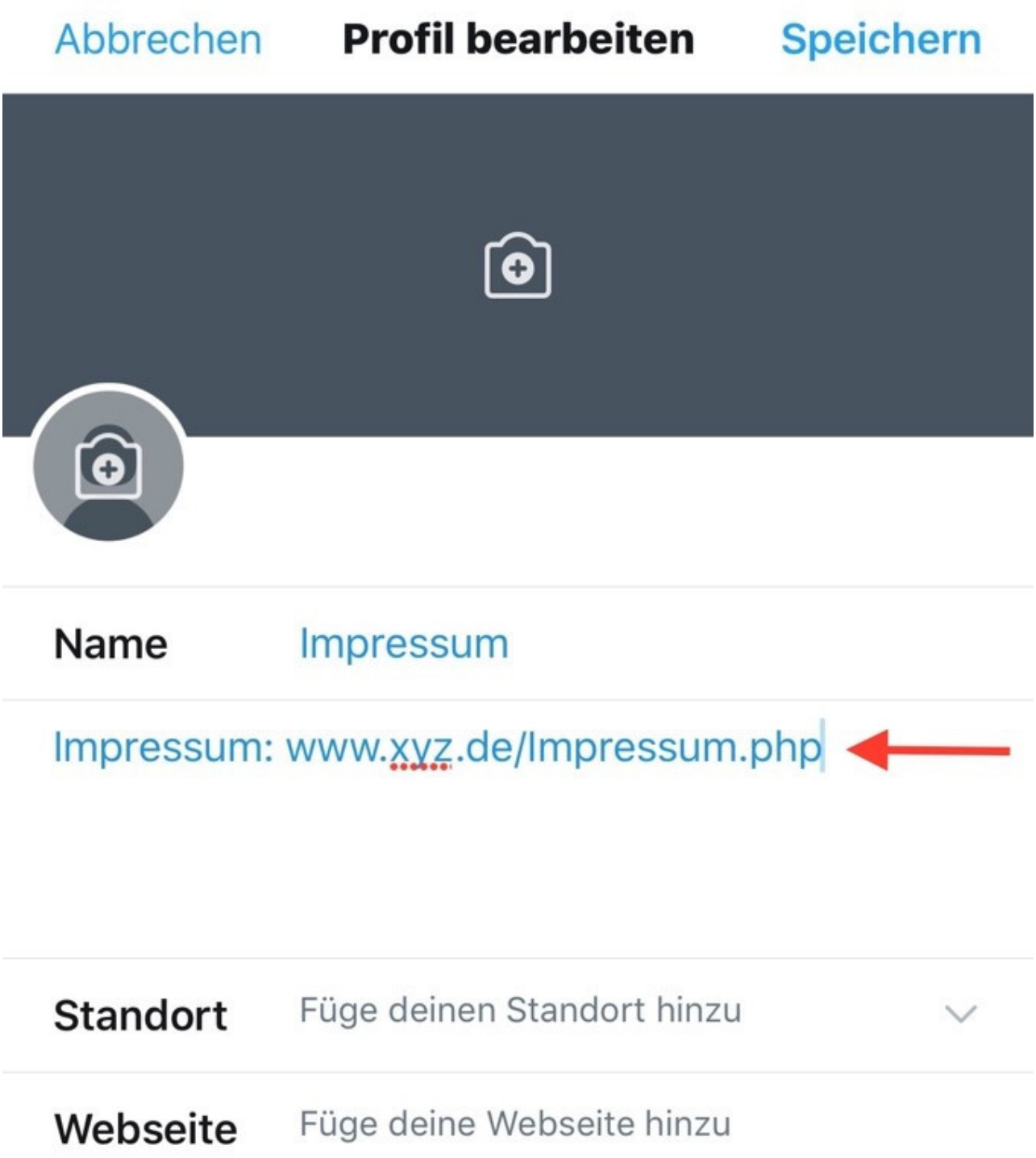


Hier ist es im Gegensatz zum URL-Feld nun möglich, eine Website anzuführen und diese mit einer **vorangehenden Bezeichnung** auszuweisen. Weil hier ein Link mit dem Wort „Impressum“ betitelt werden kann, kommt es auf die Anführung des Wortes in der konkreten Impressums-URL nicht mehr an. Insofern nämlich ist unmittelbar erkennbar, dass der Link zu einem separaten Impressum weiterleitet.

Kopieren Sie den Link ihres externen Impressums und fügen Sie diesen in das „Bio-Feld“ ein, nachdem sie dort zunächst das Wort „Impressum“ mit einem Doppelpunkt hinterlegt haben.



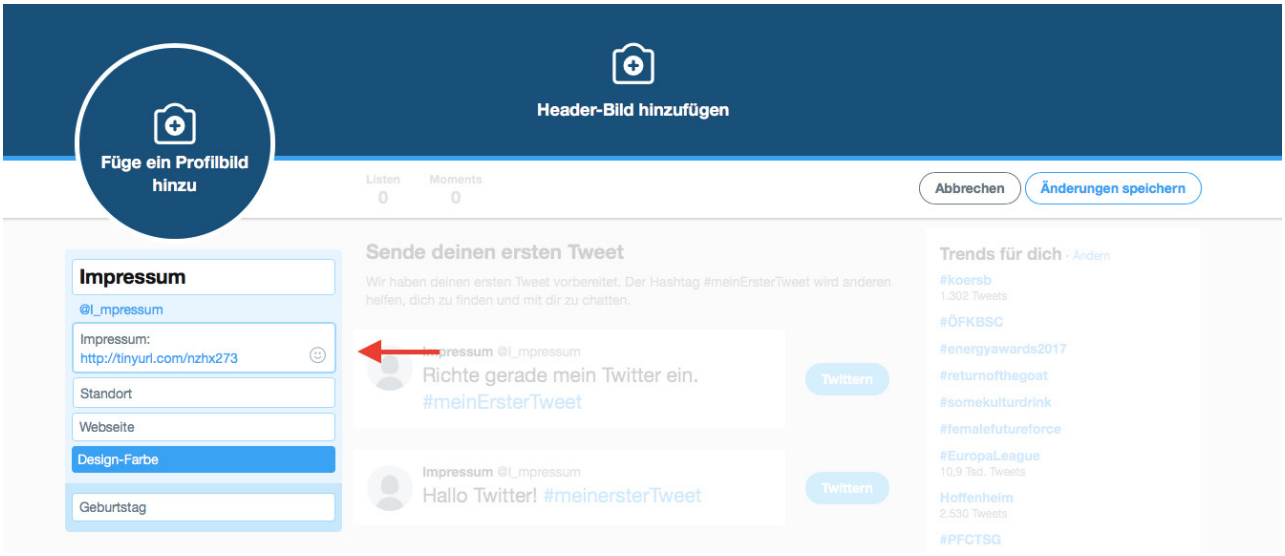
Abweichendes Layout auf dem Mobiltelefon:



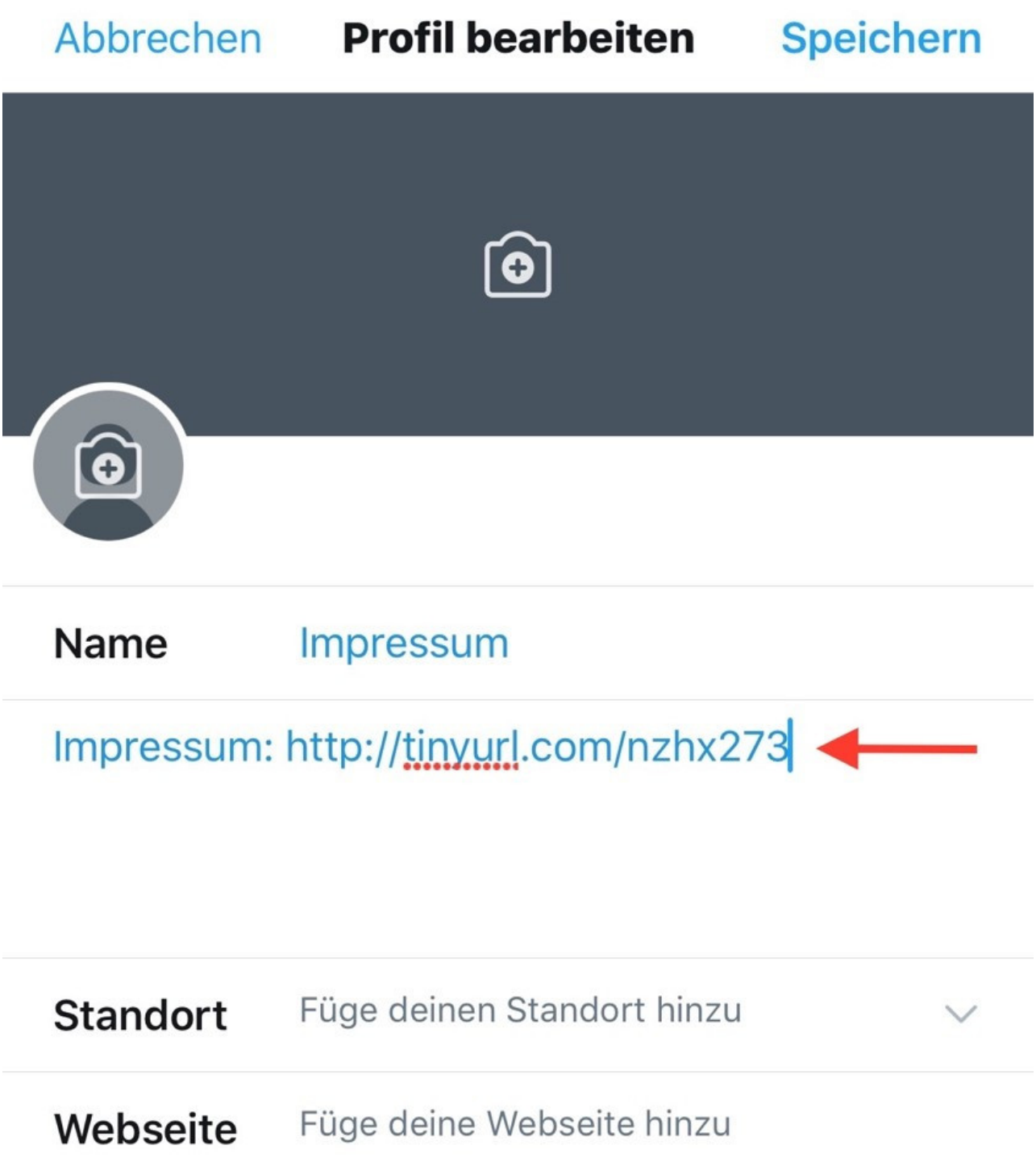
Achtung: auch die Vollständigkeit der Anzeige von Nutzerinformationen kann je nach verwendetem Endgerät variieren, sodass es (insbesondere bei langen URLs) sein kann, dass auf mobilen Geräten die verwendete Verlinkung nicht vollständig angezeigt und somit auch nicht abgerufen werden kann. In einem solchen Fall gilt das Impressum als fehlerhaft. Hilfe führt die Website **http://tinyurl.com/** herbei, durch die mit wenigen Mausklicks eine verkürzte URL generiert werden kann, die in jedem Fall

vollständig angeführt wird.

Um das Risiko der abgeschnittenen URL-Anzeige vorzubeugen, empfiehlt sich, von der **Möglichkeit der Verkürzung** Gebrauch zu machen. Bezogen auf das obige Beispiel „www.xyz.de/impressum.php“ lautet die „Tiny-URL“ „http://tinyurl.com/nzhx273“, die nun anstelle der originalen Impressumsverlinkung hinter das Wort „Impressum“ in das „Bio-Feld“ hinein kopiert wird.



Abweichendes Layout auf dem Mobiltelefon:



Klicken Sie abschließend auf **„Änderung speichern“**und kehren Sie zurück zu ihrer Profil-Startseite. Unterhalb des Nutzerbildes wird nun der editierte Impressumslink samt Bezeichnung angeführt.

Abweichendes Layout auf dem Mobiltelefon:

Profil bearbeiten
Impressum
@I_mpressum
Impressum: tinyurl.com/nzhx273
Tweets
Tweets & Antworten
Medien
Gefä
Du hast noch nicht getwittert
Wenn du einen Tweet veröffentlichst,
erscheint er hier.
Jetzt twittern

IV. Fazit

Auch ein geschäftsmäßig betriebenes **Twitter-Profil** setzt nach der deutschen Rechtsprechung ein **rechtskonformes Impressum** voraus, das leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und stets abrufbar sein muss. Zwar kann diesem Erfordernis in anderen sozialen Netzwerken grundsätzlich mit der Einbettung eines externen Links auf der Profilseite Rechnung getragen werden. Auf Twitter jedoch hängt dessen vollständige Darstellung regelmäßig von der Art des verwendeten Endgerätes ab, sodass besondere Vorsicht geboten ist.

Die **obige Handlungsanleitung** zeigt auf, mit welcher Darstellungsoption die gesetzlichen Anforderungen optimal umgesetzt werden können, und gibt die dafür erforderlichen Schritte detailliert vor.

Bei weiteren Fragen zur rechtskonformen Gestaltung ihres Impressums auf Twitter oder in anderen Internetpräsenzen beraten wir Sie gerne.

Autor:
RA Phil Salewski
Rechtsanwalt